



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
INTISARI	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah Penelitian	20
1.3 Tujuan Penelitian	21
1.4 Manfaat Penelitian	21
1.5 Tinjauan Pustaka	22
1.6. Kerangka Teoritik	27
1.6.1 Wacana Dalam Perspektif Foucault	27
1.6.2 Majalah Pria Sebagai Pembentuk Wacana Dinamika Maskulinitas.....	32
1.6.3 Makulinitas Hegemonik Menjadi “Konsep Ideal” Pria	40
1.7 Metode Penelitian	52
1.7.1 Metode <i>Critical Discourse Analysis</i> (CDA) Fairclough	52
1.7.2 Objek Penelitian.....	55
1.7.3 Metode Pengumpulan Data.....	57
1.7.4 Teknik Analisa Data	57
BAB II MAJALAH <i>ESQUIRE</i> INDONESIA : DALAM JARGON “MAN AT HIS BEST”	60
2.1 Pengantar.....	60
2.2 Majalah <i>Esquire Indonesia</i> dalam Kontestasi Majalah Pria di Indonesia.....	60
2.3 MRA Group Sebagai Jembatan Majalah Waralaba di Indonesia	65
2.4 Sejarah dan Eksistensi Majalah <i>Esquire Indonesia</i>	71
2.5 Acara Kegiatan-Kegiatan Majalah <i>Esquire Indonesia</i>	78
2.6 Wacana Maskulinitas Global Versi Majalah <i>Esquire Indonesia</i>	83



BAB III PRIA METROSEKSUAL VERSI MAJALAH <i>ESQUIRE</i> INDONESIA.....	90
3.1 Pengantar.....	90
3.2 Estetika Tubuh Pria.....	90
3.2.1 Pria Bersolek.....	93
3.2.2 Modifikasi Tubuh Pria.....	100
3.2.3 Merawat Tubuh dalam (<i>Inner Body</i>)	113
3.2.4 <i>Fatherhood</i>	116
3.3 Pria Teknoseksual	118
3.4 Pria Sosialita	121
 BAB IV MASKULINITAS LOKAL KEMBALI KE TRADISI	125
4.1 Pengantar	125
4.2 Artikel Maskulinitas Lokal yang Terpilih	127
4.2.1 Pria Bangsawan	127
4.2.2 Ayah Panutan dan Suami Idaman	134
4.2.3 Pria Berkesenian	150
4.2.4 Busana Pria dan Pria <i>Wastra</i>	166
4.2.5 Pria Agamis.....	182
 BAB V MASKULINITAS LOKAL DALAM CENGKRAMAN MASKULINITAS GLOBAL	204
5.1 Pengantar.....	204
5.2 Maskulinitas Lokal dalam Situasi Maskulinitas Hegemonik di Indonesia	205
5.3 Maskulinitas Lokal dalam Hegemoni Institusi Media MRA Group	209
5.4 Maskulinitas Lokal dalam Perspektif Sosial Budaya di Indonesia.....	212
5.5. Kontestasi Maskulinitas Lokal, Regional, dan Global dalam Majalah <i>Esquire</i>	227
 BAB VI KESIMPULAN	235
6.1. Kesimpulan dan Refleksi	235

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN