

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I           PENDAHULUAN</b>	
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Identifikasi Masalah.....	8
I.3 Rumusan Masalah.....	11
I.4 Tujuan Penelitian .....	11
I.5 Kegunaan Penelitian .....	11
I.6 Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II           SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN</b>	
II.1 Subjek Penelitian .....	14
II.1.1 <i>BMW Group</i> .....	14
II.1.2 Kendaraan Listrik BMW .....	15
II.1.3 Visi dan Misi BMW .....	17
II.1.4 <i>BMW Group</i> Indonesia .....	19
II.1.5 <i>Vice President of Corporate Communication</i> <i>BMW Group</i> Indonesia .....	20
II.2 Objek Penelitian .....	21
II.2.1 <i>Public Relations Campaign</i> .....	22
<b>BAB III          TINJAUAN PUSTAKA</b>	
III.1 Komunikasi .....	25
III.1.1 Definisi Komunikasi .....	26
III.1.2 Model Komunikasi.....	27
III.2 Definisi <i>Public Relations</i> .....	30
III.2.1 <i>Kampanye Public Relations</i> .....	34
III.3 <i>Marketing Public Relations</i> .....	40
III.3.1 Definisi <i>Marketing Public Relations</i> .....	40
III. 4 Kerangka Pemikiran.....	42

<b>BAB IV</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
	IV.1 Pendekatan Penelitan.....	43
	IV.2 Definisi Konseptual .....	45
	IV. 3 Metode Penelitian .....	46
	IV.3 Metode Pengumpulan Data.....	48
	IV.4 Unit Analisis Data.....	52
	IV.5 Informan Kunci dan Informan .....	52
	IV.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	54
	IV.7 Rencana Analisis Data .....	56
<b>BAB V</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
	V.1 Hasil Penelitian.....	59
	V.1.1 <i>Public Relations</i> Di <i>BMW Group</i> Indonesia...60	
	V.1.2 <i>Public</i> di <i>Public Relations</i> <i>BMW Group</i> Indonesia.....	61
	V.1.3 Aktifitas <i>Public Relations</i> <i>BMW Group</i> Indonesia .....	62
	V.1.4 Fungsi & Tujuan <i>Public Relations</i> <i>BMW Group</i> Indonesia .....	63
	V.1.5 Promosi <i>BMW i8 Roadster</i> Sebagai Bentuk <i>Public Relations Campaign</i> <i>BMW Group</i> Indonesia .....	64
	V.1.6 Identifikasi Isu dan Pernyataan Masalah.....	65
	V.1.7 Riset, Disain & Pesan Kunci .....	66
	V.1.8 Identifikasi Target Publik.....	68
	V.1.9 Penetapan Tujuan & Objektif.....	70
	V.1.10 Disain & Implementasi Strategi & Taktik .....	72
	V.1.11Evaluasi .....	74
	V.2 Pembahasan Penelitian .....	75
	V.2.1 Penerapan <i>Public Relations</i> Oleh <i>BMW Group</i> Indonesia .....	76
	V.2.2 Promosi <i>BMW i8 Roadster</i> Sebagai Bentuk <i>Public Relations Campaign</i> <i>BMW Group</i> Indonesia .....	79
	V.2.2.1 Identifikasi Isu & Pernyataan Masalah. .....	90
	V.2.2.2 Riset, Disain & Pesan Kunci .....	91
	V.2.2.3 Identifikasi Target Publik.....	94
	V.2.2.4 Penetapan Tujuan & Objektif.....	97

	V.2.2.5 Disain & Implementasi Strategi & Taktik .....	99
	V.3 Evaluasi .....	104
<b>BAB VI</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
	VI.1 Kesimpulan .....	107
	VI.2 Saran .....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		
<b>CURRICULUM VITAE</b>		



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Penjualan Mobil Selama 3 Bulan Pertama Tiap Tahun	2
Gambar 1.2. <i>Booth</i> BMW & Mobil listrik BMW di ajang GIIAS 2018	9
Gambar 2.1. Logo BMW	15
Gambar 2.2. Contoh Model Kendaraan Listrik BMW	17
Gambar 2.3. <i>Vice President of Corporate Communication</i> BMW	20
Gambar 2.4. Poster Komunikasi Mobil Listrik BMW Pada Ajang GIIAS	24
Gambar 3.1. Model Komunikasi Linear	29
Gambar 3.2. Kerangka Pemikiran	42
Gambar 5.1. <i>BMW Pavilion</i> Pada Ajang GIIAS 2018	82
Gambar 5.2. Acara Peluncuran BMW i8 Roadster Pada Ajang GIIAS	84
Gambar 5.3. <i>Top Management</i> BMW Group Indonesia	85
Gambar 5.4. <i>Booth</i> Kerjasama BMW dan Pertamina di GIIAS 2018	87
Gambar 5.5. Diskusi Kendaraan Listrik BMW di GIIAS 2018	102
Gambar 5.6 <i>BMW Genius</i> Pada Ajang GIIAS 2018	103



## DAFTAR TABEL

Tabel 5.1.1.1 Kutipan informan terkait Klasifikasi Pesan .....	60
Tabel 5.1.1.2 Kutipan informan terkait Klasifikasi Pesan .....	61
Tabel 5.1.1.3 Kutipan informan terkait Klasifikasi Pesan .....	62
Tabel 5.1.1.4 Kutipan informan terkait Klasifikasi Pesan .....	63
Tabel 5.1.1.5 Kutipan informan terkait Klasifikasi Pesan .....	64
Tabel 5.1.1.6 Kutipan informan terkait Klasifikasi Pesan .....	65
Tabel 5.1.1.7 Kutipan informan terkait Klasifikasi Pesan .....	66
Tabel 5.1.1.8 Kutipan informan terkait Klasifikasi Pesan .....	68
Tabel 5.1.1.9 Kutipan informan terkait Klasifikasi Pesan .....	70
Tabel 5.1.1.10Kutipan informan terkait Klasifikasi Pesan .....	72
Tabel 5.1.1.11Kutipan informan terkait Klasifikasi Pesan .....	74



## DAFTAR LAMPIRAN

### LAMPIRAN A

Lembar <i>Monitoring</i> Bimbingan Tugas Akhir .....	A-1
Pertanyaan Wawancara Informan Kunci .....	A-2
Pertanyaan Wawancara Informan .....	A-9

### LAMPIRAN B

Transkrip Wawancara Dengan Informan Kunci 1 .....	B-1
Transkrip Wawancara Dengan Informan BMW 1.....	B-15
Transkrip Wawancara Informan Konsumen BMW 2 .....	B-18
Transkrip Wawancara Informan Konsumen BMW 3 .....	B-21
<i>Coding Table</i> .....	B-24

