

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
HALAMAN MAKSUD PENULISAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN PANTIA PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAM MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	x
UCAPAN TERIMA KASIH.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
1.2 Rumusan Masalah.....	I-9
1.3 Tujuan Penelitian.....	I-9
1.4 Manfaat Penelitian.....	I-9
1.5 Tinjauan Pustaka.....	I-10
1.5.1 Komunikasi.....	I-10
1.5.2 Pemasaran.....	I-14
1.5.3 Komunikasi Pemasaran.....	I-16
1.5.4 Tanggapan terhadap Kegiatan Komunikasi Pemasaran.....	I-24
1.6 Definisi Konseptual.....	I-27
1.7 Definisi Operasional.....	I-28
1.8 Metodologi Penelitian.....	I-30

1.8.1	Metode dan Fokus Penelitian.....	I-30
1.8.2	Lokasi Penelitian.....	I-31
1.8.3	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	I-32
1.8.3.1	Populasi.....	I-32
1.8.3.2	Teknik Pengambilan Sampel.....	I-32
1.8.4	Teknik Pengumpulan Data.....	I-34
1.8.5	Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	I-36
1.8.5.1	Teknik Pengolahan Data.....	I-36
1.8.5.2	Teknik Analisis Data.....	I-36
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN		
II.1	C2O Library & Collabtive.....	II-1
II.1.1	Sejarah Berdiri.....	II-1
II.1.2	Visi dan Misi C2O Library & Collabtive.....	II-3
II.1.3	Struktur Organisasi.....	II-3
II.1.4	Lokasi C2O Library & Collabtive.....	II-4
II.1.5	Produk C2O Library & Collabtive.....	II-4
II.1.5.1	Koleksi C2O Library & Collabtive.....	II-4
II.1.5.2	Kegiatan C2O Library & Collabtive.....	II-5
II.1.6	Kenggotaan C2O Library & Collabtive.....	II-8
II.1.7	Harga.....	II-11
II.1.8	Kegiatan Komunikai Pemasaran di C2O Library & Collabtive.....	II-11
BAB III PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA		
III.1	Karakteristik Responden.....	III-1
III.1.1	Usia Responden.....	III-1
III.1.2	Pekerjaan Responden.....	III-2
III.1.3	Lama Menjadi Responden.....	III-3
III.2	Aspek Kognitif.....	III-4
III.2.1	Pengenalan Perpustakaan C2O.....	III-4
III.2.2	Promosi Perpustakaan.....	III-5
III.2.3	Ulasan Mengenai Perpustakaan C2O.....	III-6

III.2.4	Media yang Mengulas Tentang Perpustakaan C2O.....	III-7
III.2.5	Perpustakaan Sebagai Pihak Kontributor Acara.....	III-8
III.2.6	Booth/ stan Sebagai Sarana Pemasaran Perpustakaan...	III-9
III.2.7	Kunjungan terhadap Booth Perpustakaan C2O.....	III-10
III.2.8	Komponen yang di Tampilkan pada Media Booth/stan	III-11
III.2.9	Website atau Media Sosial (facebook, twitter) Perpustakaan C2O.....	III-11
III.2.10	Kegunaan Isi/content dari Situs atau Media Sosial Perpustakaan C2O.....	III-12
III.2.11	<i>Newsletter</i> Bulanan Perpustakaan C2O Versi <i>Online</i>	III-13
III.2.12	Penggunaan <i>Newsletter Online</i>	III-14
III.2.13	Kemampuan mengingat koleksi yang dimiliki oleh perpustakaan.....	III-14
III.2.14	Mengingat ragam program/ kegiatan dari perpustakaan C2O.....	III-15
III.3	Aspek Afektif.....	III-17
III.3.1	Ketertarikan pada Perpustakaan C2O.....	III-17
III.3.2	Ketertarikan pada Koleksi yang di miliki Perpustakaan C2O.....	III-18
III.3.3	Anggapan terhadap Koleksi Perpustakaan C2O.....	III-19
III.3.4	Kenyamanan Membaca di Perpustakaan.....	III-20
III.3.5	Desain/ Tata Ruang Perpustakaan C2O.....	III-21
III.3.6	Pelayanan Perpustakaan C2O.....	III-21
III.3.7	Respon pustakawan dalam Proses Peminjaman Koleksi.....	III-22
III.3.8	Sikap Pustakawan Perpustakaan C2O.....	III-23
III.3.9	Komunikasi Pustakawan dengan Pengunjung.....	III-24
III.3.10	Layanan Sirkulasi Perpustakaan.....	III-25
III.3.11	Lokasi Perpustakaan C2O.....	III-25
III.3.12	Jam Operasional Perpustakaan C2O.....	III-26
III.3.13	Biaya Peminjaman di Perpustakaan C2O.....	III-27

