

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan	4
D. Manfaat	4
E. Kerangka Pemikiran	5
F. Kerangka Konsep	14
G. Metode Penelitian	22
BAB II CITRA MENSTRUASI DI MEDIA	28
A. Wacana Produk Menstruasi di Media Massa	28
B. Mitos Keperawanan di Indonesia	33
C. Media Baru dan Pergeseran Wacana Publik	37
BAB III TRIBELIO DAN G CUP OFFICIAL COMMUNITY INDONESIA	41
A. Tribelio	42
B. G Cup Official Community Indonesia	43
C. Profil Informan	44
BAB IV G CUP OFFICIAL COMMUNITY INDONESIA DI TRIBELIO: DINAMIKA ADVOKASI PENGGUNAAN CAWAN MENSTRUASI	47
A. Advokasi Penggunaan Cawan Menstruasi oleh G Cup Official Community dalam Kanal Tribelio	47
B. Perempuan, Pengalaman Menstruasi, dan Penggunaan Cawan Menstruasi	53
C. Kebiasaan Bermedia dan Wacana Media dalam Pembentukan Pandangan tentang Menstruasi	59

D. Analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats (SWOT) dalam Penggunaan Tribelio sebagai Medium Advokasi Penggunaan Cawan Menstruasi oleh G Cup Official Community Indonesia: Teknis dan Substantif	73
BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	112