

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR DAN BAGAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan	5
D. Manfaat	5
E. Tinjauan Pustaka	5
F. Kerangka Pemikiran	7
1. Aktivisme Jenama dan Domain Aktivisme Jenama.....	7
2. Kerangka Teoritis Komunikasi Lasswell.....	10
G. Kerangka Konsep	11
H. Metodologi	12
1. Paradigma	13
2. Metode	13
3. Objek Penelitian.....	14
4. Teknik Pengumpulan Data.....	14
5. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	15
BAB II AKTIVISME JENAMA KOSMETIK, AUTENTISITAS, DAN	
PURPOSE WASHING	26
A. Aktivisme Jenama	26
B. Aktivisme Jenama Kosmetik.....	30

C. Autentisitas Aktivisme Jenama	32
D. Purpose Washing.....	36
BAB III THE BODY SHOP INDONESIA	40
A. Sejarah The Body Shop.....	40
1. The Body Shop Internasional	40
2. The Body Shop Indonesia.....	44
B. Purpose dan Belief The Body Shop	47
BAB IV AKTIVISME JENAMA: DOMAIN DAN KERANGKA TEORITIS LASSWELL.....	51
A. Domain Aktivisme Jenama	51
1. Aktivisme Sosial	51
2. Aktivisme Lingkungan	61
B. Elemen Komunikasi Aktivisme Jenama	74
1. Who?	75
2. Says what?	84
3. In which channel?	89
4. To whom?	93
5. With what effect?.....	95
C. Pembahasan/Refleksi	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	103
A. Kesimpulan.....	103
B. Saran	105
1. Saran Teoritis	105
2. Saran Praktis	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107