DAFTAR ISI

	Hal
LEMBAR PENGESAHAN …… ..	i
SURAT PERNYATAAN ……..	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN……	iii
ABSTRAK……..	iv
ABSTRACT…….	v
KATA PENGANTAR……	vi
DAFTAR ISI…….…….	ix
DAFTAR TABEL…….	xiv
DAFTAR GAMBAR…….……	xv
DAFTAR LAMPIRAN…….……	xvi
BAB I PENDAHULUAN……..	1
1.1 Latar Belakang Masalah……..	1
1.2 Rumusan Masalah……	6
1.2.1 Rumusan Masalah Makro……	6
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro……	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian……	7
1.3.1 Maksud Penelitian……	7

1.3.2 Tujuan Penelitian…….. 8

1.4 Kegunaan Penelitian…… 8

1.4.1 Kegunaan Teoritis…… 8

1.4.2 Kegunaan Praktis……. 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN... 10

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu…… 10

2.2 Tinjauan Pustaka…… 13

2.2.1 Tinjauan Tentang Pengertian dan Ruang Lingkup Komunikasi… 13

2.2.1.1 Pengertian Komunikasi…….…… 13

2.2.1.2 Konteks Komunikasi…….…….. 16

2.2.1.3 Unsur-unsur Komunikasi…….…….. 17

2.2.1.4 Proses Komunikasi…….…….. 20

2.2.1.5 Tujuan Komunikasi…….…….. 21

2.2.1.6 Fungsi Komunikasi…….…….. 22

2.2.1.2 Prinsip-prinsip Komunikasi…….…….. 23

2.2.2 Tinjauan Tentang Strategi…… 25

2.2.3 Tinjauan Tentang Promosi…..…… 31

2.2.4 Tinjauan Tentang Strategi Promosi…….…… 32

2.2.5 Tinjauan Tentang Produk…….. 34

2.2.6 Tinjauan Tentang Heidami Ramen……. 36

2.3 Kerangka Pemikiran……. 36

2.3.1 Kerangka Teoritis…….…… 37

2.2.2 Model Alur Kerangka Pemikiran……..…… 40

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN……..……. 44

3.1 Objek Penelitian…….……..... 44

3.1.1 Sejarah Heidami Ramen…….…… 44

3.1.2 Logo Heidami Ramen……...…… 46

3.1.3 Produk Heidami Ramen…….……. 47

3.2 Metode Penelitian……..…….. 48

3.2.1 Desain Penelitian……..... 48

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data……...…… 50

3.2.2.1 Studi Pustaka……..... 50

3.2.2.2 Studi Lapangan……..... 51

3.2.3 Teknik Penentuan Informan…….. 53

3.2.4 Teknik Analisis Data…….…… 55

3.2.5 Uji Keabsahan Data…….……...……... 58

3.2.6 Lokasi dan Waktu Penelitian…….. 60

3.2.6.1 Lokasi Penelitian……..... 60

3.2.6.2 Waktu Penelitian…… 60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN…… 62

4.1 Profil Informan Peneliti…….……. 64

4.2 Profil Key Informan…….…… 65

4.3 Hasil Penelitian……..…… 70

4.3.1 Bagaimana *(Advertising)* Periklanan yang dilakukan Heidami Ramen dalam menarik minat konsumen dikalangan mahasiswa Kota Bandung……..…… …… 71

4.3.2 Bagaimana *Personal Selling* yang dilakukan Heidami Ramen dalam menarik minat konsumen dikalangan mahasiswa Kota Bandung…….…..……...… 76

4.3.3 Bagaimana Promosi Penjualanan yang dilakukan Heidami Ramen dalam menarik minat konsumen dikalangan mahasiswa Kota Bandung……79

4.3.4 Bagaimana Hubungan Masyarakat yang dilakukan Heidami Ramen dalam menarik minat konsumen dikalangan mahasiswa Kota Bandung……...……. 82

4.4 Pembahasan Penelitian……...……. 84

4.4.1 *Advertising* (Periklanan)……..85

4.4.2 *Personal Selling*……..……..88

4.4.3 Promosi Penjualan…….……..89

4.4.4 Hubungan Masyarakat...……..92

BAB V SIMPULAN DAN SARAN…….. 95

5.1 Simpulan…… 95

5.2 Saran……..…….. 96

DAFTAR PUSTAKA……..... 98

LAMPIRAN-LAMPIRAN…… 101

DAFTAR RIWAYAT HIDUP……

DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**

Tabel 2.1 Tabel Tinjauan Penelitian Terdahulu……..... 10

Tabel 3.1 Tabel Daftar Nama Informan…… 54

Tabel 3.2 Tabel Daftar Nama Informan Kunci…….…….. 54

Tabel 3.3 Waktu dan Jadwal Penelitian Februari-Juli …….. 61

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

Gambar 2.1 Proses Komunikasi…..…….. 21

Gambar 2.2 Kerangka Pengalaman…….……. 24

Gambar 2.4 Model Strategi Promosi Heidami Ramen…… 41

Gambar 3.1 Logo Heidami Ramen……..…… … 46

Gambar 4.1 Foto Hestri Damayanti…….…….... 64

Gambar 4.2 Foto Novi Sri Astuti…… 65

Gambar 4.3 Foto Gina Gantika Amelia…….. 66

Gambar 4.4 Foto Desti…….. 67

Gambar 4.5 Foto Sari…….…… 68

Gambar 4.6 Foto Lisda……..... 69

Gambar 4.7 Iklan Heidami Ramen…….. …….. 86

Gambar 4.8 Model Periklanan Heidami Ramen……. 87

Gambar 4.9 Model Personal Selling Heidami Ramen…… 89

Gambar 4.10 Promosi Heidami Ramen……..…… 90

Gambar 4.11 Model Promosi Penjualan Heidami Ramen……. 92

Gambar 4.12 Model Hubungan Masyarakat Heidami Ramen……. 94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara Informan……..…… 102

Lampiran 2 : Pedoman Wawancara Key Informan……. 103

Lampiran 3 : Transkip Wawancara Informan……. 105

Lampiran 4 : Transkip Wawancara Key Informan……. 108

Lampiran 5 : Observasi…… 123

Lampiran 6 : Surat Rekomendasi Pembimbing……... 124

Lampiran 7 : Pengajuan Pendaftaran Seminar Usulan Penelitian……. 125

Lampiran 8 : Berita Acara Bimbingan…..…… 126

Lampiran 9 : Persetujuan Menjadi Pembimbing Skripsi…….. 127

Lampiran 10 : Lembar Revisi Usulan Penelitian …… 128