

## Urgensi Personal Branding Bagi Pustakawan di Era Pandemi

**Fransisca Rahayuningsih**

Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

E-mail: fr\_rani@mail.usd.ac.id

Received: 4-11-2021

Revised: 18-11-2021

Accepted: 15-12-2021

DOI: 10.24036/ib.v3i1.262

### **Abstract**

*As a result of the Covid-19 outbreak, libraries must change their habits and order in providing library services. Library services, which were initially carried out in person or on the spot, were turned into online services to facilitate and provide convenience for users and librarians. Librarians are expected to be more creative in creating new innovations in providing online services to users. Librarians must still be able to provide excellent service to users even with various existing limitations, both librarians, infrastructure, and library collections. In the midst of the limitations of excellent service, the librarian is the key to this excellent service. Librarians must have a brand. How the librarian shows brand personality, brand-ability, brand value, and has a stimulus that produces positive perceptions. The brand of personality to build is one that is friendly, cooperative, forgiving, understanding, and good on good terms with other people. Librarians must also hone their brand personality in terms of being systematic, careful, thorough, responsible, and disciplined. Librarians should also have less negative emotionality, so that they are relatively balanced, calm, steadfast, and feel safe. Librarians must be sociable, articulate, assertive, and open to new relationships. Besides that the librarian must have a high, to listen to new ideas and change ideas. The brand of librarian abilities that must be built is solving problems systematically, being able to find and finding creative and original ideas, managing people, coordinating with other people or teamwork, regulating and controlling emotions, being able to draw decisions, under any conditions, have a service or service orientation, negotiate, have cognitive flexibility or are able to think spontaneously in response to adjusting to situational needs. The librarian's brand value that must be built is the value of integrity and leadership. In terms of integrity, librarians must value honesty in speaking and acting; be able to balance/be consistent between thoughts, words, and actions; fair in treating others; have a high dedication to the institution; can always be trusted in carrying out the mandate and carrying out daily tasks. In addition to leadership, librarians must build teamwork in order to generate new ideas, ideas, suggestions so that work goals can be implemented.*

**Keywords:** *personal branding, librarian, excellent service, personality, ability, value.*

### **Abstrak**

Sebagai dampak dari wabah pandemi Covid-19 perpustakaan harus mengubah kebiasaan dan tatanan dalam memberikan pelayanan perpustakaan. Layanan perpustakaan yang pada awalnya dilakukan secara langsung atau onsite, diubah menjadi layanan online untuk memperlancar dan memberikan kemudahan bagi pemustaka dan pustakawan. Pustakawan diharapkan dapat lebih kreatif menciptakan inovasi baru dalam memberikan layanan online kepada pemustaka. Pustakawan harus tetap dapat memberikan pelayanan prima kepada pemustaka walaupun dengan berbagai keterbatasan yang ada, baik pustakawan, sarana prasarana dan koleksi perpustakaan. Di tengah keterbatasan pelayanan prima, pustakawan menjadi kunci dalam pelayanan prima ini. Pustakawan harus memiliki brand. Bagaimana pustakawan menunjukkan brand kepribadian, brand kemampuan, brand nilai, serta memiliki stimulus yang menghasilkan persepsi positif. Brand kepribadian pustakawan yang harus dibangun adalah bersikap ramah, kooperatif, mudah memaafkan, pengertian dan bersikap baik dalam berurusan dengan

orang lain. Pustakawan juga harus mengasah brand kepribadian dalam hal sistematis, berhati-hati, menyeluruh, bertanggung jawab, dan disiplin. Pustakawan juga harus lebih sedikit emosionalitas negative, sehingga relatif seimbang, tenang, tabah dan merasa aman. Pustakawan harus bersifat suka bergaul, pandai berbicara, tegas dan terbuka untuk menjalin hubungan baru. Selain itu pustakawan harus memiliki keterbukaan tinggi, bersedia untuk mendengarkan ide-ide baru dan mengubah ide. Brand kemampuan pustakawan yang harus dibangun adalah memecahkan masalah secara sistematis, berfikir kritis, mampu untuk menemukan dan menghasilkan kreativitas unik dan orisinal, mengatur orang, melakukan koordinasi dengan orang lain atau team work, mengatur serta mengontrol emosi, mampu untuk menarik kesimpulan hingga pengambilan keputusan, dalam kondisi apapun, memiliki orientasi pada layanan atau mengedepankan layanan, bernegosiasi, memiliki fleksibilitas kognitif atau mampu berfikir secara spontan sebagai respon dalam menyesuaikan keperluan dan tuntutan situasional. Brand nilai pustakawan yang harus dibangun adalah nilai integritas dan kepemimpinan. Dalam hal integritas, pustakawan harus mengedepankan nilai kejujuran dalam berbicara dan bertindak; dapat menyeimbangkan/konsisten antara pikiran, perkataan, dan perbuatan; bersikap adil dalam memperlakukan orang lain; Memiliki dedikasi yang tinggi terhadap lembaga; selalu dapat dipercaya dalam mengemban amanat maupun menjalankan tugas sehari-hari. Selain itu dalam hal kepemimpinan, pustakawan harus membangun kerjasama dalam tim sehingga menghasilkan ide-ide baru, gagasan pemikiran, saran agar tujuan kerjasama dapat diterapkan.

