



Urgensi *Personal Branding* Pustakawan Pada Era Digital

Hati Murdani*, Anis Masruri, Bagas Aldi Pratama, Elsa Listia Bella

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

*Penulis Korespondensi: hatimurdani27@gmail.com

ARTIKEL INFO Dikirim: 01 Januari 2025 Diterima: 07 Januari 2025 Diterbitkan: 08 Januari 2025

ABSTRAK

Pendahuluan Era digital membawa banyak perubahan dalam dunia perpustakaan. Peran pustakawan tidak hanya sebagai pengelola koleksi tercetak di perpustakaan, sebagai pengelola informasi digital. *Personal branding* sebagai cara dalam membangun citra diri dan profesional yang kuat dan konsisten. Pustakawan harus mempunyai *personal branding* yang baik di era digital. Tujuan penelitian ini untuk memberi wawasan pada pustakawan mengenai bagaimana *personal branding* yang harus dimiliki sebagai penyesuaian perkembangan zaman.

Metode Pengumpulan Data. Metode penelitian menggunakan pendekatan *library research*. Pengumpulan data dari kepustakaan seperti buku-buku, dokumen serta sarana terkait yang sesuai dengan permasalahan ini. Hasil pencarian data kemudian di analisis untuk mendapatkan kesimpulan sebagai jawaban rumusan masalah penelitian ini.

Hasil dan Diskusi. *Personal branding* bagi pustakawan sangat penting untuk menyesuaikan perkembangan zaman. *Personal branding* di era digital dapat dilakukan dengan; 1) Diferensiasi diri, 2) Menciptakan pengaruh positif, 3) Pengendalian citra. Penerapan *personal branding* pustakawan di era digital dapat dilakukan dengan 1) Menentukan nilai dan kepribadian, 2) membuat konten yang berkualitas, 3) Melakukan branding secara konsisten, 4) Membangun jaringan kerjasama, 5) Menggunakan Visual Branding, 6) Memperhatikan umpan balik, 7) Memperbarui profil dan portofolio, 8) Menjaga integritas *online*, 9) Menciptakan jejak digital.

Simpulan. *Personal branding* yang baik dapat menjadi kunci keberhasilan pustakawan dalam menghadapi tantangan dan perkembangan di era digital.

Kata kunci:

Personal Branding,
Pustakawan, Era
Digital

ABSTRACT

Introduction. *The digital era has brought about significant changes in the library world. The role of librarians has evolved from merely managing physical collections to overseeing digital information. Personal branding, as a means of building a strong and consistent professional image, has become essential for librarians. This research aims to provide insights to librarians on how to develop effective personal branding to adapt to the demands of the digital age.*

Data Collection Method. *This study employed a library research approach. Data was collected from various sources such as books, documents, and other relevant materials related to the research problem. The collected data was then analyzed to draw conclusions and answer the research questions.*

Results and Discussion. *Personal branding is crucial for librarians to stay relevant in the digital age. Implementing personal branding in the digital era can be achieved through: 1) Self-differentiation, 2) Creating a positive influence, and 3) Image control. Specific strategies include: 1) Defining values and personality, 2) Creating quality content, 3) Maintaining consistent branding, 4) Building professional networks, 5) Utilizing visual branding, 6) Paying attention to feedback, 7) Updating profiles and portfolios, 8) Maintaining online integrity, and 9) Creating a digital footprint.*

Conclusion. *A strong personal brand can be a key factor in the success of librarians as they navigate the challenges and opportunities presented by the digital era.*

Keyword:

*Personal Branding,
Librarian, Digital
Era*

PENDAHULUAN

Era digital merupakan zaman yang sudah mengalami kemajuan dalam berbagai bidang. Perubahan kehidupan diiringi oleh teknologi mulai dari 1.0 era sampai *society* 5.0. Teknologi dan informasi berkembang dengan pesat dan menjadi bagian dari manusia untuk memudahkan kehidupan sehari-harinya termasuk pendidikan (Lestari, 2018). Perpustakaan sebagai lembaga penyedia informasi harus mengikuti perkembangan zaman untuk menyesuaikan kebutuhan pemustaka. Pustakawan sebagai sumber daya manusia di perpustakaan harus senantiasa meningkatkan keahlian di berbagai ilmu pengetahuan. Peran pustakawan tidak hanya sebagai pengelola koleksi tercetak, tetapi juga sebagai pengelola informasi digital (Nada, 2021).

Pada era digital banyak konten dan koleksi digital yang bisa dicari oleh masyarakat melalui internet. Kondisi ini memungkinkan urgensi perpustakaan menurun sebab pemustaka bisa melakukan pencarian informasi secara mandiri. Hal tersebut sebagai tantangan bagi perpustakaan terutama pustakawan dalam melayani pemustaka. Menghadapi hal ini sangat penting bagi pustakawan untuk mempunyai *personal branding* pada era digital. *Personal branding* sebagai cara dalam membangun citra diri dan profesionalisme pustakawan sebagai profesi yang melakukan pelayanan terhadap kepentingan khalayak umum (Ahmad et al., 2016).

