

IDENTIFIKASI KETERAMPILAN PUSTAKAWAN DALAM MEMASARKAN DIGITAL REPOSITORY DI PERPUSTAKAAN STIKES YARSI PONTIANAK

Hanni Tania

Universitas Tanjungpura Pontianak
Email: hannimpw13@gmail.com

Atiqa Nur Latifa Hanum

Universitas Tanjungpura Pontianak
Email: atiqa.nur@fkip.untan.ac.id

Sahidi

Universitas Tanjungpura Pontianak
Email: sahidip@fkip.untan.ac.id

Received: 07-03-2024

Revised: 18-04-2024

Accepted: 07-05-2024

DOI: 10.24036/ib.v5i2.470

Abstract

Digital repository is a storage medium for the academic community that is open access. The selection of marketing media and content that has not attracted users utilizes digital repositories and affects the user level. The method used is qualitative with non-participant observation techniques, in depth interviews. Data analysis techniques through data reduction, data presentation, and conclusion, while data validity tests use credibility, transferability, dependability, and confirmability. The results showed that the skills possessed by librarians include 8 skills, namely: Digital marketing skills, direct marketing, policy aspect abilities, technical abilities, target analysis, information technology, marketing media creativity, managing time, evaluating. identification is carried out through the concept of 4P, marketing is not optimal for libraries and librarians externally.

Keywords: Librarian Skills, Library Marketing, Digital Repository

Abstrak

*Digital repository ialah sebagai media penyimpanan civitas akademik bersifat open akses. Pemilihan media pemasaran dan konten yang belum menarik pengguna memanfaatkan digital repository dan mempengaruhi tingkat pengguna. Metode yang digunakan kualitatif dengan teknik observasi non partisipan, wawancara mendalam. Teknik analisis data melalui reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan, sedangkan uji keabsahan data menggunakan *credibility, transferability, dependability, dan confirmability*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterampilan yang dimiliki pustakawan meliputi 8 keterampilan yaitu: Keterampilan pemasaran digital, pemasaran langsung, kemampuan aspek kebijakan, kemampuan teknis, analisis target, teknologi informasi, kreativitas media pemasaran, mengelola waktu, mengevaluasi. identifikasi dilakukan melalui konsep 4P pemasaran dilakukan belum optimal bagi perpustakaan dan juga pustakawan secara eksternal.*

Kata Kunci : Keterampilan Pustakawan, Pemasaran Perpustakaan, *Digital Repository*

PENDAHULUAN

Digital repository merupakan salah satu bentuk layanan yang dibangun di perpustakaan, termasuk perpustakaan perguruan tinggi. Digital repository berfungsi sebagai referensi dan penyimpanan data secara digital. Perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak adalah contoh perpustakaan perguruan tinggi yang memiliki digital repository. Digital repository ini mempermudah pemustaka dalam penelusuran informasi dengan menyajikan karya-karya ilmiah dalam bentuk digital. Untuk memudahkan akses dan penyebarluasan karya-karya ilmiah dari berbagai tempat, koleksi tersebut dikumpulkan secara elektronik agar dapat ditemukan dengan mudah melalui mesin pencarian seperti Google. Hal ini memungkinkan karya-karya civitas akademika dapat tersebar tanpa batasan waktu. Namun, perpustakaan masih menghadapi tantangan dalam memasarkan layanan ini kepada pemustaka. Pemasaran yang baik sangat penting untuk memastikan pemustaka dapat menggunakan layanan digital repository dengan mudah.

Keterampilan pustakawan dalam memasarkan digital repository menjadi faktor penting dalam meningkatkan penggunaan layanan tersebut.

Penelitian ini bukan yang pertama kali dilakukan. Peneliti mencari rujukan dari penelitian terdahulu yang bertujuan membantu menyelesaikan penelitian ini. Sumber yang diambil dari penelitian terdahulu berkaitan dengan pemanfaatan koleksi dalam repository (Wiyarsih, 2015), peran pustakawan dalam mengelola digital repository (Tyas, 2023), dan pentingnya peran repository dalam mengelola serta menyimpan karya ilmiah untuk memudahkan akses (Darmayanti, 2019). Beberapa penelitian sebelumnya memiliki hasil yang berbeda, namun membahas permasalahan yang sama terkait dengan digital repository. Terdapat beberapa perbedaan dalam objek penelitian serta metode yang digunakan.