**Keywords:** *personal branding, pustakawan, pelayanan prima, kepribadian, kemampuan, nilai.*

## PENDAHULUAN

Wabah pandemi Covid-19 yang melanda dunia telah mengubah semua kebiasaan dan tatanan kehidupan di semua bidang tidak terkecuali perpustakaan. Banyak perpustakaan yang menutup layanannya karena koleksi dan sarana prasarana belum mendukung. Namun asosiasi internasional di bidang perpustakaan yaitu IFLA (*International Federation of Library Associations and Institution*) mengeluarkan pedoman bagi perpustakaan seluruh dunia untuk tetap memberikan layanan selama masa pandemi berlangsung. Perpustakaan sebagai unit penunjang

dalam dunia pendidikan harus menyediakan sumber informasi elektronik bagi kebutuhan pemustaka yang beraktivitas dari rumah secara *online*. Layanan perpustakaan yang semula dilakukan secara langsung, diubah menjadi layanan online untuk memperlancar dan memberikan kemudahan bagi pemustaka dan pustakawan. Pustakawan dituntut kreatif untuk menciptakan inovasi baru dalam memberikan layanan *online* kepada pemustaka”.

Mensikapi dinamika yang terjadi sebagai dampak dari pandemi Covid-19 selain sarana prasarana yang perlu diperhatikan, tentu juga harus

mengubah pola pikir pustakawan. Pustakawan harus mengupayakan brand dalam dirinya. Pustakawan harus memiliki personal branding agar dapat memberikan kepuasan bagi pemustakanya. Definisi personal branding menurut Farco Siswiyanto Raharjo dalam buku *The Master Book of Personal Branding* (2019) adalah “cara seseorang untuk mengambil kendali penilaian orang lain atas diri individu tersebut. Personal branding adalah proses pembentukan persepsi masyarakat atau publik terhadap aspek yang dimiliki seseorang. Aspek ini meliputi kepribadian, kemampuan, nilai, serta persepsi positif yang ditimbulkan atau ada dalam diri individu”. Sedangkan definisi personal branding menurut Ronald Susanto dalam buku *Mengenal Personal Branding Terlengkap* (2013) karya Muhammad Adam Husein, adalah “suatu proses pembentukan persepsi masyarakat terhadap aspek yang dimiliki individu, di antaranya kepribadian, kemampuan, nilai, serta stimulus yang menghasilkan persepsi positif di masyarakat, sehingga dapat

dijadikan alat pemasaran” (Putri, 2021). Dari pengertian tersebut yang menarik untuk dibahas adalah brand pustakawan yang memiliki kepribadian, memiliki kemampuan, memiliki nilai diri dan stimulus yang menghasilkan persepsi diri yang positif.

Dari paparan di atas memunculkan masalah untuk dibahas, yaitu bagaimana brand pustakawan yang berkepribadian, bagaimana brand pustakawan yang berkemampuan, bagaimana brand pustakawan yang memiliki nilai di era pandemic covid-19? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui brand pustakawan yang berkepribadian, brand pustakawan yang berkemampuan, brand pustakawan yang memiliki nilai di era pandemic covid-19.

Pandemi Covid-19 melanda dunia internasional. Apa itu Pandemi? Mengutip *Warta Ekonomi Online* (<https://www.wartaekonomi.co.id/read276620/apa-itu-pandemi>), “Pandemi adalah suatu wabah penyakit global. Menurut World Health Organization (WHO), pandemi dinyatakan ketika penyakit baru menyebar di seluruh

dunia melampaui batas". Corona Virus Disease (Covid-19) dimulai sebagai epidemi di China sebelum menyebar ke seluruh dunia dalam hitungan bulan dan menjadi pandemi. Hal itu disampaikan secara resmi oleh WHO seperti yang dilansir dalam media sosial "Organisasi kesehatan dunia WHO resmi menyatakan virus corona covid-19 sebagai pandemi. Dalam dua pekan terakhir, terjadi peningkatan jumlah kasus di luar China hingga 13 kali lipat dengan jumlah negara terdampak yang meningkat drastis. "Ini bukan hanya krisis kesehatan masyarakat, ini adalah krisis yang akan menyentuh setiap sektor," kata Dr Tedros Adhanom Ghebreyesus, Direktur Jenderal WHO, pada konferensi pers, dikutip dari Time. (Sumber: <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-4935387/who-tetapkan-virus-corona-sebagai-pandemi-ini-artinya>)". Dengan ditetapkannya Covid-19 sebagai pandemic di seluruh dunia, maka pemerintah di berbagai negara mengeluarkan kebijakan yang pada intinya mengacu pada kepentingan

orang banyak, baik kebijakan di bidang ekonomi, kebijakan di bidang kesehatan maupun kebijakan di bidang pendidikan.

Pandemi covid-19 membuahkan banyak perubahan di berbagai sektor kehidupan. Pemerintah pada akhirnya mengeluarkan berbagai kebijakan. Salah satu kebijakan pada awal anggap darurat yang terkait dengan bidang pendidikan adalah Surat Edaran Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Kebijakan Pendidikan dalam Masa Darurat Penyebaran Corona Virus Disease (Covid-19), dimana pendidikan harus tetap berjalan meskipun peserta didik harus tetap tinggal di rumah. Pada akhirnya surat edaran tersebut diikuti dan diterapkan di berbagai lembaga pendidikan tidak terkecuali perpustakaan sebagai jantungnya pendidikan.

