



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
INTISARI.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
1. Permasalahan.....	1
2. Rumusan Masalah.....	6
3. Keaslian Penelitian	6
4. Manfaat Penelitian	9
B. Tujuan Penelitian.....	10
C. Tinjauan Pustaka	11
D. Landasan Teori	14
E. Metode Penelitian.....	19
1. Model dan Bahan Penelitian.....	19
2. Teknik Pengumpulan Data	21
3. Langkah Penelitian	22
4. Teknik Analisis Data	23
F. Hasil yang Dicapai	25
G. Sistematika Penulisan.....	26



BAB II KONSTRUKSI MASKULINITAS HEGEMONIK RAEWYN	
CONNELL	28
A. Maskulinitas dalam Konstruksi Teori Gender Raewyn Connell.....	28
B. Latar Belakang dan Konsep Maskulinitas Hegemonik Raewyn Connell	34
C. Evolusi Historis Maskulinitas dalam Konteks Gender Modern	40
D. Maskulinitas Hibrida sebagai Perwujudan Hegemoni Baru	44
BAB III KONSTRUKSI MASKULINITAS HIBRIDA DALAM INDUSTRI KECANTIKAN	50
A. Laki-Laki sebagai Target Pasar Baru Industri Kecantikan	50
1. <i>Grooming</i> sebagai Identitas Laki-Laki dengan Maskulinitas Hibrida....	50
2. Pertumbuhan Pasar Produk Perawatan Diri Laki-laki	54
3. Maskulinitas Cantik di Era Konsumerisme Kontemporer	58
B. Konstruksi Maskulinitas Hibrida Industri Kecantikan: Studi Kasus <i>Brand</i> Avoskin.....	61
1. Profil Umum Brand Ambassador Avoskin	61
2. Narasi dan Visualisasi Maskulinitas Hibrida dalam Iklan Avoskin.....	64
BAB IV KONSTRUKSI HEGEMONI DALAM INDUSTRI KECANTIKAN ..	71
A. Maskulinitas Manipulatif dalam Industri Kecantikan	71
B. Implikasi Sosial pada Makna Maskulinitas	78
BAB V PENUTUP	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87