

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL PERPUSTAKAAN MISI PUSTAKA 2019

"REVITALISASI PERAN PERPUSTAKAAN DI ERA DISRUPSI TEKNOLOGI"



Gedung Soerachman
Jember, 23-24 Juli 2019

UPT PERCETAKAN DAN PENERBITAN
UNIVERSITAS JEMBER
2019

SEMINAR NASIONAL PERPUSTAKAAN MISI PUSTAKA 2019

**‘REVITALISASI PERAN PERPUSTAKAAN DI ERA
DISRUPSI TEKNOLOGI’**

Reviewer: Drs. Annur Rofiq, MA., MSc.

Tim Penyusun:

Ketua : Ida Widiastuti, S.Sos.,M.I.Kom.

Anggota:

Khusnun Nadhifah,S.Kom.,M.M.

Kurnadi,S.Sos., M.I.Kom.

Achmad Taufik H.,S.Kom., M.M.

Iswahyudi, S.Sos.,M.M.

Dra. Sukezi, S.Sos.

Ighfirli Yaumil Akhda, S.IIP.

ISBN: 978-623-7226-36-9

Design Cover dan Lay out:

Ighfirli Yaumil Akhda,S.IIP

Khusnun Nadhifah,S.Kom.,M.M.

Penerbit:

UPT Percetakan dan Penerbitan

Universitas Jember

Alamat:

Jl.Kalimantan 37 Jember

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang. Dilarang memperbanyak tanpa ijin tertulis dari penerbit, sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apapun, baik cetak, photoprint, maupun microfilms

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi ALLah SWT, Salam dan sholawat bagi Baginda Nabi Muhammad SAW, qudwah ummat sepanjang masa. Puji syukur kami panjatkan, dengan kemurahan dan kasih sayangNYA, Prosiding UPT Perpustakaan Tahun 2019 ini bisa diselesaikan. Prosiding ini berisi kumpulan artikel yang telah dipresentasikan dalam kegiatan Seminar Nasional dan *Call For Paper* dengan tema "Revitalisasi Peran Perpustakaan di Era Disrupsi Teknologi" yang diselenggarakan pada tanggal 23 – 24 Juli 2019.

Berbagai ide dan pengalaman berharga dalam tulisan artikel-artikel yang terpilih ini merupakan bagian dari semangat untuk memajukan pengelolaan perpustakaan di tengah segala tantangan perkembangan teknologi yang semakin pesat dan membawa dampak pada pola penelusuran informasi dan pengelolaan perpustakaan yang modern. Selain itu kegiatan ini merupakan hal yang positif dalam membina kemampuan SDM pustakawan melalui karya ilmiah yang bermanfaat untuk pengembangan dunia perpustakaan.

Besar harapan kami, prosiding ini memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, khususnya pustakawan, para pengelola perpustakaan dan informasi, dan pengambil kebijakan serta masyarakat pendidikan pada umumnya. Terima kasih kami ucapkan atas seluruh kerja sama. Semoga Allah SWT selalu melindungi kita semua. Aamin.

Kepala Perpustakaan,
Ida Widiastuti,S.Sos.,M.I.Kom.

DAFTAR ISI

JUDUL	Halaman
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
Berbagi Data Riset Melalui Perpustakaan Untuk Meningkatkan Visibilitas Perguruan Tinggi <i>Riana Mardina</i>	1-13
Penerapan Metode Kaidah Asosiasi Data Mining Untuk Pengadaan Buku Di Perpustakaan <i>Eko Nur Hermansyah & Arief Andriono</i>	14-23
Peran Pustakawan Sebagai Mitra Riset Di Era Digital:Sebuah Literature Riview <i>Rochani Nani Rahayu & Yupi Royani</i>	24-43
Dampak Pelayanan Perpustakaan Terhadap Prestasi Akademik: Studi Kasus Perpustakaan Stie Perbanas Surabaya <i>Munawarroh & Arienda Addis Prasetyo</i>	44-56
Peran Pustakawan Perguruan Tinggi Sebagai Mitra Riset Di Era Digital Library <i>Thamrin Hasan</i>	57-72