Sementara pada era new normal, Prof. Ir. Nizam, M.Sc., DIC, Ph.D., IPU, Asean Eng pada webinar bertajuk Merdeka Belajar, Kampus Merdeka di Era New Normal yang diselenggarakan

oleh Universitas Sulawesi Tenggara, pada hari Sabtu tanggal 20 Juni 2021 menyampaikan bahwa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan telah mengeluarkan berbagai kebijakan sebagai langkah-langkah adaptasi kebiasaan baru khususnya di bidang pendidikan tinggi. Ada tiga kebijakan yang dikeluarkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan untuk mengatur penyelenggaraan pendidikan tinggi di era New Normal. Kebijakan pertama yaitu berkenaan dengan pelaksanaan tahun akademik baru, dimana tidak ada penundaan pelaksanaan tahun akademik 2020/2021. Tahun akademik 2020/2021 tetap akan berjalan sesuai dengan kalender akademik yang telah ditetapkan yaitu dimulai pada akhir Agustus 2020. Kebijakan kedua yaitu berkenaan dengan pelaksanaan proses pembelajaran di kampus. Selama masa new normal proses pembelajaran di kampus diutamakan menggunakan pembelajaran daring. Pembelajaran daring ini wajib digunakan untuk mata kuliah teori. Dan untuk mata kuliah praktik, dapat dilaksanakan

pembelajarannya secara daring, namun jika tidak dapat dilaksanakan daring maka pelaksanaan mata kuliah praktik ini dilaksanakan pada akhir semester. Kebijakan ketiga Kemendikbud mendorong agar pimpinan perguruan tinggi mengizinkan pelaksanaan aktivitas prioritas jika memenuhi protokol kesehatan dan kegiatannya tidak dapat dilaksanakan secara daring. Aktivitas yang dapat dilaksanakan yaitu penelitian di laboratorium untuk tugas akhir mahasiswa misalnya skripsi, tesis dan disertasi. “(Sumber: <http://lldikti9.ristekdikti.go.id/dirjen-dikti-dukung-new-normal-di-perguruan-tinggi>)”. Kebijakan pemerintah di era tanggap darurat covid-19 maupun di era new normal menjadi pijakan lembaga-lembaga pendidikan dalam melaksanakan pelayanan prima, tidak terkecuali perpustakaan perguruan tinggi.

Jasa layanan perpustakaan harus berfokus kepada kepuasan pemustaka yang sering disebut dengan layanan prima (*excellent service*). Terlebih dengan transformasi perpustakaan terhadap hadirnya teknologi informasi.

Teknologi informasi telah mengubah paradigma terhadap jasa layanan perpustakaan, dimana: 1) prestasi perpustakaan saat ini ditentukan oleh jumlah orang yang menggunakan layanan, meskipun mereka tidak datang secara fisik ke perpustakaan bukan lagi diukur berdasarkan kekayaan koleksi dan jumlah pengunjung, 2) adanya fasilitas perpustakaan yang berteknologi tinggi saat ini diharapkan dapat mengarahkan pustakawan mampu menyediakan muatan informasi yang baik bagi pemustaka. (Achmad, 2012).

Achmad (2012) menyatakan “manfaat layanan prima yang utama adalah agar sumberdaya perpustakaan: koleksi, fasilitas dan jasa yang diberikan dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh pemustaka. Lebih lanjut Achmad menyampaikan manfaat lain dari layanan prima adalah: 1) Bagi pemustaka: kebutuhan akan informasinya dapat dipenuhi, pemustaka mendapatkan kepuasan hati yang lebih baik, pemustaka merasa lebih dihargai dan diperhatikan, pemustaka mendapatkan layanan yang

lebih berkualitas. 2) Bagi tenaga perpustakaan: mereka semakin memiliki rasa percaya diri, mereka memiliki kebanggaan dan kepuasan diri, mereka merasa senang dan tenang bekerja, mereka lebih semangat melakukan aktivitasnya, mereka mendapat banyak teman, citra mereka juga semakin baik. 3) Bagi perpustakaan: mengokohkan eksistensi perpustakaan sebagai unit penunjang, perpustakaan lebih mudah memperoleh dukungan baik dana, moral, tenaga dll, perpustakaan mempunyai peluang lebih besar untuk terus berkembang, perpustakaan mempunyai nilai lebih untuk dapat bersaing dengan unit lain, peran perpustakaan semakin dirasakan oleh institusi induknya.”

Pelayanan prima perpustakaan pada akhirnya diharapkan dapat memperbaiki mutu produk dan jasa yang ditawarkan pada pemustaka serta meningkatkan pelayanan yang diberikan perpustakaan demi kepuasan pemustaka. Agar dapat memberikan pelayanan prima, pustawan harus memiliki brand.

Di era pandemi saat ini, personal branding pustakawan menjadi hal yang sangat dibutuhkan. Banyak definisi personal branding yang dikemukakan oleh para ahli. Personal Branding menurut Jeff Bezos – CEO Amazon, “adalah apa yang orang lain katakan tentang Anda ketika Anda tidak ada dalam ruangan (Yahya, Helmy: 2020)”. Sementara, Rizaldy, Putjok (2021) dalam kesempatan Seminar Nasional Kearsipan menyampaikan bahwa personal branding adalah “apa yang orang lihat dan bicarakan tentang siapa diri kita, ketika orang-orang mengetahui tentang diri seseorang yang memiliki karakter yang kuat dalam sebuah bidang, maka akan terbuka banyak kesempatan dan jalan dalam membangun sebuah karier, tentunya orang tersebut akan dicari oleh berbagai orang atau perusahaan yang membutuhkan keahlian tersebut”. Personal branding pada dasarnya bagian dari branding secara umum yang berkaitan dengan diri seseorang. Personal branding sangat penting dalam upaya membangaun keteknalan (*popularity*) dan

keterimaan (*selectability*) diri seseorang.

