

## ABSTRAK

Konsep *Community relations* dewasa ini telah berkembang ke arah yang lebih strategis. Organisasi lebih terbuka untuk mengintegrasikan kepentingan mereka dengan kepentingan komunitasnya sehingga keduanya menemukan keseimbangan dan kesetaraan dalam hubungan. Perkembangan ini didorong oleh kesadaran organisasi akan potensi besar komunitas apabila dapat dikelola dengan baik untuk pertumbuhan praktik bisnis serta disisi lain turut berkontribusi bagi komunitas. Konsep *community relations* ini tergambar dalam model kewirausahaan sosial berbasis komunitas atau *community-based entrepreneurship*. Model bisnis ini menghadirkan konsep *community relations* yang tidak hanya berbasis kepentingan bisnis, namun melibatkan juga kepentingan dari komunitas itu sendiri. Dengan konsep *community relations* yang lebih kompleks dan dinamis dalam *community-based entrepreneurship*, penyusunan strategi komunikasi yang tepat menjadi faktor penentu dalam membantu penciptaan nilai organisasi terhadap komunitas. Agradaya sebagai salah satu *community-based entrepreneurship* telah melakukan praktik *community relations* yang berkelanjutan dengan komunitas petani Yogyakarta sejak tahun 2016.

Penelitian ini berusaha mengidentifikasi strategi komunikasi yang digunakan oleh Agradaya dalam membangun hubungan dengan komunitas petani Yogyakarta. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan 5 P oleh Mintzberg untuk mengidentifikasi strategi komunikasi Agradaya. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Agradaya dalam membangun *community relations*, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Hasil dari penelitian menemukan bahwa pendekatan strategi komunikasi yang digunakan oleh Agradaya dalam membangun *community relations* dengan komunitas petani Yogyakarta adalah *strategy as plan*, *strategy as pattern*, dan *strategy as perspective*. Agradaya menekankan pada penggunaan budaya atau nilai internal mereka yang tercermin pada setiap pengambilan pendekatan strategi yang digunakan. Pendekatan *strategy as position & strategy as ploy* dinilai kurang efektif karena kedua pendekatan ini lebih banyak membantu Agradaya dari segi perkembangan bisnis dibandingkan dengan perkembangan hubungan dengan komunitas.

**Kata kunci:** *community relations*, *community-based entrepreneurship*, strategi komunikasi

## ABSTRACT

*The concept of community relations today has developed in a more strategic direction. Organizations are more open to integrating their interests with the interests of their communities so that both find balance and equality in the relationship. This development is driven by the organization's awareness of the great potential of the community if it can be managed properly for the growth of business practices, while, on the other hand, contributing to the community. The concept of community relations is reflected in the community-based social entrepreneurship model or community-based entrepreneurship. This business model presents the concept of community relations, which is not only based on business interests but also involves the interests of the community itself. With the concept of community relations, which is more complex and dynamic in community-based entrepreneurship, the preparation of the right communication strategy is a determining factor in helping the creation of organizational value for the community. Agradaya, as one of the community-based enterprises, has carried out sustainable community relations practices with the Yogyakarta farmer community since 2016.*

*This research aims to identify the communication strategies used by Agradaya in building relationships with the Yogyakarta farming community. In this study, researchers used the 5-P's approach by Mintzberg to identify Agradaya's communication strategy. This research uses a qualitative approach and a case study method to find out how Agradaya's communication strategy is building community relations. The results of the study found that the communication strategy approach used by Agradaya in building community relations with the Yogyakarta farmer community was strategy as plan, strategy as pattern, and strategy as perspective. Agradaya emphasizes the use of their culture or internal values, which are reflected in each strategic approach used. The strategy as position and strategy as ploy approaches are considered less effective because these two approaches help Agradaya more for business purposes than developing relationships with the community.*

**Keywords:** *community relations, community-based entrepreneurship, strategic communication*