Berdasarkan data jumlah pengunjung digital repository perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak pada bulan Januari 2023, jumlah pengunjung mencapai 156 orang dan

mengalami kenaikan sebanyak 36%. Pada bulan Februari 2023, jumlah pengunjung meningkat menjadi 213 orang, namun pada bulan Maret 2023 terjadi penurunan menjadi 201 orang. Bulan April 2023 mengalami penurunan yang lebih signifikan, yaitu sebanyak 25% dengan jumlah pengunjung sebanyak 150 orang. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa pengunjung digital repository tidak mengalami kenaikan yang signifikan karena kurangnya pengetahuan mengenai pemanfaatan digital repository. Salah satu upaya untuk meningkatkan pemanfaatan digital repository di perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak adalah dengan meningkatkan keterampilan pustakawan dalam memasarkan digital repository, baik keterampilan hard skill maupun soft skill.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pustakawan STIKes Yarsi Pontianak belum memiliki keterampilan dan kompetensi yang relevan dengan pemasaran yang dilakukan. Pustakawan dipercaya untuk mengakomodasi layanan digital repository sebagai upaya

mendukung perpustakaan. Hal ini menjadi tantangan bagi pustakawan perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak terkait upaya peningkatan keterampilan dalam pemasaran. Permasalahan ini menarik perhatian untuk dikaji lebih lanjut mengenai keterampilan pustakawan dalam memasarkan digital repository di perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak agar dapat dijadikan strategi bagi perpustakaan dan pustakawan dalam meningkatkan keterampilan pemasaran digital repository di perpustakaan perguruan tinggi. Penelitian ini berfokus pada keterampilan pustakawan dalam memasarkan layanan tersebut dan mencari solusi untuk meningkatkan penggunaannya di perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan deskriptif. Penelitian kualitatif dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai keterampilan pustakawan dalam memasarkan digital repository di perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara dengan pustakawan dan pemustaka, serta studi dokumenter langsung ke perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari observasi permasalahan yang diteliti, sementara data sekunder diperoleh dari dokumentasi dan keterampilan pustakawan dalam membuat konten pemasaran. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan Credibility, Transferability, Dependability, dan Confirmability (Mekarisce, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ketampilan Pustakawan dalam Memasarkan Digital Repository di Perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak

Keterampilan pustakawan perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak merupakan hal yang penting dalam memasarkan digital repository kepada pengguna. Keahlian dan pengetahuan yang mereka miliki, pustakawan berperan sebagai agen perubahan yang

mendorong penggunaan dan manfaat dari digital repository. Adanya digital repository dianggap berfungsi dan dapat dipercaya yaitu dalam pemeliharaan, pembersihan data, dan pelestarian Keterampilan pustakawan dalam memasarkan digital repository di perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak dapat diidentifikasi dengan menggunakan konsep 4P (Hanum, 2021). Dalam pemasaran, yaitu Product (Produk), price (Harga), Place (tempat), dan Promotion (Promosi). Berikut adalah penjelasan keterampilan pustakawan dalam menerapkan konsep 4P dalam memasarkan digital repository.

Product (Produk)

Pustakawan STIKes Yarsi Pontianak memiliki pemahaman mendalam tentang koleksi digital yang ada di dalam repository, termasuk konten yang relevan dan berkualitas, mengorganisir dan mengelola data dengan baik, sehingga pengguna dapat dengan mudah menemukan dan mengakses referensi yang dibutuhkan. Kebutuhan dan keinginan pengguna untuk mengembangkan fitur, manfaat,

