

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERNYATAAN PLAGIASI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR BIMBINGAN	v
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	vi
HALAMAN PEDOMAN PENGGUNAAN	vii
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan penelitian.....	9
D. Manfaat Hasil Penelitian	10
E. Kerangka Berpikir.....	11
F. Hasil Penelitian Terdahulu	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
A. Konstruksi Kecantikan	19
1. Pengertian Kecantikan.....	20
2. Sejarah Konstruksisi Sosial Kecantikan.....	21

3. Kecantikan sebagai Kontrol Sosial.....	25
4. Standar Kecantikan dalam Budaya Populer dan Media	26
B. Konstruksisi Sosial dan Industri Kecantikan	30
1. Pengertian Konstruksi Sosial.....	30
2. Peran Industri dalam Membentuk Standar Kecantikan	33
3. Konsumerisme dan Komodifikasi Tubuh Perempuan.....	34
C. Teori dan Kritik Feminisme	36
1. Sejarah dan Gerakan Feminisme	37
2. Aliran-Aliran Feminisme	39
3. Kritik Perlawanan Feminisme terhadap Tubuh Perempuan.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	46
B. Jenis dan Sumber Data	46
C. Teknik Pengumpulan Data	48
D. Teknik Analisis Data	48
1. Analisis Teks	49
2. Analisis Kognisi Sosial	50
3. Analisis Konteks.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Biografi Naomi Wolf	52
B. Mitos Kecantikan Perspektif Naomi Wolf	55
1. Mitos Kecantikan sebagai Konstruksisi Budaya	63
2. Mitos Kecantikan sebagai Reaksi Terhadap Kemajuan Perempuan	65
3. Mitos Kecantikan sebagai Alat Eksploitasi.....	66

C. Konstruksisi Konsep Cantik dalam Iklan <i>Makeup</i> Barenbliss Indonesia	71
1. Profil dan Deskripsi Iklan Barenbliss Indonesia	71
2. Visual Cantik dalam Iklan <i>makeup</i> Barenbliss Indonesia.....	73
3. Analisis Teks Diksi Cantik yang Termuat dalam Iklan <i>Makeup</i> Barenbliss Indonesia	78
4. Analisis Kognisi Sosial Gaya Hidup Cantik dalam Iklan <i>Makeup</i> Barenbliss Indonesia	86
5. Analisis Konteks Nuansa Budaya Cantik yang dalam Iklan <i>Makeup</i> Barenbliss Indonesia	88
C. Kritik Naomi Wolf terhadap Konstruksisi Konsep Cantik dalam Iklan <i>Makeup</i> Barenbliss Indonesia.....	92
1. Kecantikan sebagai Konstruksisi Sosial.....	92
2. Industri Kecantikan sebagai Mekanisme Kontrol	94
3. Objektivikasi dan standar tunggal	95
4. Empowerment Semu	98
BAB V PENUTUP.....	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	108