Prosiding Seminar Nasional UPT Perpustakaan Universitas Jember 2019
Pengaruh Kepemimpinan Inspirasional,
Tunjangan Fungsional, Motivasi Kerja Dan
Kedisiplinan Kerja Terhadap Kinerja Pustakawan

Sungadi..... 73-99

Peluang Dan Hambatan Pemanfaatan Media Sosial
Sebagai Strategi Promosi Perpustakaan (Studi
Pada Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro
Semarang)

Ulul Absor & Aan Prabowo..... 100-109

Membangun Personal Branding Pustakawan
Universitas Jember di Era Revolusi Industri 4.0

Khusnun Nadhifah..... 110-123

Analisis Problematika Manajemen Sistem
Informasi Perpustakaan Perguruan Tinggi Islam di
Indonesia Menghadapi Era Disrupsi Teknologi

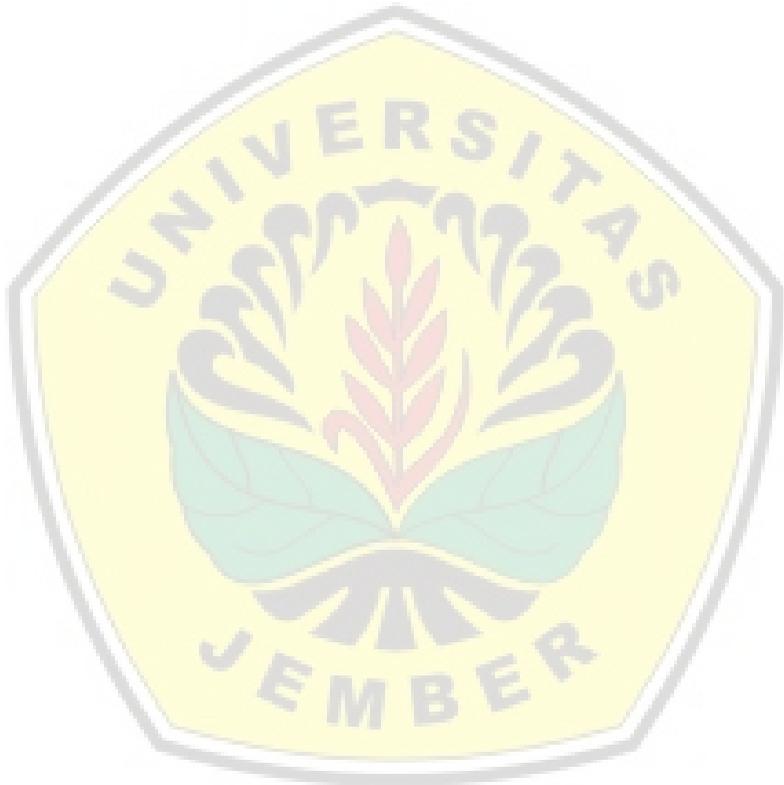
Rhoni Rodin..... 124-140

Model Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi di
Era Milenial

Rahmat Iqbal..... 141-154

Digital Repository Universitas Jember

Prosiding Seminar Nasional UPT Perpustakaan Universitas Jember 2019



MEMBANGUN *PERSONAL BRANDING* PUSTAKAWAN UNIVERSITAS JEMBER DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Khusnun Nadhifah