dan nilai tambah dari digital repository yang ditawarkan tambahan yang dapat meningkatkan pemahaman pemustaka dalam menggunakan digital repository. Pemasaran terhadap digital repository di perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak pustakawan berupaya memberikan informasi terkait digital repository kepada pemustaka dengan menggunakan beberapa media pemasaran, dari 2 narasumber kepada yang menjawab pertanyaan wawancara tersebut menjawab pemasaran digital repository hanya bertujuan untuk memberitahukan bahwa perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak memiliki digital repository. Pemasaran digital konten pemasaran harus disusun dengan memperhatikan kapasitas pemrosesan informasi pengguna, konten yang terlalu kompleks atau terlalu teknis mungkin sulit dipahami oleh pengguna, oleh karena itu konten yang disajikan dengan cara mudah dipahami menarik bagi audiens target (Evans & Stanovich, 2013). Kegiatan pemasaran pustakawan STIKes Yarsi Pontianak menggunakan beberapa media pemasaran untuk memberikan informasi kepada

pemustaka beberapa media pemasaran mading, whatsapp group, website dengan meliputi penyusunan konten pemasaran yang mudah dipahami dan menarik bagi pemustaka. Perpustakaan melakukan update informasi terkait digital repository selama 1 tahun sekali.

Pemasaran layanan ke perpustakaan akademik akan meningkatkan kesadaran pengguna tentang cara menemukan materi di bidang studi yang mereka butuhkan dan menyediakan ringkasan dan materi hemat waktu tentang konten perpustakaan. Pendekatan secara langsung seperti ini merupakan strategi yang cerdas dalam memperkenalkan dan memasarkan suatu jasa atau produk (Luo et al., 2020). Pemasaran secara langsung yang dilakukan perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak dengan menayangkan video penjelasan tentang digital repository pada saat pengenalan kampus. Keterampilan pemasaran secara langsung yang dilakukan pustakawan sebagai penyalur informasi masih kurang memiliki keterampilan dalam pemasaran.

Adapun yang dapat disimpulkan oleh peneliti apabila perpustakaan perguruan tinggi hanya memiliki keterampilan pemasaran digital, keterampilan pemasaran langsung atau keterampilan presentasi, dan keterampilan kemampuan tentang aspek kebijakan maka pelayanan perpustakaan dapat dilakukan kurang tepat dalam meningkatkan minat pengunjung digital repository. Oleh karena itu pustakawan harus meningkatkan keterampilan yang ada dengan baik agar keterampilan tersebut dapat menumbuhkan keterampilan pemasaran yang maksimal. Pustakawan di perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak juga dapat meningkatkan keterampilan profesional informasi dan mengembangkan keterampilan pemasaran produk. Berkaitan dengan hal ini aktivitas bisnis, tujuan, dan fungsi lembaga utama standar kompetensi yang saat ini belum sepenuhnya memenuhi keterampilan pustakawan dalam pemasaran produk di perpustakaan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan setiap perpustakaan perguruan tinggi, dimana perpustakaan

perguruan tinggi membutuhkan peningkatan, pengembangan berbagai aspek keterampilan, dan kompetensi yang relevan. Identifikasi keterampilan pustakawan yang relevan sangat penting untuk mencapai kinerja pustakawan Perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak yang optimal.

Price (Harga)

Pustakawan STIKes Yarsi Pontianak menentukan harga yang sesuai dengan manfaat yang ditawarkan oleh digital repository dan sejalan dengan anggaran pengguna berdasarkan Wawancara yang dilakukan terhadap kedua pustakawan di perpustakaan. Aksesibilitas dan jaringan harus dipastikan dalam kenyamanan mengakses digital repository tidak hanya dalam akses pustakawan, harus memperhatikan apakah pada digital repository pengguna dapat melakukan secara full teks pada saat memasarkan digital repository. Keterampilan pemberian "Harga" terhadap jasa yang diberikan oleh pustakawan kepada pemustaka yang dimaksud disini adalah aksesibilitas, dan pengunduhan teks.

Keterampilan harga yang dimiliki pustakawan STIKes Yarsi Pontianak dalam mengidentifikasi model yang tepat untuk digital repository menyusun strategi seperti open akses dalam menggunakan digital repository sehingga dapat menarik lebih banyak pengguna berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap kedua pustakawan di perpustakaan, keterampilan yang saat ini dimiliki pustakawan perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak ialah keterampilan kemampuan teknis dalam memantau website digital, dan keterampilan analisis target.