Definisi Personal Branding menurut Farco Siswiyanto Raharjo dalam buku *The Master Book of Personal Branding* (2019), adalah “cara seseorang untuk mengambil kendali penilaian orang lain atas diri individu tersebut. Personal branding adalah proses pembentukan persepsi masyarakat atau publik terhadap aspek yang dimiliki seseorang. Aspek ini meliputi kepribadian, kemampuan, nilai, serta persepsi positif yang ditimbulkan atau ada dalam diri individu”. Sementara itu dalam buku *Mengenal Personal Branding Terlengkap* (2013) karya Muhammad Adam Husein, dijelaskan definisi personal branding menurut Ronald Susanto, adalah “suatu proses pembentukan persepsi masyarakat terhadap aspek yang dimiliki individu, di antaranya kepribadian, kemampuan, nilai, serta stimulus yang menghasilkan persepsi positif di masyarakat, sehingga dapat dijadikan alat pemasaran” (Putri, 2021).

Montoya menyampaikan setidaknya ada tiga hal yang berkaitan dengan personal branding, yaitu (Yahya, 2020): 1. Anda adalah personal brand Anda sendiri. Bagaimanakah kualitas diri sendiri, nilai-nilai, kepribadian, keahlian kita yang akan menjadi brand yang membedakan dari orang lain. 2.

Personal brand adalah sebuah janji atau harapan. Brand kita merupakan sebuah janji atau harapan bagi orang lain. 3. Personal brand adalah sebuah hubungan yang dapat mempengaruhi pihak lain. Atribut pada diri sendiri secara langsung akan menentukan seberapa besar kadar pengaruh kepada orang lain. Personal branding bermanfaat bagi siapa saja, termasuk untuk mendukung profesi pustakawan. Rizaldy, Putjok dalam kesempatan webinar nasional arsiparis menyampaikan bahwa “profesi arsiparis, yang tentunya juga dapat dikaitkan dengan profesi pustakawan harus mampu untuk: 1. Berfikir positif. 2. Memiliki dan membangun sikap yang simpatik dan baik. 3. Mengetahui kegiatan

yang berhubungan dengan bidang kerjanya. 4. Meningkatkan motivasi secara terus menerus dengan bergabung dengan komunitas yang sesuai dengan bidang kerjanya. 5.

Sharing ilmu, inovasi dan ide kepada orang lain”. Sementara Setyawati (2020) menyampaikan ada 4 hal yang dapat dilakukan untuk dapat membangun personal branding agar dapat memberikan pelayanan prima: 1. Melakukan pekerjaan yang bisa dilakukan dengan niat yang tulus, penuh keyakinan dan percaya diri, tingkatkan pengetahuan dengan berbagai pelatihan. 2. Mendengarkan, member masukan dan member inspirasi. 3. Menghadapi tantangan, tekanan dan perbedaan pendapat. 4. Perjanjian untuk melakukan sesuatu, ketertarikan kerja, bersyukur. Personal branding baik dari sisi kepribadian, kemampuan, nilai, serta persepsi positif pustakawan menjadi hal pokok yang harus dilakukan pustakawan saat ini.

## **METODE**

Penelitian yang baik akan menghasilkan data yang berguna bagi



kehidupan manusia dan pengembangan ilmu. “Secara umum data yang telah diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah” (Sugiyono, 2018). “Untuk itu penelitian harus didahului dengan suatu perancangan riset atau metode penelitian. Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan cara yang rasional, empiris, dan sistematis” (Sugiyono, 2018).

Penelitian mengenai “Urgensi Personal Branding bagi Pustakawan di Era Pandemi” ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif menurut Punaji adalah “metode riset yang bertujuan untuk menjelaskan secara spesifik peristiwa sosial dan alam. Penjelasan secara spesifik ini kemudian membuat penjelasan hasil penelitian lebih kompleks. Data di dalam metode deskriptif ini lebih variatif, yakni bisa berupa angka dan juga bisa dalam berupa kata-kata. Sehingga jenis data yang digunakan bisa memakai angka yang umum digunakan dalam penelitian kuantitatif

dan kata-kata pada penelitian kualitatif” (Awwabiin, 2021).

Metode deskriptif yang digunakan adalah “penelitian perpustakaan, yaitu metode pengumpulan dan analisis data dengan cara melakukan pengamatan terhadap hasil tulisan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti atau berhubungan dengan objek penelitian”.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Urgensi Brand Pustakawan yang Berkepribadian

Pustakawan yang memiliki brand kepribadian akan menjadi idola bagi orang-orang yang dilayani. Pemustaka diharapkan dapat kembali menggunakan jasa layanan yang diberikan pustakawan. Suherlan (2013) menyatakan bahwa “kepribadian merupakan sesuatu yang menggambarkan ciri khas (keunikan) seseorang yang membedakan orang tersebut dengan orang lain. Dengan mengetahui kepribadian seseorang maka akan dapat meramalkan perilaku yang akan ditampilkan orang tersebut

dalam menghadapi suatu situasi tertentu”.

