

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
1.5.1 Manfaat Teoritis	15
1.5.2 Manfaat Praktis	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
1.7 Waktu dan Tempat Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Penggunaan Media Sosial.....	18
2.2 Model Sosial Ekologi	19
2.3 Aktivitas Pemasaran sosial	22
2.4 Organisasi Disabilitas dan Lansia.....	26
2.5 Penelitian Terdahulu.....	31
2.5.1 Jurnal Nasional.....	31

2.5.2	Jurnal Internasional	37
2.6	Kerangka Penelitian.....	43
BAB III	METODELOGI PENELITIAN.....	45
3.1	Metode Penelitian.....	45
3.2	Paradigma Penelitian.....	46
3.3	Subjek & Objek Penelitian	46
3.3.1	Subjek Penelitian.....	46
3.3.2	Objek Penelitian.....	46
3.4	Teknik Pengumpulan Data Penelitian	47
3.5.1	Jenis Data	47
3.5.2	Informan Penelitian.....	49
3.5.3	Unit Analisis Data	50
3.5	Teknik Analisis Data	51
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	53
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1	Karakteristik Responden.....	54
4.2	Hasil Penelitian.....	60
4.2.1.	Penggunaan Media Sosial dalam Pemasaran Sosial	61
4.2.2.	Model Ekologi Sosial	84
4.3	Pembahasan	102
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	115
5.1	Kesimpulan.....	115
5.2	Keterbatasan Penelitian	115
5.3	Saran.....	117
	DAFTAR PUSTAKA	120
	LAMPIRAN.....	120