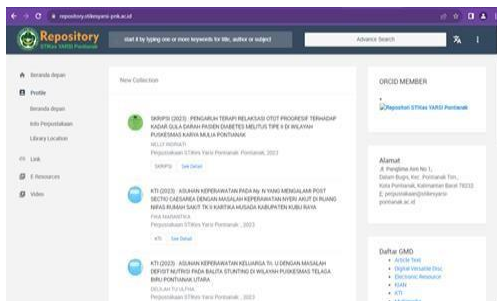
Keterampilan pustakawan dalam melakukan pengelolaan koleksi yang akan diupload pada digital repository perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak memiliki kebijakan yang mengharuskan untuk mengunggah cover, daftar pustaka, lembar konsultasi dan Bab 1. Kebijakan akses yang telah diterapkan di pada institutional repository yang harus dibuka untuk transmisi terus menerus untuk akademik yang bekerja di bidang sains, salah satu alasan yang bisa disampaikan adalah informasi ini juga mencegah plagiarisme (Ulum &

Setiawan, 2016). Untuk memastikan kenyamanan dan penyebarluasan digital repository yang dimiliki perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak, pustakawan berupaya memastikan kenyamanan akses digital repository. Diberikan kemudahan akses tanpa batasan jaringan kampus, hal ini membuka peluang bagi pengguna eksternal seperti peneliti dan masyarakat umum untuk mendapatkan akses ke sumber-sumber informasi (Bernard et al., 2015).

Keterampilan pustakawan perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak dalam hal pemberian harga terhadap jasa yang diberikan oleh pustakawan kepada pemustaka dalam mengelola aksesibilitas pada digital repository pustakawan selalu memantau kenyamanan pengguna akses repository. Pada keterampilan harga yang telah dimiliki pustakawan STIKes Yarsi Pontianak merupakan strategi yang dapat menarik minat pengguna. Tujuan pemasaran yang dilakukan perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak untuk memastikan bahwa konsumen tidak ada ketidaknyamanan saat mengkonsumsi,

dengan melihat konten yang sedang ditawarkan dan layanan terkait, situasinya menjadi sangat menyenangkan, dan variasi produk yang mengurangi kebosanan konsumen mempengaruhi preferensi konsumen saat memilih di antara opsi (Bozaci, 2020).

*Gambar 1 Digital Repository
Perpustakaan STIKes Yarsi*



Sumber: <https://repository.stikesyarsi.pnk.ac.id/>

Pemasaran terhadap digital repository dilakukan perpustakaan untuk pustakawan dengan mempertimbangkan kebutuhan pemustaka yang dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap perkembangan informasi dan perkembangan digital di perpustakaan secara keseluruhan maupun dalam peningkatan pelayanan. Pengelolaan keterampilan harga pustakawan STIKes

Yarsi Pontianak perlu meningkatkan layanan perpustakaan lebih kepada penggunaan produk atau layanan yang berkualitas. Pentingnya pustakawan mengikuti pelatihan yang tepat sebelum meninggalkan kesalahpahaman yang ada dengan meningkatkan keterampilan pustakawan dalam mengelola harga. Staf perpustakaan harus menyadari hal itu dengan memahami prosesnya pemasaran, teori dan aplikasi tidak hanya mendukung layanan perpustakaan, namun aktivitas pemasaran menggunakan web 2.0 mempromosikan kegiatan dan misi perpustakaan, mengiklankan layanan dan secara efektif dapat mengubah cira dan arah perpustakaan sebagai organisasi yang berpusat pada pengguna (Garoufallou et al., 2013).

Place (Tempat)

Pemasaran yang dilakukan pustakawan perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak memiliki tempat pemasaran digital repository sebagai saluran pemasaran yang dipakai untuk menyalurkan produk yang memilih media pemasaran WhatsApp, website, dan mading. Perlu adanya peningkatan

keterampilan pustakawan dalam memilih tempat pemasaran digital repository agar tempat atau media yang digunakan dapat menyalurkan informasi yang dipasarkan.