Kepribadian tidak terbentuk begitu saja. “Kepribadian dibentuk dari berbagai faktor, yaitu: 1) Keturunan yang merujuk pada faktor-faktor yang ditentukan sejak lahir atau faktor genetika seorang individu. 2) Lingkungan yang merujuk pada kebudayaan tempat di mana seseorang dibesarkan, pengkondisian dini, norma-norma diantara keluarga, teman-teman, kelompok-kelompok sosial, serta pengaruh-pengaruh lain yang seseorang alami. 3) Situasi Kepribadian seseorang walaupun pada umumnya mantap dan konsisten, akan berubah dalam situasi yang berbeda. Tuntunan yang berbeda dari situasi yang berlainan memunculkan aspek-aspek yang berlainan dari kepribadian seseorang” (Jaenudin, 2015). Dalam pelayanan perpustakaan, mengingat terdapat banyak pustakawan yang memberikan pelayanan, tentu akan terdapat banyak kepribadian. Untuk itu sangat diperlukan membangun brand kepribadian pustakawan.

Kepribadian satu orang dengan yang lain sangatlah berbeda. Moorhead (2013) menyampaikan bahwa “psikolog telah mengidentifikasi ribuan ciri dan dimensi kepribadian yang membedakan satu orang dengan yang lain. Akan tetapi pada tahun-tahun terakhir periset telah mengidentifikasi lima ciri fundamental yang khususnya relevan pada organisasi. Ciri tersebut sekarang umum disebut dengan “lima besar” ciri-ciri kepribadian (*“Big Five” Personality Traits*), yaitu: 1. Keramahan (*Agreeableness*) merujuk pada kemampuan seseorang untuk bergaul dengan orang lain. Keramahan menyebabkan sejumlah orang bersikap ramah, kooperatif, mudah memaafkan, pengertian dan bersikap baik dalam berurusan dengan orang lain. Periset belum sepenuhnya menyelidiki pengaruh keramahan, tetapi tampaknya orang-orang dengan keramahan tinggi lebih baik dalam mengembangkan hubungan kerja yang baik dengan rekan kerja, bawahan, dan manajer dengan tingkat lebih tinggi, dimana orang-orang yang kurang ramah kemungkinan tidak memiliki

hubungan kerja yang baik. 2. Kehati-hatian (*Conscientiousness*) Merujuk pada jumlah sasaran yang difokuskan oleh seseorang. Orang yang berfokus pada relatif sedikit sasaran waktu lebih berkemungkinan untuk terorganisasi, sistematis, berhati-hati, menyeluruh, bertanggung jawab, dan disiplin. Penelitian telah menemukan bahwa orang-orang yang lebih berhati-hati cenderung berkinerja lebih tinggi dibandingkan dengan orang-orang yang kurang berhati-hati dalam berbagai pekerjaan yang berbeda. 3. Emosionalitas Negatif (*Negative Emotionality*) Orang yang memiliki lebih sedikit emosionalitas negative, maka relatif seimbang, tenang, tabah dan merasa aman. Orang dengan lebih banyak emosionalitas negative bersifat lebih mudah tergugah, merasa tidak aman, reaktif, dan merupakan subjek suasana hati yang ekstrem. Orang-orang dengan lebih sedikit emosionalitas negative dapat diharapkan untuk lebih baik dalam menangani stres pekerjaan, tekanan, dan ketegangan. Stabilitas mereka juga dapat membuat mereka dipandang

lebih andal dibandingkan dengan rekan mereka yang mempunyai emosi kurang stabil. 4. Ekstraversi (*Extraversion*) Mencerminkan tingkat kenyamanan seseorang dengan hubungan. Ekstrover bersifat suka bergaul, pandai berbicara, tegas dan terbuka untuk menjalin hubungan baru. Sedangkan introver tidak suka bergaul, tidak pandai berbicara, tidak tegas, dan lebih enggan untuk memulai hubungan baru. Penelitian menyatakan bahwa ekstrover cenderung berkinerja lebih tinggi pada keseluruhan pekerjaan dibandingkan dengan introver. 5. Keterbukaan (*Openness*) Mencerminkan kekakuan seseorang atas keyakinan dan luasnya ketertarikan. Orang dengan keterbukaan tinggi bersedia untuk mendengarkan ide-ide baru dan mengubah ide, keyakinan dan sikap mereka sendiri sebagai respon terhadap adanya informasi baru. Mereka cenderung mempunyai ketertarikan luas dan keingintahuan, imajinatif, dan kreatif. Sebaliknya, orang-orang dengan tingkat keterbukaan rendah cenderung kurang dapat menerima ide-ide baru dan

kurang bersedia untuk mengubah pikiran mereka. Lebih jauh, mereka cenderung mempunyai ketertarikan yang lebih sedikit dan lebih sempit serta kurang ingin tahu dan kurang kreatif. Orang dengan keterbukaan lebih besar dapat diharapkan berkinerja lebih baik karena fleksibilitas mereka dan kemungkinan bahwa mereka akan diterima secara lebih baik oleh orang lain dalam organisasi”.

Dari uraian di atas pustakawan perlu mengasah brand kepribadian dalam hal bersikap ramah, kooperatif, mudah memaafkan, pengertian dan bersikap baik dalam berurusan dengan orang lain. Pustakawan juga harus mengasah brand kepribadian dalam hal bekerja secara sistematis, lebih berhati-hati, berfikir secara menyeluruh, bertanggung jawab dalam menjalankan tugas, dan selalu menerapkan disiplin. Pustakawan juga harus lebih sedikit menjaga emosionalitas yang negative, sehingga relatif lebih seimbang, tenang, tabah dan merasa aman. Pustakawan harus bersifat suka bergaul dengan siapapun, pandai berbicara di muka

umum, tegas dalam bersikap dan terbuka untuk menjalin hubungan baru. Selain itu pustakawan harus lebih terbuka dalam segala hal termasuk berkembang, selalu bersedia mendengarkan ide-ide baru yang muncul di dunia perpustakaan serta mampu untuk mengubah ide menjadi lebih baik. Dengan brand kepribadian pustakawan tersebut diharapkan pustakawan lebih percaya diri dalam memberikan pelayanan prima pada pemustaka.

