

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
INTISARI.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah dan Tujuan Penelitian	9
1.4 Tinjauan Pustaka	10
1.4.1 Globalisasi dalam Dunia Kosmetika.....	10
1.4.2 Cantik Alami dengan Kosmetik Tradisional.....	12
1.4.3 Lokalitas sebagai Brand Image	13
1.5 Kerangka Teori.....	15
1.5.1 Globalisasi dan Lokalitas	15
1.5.2 Glokalisasi.....	17
1.5.3 Counterculture.....	19

1.6 Metode Penelitian	20
1.6.1 Pilihan Kasus	20
1.6.2 Data yang digunakan.....	21
1.6.3 Sumber Informasi: Informan.....	22
1.6.4 Proses Penelitian	23
1.6.5 Analisis Data	24
1.7 Organisasi Penyajian.....	25
BAB II POTRET SARIAYU MARTHA TILAAAR.....	28
2.1 Sejarah Perkembangan Sariayu Martha Tilaar.....	28
2.2 Produk Sariayu Martha Tilaar dari Masa ke Masa.....	32
2.3 Keunggulan Sariayu Martha Tilaar	35
2.4 Konsumen Sariayu Martha Tilaar	41
BAB III PRESENTASI DAN REPRESENTASI PRODUK SARIAYU MARTHA TILAAAR.....	45
3.1 Tradisi Keraton Jawa dalam Perawatan Kecantikan.....	45
3.2 Bahan Alami sebagai Warisan Kecantikan Nusantara.....	50
3.3 Lokalitas sebagai Brand Image	56
3.4 Nama Produk Bernuansa Kedaerahan.....	59
BAB IV LOKALITAS SEBAGAI STRATEGI KELANSUNGAN BISNIS SARIAYU MARTHA TILAAAR.....	63
4.1 Komodifikasi Unsur-Unsur Lokal	63
4.2 Hubungan antara <i>Country of Origin</i> dengan <i>Brand Awareness</i>	67
4.3 Kontekstualisasi Nilai-Nilai Tradisi.....	72

4.4 Lokalitas sebagai Identitas Produk	76
BAB V PENUTUP	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Jamu yang Masih Sering Diminum oleh Putri Keraton Yogyakarta.....	47
Tabel 2: Tema Produk Bernuansa Kedaerahan.....	59