Pustakawan Ahli Muda Universitas Jember

Chusunun.library@unej.ac.id

ABSTRAK

*Revolusi industri 4.0 merubah banyak bidang kehidupan manusia, termasuk **ekonomi**, dunia kerja, gaya hidup manusia dan dunia perpustakaan. Keberadaan tenaga manusia di perpustakaan banyak tergantikan oleh teknologi sehingga pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien. Fenomena tersebut, memberikan dampak bahwa pustakawan harus melakukan perubahan dan menyesuaikan diri agar profesinya tidak tertindas dengan teknologi. Menjadi keharusan pustakawan untuk menyelaraskan dengan kebutuhan yang diharapkan usernya. Kondisi lapangan menunjukkan pustakawan belum banyak melakukan transformasi dan defensif dalam menghadapi era revolusi industri 4.0. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana upaya Perpustakaan Universitas Jember (UNEJ) mengembangkan personal branding pustakawan di era revolusi industri 4.0.? Tujuan penelitian untuk menganalisis upaya Perpustakaan UNEJ dalam membangun personal branding pustakawan. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif yang memberikan gambaran tentang upaya Perpustakaan UNEJ dalam membangun personal branding pustakawan mulai Desember 2017–Mei 2019. Subyek penelitian berjumlah 15 pustakawan. Sumber data menggunakan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan*

dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan untuk membangun personal branding pustakawan dilakukan dengan membangun persepsi kualitas kelembagaan, membangun kesadaran kualitas layanan, membangun kesadaran merek/brand pustakawan yang terdiri dari tahapan Unaware of Brand (tidak meyakini Pustakawan), Brand Recognition (Pengenalan Pustakawan), Brand Recall (Peningkatan kembali tentang pustakawan), Top of Mind (pustakawan menjadi pilihan utama).
Kata kunci: brand, personal branding, pustakawan, revolusi industri 4.0

PENDAHULUAN

Revolusi industri 4.0 merupakan tren di dunia industri yang menggabungkan teknologi otomatisasi dengan teknologi *cyberpace*/teknologi dunia maya di berbagai bidang kehidupan manusia. Secara fundamental tren ini merubah menjadi teknologi cerdas dan berdampak perubahan besar pada bidang ekonomi, dunia kerja, gaya hidup manusia dan perpustakaan.

Keberadaan tenaga manusia di perpustakaan banyak tergantikan oleh teknologi dan kecerdasan buatan sehingga pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien. Kondisi ini dapat membunuh sejumlah pekerjaan lama dan menciptakan pekerjaan baru. Oleh sebab itu penyesuaian terhadap kebutuhan *skill* di pasar tenaga kerja itu menjadi sangat penting. (Menteri Ketenagakerjaan, Hanif Dhakiri). Bahkan menurut Rhenald Kasali, Guru Besar bidang Ilmu Manajemen Universitas Indonesia meramalkan bahwa profesi pustakawan perlahan akan hilang, seperti yang diulas dalam tulisannya “Inilah pekerjaan yang akan hilang akibat *disruption*”.

Fenomena tersebut, memberikan dampak bahwa pustakawan harus melakukan transformasi terhadap perubahan

agar profesinya tidak tertindas dengan teknologi. Berubah dari pola pikir konvensional menjadi pola pikir yang modern.

Kondisi lapangan menunjukkan pustakawan belum banyak melakukan transformasi dan defensif dalam menghadapi revolusi industri 4.0. Dari pemaparan tersebut, maka dirasa penting untuk melakukan kajian tentang “Membangun *Personal Branding* Pustakawan Universitas Jember di Era Revolusi Industri 4.0.”

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana upaya Perpustakaan Universitas Jember (UNEJ) mengembangkan *personal branding* pustakawan di era revolusi industri 4.0.? Sedangkan tujuan penelitian adalah menganalisis upaya Perpustakaan UNEJ dalam membangun *personal branding* pustakawan.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif yaitu menggambarkan/menjelaskan variabel masa lalu dan sekarang/ yang sedang terjadi (Siyoto, 2015). Memberi gambaran tentang upaya Perpustakaan UNEJ dalam membangun *personal branding* pustakawan mulai Desember 2017–Mei 2019. Penelitian ditunjang dengan berbagai literatur tentang *personal branding* dan kepustakawanan. Sumber data adalah data primer dan sekunder. Subyek penelitian sejumlah 15 pustakawan. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profesi pustakawan menurut Lasa Hs (2009) adalah jabatan yang menuntut keahlian (*expertise*), disiapkan secara khusus, terlatih untuk melakukan pekerjaannya. tanggung jawab (*responsibility*), dan kesejawatan (*corporateness*).