Keterampilan untuk mengidentifikasi segmentasi merupakan langkah penting dalam melakukan kegiatan perencanaan pemasaran dengan memilih tempat pemasaran digital repository agar mudah diakses pemustaka sehingga saluran pemasaran yang digunakan untuk menyalurkan informasi atau jasa dapat mencapai target. Pustakawan STIKes Yarsi Pontianak perlu memastikan digital repository mudah diakses melalui berbagai platform dan perangkat, termasuk di perpustakaan fisik secara virtual. Pustakawan perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak memiliki kemampuan keterampilan membangun, dan memelihara infrastruktur teknologi yang baik untuk menjalankan digital repository.

Kerjasama dengan departemen TI atau penyedia layanan teknologi diperlukan untuk memastikan infrastruktur yang memadai.

Menawarkan akses yang mudah dan intuitif ke repository melalui berbagai perangkat termasuk komputer, tablet, dan ponsel. Perlu memastikan bahwa pengguna dapat mengakses digital repository dengan lancar tanpa gangguan, jika terdapat masalah, seperti gangguan pada website, pustakawan harus segera bertindak untuk memperbaiki situasi tersebut agar pengguna tetap memiliki akses yang mudah dan nyaman (Asemi et al., 2020). Pustakawan perlu mengidentifikasi waktu dan tempat untuk melakukan promosi strategi pemanfaatan waktu yang dapat dilakukan oleh pustakawan untuk mencapai audiens target yang lebih efektif.

Perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak menggunakan 3 media pemasaran, WhatsApp group, mading, dan website. Namun pemasaran yang dilakukan belum efektif karena jumlah pengunjung belum mencapai target. Pustakawan belum memanfaatkan media pemasaran yang lain saat ini. Media yang digunakan perpustakaan dalam memasarkan digital repository masih menggunakan mading, WhatsApp

group, dan website. Pemanfaatan waktu yang diperlukan dalam menampilkan konten pemasaran digital repository pustakawan memiliki waktu yang cukup efektif. Pustakawan perlu memiliki keterampilan pemasaran yang kuat untuk mempromosikan digital repository dengan efektif kepada pengguna maupun mengkomunikasikan manfaat dan nilai dari digital repository kepada pengguna potensial dengan jelas dan meyakinkan (Rahman & Mohezar, 2020).

Keterampilan pustakawan dalam menuju konteks perpustakaan digital peningkatan dalam kemampuan dan keahlian menggunakan teknologi. Posisi pustakawan dan peran perpustakaan koleksi dalam bentuk digital untuk melestarikan koleksi perpustakaan dalam konteks perpustakaan tradisional dan virtual tentu saja perpustakaan memperoleh memelihara koleksi dalam bentuk digital untuk melestarikan koleksi perpustakaan seperti adanya digital repository tidak hanya perpustakaan saja yang digital tetapi sebagai pustakawan harus dapat menguasai kemampuan dalam

menggunakan teknologi. Sebagaimana peran pustakawan Perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak bergeser dari tradisional ke virtual dengan memperoleh, memelihara, dan melayani agar mengoptimalkan perpustakaan pustakawan sebagai pengelola memegang peran penting dalam perpustakaan. Tentu saja pustakawan harus meningkatkan keterampilan dan kemampuan dalam bidang teknologi informasi.

Promotion (Promosi)

Promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjual pribadi, promosi penjual maupun publikasi.

Gambar 2 Promosi Digital Repository Perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak



Sumber: <https://repository.stikesyarsipnk.ac.id>

Pustakawan STIKes Yarsi Pontianak mengembangkan strategi pemasaran yang efektif seperti media sosial website, dan WhatsApp group yang digunakan saat ini. Juga perlu memahami target audiens dan menyusun pesan promosi yang tepat agar mencapai pengguna potensial, pustakawan perlu memiliki pemahaman yang mendalam tentang pengguna dan kebutuhan serta kemampuan untuk menggunakan berbagai media promosi secara efektif untuk meningkatkan kesadaran dan minat terhadap jasa dan produk yang ditawarkan (Yi, 2016).