### **Urgensi Brand Pustakawan yang berkemampuan**

Pustakawan yang juga memiliki brand kemampuan/skill akan menjadi idola bagi orang-orang yang dilayani. Pemustaka diharapkan dapat kembali menggunakan jasa layanan yang diberikan pustakawan yang memiliki kemampuan dalam bidangnya. “keberadaan Era Revolusi Industri 4.0 sudah tidak bisa ditawar lagi. Mau tidak mau, suka tidak suka, kita harus menghadapinya. Namun, untuk bisa survive di era ini, kita harus membekali diri dengan keterampilan-keterampilan tertentu yang disesuaikan dengan tren

yang ada. Berdasarkan hasil riset yang direkomendasikan World Economic Forum (WEF), terdapat sepuluh keterampilan yang dikenal dengan "10 Skills for the Future of Jobs" Savitri (2019). Saat ini pustakawan diharapkan dapat membekali diri dengan soft-skills yang menjadi tuntutan baik karena munculnya isu baru tren 4.0 maupun tuntutan perubahan karena pandemic covid-19. Pustakawan harus memiliki brand kemampuan/skill.

Ida Fajar Priyanto dalam acara "Seminar Implementasi 10 Keterampilan dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0. memaparkan secara gamblang dan lugas tentang realisasi dan bentuk pekerjaan masa depan di perpustakaan. Dalam kesempatan itu, dijelaskan pula mengenai 10 keterampilan yang harus dimiliki pustakawan dan pengelola perpustakaan dalam menghadapi era Revolusi Industri 4.0. Kesepuluh keterampilan tersebut adalah (Savitri, 2019): 1. *Complex problem solving*, kemampuan dalam memecahkan masalah secara sistematis, mulai dari

identifikasi masalah, seleksi informasi yang berhubungan dengan masalah tersebut, mencari solusi hingga mengevaluasinya; 2. *Critical thinking*, atau kemampuan dalam berfikir kritis; 3. *Creativity*, yakni mampu menemukan dan menghasilkan suatu kreativitas yang unik dan orisinal; 4. *People management*, yakni kemampuan dalam mengatur orang atau biasa disebut dengan *leadership*; 5. *Coordinating with other*, yaitu kemampuan melakukan koordinasi dengan orang lain atau *team work*; 6. *Emotion Intelligence*, kemampuan untuk mengatur serta mengontrol emosi, atau disebut juga dengan kecerdasan emosional; 7. *Judgement and decision making*, yakni kemampuan dalam menarik kesimpulan hingga pengambilan keputusan, dalam kondisi apapun; 8. *Service orientation*; sebagai unit yang salah satu pekerjaannya adalah layanan, maka pustakawan dan pengelola perpustakaan harus memiliki orientasi pada layanan atau mengedepankan layanan; 9. *Negotiation*, memiliki kemampuan bernegosiasi; 10. *Cognitive*

flexibility, yakni memiliki fleksibilitas kognitif atau mampu berfikir secara spontan sebagai respon dalam menyesuaikan keperluan dan tuntutan situasional”.

Dari uraian di atas pustakawan perlu mengasah brand kemampuan/skill dalam hal memecahkan masalah secara sistematis, berfikir kritis, mampu untuk menemukan dan menghasilkan kreativitas unik dan orisinal, mengatur orang, melakukan koordinasi dengan orang lain atau team work, mengatur serta mengontrol emosi, mampu untuk menarik kesimpulan hingga pengambilan keputusan, dalam kondisi apapun, memiliki orientasi pada layanan atau mengedepankan layanan, bernegosiasi, memiliki fleksibilitas kognitif atau mampu berfikir secara spontan sebagai respon dalam menyesuaikan keperluan dan tuntutan situasional. Dengan brand kemampuan pustakawan tersebut diharapkan pustakawan lebih percaya diri dalam memberikan pelayanan prima pada pemustaka.

## **Urgensi Brand Pustakawan yang memiliki nilai Integritas dan Kepemimpinan**

Selain harus memiliki brand kepribadian dan kemampuan, pustakawan diharapkan juga memiliki brand nilai, khususnya integritas dan kepemimpinan. Dengan integritas dan jiwa kepemimpinan, niscaya pustakawan akan menjadi idola bagi orang-orang yang dilayani. Harapannya kepuasan pemustaka akan tercapai, dan orang yang dilayani akan datang kembali untuk mendapatkan pelayanan yang sama.

