

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Pemikiran	6
1. Komunikasi Jenama melalui Media Sosial	6
2. Feminisme, Komunikasi Lingkungan, dan Penjenamaan Hijau	10
3. Potret Ekofeminisme dalam Wacana Kritis	16
F. Kerangka Konsep	20
G. Metodologi Penelitian.....	23
1. Metode Penelitian	23
2. Objek Penelitian	24
3. Teknik Analisis Data	26
4. Unit Analisis.....	27
5. Validitas dan Reliabilitas	28
BAB II.....	30
PENJENAMAAN HIJAU DAN WACANA EKOFEMINISME.....	30
A. Praktik Penjenamaan Hijau dan Konstruksi Lingkungan	30
B. Narasi Hijau dan Representasi Perempuan.....	35
C. Penjenamaan Hijau dalam Wacana Ekofeminisme	38
BAB III	44
GAMBARAN UMUM PRODUSEN, PRODUK, DAN PRAKTIK PENJENAMAAN RE.JUVE	44

A. Produsen, Profil, dan Produk Re.juve	44
1. Gunung Sewu Group	44
2. Profil Re.juve	47
3. Produk dan Layanan Re.juve	48
B. Praktik Penjenamaan Hijau Re.juve	51
1. Sertifikasi Re.juve	51
2. Kampanye Hijau dan Program CSR Re.juve	52
3. Media Sosial Re.juve	55
3.1 Instagram.....	55
3.1.1 Lingkungan dan kesehatan	56
3.1.2 Lingkungan dan keberlanjutan	58
3.1.3 Lingkungan dan teknologi.....	59
3.1.4 Perempuan dan kesehatan	60
3.1.5 Laki-laki dan kesehatan.....	61
3.1.6 Informasi gizi dan kesehatan	62
3.1.7 Dokumentasi aktivitas dan layanan Re.juve.....	63
3.1.8 Peringatan hari-hari besar.....	64
3.2 Facebook	67
3.3 Twitter.....	68
BAB IV	69
LINGKUNGAN DAN PEREMPUAN DALAM KOMUNIKASI JENAMA	69
A. Pengantar.....	69
B. Analisis Tekstual dan Analisis Wacana	70
1. Lingkungan dan kesehatan.....	72
1.2 Analisis tekstual.....	73
1.2.1 Posisi subjek-objek	73
1.2.2 Posisi pembaca.....	74
1.3 Analisis wacana lingkungan dan kesehatan	76
1.4 Simpulan analisis wacana lingkungan dan kesehatan	78
2. Lingkungan dan keberlanjutan	80
2.1 Gambar unggahan dan <i>caption</i>	80
2.2 Analisis tekstual.....	81
2.2.1 Posisi subjek-objek	81
2.2.2 Posisi pembaca.....	83

2.3 Analisis wacana lingkungan dan keberlanjutan	84
2.4 Simpulan analisis wacana lingkungan dan keberlanjutan.....	87
3. Lingkungan dan teknologi	88
3.1 Gambar unggahan dan <i>caption</i>	88
3.2 Analisis tekstual.....	89
3.2.1 Posisi subjek-objek	89
3.2.2 Posisi pembaca.....	90
3.3 Analisis wacana lingkungan dan teknologi.....	91
3.4 Simpulan analisis wacana lingkungan dan teknologi	94
4. Perempuan dan kesehatan	96
4.1 Gambar unggahan dan <i>caption</i>	96
4.2 Analisis tekstual.....	102
4.2.1 Posisi subjek-objek	102
4.2.2 Posisi pembaca.....	103
4.3 Analisis wacana perempuan dan kesehatan	105
4.4 Simpulan analisis wacana perempuan dan kesehatan.....	108
5. Laki-laki dan kesehatan	109
5.1 Gambar unggahan dan <i>caption</i>	109
5.2 Analisis tekstual.....	111
5.2.1 Posisi subjek-objek	111
5.2.2 Posisi pembaca.....	113
5.3 Analisis wacana laki-laki dan kesehatan.....	114
5.4 Simpulan analisis wacana laki-laki dan kesehatan.....	117
6. Informasi gizi dan kesehatan.....	118
6.1 Gambar unggahan dan <i>caption</i>	118
6.2 Analisis tekstual.....	119
6.2.1 Posisi subjek-objek	119
6.2.2 Posisi pembaca.....	121
6.3 Analisis wacana gizi dan kesehatan.....	122
6.4 Simpulan analisis wacana informasi gizi dan kesehatan	125
7. Dokumentasi aktivitas dan layanan Re.juve	126
7.1 Gambar unggahan dan <i>caption</i>	126
7.2 Analisis tekstual.....	127
7.2.1 Posisi subjek-objek	127

7.2.2 Posisi pembaca.....	129
7.3 Analisis wacana aktivitas dan layanan Re.juve.....	130
7.4 Simpulan analisis wacana aktivitas dan layanan Re.juve	132
C. Representasi dalam Pesan Penjenamaan Hijau Re.juve: Pembahasan	133
BAB V	138
PENUTUP	138
A. Kesimpulan	138
B. Saran	142
DAFTAR PUSTAKA	143