Pustakawan STIKes Yarsi Pontianak dalam melakukan pemasaran digital repository informasi yang dicantumkan pada saat melakukan pemasaran yaitu seputar untuk memperkenalkan digital repository kepada pengguna pada saat melakukan pemilihan media pemasaran apa saja yang menjadi pertimbangan pustakawan dalam memilih media pemasaran dan bentuk strategi apa saja yang digunakan pustakawan dalam keterampilan pustakawan pemasaran. Keterampilan yang dimiliki pustakawan

perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak yaitu keterampilan kreativitas media pemasaran, keterampilan mengelola waktu, dan keterampilan mengevaluasi program. Pustakawan perlu mengembangkan ketiga keterampilan tersebut terutama keterampilan kreativitas media pemasaran agar pemasaran yang dilakukan dapat mencapai target pemasaran. Keterampilan pemilihan media pemasaran dapat dikembangkan dengan menganalisis media pemasaran yang akan digunakan untuk melakukan pemasaran digital repository. Membuat materi promosi yang menarik, seperti penayangan video digital repository pada saat pengenalan kampus pada mahasiswa baru, menjelaskan adanya digital repository di perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak kepada calon mahasiswa baru.

Perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak memilih ketiga media pemasaran mading, WhatsApp group, dan website. Pustakawan di perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak belum memiliki jiwa pemasaran dilihat dari konten pemasaran yang dilakukan

pustakawan di perpustakaan belum cukup mengerti dan mengkaji media pemasaran yang efektif pada era sekarang. Perpustakaan harus berkompeten dalam penciptaan pengelolaan era perpustakaan digital dengan pelestarian informasi pada pengelolaan konten digital bahwa pada lingkungan perpustakaan akademik keterampilan bidang teknologi informasi atau akses elektronik sangat dibutuhkan di dalam jiwa keterampilan pustakawan sekarang (Hamad et al., 2020). Perpustakaan masih memerlukan media promosi yang lebih efektif dengan memanfaatkan media sosial, keterampilan pustakawan sangat diperlukan untuk meningkatkan jiwa pemasaran pustakawan. Berpartisipasi dalam seminar atau profesional untuk memperluas jaringan dan mempromosikan digital repository kepada kalangan akademik. Dalam memasarkan digital repository penting untuk memahami kebutuhan dan preferensi pemustaka serta terus memantau dan mengevaluasi strategi pemasaran yang digunakan.

PENUTUP

Simpulan

Keterampilan pustakawan STIKes Yarsi Pontianak dalam memasarkan digital repository telah menerapkan konsep 4P pemasaran digital. Pertama, pustakawan telah terampil dalam menerapkan konsep produk (product) dalam bentuk digital, seperti konten digital keterampilan pemasaran digital, keterampilan pemasaran secara langsung, dan keterampilan tentang aspek kebijakan. Selanjutnya, pustakawan telah terampil dalam menggunakan konsep harga (price) dengan memberikan akses secara terbuka kepada pemustaka tanpa biaya keterampilan pustakawan dalam konsep harga seperti keterampilan kemampuan teknis dalam memantau website digital, dan keterampilan analisis target. Tempat (place) pustakawan di STIKes Yasri Pontianak terampil memanfaatkan teknologi digital dan strategi promosi yang tepat guna dalam memasarkan digital repository. Promosi (promotion) Pustakawan memiliki keterampilan teknologi informasi, kreativitas dalam

media pemasaran, pengelolaan waktu, serta evaluasi program. Melalui penerapan teori 4P, pustakawan meningkatkan kesadaran dan pemahaman pemustaka terhadap pengguna digital repository yang dikelola.