Untuk itu kebanggaan terhadap profesi pustakawan selayaknya muncul dalam diri pustakawan untuk melahirkan semangat kerja dan menciptakan citra diri (*self image*). Untuk membentuk citra diri pustakawan diperlukan pembeda/keunikan dalam diri pustakawan berupa merek/*brand/ image/* persepsi yang melekat pada diri pustakawan.

Menurut Kotler (2002) bahwa merek adalah nama atau simbol yang bersifat membedakan, dengan maksud mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual atau sebuah kelompok penjual tertentu. Sedangkan menurut Haroen (2014) adalah sesuatu yang tidak terlihat (*intangible*), tetapi efeknya sangat nyata.

Branding adalah keseluruhan aktivitas untuk menciptakan *brand* yang unggul (*brand equity*), mengacu pada nilai suatu *brand* berdasarkan loyalitas, kesadaran, persepsi kualitas dan asosiasi dari suatu *brand*. *Branding* berupaya menampilkan keunggulan suatu produk dan menanamkan *image/*persepsi dalam benak masyarakat. Jadi *personal branding* pustakawan adalah segala bentuk upaya pustakawan untuk menciptakan citra terbaik kepada masyarakat dan berlanjut kepada kepercayaan (*trust*). Sehingga *brand* pustakawan dapat diterima di hati khalayak sesuai dengan yang diharapkan. Secara *marketing* menurut Kotler dalam Haroen (2015), mengatakan bahwa merek yang benar yaitu dengan mempunyai ciri 4 ciri khas yaitu merek harus mempunyai atribut, dapat memberikan manfaat, mempunyai nilai dan mempunyai kepribadian.

Berdasarkan teori marketing tentang sebuah *brand*, maka pustakawan harus mempunyai merek/*brand* dengan ciri pertama, pustakawan harus mempunyai atribut yang melekat pada pemustaka. Ciri ke dua adalah pustakawan dapat memberikan manfaat kepada pemustaka. Ciri ke tiga adalah

pustakawan harus mempunyai nilai. Penilaian masyarakat terhadap pustakawan terhadap prestasi, rasa aman dan nyaman, dan berwibawa/ bermartabat tinggi. Ciri yang ke empat adalah pustakawan mempunyai kepribadian yang baik, menyenangkan dan menarik bagi siapa pun yang mengenalnya.

Upaya Perpustakaan UNEJ dalam membangun *personal branding* Pustakawan adalah:

1. Membangun Persepsi Kualitas Kelembagaan (*Perceived Quality of Institutional*).

Aaker (2008:124) mendefinisikan *perceived quality* adalah persepsi pelanggan terhadap seluruh kualitas atau keunggulan produk atau jasa layanan yang berhubungan harapan pelanggan. Untuk membangun persepsi kualitas Perpustakaan UNEJ menerapkan Standar Manajemen Mutu ISO 9001: 2008 sejak tanggal 6 November 2009. Meski sertifikat ISO 9001:2008 telah berakhir pada 6 November 2015, manajemen Perpustakaan UNEJ masih mengimplemantasikannya karena dirasa sangat bermanfaat. Acuan yang digunakan adalah Pedoman Mutu UPT Perpustakaan UNEJ, 2017 yang mengadopsi ISO 9001:2008. Perpustakaan UNEJ juga melakukan akreditasi yang dipelopori oleh Perpustakaan Nasional RI sebagai lembaga induk. Akreditasi perpustakaan menetapkan kebijakan tentang pendidikan dan kompetensi pustakawan. Perpustakaan UNEJ berhasil menciptakan *brand* dengan memperoleh predikat A pada akreditasi tahun 2015 dan predikat A pula pada reakreditasi tahun 2018. *Brand* ini akan menambah tingkat kepercayaan kepada pelanggan perpustakaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Sari, N.P (2014) yang mengatakan bahwa kesadaran merek/*brand* dan kualitas persepsian berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepercayaan merek.