III.3.14	Pemanfaatan Perpustakaan Karena Koleksi Perpustakaan.....	III-28
III.3.15	Pemanfaatan Perpustakaan Karena Kegiatan Perpustakaan.....	III-29
III.3.16	Keterlibatan dalam Event/acara Perpustakaan C2O.....	III-30
III.4	Aspek Konatif.....	III-31
III.4.1	Menjadi Anggota Perpustakaan.....	III-31
III.4.2	Intensitas Kunjungan/ pemanfaatan Perpustakaan C2O	III-32
III.4.3	Intensitas Kunjungan pada Situs atau Media Sosial Perpustakaan C2O.....	III-34
III.4.4	Pemanfaatan Koleksi Perpustakaan.....	III-35
III.4.5	Pemanfaatan Program Kegiatan.....	III-36
III.4.6	Keterlibatan dalam Project Kegiatan.....	III-37
III.4.7	Sumber Informasi Tentang Perpustakaan C2O.....	III-38
III.4.8	Ajakan atau Anjuran untuk Memanfaatkan Perpustakaan.....	III-40
III.4.9	Ajakan Untuk Terlibat dalam Kegiatan Perpustakaan C2O.....	III-41
III.4.10	<i>Volunteer</i> (sukarelawan) Perpustakaan C2O.....	III-42
III.4.11	Donasi buku, majalah, VCD atau DVD untuk perpustakaan C2O.....	III-43
BAB IV ANALISIS TEORITIK		
IV.1	Tanggapan terhadap Kegiatan Komunikasi Pemasaran C2O Library & Collabative.....	IV-1
IV.1.1	Aspek Kognitif.....	IV-3
IV.1.2	Aspek Afektif.....	IV-9
IV.1.3	Aspek Konatif.....	IV-14
BAB V KESIMPULAN & SARAN		
V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran.....	V-3

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

2.1 Rincian Koleksi Perpustakaan C2O.....	II-5
2.2 Tabel Jenis Keanggotaan.....	II-9
2.3 Rincian Anggota Perpustakaan.....	II-10
3.1 Karakteristik Usia Responden.....	III-2
3.2 Karakteristik Pekerjaan Responden.....	III-2
3.3 Karakteristik Lama Menjadi Anggota Responden.....	III-3
3.4 Pengenalan Perpustakaan C2O.....	III-4
3.5 Promosi Perpustakaan C2O.....	III-5
3.6 Ulasan Mengenai Perpustakaan C2O.....	III-7
3.7 Media yang Mengulas Tentang Perpustakaan C2O.....	III-7
3.8 Kontribusi Perpustakaan dalam Suatu Acara.....	III-8
3.9 Booth/ stan Sebagai Sarana Pemasaran Perpustakaan.....	III-9
3.10 Kunjungan terhadap Booth Perpustakaan C2O.....	III-10
3.11 Website atau media social (facebook, twitter) perpustakaan C2O.....	III-11
3.12 Kegunaan isi/ content dari website dan media sosial.....	III-12
3.13 <i>Newsletter</i> Bulanan Perpustakaan C2O Versi <i>Online</i>	III-13
3.14 Penggunaan <i>Newsletter Online</i>	III-14
3.15 Kemampuan mengingat Koleksi.....	III-15
3.16 Kemampuan mengingat Program/project.....	III-16
3.17 Ketertarikan pada perpustakaan C2O.....	III-17
3.18 Ketertarikan pada koleksi yang di miliki Perpustakaan C2O.....	III-18
3.19 Anggapan terhadap Koleksi Perpustakaan C2O.....	III-19
3.20 Kenyamanan Membaca di Perpustakaan.....	III-20
3.21 Desain Tata Ruang Perpustakaan C2O.....	III-21
3.22 Pelayanan Perpustakaan C2O.....	III-21
3.23 Respon pustakawan dalam Proses Peminjaman Koleksi.....	III-22
3.24 Sikap Pustakawan Perpustakaan C2O.....	III-23

3.25 Komunikasi Pustakawan dengan Pengunjung.....	III-24
3.26 Layanan Sirkulasi Perpustakaan C2O.....	III-25
3.27 Lokasi Perpustakaan C2O.....	III-25
3.28 Jam Operasional Perpustakaan C2O.....	III-27
3.29 Biaya Peminjaman di Perpustakaan C2O.....	III-27
3.30 Pemanfaatan Perpustakaan Karena Koleksi Perpustakaan.....	III-28
3.31 Pemanfaatan Perpustakaan Karena Kegiatan Perpustakaan.....	III-29
3.32 Keterlibatan dalam Event/acara Perpustakaan C2O.....	III-30
3.33 Alasan Menjadi Anggota.....	III-31
3.34 Intensitas Kunjungan/ pemanfaatan Perpustakaan C2O.....	III-32
3.35 Intensitas Kunjungan pada Situs atau Media Sosial Perpustakaan C2O.....	III-34
3.36 Pemanfaatan Koleksi Perpustakaan.....	III-35
3.37 Pemanfaatan Program Kegiatan.....	III-36
3.38 Pemanfaatan Project Kegiatan.....	III-37
3.39 Sumber Informasi Tentang Perpustakaan C2O.....	III-39
3.40 Ajakan atau Anjuran untuk Memanfaatkan Perpustakaan.....	III-40
3.41 Ajakan Untuk Terlibat dalam Kegiatan Perpustakaan C2O.....	III-41
3.42 Volunteer Perpustakaan C2O.....	III-42
3.43 Donasi Koleksi untuk Perpustakaan C2O.....	III-43

DAFTAR GAMBAR

1.1 Tujuan Komunikasi, Tanggapan Khalayak dan Proses Pembelian.....	I-1
---	-----