Seorang pustakawan harus memiliki *personal branding* yang baik, untuk menjaga citra perpustakaan. Eksistensi sebuah perpustakaan dinilai dari profesionalisme pustakawan. *Branding* perpustakaan dan *personal branding* pustakawan bersifat mutualisme, untuk menunjukkan *library brand*. Pustakawan harus mempunyai *brand* yang bagus supaya memberikan pengaruh positif dan minat kunjung bagi pemustaka

(Satriawan & Kurniawaty, 2022). Hal tersebut bisa memberikan peluang bagi pustakawan dalam membangun *brand* perpustakaan.

Personal branding pustakawan era ini sangat dibutuhkan terlebih lagi pada perpustakaan yang sudah mulai menggunakan inovasi layanan perpustakaan berbasis digital. Masih banyak masyarakat yang belum mengenal profesi pustakawan. Profesi pustakawan masih belum dikenal secara meluas oleh masyarakat. Karena pustakawan belum dapat menunjukkan jati dirinya sebagai profesional di mata masyarakat Seperti yang ditulis oleh Murniaty (2016:1 Saputra dkk., 2020, hlm. 59). Mengingat hal ini, apa yang terjadi apabila seorang pustakawan sama sekali tidak mempunyai *personal branding*, akan berpengaruh pada pengakuan keberadaan profesi pustakawan.

Penelitian ini penting dilakukan untuk untuk memberi wawasan pada pustakawan mengenai *personal branding* yang baik ada era digital. Agar eksistensi profesi pustakawan tetap ada dan selalu *update* dengan perkembangan zaman. Tidak hanya *brand* perpustakaan saja yang harus selalu diperhatikan, tetapi pustakawan sebagai pengelolanya juga harus mempunyai *personal branding* yang baik.

TINJAUAN PUSTAKA

Era Digital

Era berasal dari bahasa latin “aera” yang berarti zaman yang darinya waktu diperhitungkan (*era / Etymology of era by etymonline*, n.d.). Era diartikan sebagai periode waktu dengan ciri-ciri khusus, sementara digital berasal dari bahasa Yunani “*digitus*” yang berarti jari jemari. Istilah digital mengacu pada hal yang terkait dengan angka, terutama angka biner. Biner menjadi inti dari komunikasi digital, menggunakan urutan kode berbeda dari angka 1 dan 0 untuk mempermudah pertukaran informasi. Era digital mencakup munculnya teknologi digital, khususnya teknologi komputer dan jaringan internet. Dalam era ini, semua manusia dapat berkomunikasi secara dekat meskipun berjuahan, dan mendapatkan informasi tertentu dengan cepat, bahkan secara *real-time* (Ngongo et al., 2019, pp. 630–631).

Era digital telah merambah ke semua bidang kehidupan termasuk juga perpustakaan. Oleh karena itu perpustakaan harus beradaptasi. Barner (2011 dalam Ashari, 2017) memperingatkan bahwa pada masa sekarang, perpustakaan menghadapi tantangan yang lebih besar dibandingkan dengan masa-masa sebelumnya. Seleksi alam untuk perpustakaan saat ini dipengaruhi oleh revolusi teknologi komputer dan jaringan sebagai infrastruktur lingkungan digital. Pada dasarnya, perkembangan ini lebih merupakan hasil dari keinginan para pemustaka perpustakaan untuk mendapatkan informasi dengan lebih cepat dan komprehensif, dengan tujuan memperlancar aktivitas membaca pemustaka.

Oleh karena itu jika perpustakaan tidak ingin kehilangan minat dari para pemustaka, maka perpustakaan perlu meningkatkan kualitas layanannya, baik dari segi sumber daya manusia maupun infrastruktur. Saat ini, perpustakaan tidak boleh lagi hanya menunggu pemustaka datang. Diperlukan kreativitas dalam mendekati pemustaka dan menjawab kebutuhan mereka. Adanya teknologi informasi dalam perpustakaan tidak hanya akan meningkatkan kepuasan pemustaka tetapi juga membuat perpustakaan lebih dikenal masyarakat (Ashari, 2017, pp. 3–4).

Era ini tentunya membawa banyak manfaat untuk kemajuan sebuah perpustakaan, namun hal ini akan terjadi jika pustakawan sebagai pengelolanya mampu mengimbangi teknologi dengan kemampuan dan kecerdasan yang sesuai pada perkembangan era ini. Sebaliknya jika pustakawan tidak mampu mengimbangi perubahan dan perkembangan, maka perpustakaan tidak dapat merasakan manfaat

perkembangan era digital. Hal ini memungkinkan identitas pustakawan tidak dapat dikenali oleh masyarakat dan tentunya juga akan berdampak pada identitas suatu perpustakaan.