2. Membangun Persepsi Kualitas Layanan (*Perceived Quality of Services*)

Perceived Quality of Services merupakan persepsi kualitas layanan berdasar pada karakteristik jasa yang ditawarkan oleh lembaga dan bersifat tidak berwujud (*intangible*). Perpustakaan UNEJ memberikan evaluasi kualitas layanan seperti pada Tabel 4.1

Tabel 4.1 Kualitas layanan

Jenis Layanan	Jumlah Rata-rata		Jumlah Kenaikan
	2016	2017	
Ramah	93,67%	94,33%	0,67%
Pelayanan tidak lebih dari 3 menit	90,67%	91%	0,33%

Sumber: Perpustakaan UNEJ, 2017

Tabel 4.1 menyatakan bahwa pelayanan Perpustakaan UNEJ dilakukan dengan ramah (93.67%) dan pelayanan tidak lebih dari 1 menit sejumlah 90,67%. Dan terjadi kenaikan pada tahun 2017. Sedangkan kepuasan layanan perpustakaan dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2. Tanggapan Layanan Secara Keseluruhan

Pilihan Jawaban	Jumlah	%
a. Sangat Memuaskan	24	16
b. Memuaskan	106	70,6
c. Tidak Memuaskan	20	13,3

Sumber: Iswahyudi, dkk, 2017

Berdasar Tabel 4.1 dan Tabel 4.2 disimpulkan bahwa pelayanan Perpustakaan UNEJ dilakukan dengan baik dan berdampak pada kepuasan pemustaka sehingga menaikkan

citra/*brand* pustakawan. Hal ini sesuai dengan penelitian Subagio (2012) yang mengatakan bahwa kualitas layanan yang diterima tinggi maka hal itu akan menghasilkan kepuasan dan citra yang tinggi di mata pelanggan.

3. Membangun *Kesadaran Merek (Brand Awareness)*

Percy dan Rossiter dalam Herdana (2015) mendefinisikan *brand awareness* adalah kemampuan pembeli untuk mengidentifikasi (mengetahui atau mengingat sebuah merek yang cukup detail untuk melakukan pembelian. Tingkatan dalam *Brand Awareness* adalah sebagai berikut:

a. *Unaware of Brand (Tidak Meyakini Merek Pustakawan)*

Untuk mendapatkan *brand* pada masyarakat, pustakawan harus memberikan kemajuan terhadap perpustakaan dalam memenuhi harapan masyarakat sampai pada tingkat kepercayaan. Peningkatan kemajuan Perpustakaan UNEJ terus dilakukan sampai masyarakat mampu mengenal dan mengingat (*brand awareness*) tentang keunggulan Perpustakaan UNEJ. Perpustakaan UNEJ dianggap lembaga terpercaya dan berkualitas, dikelola pustakawan sebagai tenaga profesional sehingga mampu dan layak sebagai pertimbangan dalam melakukan pilihan tentang pengelolaan, pencarian serta distribusi sumber informasi ilmiah. Dan bukan menjadi pilihan ke dua (*second choice*) atau bahkan pilihan terakhir (*last choice*).

b. *Brand Recognition (Pengenalannya Merek Pustakawan)*

Perpustakaan UNEJ harus mengenalkan secara detail tentang keunggulan produk, layanan, pustakawan serta fasilitas yang dimiliki. Peningkatan manajemen pustakawan dilakukan dengan:

1) Peningkatan *hard skill* Pustakawan UNEJ. *Hard skill* merupakan kemampuan pustakawan yang tampak jelas oleh mata/nyata. Kemampuan ini adalah IQ (*Intelligence Quotient*,). Peningkatan *hard skill* dilakukan dengan memberikan kesempatan pustakawan untuk studi lanjut ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi, mengikuti kegiatan sertifikasi (26,67%) dan uji kompetensi (33,33%), mengikuti kegiatan ilmiah kepustakawanan yaitu seminar, *workshop*, *Training of Trainer*, *call for paper* serta kegiatan keilmuan bidang lain seperti bidang teknologi dan informasi. Tabel 4.3 menunjukkan kondisi kompetensi pustakawan UNEJ.

