

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTO.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
INTISARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Permasalahan	1
1. Permasalahan	1
2. Rumusan Masalah.....	8
3. Keaslian Penelitian	8
4. Manfaat Penelitian	11
B. Tujuan Penelitian.....	11
C. Tinjauan Pustaka	12
D. Landasan Teori	15
E. Metode Penelitian	17
F. Hasil yang Sudah Dicapai.....	21
G. Sistematika Penulisan	21
BAB II TEORI ETIKA LINGKUNGAN <i>DEEP ECOLOGY</i> ARNE NAESS	23
A. Pengertian Etika.....	23
B. Pengertian Lingkungan Hidup.....	26
C. Etika Lingkungan	32
D. Teori-teori Etika Lingkungan	34
1. Antroposentrisme	34
2. Biosentrisme	38
3. Ekosentrisme	40
4. <i>Deep Ecology</i>	44
BAB III PROGRAM <i>GREEN BEAUTY</i> OLEH <i>BRAND</i> KECANTIKAN GARNIER	54
A. Sejarah dan Profil <i>Brand</i> Kecantikan Garnier.....	54
B. Pembentukan <i>Green Beauty</i>	56
1. Pengertian <i>Green Beauty</i>	56
2. Latar Belakang Pembentukan <i>Green Beauty</i>	57
C. Program <i>Green Beauty</i>	59
1. Kemasan Ramah Lingkungan	59
2. Formula Ramah Lingkungan	62
3. Pabrik yang Berkelanjutan.....	64

4. Sumber Bahan Baku yang Berkelanjutan	66
5. Planet yang Lebih Hijau	69
D. Mitra <i>Green Beauty</i> Garnier di Indonesia	71
BAB IV TINJAUAN KRITIS TEORI <i>DEEP ECOLOGY</i> TERHADAP PROGRAM <i>GREEN BEAUTY</i> DARI BRAND KECANTIKAN GARNIER.....	73
A. Pandangan <i>Deep Ecology</i> Arne Naess Terhadap Program <i>Green Beauty</i> Garnier	73
B. Analisis Kritis Platform Aksi <i>Deep Ecology</i> Terhadap Program <i>Green Beauty</i> Garnier.....	77
C. Peluang Garnier Melalui Program <i>Green Beauty</i> dalam Berperan Aktif Menciptakan/Mempopulerkan Gaya Hidup Masyarakat yang Peduli Lingkungan.....	97
BAB V PENUTUP.....	102
A. Kesimpulan.....	102
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106