

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	23
1.3 Tujuan Penelitian .....	24
1.4 Manfaat Penelitian .....	24
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	24
1.4.2 Manfaat Praktis.....	25
1.5 Kerangka Teori dan Konsep.....	25
1.6 Kerangka Pemikiran.....	34
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>37</b>
2.1 Konsep yang Relevan .....	37
2.1.1 Gen Z.....	37
2.1.2 Gen Z dalam Konteks Media.....	38
2.1.3 Gender .....	39
2.1.4 Maskulinitas .....	40
2.1.5 Iklan.....	41
2.1.6 Media Sosial .....	42
2.1.7 Media Sosial Instagram .....	44
2.2 Penelitian Terdahulu .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>52</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	52
3.2 Subjek Penelitian .....	54
3.3 Sumber Data.....	57
3.3.1 Sumber Data Primer .....	57
3.3.2 Sumber Data Sekunder .....	59
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.4.1 Wawancara Mendalam .....	59
3.4.2 Observasi .....	60
3.5 Teknik Analisis Data .....	61
3.6 Teknik Keabsahan Data .....	63
3.6.1 Triangulasi Sumber.....	65
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>67</b>

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	67
4.1.1	Gambaran Umum Barenbliss .....	67
4.1.2	Iklan Barenbliss Versi Gabriel Prince.....	71
4.2	Identitas Informan .....	74
4.3	Hasil Penelitian .....	88
4.3.1	Encoding: Pesan yang Disampaikan Barenbliss melalui Iklan Versi Gabriel Prince di Instagram.....	88
4.3.2	Impresi Laki-laki Gen Z pada Iklan Barenbliss di Instagram .....	92
4.3.3	Pandangan Informan tentang Maskulinitas dan <i>Makeup</i> .....	99
4.3.4	Pemaknaan Laki-laki Gen Z terhadap Iklan Barenbliss versi Gabriel Prince .....	102
4.3.5	Sikap dan Perilaku Informan terkait Penggunaan <i>Makeup</i> .....	107
4.3.6	Pengaruh Nilai Agama, Keluarga, dan Lingkungan terhadap Pandangan Informan.....	111
4.4	Pembahasan.....	115
4.4.1	Impresi Informan terhadap Iklan Barenbliss .....	116
4.4.2	Representasi Maskulinitas Gabriel Prince dalam Pemaknaan Informan .....	120
4.4.3	Nilai Agama, Keluarga, dan Lingkungan dalam Membentuk Resepsi Informan.....	123
4.4.4	Maskulinitas sebagai Konstruksi Sosial dalam Pemaknaan Informan .....	127
4.4.5	Posisi Resepsi Audiens Berdasarkan Model Stuart Hall (Dominan, Negosiasi, dan Oposisi).....	133
4.4.6	Iklan Barenbliss sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis <i>Genderless Beauty</i> .....	143
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>146</b>
5.1	Kesimpulan .....	146
5.2	Saran .....	148
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>150</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>		<b>155</b>