Tabel 4.3. Kompetensi Pustakawan UNEJ 2019

Tabel 4.3. Kompetensi Pustakawan UNEJ 2019

No.	Pendidikan Pustakawan	Jumlah	Uji		Prosentase (%)		
			Sertifikasi	Kompetensi	Pendidikan	Sertifikasi	Kompetensi
1	S2	4	3	3	26,67	20	20
2	S1	6	1	2	40	6,67	13,33
3	D3	0	0	0	0	0	0
4	D2	5	0	0	33,33	0	0
JUMLAH		15	4	5	100	26,67	33,33

Sumber: Nadhifah, 2019

Selain itu, berdasar wawancara dengan Sukeji sebagai pustakawan senior di UNEJ mengatakan bahwa agar Perpustakaan UNEJ dikenal masyarakat maka perlu pengelolaan professional oleh pustakawan dengan kualifikasi pendidikan minimal D2 Ilmu Perpustakaan untuk mendapatkan kepercayaan terhadap pemustaka. Sehingga secara tidak langsung pustakawan UNEJ dikenal keberadaannya.

2) Peningkatan *soft skill*.

Soft skill merupakan kemampuan yang tidak tampak oleh mata tetapi dapat dirasakan oleh orang lain. Termasuk di dalam kemampuan ini adalah kecerdasan emosional (*Emotional Quotient/EQ*), Upaya peningkatan *soft skill* dengan melatih

kemampuan berkomunikasi melalui kegiatan sosialisasi jurnal, sosialisasi program kerja perpustakaan, pengenalan kehidupan kampus (PK2) pada mahasiswa baru di berbagai fakultas UNEJ. Melalui kegiatan tersebut, pustakawan menjadi terlatih dan mampu berkomunikasi dengan baik (*good communication*) kepada pemustaka tentang program kegiatan perpustakaan.

Komunikasi yang tidak baik menyebabkan informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan harapan. Akibatnya pesan tidak dimengerti pengirim dan tidak ditanggapi sesuai yang diinginkan pengirim (Hardjana, 2003). Hal ini juga ditunjang dengan pernyataan Ratna dalam wawancara dengan peneliti. Ratna sebagai Pustakawan UNEJ yang melayani di bidang referensi mengatakan bahwa pustakawan harus pandai berkomunikasi dengan pemustaka sehingga penelusuran sumber informasi dapat ditemukan sesuai harapan pemustaka. Selain itu menurut Batubara (2011), menyatakan kompetensi pustakawan dalam berkomunikasi sangat mempengaruhi keberhasilan di layanan perpustakaan, terutama pada bagian layanan referensi.

3) Memberikan edukasi dan sosialisasi kepada pemustaka. Perpustakaan UNEJ memberikan pendidikan pencarian informasi terhadap pemustaka serta menginformasikan program kerja, produk, fasilitas serta layanan perpustakaan baik secara *off line* maupun *online*. Mengadakan kegiatan kepustakawanan, lomba desain majalah dinding tingkat SLTA, *writing competition* tingkat mahasiswa, lomba *video profile* perpustakaan dan *stand up comedy* tentang perpustakaan, serta pengabdian masyarakat melalui program Pustakawan Cilik di SD Kecamatan Panti Jember (*Perpustakaan unej.ac.id*). Berdasarkan pegamatan peneliti, kegiatan lomba desain majalah dinding sangat memberikan edukasi kepada pemustaka berupa peningkatan kreativitas anak SLTA.

