



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR BAGAN DAN SKEMA	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Kerangka Teori	9
1. Teori Modal Sosial	9
1.1 Kepercayaan	10
1.2 Jaringan	13
1.3 Norma.....	16
F. Kerangka Pemikiran.....	19
G. Metode Penelitian	21

BAB II DESKRIPSI SUBYEK PENELITIAN

A. Profil Alun-alun Selatan Yogyakarta	27
A.1 Deskripsi Alun-alun Selatan Yogyakarta	27
A.2 Sejarah Alun-alun Selatan Yogyakarta	29
A.3 Profil Kepariwisata Alun-alun Selatan Yogyakarta	33
B. Keadaan Sosial Budaya.....	37

BAB III PROFIL USAHA ODONG-ODONG

A. Sejarah Odong-odong	40
B. Sistem Usaha Odong-odong	44
C. Sejarah Berdirinya Paguyuban Pelaku Pariwisata Alun-alun Kidul	48
D. Sistem Kepengurusan Paguyuban Pelaku Pariwisata Alun-alun Kidul	50
E. Bentuk Kepercayaan dalam Usaha Odong-odong.....	51
E.1 Bentuk Kepercayaan antara Produsen dengan Agen	51
E.2 Bentuk Kepercayaan antara Paguyuban dengan Pengusaha.....	54
E.3 Bentuk Kepercayaan antara Pengusaha dengan Operator	55
F. Bentuk Jaringan dalam Usaha Odong-odong	56
F.1 Bentuk Jaringan pada Produsen	56
F.2 Bentuk Jaringan pada Agen	59
F.3 Bentuk Jaringan pada Paguyuban, Pengusaha, dan Operator	60
G. Bentuk Norma dalam Usaha Odong-odong	61

BAB IV MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN USAHA ODONG-ODONG

A. Relasi Kepercayaan antara Produsen, Agen, Paguyuban, Pengusaha dan Operator Odong-odong di Alun-alun Selatan Kota Yogyakarta.....	64
--	----



A.1 Relasi Kepercayaan antara Produsen dengan Agen	64
A.2 Relasi Kepercayaan antara Paguyuban dengan Pengusaha.....	68
A.3 Relasi Kepercayaan antara Pengusaha dengan Operator	72
B. Norma dalam Usaha Odong-odong di Alun-alun Selatan Kota Yogyakarta	75
C. Jaringan yang Terbentuk pada Usaha Odong-odong di Alun-alun Selatan Kota Yogyakarta	80
C.1 Jaringan yang Terbentuk pada Produsen.....	80
C.2 Jaringan yang Terbentuk pada Agen	82
C.3 Jaringan yang Terbentuk pada Paguyuban, Pengusaha, dan Operator	83
D. Timbal Balik antara Produsen, Agen, Paguyuban, Pengusaha, dan Operator	85
E. Analisis Modal Sosial dalam Pengembangan Wisata Odong-odong di Alun- alun Selatan Kota Yogyakarta.....	86
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	92
B. Kritik dan Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96