



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
GLOSARIUM .....	xii
INTISARI .....	xiv
ABSTRACT.....	xv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	12
1.3. Tujuan Penelitian .....	13
1.4. Manfaat Penelitian .....	13
1.5. Keaslian Penelitian.....	14
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN.....	16
2.1. Tinjauan Pustaka .....	16
2.1.1. <i>Social Entrepreneurship</i> .....	27
2.1.2. <i>Young Social Entrepreneurs</i> .....	33
2.1.3. Perkembangan Era komunikasi dan Media Baru .....	35
2.1.4. <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> di era digital.....	41
2.1.5. Pemberdayaan dalam dunia nyata ( <i>offline</i> ).....	42
2.2. Landasan Teori.....	47
2.2.1. Teori Media Baru .....	47
2.2.2. Teori Strukturisasi .....	51
2.2.3. Teori <i>Social Information Processing</i> .....	54
2.3. Kerangka Pemikiran.....	58
III. METODE PENELITIAN .....	59
3.1. Jenis Penelitian.....	59
3.2. Batasan Penelitian .....	60
3.3. Informan Penelitian.....	61



3.4.	Jenis dan Sumber Data .....	63
3.5.	Konseptualisasi dan Operasionalisasi Konsep.....	64
3.5.1.	Konseptualisasi.....	64
3.5.2.	Operasionalisasi Konsep.....	65
3.6.	Teknik Pengumpulan data .....	67
3.7.	Metode Analisis Data .....	70
3.8.	Validitas Data.....	72
IV.	<b>SOSIAL KULTUR <i>DIGITAL NATIVES</i> PELAKU <i>SOCIAL ENTREPRENEURS</i> YOGYAKARTA.....</b>	<b>74</b>
4.1.	Karakter <i>Digital Natives</i> .....	74
4.2.	Perkembangan dan kepemilikan akun media sosial.....	80
4.3.	Indeksasi Kota Bisnis dan UMKM Yogyakarta .....	84
4.4.	Perkembangan <i>Social Entrepreneurs</i> Yogyakarta.....	87
4.5.	Pemuda Yogyakarta .....	91
4.6.	Subjek Penelitian.....	92
4.6.1.	Hoshizora Foundation.....	92
4.6.2.	<i>Environment Education Center</i> (EEC) - Bagian dari Hoshizora Foundation.....	93
4.6.3.	Komunitas Pemuda Peduli Pendidikan (KP3) .....	94
4.6.4.	Project B Indonesia (Batik Daur Ulang).....	94
4.6.5.	Aqso Art.....	95
4.6.6.	Dreamdelion.....	96
4.6.7.	Agradaya .....	97
4.6.8.	Difa Tour dan Transport .....	97
V.	<b>MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PEMBERDAYAAN KOMUNITAS</b>	<b>102</b>
5.1.	Instagram sebagai <i>Leading</i> Sektor Pengembangan Komunitas di Media Sosial .....	103
5.2.	Media Sosial <i>Young Social Entrepreneurs</i> Yogyakarta .....	105
5.2.1.	Instagram.....	105
5.2.2.	Facebook.....	105
5.2.3.	Twitter.....	106
5.2.4.	Youtube.....	107
VI.	<b>UNSUR PEMBERDAYAAN DALAM DUNIA DIGITAL OLEH <i>YOUNG SOCIAL ENTREPRENEURS</i> YOGYAKARTA.....</b>	<b>112</b>
6.1.	Unsur Pemberdayaan Melalui Media Sosial.....	112



6.1.1.	<i>Brand Story</i> .....	113
6.1.2.	<i>Brand Mission</i> .....	118
6.1.3.	<i>Product Sample</i> .....	122
6.1.4.	<i>Community Development</i> .....	124
6.1.5.	<i>Mixed Media</i> .....	128
6.1.6.	<i>Memorable Content and Packaging</i> .....	137
6.1.7.	<i>Differentiation</i> .....	144
6.2.	Tahapan Pengembangan Bisnis Dalam <i>Social Entrepreneurship</i> ....	162
6.3.	Perbandingan Pemberdayaan di Dunia Nyata dan Digital .....	163
VII.	<b>SOCIAL INFORMATION PROCESSING DAN STRUKTURISASI</b> .....	171
7.1.	<i>Social Information Processing</i> di Media Sosial.....	172
7.2.	Strukturisasi dalam <i>Social Information Processing</i> .....	176
VIII.	<b>TANTANGAN PEMBERDAYAAN DALAM DUNIA DIGITAL</b> .....	198
8.1.	Manajemen Profesional Perusahaan.....	198
8.2.	Pandangan Negatif Masyarakat .....	199
8.3.	<i>Content Creator</i> dengan Memanfaatkan Media Baru .....	202
8.4.	<i>Link Pemasaran</i> .....	203
8.5.	Menjaga Konsistensi Komunitas Anak Muda .....	204
IX.	<b>PENUTUP</b> .....	213
9.1.	Kesimpulan .....	213
9.2.	Rekomendasi.....	218
9.3.	Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	221
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	223
	<b>LAMPIRAN</b> .....	228