4). Membangun kepercayaan masyarakat dengan memperkuat promosi Perpustakaan UNEJ melalui *tools marketing* berupa spanduk, brosur, beberapa *website* perpustakaan UNEJ yaitu https://www.instagram.com/perpustakaan_unej, <http://perpustakaan.unej.ac.id>, <https://library.unej.ac.id>, <https://twitter.com/UnejLibrary>, <https://www.facebook.com/Perpustakaan-UNEJ>, <http://sipus.unej.ac.id/lib> <http://repository.unej.ac.id/>. Upaya mendapatkan kepercayaan pemustaka, Repository UNEJ telah meraih peringkat 100 besar dunia versi *Webometrics* yaitu peringkat ke 87 dunia dan peringkat ke-7 se-Indonesia pada tahun 2018 (perpustakaan.unej.ac.id). Secara otomatis diperlukan penguasaan pustakawan dalam bidang teknologi dan sumber informasi. Pustakawan harus paham tentang kebenaran sumber informasi yang disajikan kepada pemustaka. Menurut Basuki (2019) diperlukan etika informasi untuk memahami sumber informasi yang layak dipublikasikan atau bersifat pribadi atau *private*.

c. **Brand Recall (Pengingatan Kembali Merek Pustakawan)**

Perpustakaan UNEJ membangun ingatan yang kuat terhadap pemustaka dengan memberikan sebuah karakter/ciri khas sebagai pembeda dengan lembaga informasi lainnya. Pustakawan UNEJ dapat memberikan suatu landasan posisi terbaik bagi atribut profesi pustakawan sebagai *problem solver* dalam pencarian sumber informasi bagi pemustaka. Atribut juga diterjemahkan menjadi manfaat fungsional dan emosional. Secara fungsional pustakawan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dan memberikan ikatan emosional yang baik, melekat dan menjadi pengingat di hati pemustaka. Ketika pemustaka terjadi kebuntuan tentang sumber informasi

pustakawan yang akan diingat. Memberi kesan positif terhadap pemustaka tentang perpustakaan dan aktivitasnya. *Brand recall* dapat membentuk citra, kesan tertentu yang berhubungan dengan kebiasaan, gaya hidup, manfaat, atribut, produk, geografis, harga, pesaing, selebriti, dan lain-lain. (Duriyanto, dkk., 2004)

Menciptakan karakter positif di Perpustakaan UNEJ dengan melakukan peningkatan kinerja pustakawan. Kinerja pustakawan merupakan tingkat keberhasilan pustakawan dalam menjalankan tugas berdasar target dan sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Pustakawan harus mempunyai dedikasi yang tinggi untuk mencapai keberhasilan perpustakaan sebagai lembaga pendidikan *non profit* yang berorientasi pada layanan masyarakat. Karena keberhasilan perpustakaan tergantung pada kinerja pustakawan. Hal ini senada dengan pendapat Sulistyowati (2012) yang mengatakan bahwa kinerja pustakawan berpengaruh dalam menentukan citra pustakawan. Kinerja pustakawan tergantung pada sikap proaktif pustakawan dalam mengelola perpustakaan secara profesional.

Karakter/ ciri pembeda lain adalah Perpustakaan UNEJ dapat menciptakan penilaian terbaik terhadap pemustaka. Fokus pada pelanggan (*Customer Focus*) dan selalu melakukan perbaikan berkelanjutan (*Continuous Improvement*) merupakan upaya pencapaian nilai terbaik Perpustakaan UNEJ terhadap pemustaka. Orientasi fokus pada pelanggan adalah memenuhi kebutuhan dan keinginan pemustaka dengan pola hidup digital (*digital life style*). Menyediakan koleksi yang berkualitas dan memberikan layanan terbaik kepada pemustaka sehingga *brand* pustakawan selalu diingat di hati pemustaka. *Branding* diharapkan penguatan yang kuat tentang *image* pustakawan adalah seorang yang hebat, cerdas, cekatan, berwawasan luas, dapat dipercaya dan segala atribut positif lainnya.

d. *Top of Mind* (Merek Pustakawan Menjadi Pilihan Utama).

