

## DAFTAR ISI

<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Pemikiran	5
1. <i>Community Relations</i>	5
2. <i>Manajemen Community Relations</i>	8
3. <i>Relationship Building</i>	14
4. Komunitas Kreatif Digital	16
F. Kerangka Konsep	19
G. Metodologi Penelitian	22
1. Metode Penelitian	22
2. Lokasi Penelitian	23
3. Obyek Penelitian	23
4. Teknik Pengumpulan Data	24
5. Jenis Data	24
6. Teknik Analisis Data	25
7. Uji Keabsahan Data	26
<b>BAB II COMMUNITY RELATIONS DALAM ORGANISASI</b>	<b>27</b>
A. Perkembangan <i>Community Relations</i> sebagai Fungsi <i>Public Relations</i>	27
B. Peran Komunitas bagi Organisasi	35
C. Masyarakat era ICT	40
D. Tinjauan penelitian terdahulu	42
<b>BAB III A-Z PROFIL ORGANISASI JOGJA DIGITAL VALLEY</b>	<b>45</b>
A. Sejarah	45
B. Identitas Organisasi	46
1. Nama	46

2. Alamat	46
3. Logo	46
4. Misi dan Tujuan	46
5. Positioning	47
6. Cabang dan Jaringan	47
7. Fasilitas dan Layanan	48
8. Struktur Organisasi	49
<b>BAB IV MANAJEMEN COMMUNITY RELATIONS</b>	
<b>PADA PROGRAM INTERNAL ORGANISASI</b>	<b>52</b>
A. Manajemen Community Relations JDV	
1. Latar Belakang Kegiatan Community Relations	53
2. Deskripsi Manajemen Community Relations pada Program Internal Organisasi	
B. Analisis Manajemen Community Relations JDV	78
1. Analisis Latar Belakang Kegiatan Community Relations	78
2. Analisis Tahapan Manajemen Community Relations pada Program Internal Organisasi	81
<b>BAB V PENUTUP</b>	<b>97</b>
A. Kesimpulan	97
B. Saran	100
Daftar Pustaka	103
Transkrip Wawancara	106