

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAS .....	iii
KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
1. Manfaat Akademis .....	5
2. Manfaat praktis .....	6
E. Kerangka Pemikiran .....	6
1. Humas dan publik organisasi .....	6
2. Community relations: Relasi mutual komunitas dan perusahaan ....	9
3. Komunitas .....	12
4. Komunitas mitra dalam konteks bisnis transportasi daring .....	16
F. Model Penelitian .....	18
G. Konseptualisasi .....	19

H. Metode Penelitian.....	20
1. Paradigma dan pendekatan penelitian .....	21
2. Metode penelitian .....	21
3. Objek penelitian .....	22
4. Teknik pengumpulan data .....	23
5. Teknik analisis data.....	24
6. Teknik validasi data .....	26
BAB II HUBUNGAN KOMUNITAS DAN MITRA PERUSAHAAN.....	27
A. CSR dan <i>community relations</i> : historiografi dan transformasi .....	27
B. <i>Community relations</i> kontemporer: paradigma baru .....	35
1. <i>Community relations</i> dalam kehumasan .....	35
2. Tujuan <i>community relations</i> .....	38
3. E-communication dan <i>community relations</i> dalam ruang digital ..	39
C. Tinjauan pustaka penelitian <i>community relations</i> .....	46
BAB III DESKRIPSI PERUSAHAAN PT JOGJAKARTA MULTI ANDALAN .	51
A. Gambaran umum perusahaan .....	51
Berikut merupakan detail profil identitas PT Jogjakita Multi Andalan:	
.....	56
1. Nama .....	56
B. Sejarah perusahaan .....	56
C. Visi dan misi perusahaan.....	60

D. Fasilitas dan layanan PT Jogjakita Multi Andalan .....	62
1. Layanan transportasi, kurir, dan belanja .....	62
2. Pembayaran daring .....	64
3. Pemesanan tiket daring .....	65
E. Struktur organisasi .....	65
1. Struktur kepengurusan organisasi .....	65
2. Budaya organisasi .....	69
<b>BAB IV HUBUNGAN KOMUNITAS PERUSAHAAN PADA KOMUNITAS MITRA .....</b>	<b>71</b>
A. <i>Community relations</i> PT Jogjakita Multi Andalan .....	71
1. Latar belakang perusahaan dan hubungannya dengan penyelenggaraan program community relations .....	72
2. Deskripsi kegiatan community relations pada mitra driver dan UMKM aplikasi Jogjakita .....	79
<b>B. Analisis praktik community relations PT Jogjakita Multi Andalan terhadap mitra aplikasi Jogjakita .....</b>	<b>110</b>
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>124</b>
A. <b>Kesimpulan .....</b>	<b>124</b>
B. <b>Saran .....</b>	<b>127</b>
DAFTAR PUSTAKA .....	128
LAMPIRAN .....	133
<b>Lampiran 1 Informed consent .....</b>	<b>133</b>

<b>Lampiran 2 Interview guide.....</b>	<b>146</b>
--	------------

<b>Lampiran 3 Transkrip wawancara .....</b>	<b>146</b>
---	------------

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Bagan rencana penelitian (Cutlip &amp; Center, 2009)</b>	19
<b>Gambar 2.1 Piramida dimensi CSR negara berkembang (Hamidu, dkk., 2016)</b>	33
<b>Gambar 3.1 Fitur layanan transportasi, belanja, dan kurir (Jogjakita.co.id)</b>	63
<b>Gambar 3.2 Layanan pembayaran daring aplikasi Jogjakita (Jogjakita.co.id)</b>	65
<b>Gambar 3.3 Layanan pemesanan tiket daring aplikasi Jogjakita (Jogjakita.co.id)</b>	65
<b>Gambar 3.4 Bagan struktur organisasi PT Jogjakita Multi Andalan (Data Pribadi Peneliti)</b>	66
<b>Gambar 4.1 Publikasi program KopDar akbar untuk mitra driver (Jogjakita_official, 2022)</b>	93
<b>Gambar 4.2 Publikasi program weekly competition (Jogjakita_official, 2022)</b>	95
<b>Gambar 4.3 Sesi sosialisasi safety riding dengan Astra Safety Riding Center Yogyakarta (Jogjakita_official, 2022)</b>	100
<b>Gambar 4.4 Publikasi program Bangun Jogja (Jogjakita_official, 2022)</b>	107
<b>Gambar 4.5 Publikasi program pemberian dana modal pada mitra merchant (Jogjakita_official, 2022)</b>	109
<b>Gambar 4.6 Model piramida PR research (Broom &amp; Sha, 2012)</b>	121

## **DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 1.1 Manfaat keterlibatan komunitas dan organisasi</b>	<b>14</b>
<b>Tabel 1.2 Kerangka konsep</b>	<b>20</b>
<b>Tabel 1.3 Tahapan analisis data dalam penelitian</b>	<b>25</b>
<b>Tabel 2.1 Perbandingan konsep publik dan komunitas</b>	<b>35</b>