

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	I
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	II
HALAMAN JUDUL.....	III
MOTTO.....	IV
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	V
HALAMAN PENGESAHAN.....	VI
HALAMAN BEBAS PLAGIAT.....	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL.....	XIV
INTISARI.....	XV
ABSTRACT.....	XVI
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tinjauan Pustaka.....	5
1.4. Kerangka Teori.....	8
1.4.1. Konsep Standar Kecantikan.....	8
1.4.2. Posfeminisme: Feminisme dalam Budaya Populer.....	11
1.4.3. Konsumsi Etis.....	14
1.5. Metode Penelitian.....	17
1.5.1. Pengumpulan Data: Analisis Konten Media Sosial.....	17
1.5.2. Pengumpulan Data: Wawancara Mendalam.....	18
1.5.3. Analisis Data.....	19

1.6. Organisasi Penyajian.....	20
BAB II.....	21
<i>“WE FIGHT FOR A FAIRER & MORE BEAUTIFUL WORLD” :</i>	
KECANTIKAN YANG DIBANGUN THE BODY SHOP DALAM MEDIA	22
2.1. Perjuangan Awal The Body Shop.....	22
2.2. Peran The Body Shop dalam Instagram.....	25
2.2.1 Makna Kecantikan menurut The Body Shop.....	28
2.2.2 Kampanye The Body Shop dalam Instagram.....	41
BAB III.....	47
<i>SELF LOVE/SELF CARE: MERAIH KECANTIKAN LUAR DAN DALAM DENGAN MERAWAT KULIT</i>	47
3.1. Mengenal Mereka dan Perkenalannya Dengan Perawatan Kulit.....	47
3.2. Dari Kulit Sensitif sampai Vegetarian: Mengapa Memilih The Body Shop?.....	56
3.3. Inner dan Outer Beauty: Bagaimana Mereka Memaknai Kecantikan?.....	60
3.4. Penerapan Self Care dan Self Love.....	73
BAB IV.....	79
<i>“MENURUT AKU PEREMPUAN SANGAT TERLIBAT DALAM PENCEMARAN SIH” :</i>	
MENCAPI KEBAIKAN LINGKUNGAN MELALUI PRAKTIK PERAWATAN KULIT.....	79
4.1. Industri Kecantikan, Perempuan, dan Kerusakan Lingkungan.....	80
4.2. “Setidaknya kita ada peran untuk membantu menjaga lingkungan” : Praktik Konsumsi Etis Konsumen The Body Shop.....	87
4.3. Konsumsi Etis Hanya Untuk Kelas Menengah Ke Atas	
BAB V.....	100
KESIMPULAN.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA.....	120
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI.....	123