

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Pertanyaan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Manfaat Akademis	11
1.5.2 Manfaat Praktis	11
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 <i>Public Relations</i>	17
2.1.2 Kampanye.....	18
2.1.3 Kampanye <i>Public Relations</i>	19
2.1.4 ESG (<i>Environment, Social, Governance</i>)	25
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.2.1 Literatur Review Nasional	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Paradigma Penelitian	41

3.2 Subjek & Objek Penelitian.....	42
3.2.1 Subjek Penelitian.....	42
3.2.2 Objek Penelitian	43
3.2.3 Lokasi Penelitian	43
3.3 Unit Analisis Penelitian	43
3.4 Narasumber	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6 Metode Analisis Data.....	47
3.7 Teknik Keabsahan Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Profil Informan Penelitian.....	50
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 Strategi Manajemen Isu Kampanye ESG.....	54
4.2.2 Implementasi Tujuan Kampanye ESG	61
4.3 Pembahasan.....	64
4.3.1 Strategi Manajemen Isu Kampanye ESG	65
4.3.2 Implementasi Tujuan Kampanye ESG	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	84
5.2.1 Saran Akademis.....	84
5.2.2 Saran Praktis.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN	89