Pada tahapan ini pemustaka sudah memberikan kepercayaan yang kuat terhadap produk, layanan serta *brand* Pustakawan UNEJ. Sehingga ketika muncul kebutuhan tentang manajemen sumber informasi, maka Perpustakaan UNEJ menjadi pilihan pertama sebagai solusinya.

KESIMPULAN

Revolusi industri 4.0 menuntut Pustakawan UNEJ selalu meng-*upgrade* kompetensi diri agar profesinya tidak tertindas oleh zaman. Peningkatan kompetensi diri melalui personal *branding pustakawan* dengan membangun tahapan kesadaran merek, yaitu bermula pemustaka tidak meyakini merek pustakawan, mengenal merek pustakawan, mengingat kembali merek pustakawan dan merek pustakawan menjadi pilihan utama dalam manajemen dan pencarian sumber informasi oleh pemustaka.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (2008). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari suatu Merek*. Terjemahan oleh Aris Ananda. Cetakan Ketiga. Jakarta: Mitra Utama.
- Basuki, Sulistyono (2019). *Etika Informasi*. Media Pustakawan:Media Komunikasi Antar Pustakawan. Vol.26No.1. Tahun 2019. Halaman 1-11
- Batubara, A.K. 2011. Urgensi kompetensi komunikasi pustakawan dalam memberikan layanan kepada pemustaka. *Jurnal Iqra*'5(1): 50-58.

- Duriyanto, dkk (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Julfiati, Fifi (2019). *Implementasi Usaha-Usaha Kesejahteraan Sosial Di Era Digital Revolusi Industri 4.0* Jurnal Teknologi Informasi ESIT Vol. XIV No. 01 April 2019 hal. 57-67
<http://www.jurnal-erasha.ac.id/index.php/esit/article/view/90/61> diakses 8 Mei 2019
- Hardjana, Agus M. (2003). *Komunikasi intrapersonal dan interpersonal*. Yogyakarta: Kanisius.
- Haroen, Dewi. (2014). *Personal Branding: Kunci kesuksesan Berkiprah di dunia politik*. Jakarta: Gramedia
- Herdana, Auditya (2015). *Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta)*. Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Vol.3 Hal 1-18
- Iswahyudi, dkk (2017). *Survei Kulaitas Layanan UPT Perpustakaan Periode Juli-Desember 2017*. Jember: Perpustakaan UNEJ.
- Kasali, Rhenald. (2017). *Inilah Pekerjaan Yang akan Hilang Akibat "Disruption"*. Jakarta.
<https://ekonomi.kompas.com/read/2017/10/18/060000426/inilahpekerjaan-yang-akan-hilang-akibat-disruption-> diakses 1 Mei 2019

- Kotler, Philip.(2002). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium. PT Prenhallindo, Jakarta
- Lasa Hs.(2009).*Kamus Kepustakawanan Indonesia*.Yogyakarta:Pustaka Book Publisher
- Nadhifah, K. (2019). *Kompetensi Pustakawan: Program Strategi Peningkatan Kualitas Pustakawan di Perpustakaan Universitas Jember*. ICOAL UNAIR, 2019
- Prasetyo, Hoedi dan Wahyudi Sutopo. (2017).*Perkembangan Keilmuan Teknik Industri Menuju Era Industri 4.0*.Surakarta: Universitas Sebelas Maret
- Siyoto, Sandu. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*.Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Subagio, Hartono.(2012) *Pengaruh Perceived Service Quality, Perceived Value, Satisfaction Dan Image Terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Garuda Indonesia)* .FE Universitas Kristen Petra Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 7, No. 1, April 2012. doi: 10.9744/pemasaran.7.5.42-52
- Sulistyowati, E.Y. (2012). Peranan pustakawan dalam membentuk citra perpustakaan. *Info Persadha* 10(2): 89-98.