DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI iv
MOTTO v
PERSEMBAHAN v
KATA PENGANTAR vi
ABSTRAK viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR BAGAN xii

BAB I :PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian 1
B. Fokus Penelitan 8
C. Tujuan Penelitian 8
D. Manfaat Penelitian 8
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 9
F. Definisi Konsep 12
1. Tindakan Komunikatif 12
2. Rasionalisasi Perilaku Konsumen Wardah 13
G. Kerangka Pikir Penelitian 15
H. Metode Penelitian 17
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian 17
2. Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian 18
3. Jenis dan Sumber Data 20
4. Tahap-Tahap Penelitian 20
5. Teknik Pengumpulan Data 22
6. Teknik Analisis Data 23
7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 23
I. Sistematika Pembahasan 24

BAB II : PEREMPUAN, KONSUMSI, DAN TINDAKAN KOMUNIKATIF

A. Kajian Pustaka 52
1. Perempuan dan Produk Kecantikan 52
a. Konstruksi Kecantikan dalam Masyarakat 27
b. Munculnya Produk Kecantikan 31
c. Produk Kecantikan dan Kehidupan Sosial 35
2. Budaya Konsumsi Masyarakat 37
a. Perilaku Konsumen dalam Kehidupan Sosial 38
b. Konsumsi dan Komunikasi 41
c. Rasionalisasi Konsumsi dan Tindakan Komunikasi 43
B. Kajian Teori Tindakan Komunikatif 46

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III : TINDAKAN KOMUNIKATIF KONSUMEN WARDAH

A. Profil Data 52
1. Subyek Penelitian 52
2. Obyek Penelitian 59
3. Lokasi Penelitian 60
B. Deskripsi Hasil 61
1. Dasar Rasionalisasi Konsumen Wardah 62
a. Kebutuhan Tampil Cantik……...62
b. Keunggulan Produk Wardah……..68
c. Halal……71
d. Mengikuti *Trend*……72
2. Tindakan Komunikasi Konsumen Wardah di Surabaya 75
a. Menjadi Kolektor Produk Wardah……..75
b. Selalu *Up Date* Produk Tebaru Wardah……77
c. Merasa Aman dan Nyaman……78
d. Selalu Merasa Cocok dengan Produk Wardah……...80
e. Gaya Hidup Islami……..83

BAB IV : INTERPRETASI HASIL PENELITIAN

A. Temuan Penelitian..... 85
1. Keyakinan terhadap produk Wardah sebagai instrumen kecantikan 86
2. Keinginan untuk tampil trendi namun tetap islami 89
3. Selalu *up date* produk Wardah 90
4. Bertindak konsumtif 92
B. Konfirmasi Temuan dengan Teori 95

BAB V : PENUTUP

A.Simpulan 103
B.Rekomendasi 104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id