Integritas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah mutu, sifat, atau keadaan yang menunjukkan kesatuan yang utuh sehingga memiliki potensi dan kemampuan yang memancarkan kewibawaan; kejujuran. Integritas sangat dibutuhkan profesi apapun termasuk pustakawan. Beberapa tokoh menyadari akan pentingnya integritas ini, sehingga dalam beberapa acara integritas menjadi pokok bahasan. Salah satunya adalah “pertemuan pustakawan anti korupsi dengan tema “Integrity,

Leadership: 21st Century Competency for Information Officer/Librarian” tanggal 27 Oktober 2014 di Auditorium Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), Utami B. Haryadi memberikan contoh definisi nilai integritas yang harus dimiliki pustakawan yakni selain dapat dipercaya dan selalu mematuhi etika profesi dan bisnis, segenap jajaran pimpinan dan karyawan harus: 1. Jujur dalam berbicara dan bertindak 2. Konsisten antara pikiran, perkataan, dan perbuatan 3. Adil dalam memperlakukan pihak lain 4. Berdedikasi terhadap perusahaan 5. Dapat dipercaya dalam mengemban amanat maupun menjalankan tugas. Sumber:

<https://www.isipii.org/artikel/nilai-integritas-dan-kepemimpinan-seorang-pustakawan>”. Sementara nilai integritas yang dapat dilakukan menurut Putjok Rizaldy adalah bahwa pustakawan harus mampu untuk: 1. Berfikir positif. 2. Memiliki dan membangun sikap yang simpatik dan baik. 3. Mengetahui kegiatan yang berhubungan dengan bidang kerjanya. 4. Meningkatkan motivasi secara terus menerus dengan

bergabung dengan komunitas yang sesuai dengan bidang kerjanya. 5. Sharing ilmu, inovasi dan ide kepada orang lain. Sementara definisi “Kepemimpinan adalah kemampuan seseorang mempengaruhi dan memotivasi orang lain untuk melakukan sesuatu sesuai tujuan bersama. Kepemimpinan meliputi proses mempengaruhi dalam menentukan tujuan organisasi, memotivasi. Untuk mempunyai semangat atau jiwa sebagai seorang pemimpin, haruslah sering terlibat bekerjasama sebagai tim dalam suatu kegiatan atau aktivitas apapun itu. Ketika seseorang sering terlibat kerjasama (teamwork) maka dari kegiatan tersebut akan menghasilkan ide, pemikiran, saran serta gagasan-gagasan agar tujuan dari kerjasama yang sebelumnya dibentuk dapat segera di implementasikan hasil dari ide, pemikiran, saran serta gagasan-gagasan tersebut. Leadership atau kepemimpinan pada dasarnya dapat dibentuk dan dilatih sejak usia dini, agar pada saatnya nanti ketika menghadapi beberapa permasalahan

akan mudah menemukan solusi beberapa alternatif penyelesaian masalah tersebut”  
<https://www.isipii.org/artikel/nilai-integritas-dan-kepemimpinan-seorang-pustakawan>.

Dari uraian di atas pustakawan perlu mengasah brand nilai integritas dan kepemimpinan. Dalam hal integritas, pustakawan harus mengedepankan nilai kejujuran dalam berbicara dan bertindak; dapat menyeimbangkan/konsisten antara pikiran, perkataan, dan perbuatan; bersikap adil dalam memperlakukan orang lain; Memiliki dedikasi yang tinggi terhadap lembaga; selalu dapat dipercaya dalam mengemban amanat maupun menjalankan tugas sehari-hari. Selain itu dalam hal kepemimpinan, pustakawan harus membangun kerjasama dalam tim sehingga menghasilkan ide-ide baru, gagasan pemikiran, saran agar tujuan kerjasama dapat diterapkan.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Wabah pandemi Covid-19 menuntut pustakawan lebih kreatif menciptakan inovasi baru layanan online bagi pemustaka. Pustakawan harus tetap dapat memberikan pelayanan prima kepada pemustaka walaupun dengan berbagai keterbatasan yang ada, baik pustakawan, sarana prasarana dan koleksi perpustakaan.

Pustakawan harus mengupayakan brand dalam dirinya. Pustakawan harus memiliki personal branding agar dapat memberikan kepuasan bagi pemustakanya, meliputi brand kepribadian, brand kemampuan, dan brand nilai integritas dan kepemimpinan. Brand kepribadian pustakawan yang harus dibangun adalah bersikap ramah, kooperatif, mudah memaafkan, pengertian dan bersikap baik dalam berurusan dengan orang lain. Pustakawan juga harus mengasah brand kepribadian dalam hal sistematis, lebih berhati-hati, berfikir secara menyeluruh, bertanggung jawab dalam menjalankan tugas, dan selalu



menerapkan disiplin. Pustakawan juga harus lebih sedikit menjaga emosionalitas yang negative, sehingga relatif lebih seimbang, tenang, tabah dan merasa aman. Pustakawan harus bersifat suka bergaul dengan siapapun, pandai berbicara di muka umum, tegas dalam bersikap dan terbuka untuk menjalin hubungan baru. Selain itu pustakawan harus lebih terbuka dalam segala hal termasuk berkembang, selalu bersedia mendengarkan ide-ide baru yang muncul di dunia perpustakaan serta mampu untuk mengubah ide menjadi lebih baik.

Brand kemampuan pustakawan yang harus dibangun adalah memecahkan masalah secara sistematis, berfikir kritis, mampu untuk menemukan dan menghasilkan kreativitas unik dan orisinal, mengatur orang, melakukan koordinasi dengan orang lain atau team work, mengatur serta mengontrol emosi, mampu untuk menarik kesimpulan hingga pengambilan keputusan, dalam kondisi apapun, memiliki orientasi pada layanan atau mengedepankan layanan, bernegosiasi, memiliki fleksibilitas

kognitif atau mampu berfikir secara spontan sebagai respon dalam menyesuaikan keperluan dan tuntutan situasional.