Saran

Keterampilan pustakawan dalam melakukan pemasaran digital repository adapun saran yang diberikan perpustakaan dan pustakawan perlu melakukan sosialisasi kepada mahasiswa terkait digital repository dengan begitu mahasiswa, dosen, dan staf yang ada di lingkungan perpustakaan STIKes Yarsi Pontianak akan memahami dan mengenali, dan tahu cara menggunakan memanfaatkan digital repository. Pustakawan dan perpustakaan juga perlu merancang strategi dengan menggunakan media sosial sebagai media pemasaran dengan begitu pustakawan akan meningkatkan keterampilan pemasaran dan kemampuan menggunakan teknologi informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman, A. R., & Mohezar, S. (2020). Ensuring continued use of a digital library: a qualitative approach. *Electronic Library*, 38(3), 513–530. <https://doi.org/10.1108/EL-12-2019-0294>
- Annisa, A. (2019). Strategi Pemasaran: Promotion Perpustakaan Di Era Milenial Dalam Upaya Peningkatan Kunjungan Perpustakaan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.22236/jmbp.v1i1.5706>
- Armen. (2019). Kesiapan Pustakawan di Era Teknologi Informasi. *MAKTABATUNA: Jurnal Kajian Kepustakawanan*, 1(2), 161–170. <https://doi.org/10.15548/mj.v1i2.1870>
- Asemi, A., Ko, A., & Nowkarizi, M. (2020). Intelligent libraries: a review on expert systems, artificial intelligence, and robot. *Library Hi Tech*, 39(2), 412–434.

- <https://doi.org/10.1108/LHT-02-2020-0038>
- Aunillah, Fi, Q. (2021). Keterampilan Sosial Pustakawan di Era Digital (M. Khalida (ed.); 1st ed.). Ladang Kita.
- Bernard, J., Daberkow, D., Fellner, D., Fischer, K., Koepler, O., Kohlhammer, J., Runnwerth, M., Ruppert, T., Schreck, T., & Sens, I. (2015). VisInfo: a digital library system for time series research data based on exploratory search—a user-centered design approach. *International Journal on Digital Libraries*, 16(1), 37–59. <https://doi.org/10.1007/s00799-014-0134-y>
- Bozaci, I. (2020). The effect of boredom proneness on smartphone addiction and impulse purchasing: A field study with young consumers in Turkey. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(7), 509–517. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no7.509>
- Chandratre, S. V., & Chandratre, M. S. (2015). Marketing of Library and Information Services. *Journal of Commerce and Management Thought*, 6(1), 162. <https://doi.org/10.5958/0976-478x.2015.00011.7>
- Darmayanti. (2019). Kebijakan Pengelolaan Institusi Repository Perpustakaan Islam Sumatera Utara. *Uinsu*, 561(3), S2–S3. <https://doi.org/10.31969/educandum.v8i2>
- Evans, J. S. B. T., & Stanovich, K. E. (2013). Dual-Process Theories of Higher Cognition: Advancing the Debate. *Perspectives on Psychological Science*, 8(3), 223–241. <https://doi.org/10.1177/1745691612460685>
- Garoufallou, E., Siatri, R., Zafeiriou, G., & Balampanidou, E. (2013). The use of marketing concepts in library services: A literature review. *Library Review*, 62(4), 312–334.

- <https://doi.org/10.1108/LR-06-2012-0061>
- Hamad, F., Al-Fadel, M., & Fakhouri, H. (2020). The effect of librarians' digital skills on technology acceptance in academic libraries in Jordan. *Journal of Librarianship and Information Science*.
<https://doi.org/10.1177/0961000620966644>
- Hanum, Atiqa, L. N. (2021). Pemasaran Informasi Strategi Meningkatkan Nilai Jual Perpustakaan (Purwati Sinta Rizcky (ed.); 1st ed.). Jejak Pustaka.
- Hermawan, A. H., Hidayat, W., & Fajari, I. (2020). Manajemen Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Baca Peserta Didik. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 5(1), 113–126.
<https://doi.org/10.15575/ise.ma.v5i1.6151>
- Luo, B., Sun, Y., Shen, J., & Xia, L. (2020). How does green advertising skepticism on social media affect consumer intention to purchase green products? *Journal of Consumer Behaviour*, 19(4), 371–381.
<https://doi.org/10.1002/cb.1818>
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145-151.
<https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Putra, F. E. (2017). Jurnal Iqra' Volume 11 No.02 Oktober 2017 Kompetensi komunikasi pustakawan di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan Fauzi Eka Putra. *Jurnal Iqra*, 11(02), 34–49.
<https://doi.org/10.30829/iqra.v11i2.1248>
- Radhiani. (2018). Kompetensi Personal Pustakawan Kaitannya Dengan Kepuasan Pengguna Pada