Brand nilai pustakawan yang harus dibangun adalah nilai integritas dan kepemimpinan. Dalam hal integritas, pustakawan harus Jujur dalam berbicara dan bertindak, Konsisten antara pikiran, perkataan, dan perbuatan, Adil dalam memperlakukan pihak lain, Berdedikasi terhadap perusahaan, Dapat dipercaya dalam mengemban amanat maupun menjalankan tugas. Selain itu dalam hal kepemimpinan, pustakawan harus sering terlibat bekerjasama sebagai tim dalam suatu kegiatan atau aktivitas apapun itu sehingga menghasilkan ide, pemikiran, saran serta gagasan-gagasan agar tujuan dari kerjasama yang sebelumnya dibentuk dapat segera di implementasikan hasil dari ide, pemikiran, saran serta gagasan-gagasan tersebut.

### **Saran**

Pustakawan tidak menyerah dengan keadaan pandemic covid-19. Pustakawan harus tetap kreatif dan

inovatif. Agar dapat memiliki brand yang menonjol dalam hal kepribadian, pustakawan harus pantang menyerah untuk berkepribadian yang baik dalam pelayanan. Agar dapat memiliki brand yang menonjol dalam hal kemampuan, pustakawan harus selalu mengembangkan ilmu baik secara formal maupun non formal yang mendukung bidang kerjanya. Terbuka untuk pengembangan ilmu dan selalu berjejaring. Dan agar dapat memiliki brand yang menonjol dalam hal nilai, pustakawan harus selalu ingat akan Tuhan dan memiliki iman yang kuat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, et al. (2012). *Layanan Cinta: Perwujudan Layanan Prima Perpustakaan*. Jakarta: Sagung Seto.
- Awwabiin, Salma. (2021). *Pengertian Penelitian Deskriptif, Karakter, Ciri-Ciri dan Contohnya*.  
<https://www.duniadosen.com/penelitian-deskriptif/>
- Creswell, John W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Djunaidi; Achmad, Mulkan. (2010). *Pemberdayaan Pengguna Dalam Rangka Pengembangan Menuju Layanan Prima Perpustakaan*,  
<https://digilibunsri.wordpress.com/2010/03/04/pemberdayaan-pengguna-dalam-rangka-pengembangan-menuju-layanan-prima-perpustakaan-oleh-djunaidi-dan-mulkan-achmad/>. Diakses 31 Oktober 2021.
- <https://www.wartaekonomi.co.id/read276620/apa-itu-pandemi>. Akses 27 Juni 2020
- <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-4935387/who-tetapkan-virus-corona-sebagai-pandemi-ini-artinya>
- <https://www.isipii.org/artikel/nilai-integritas-dan-kepemimpinan-seorang-pustakawan>
- Indonesia. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2019). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi 5)*.

- Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
- Indonesia no. 43 Tentang Perpustakaan. Jakarta: Perpustakaan Nasional.
- Jaenudin, Ujam; Hambali, Adang. (2015). *Dinamika Kepribadian*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Putri, Vanya Karunia Mulia. (2021). *Personal Branding: Definisi, Tujuan, dan Strateginya*.  
<https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/05/153000369/personal-branding-definisi-tujuan-dan-strateginya>. Diakses 31 Oktober 2021.
- Kristanti, Susana Rini; Rahayuningsih, Fr, (2016). *Seri Literasi Informasi: Mencari, Menemukan, dan Menggunakan Informasi secara Bertanggungjawab*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rizaldi, Putjok. (2020). *Urgensi Personal Branding Dalam Profesi Arsiparis. Seminar Nasional Kearsipan Strategi Peningkatan Eksistensi Arsiparis Melalui Personal Branding di Era Digital” yang diselenggarakan pada, Sabtu 31 Oktober 2020.*
- Maulina, Amalia E. (2015). *Personal Branding: Membangun Citra Diri yang Cemerlang*. Tangerang: Etnomark Consulting.
- Savitri, Sheila. (2019). *10 Keterampilan yang Perlu Dimiliki Pustakawan di Era Revolusi Industri 4.0*.  
<http://jakarta.litbang.pertanian.go.id/ind/index.php/berita/4-info-aktual/1282-10-keterampilan-yang-perlu-dimiliki-pustakawan-di-era-revolusi-industri-4-0.html>
- Moorhead, Gregory; Griffin, Ricky W. (2013). *Perilaku Organisasi: Manajemen sumber Daya Manusia dan Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ngatini. (2018). *Pelayanan Prima: Upaya Pustakawan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan*. *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia*, 1(1) 2018, 53-70.
- Perpustakaan Nasional. (2007). *Undang-undang Republik*

Septiyantono . (2014). Materi

Pokok Literasi Informasi.

Tangerang Selatan: Universitas

Terbuka.

Setyawati, Wawat. (2020). Membangun

Branding Personality Profesi

Arsiparis Melalui karya Unggulan.

Seminar Nasional Kearsipan

Strategi Peningkatan Eksistensi

Arsiparis Melalui Personal

Branding di Era Digital” yang

diselenggarakan pada, Sabtu 31

Oktober 2020.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian

Kombinasi (Mixed Methods).

Bandung: Alfabeta.

Suherlan, Herlan; Budhiono, Yono.

(2013). Psikologi Pelayanan.

Bandung: Media Perubahan, 2013.

Surat Edaran Menteri Pendidikan dan

Kebudayaan Republik Indonesia

Nomor 4 Tahun 2020 tentang

Pelaksanaan Kebijakan Pendidikan

dalam Masa Darurat Penyebaran

*Corona* Virus Disease (Covid-19)

Undang-Undang Perpustakaan No. 43

Tahun 2007.

Yahya, Helmy. (2020). Who The Hell

Are You. Bogor: PT. Rumah Tulis.