Pustakawan

Pustakawan adalah seseorang yang memiliki kompetensi yang diperoleh melalui pendidikan dan/atau pelatihan kepustakawanan serta mempunyai tugas dan tanggung jawab untuk melaksanakan pengelolaan dan pelayanan perpustakaan (*UU_No_43_Tahun_2007_tentang_Perpustakaan_.Pdf*, n.d.). Tugas Pokok Pustakawan adalah melaksanakan kegiatan di bidang kepustakawanan yang meliputi pengelolaan perpustakaan, pelayanan perpustakaan, dan pengembangan sistem kepustakawanan (*Perka_26_2017_Pedoman_Penyusunan_Formasi_JFP.Pdf*, n.d.).

Peran pustakawan sangat penting dalam meningkatkan mutu dan kualitas sumber daya manusia. Dalam era teknologi informasi, pustakawan memiliki peran baru. Pustakawan dapat meningkatkan dan mengembangkan kompetensi intelektual, serta kompetensi pendukung lain seperti kompetensi komputer, kompetensi fisik, pribadi, dan kompetensi sosial. Hoa Chung Sun menerangkan bahwa peran pustakawan dalam era teknologi adalah peran pustakawan sebagai pendidik dan eksplorator untuk menemukan cara-cara yang paling efektif dalam menerapkan perubahan teknologi informasi (Wahyuni, 2016, p. 205).

Personal Branding

Personal branding merupakan merek “diri Anda” dibenak semua orang yang Anda kenal. Terkait dengan merek, dibahas berdasarkan dua aspek, yaitu merek dalam konteks bisnis dan merek dalam konteks pribadi. Merek dalam konteks bisnis dan konteks diri merupakan dua konsep yang berbeda. Merek dalam konteks bisnis merujuk pada persepsi atau emosi yang dijaga dan dijalin oleh pembeli atau calon pembeli yang melukiskan pengalaman berhubungan dengan persoalan menjalankan bisnis-bisnis bersama organisasi atau memakai produk atau jasa. Konteks merek diri mencakup bagaimana identitas personal seseorang memiliki dampak yang signifikan pada kehidupan pribadi, bahkan hingga pada perkembangan karier seseorang.

Personal branding merupakan suatu proses membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki oleh seseorang. Berbagai aspek tersebut meliputi kepribadian, kemampuan, nilai-nilai dan bagaimana stimulus-stimulus ini menimbulkan persepsi positif dari masyarakat yang pada akhirnya dapat digunakan sebagai alat pemasaran (Raharjo, 2019, pp. 3–6).

Personal branding adalah upaya untuk mengelola atau mengendalikan apa yang orang pikirkan tentang seseorang dan memperkuat sifat-sifat positif. Secara beberapa aspek, hal ini juga berfungsi untuk meningkatkan kualitas, reputasi seseorang dipertaruhkan. Pada akhirnya, semua ini berkaitan pada reputasi: Mengatasi reputasi negatif; menciptakan reputasi yang lebih baik; dan memanfaatkan reputasi untuk mencapai tujuan.

Teori pemasaran dan hubungan masyarakat menciptakan kerangka kerja untuk dua konsep terkait yang dapat mendukung reputasi pustakawan dan menjaga agar pelanggan tetap datang kembali: *personal branding* dan *relationship marketing*. Sudah lebih dari cukup tulisan yang ditulis dalam literatur perpustakaan dan bidang lain mengenai pemasaran, promosi, hubungan masyarakat, dan periklanan agar sebagian besar pembaca mempunyai pemahaman yang lebih dari sekedar dasar mengenai hal-hal tersebut. Pustakawan pada umumnya sudah mempunyai *brand*, baik diakui atau tidak,

pustakawan adalah orang yang mengetahui di mana suatu informasi berada. Meskipun pandangan tersebut sebagian besar bersifat positif, beberapa penyesuaian atau personalisasi akan menjadikannya lebih efektif sebagai *personal branding* (Gall, 2010, pp. 629–636).

Personal branding pustakawan merupakan citra diri yang bisa ditunjukkan kepada pemustaka. *Personal branding* pustakawan dibentuk dengan usaha yang konsisten serta sebuah strategi untuk mempromosikan citra diri, yang melibatkan berbagai aspek seperti kemampuan, kepribadian, nilai-nilai hingga persepsi positif yang terdapat dalam diri pustakawan. Dengan adanya *personal branding* yang baik pada pustakawan tentu akan memberikan kesan mendalam bagi pemustaka. Memberikan penilaian yang baik terhadap kualitas diri yang dimiliki pustakawan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *library research*, yaitu penelitian yang memerlukan olahan filosofis dan teoritis dari pada uji empiris lapangan (Mustofa et al., 2023, p. 77). Penelitian kepustakaan lebih sering menggunakan pendekatan filosofis (*philosophical approach*) dibandingkan pendekatan yang lain. Metode penelitian kepustakaan yang mencakup sumber data, pengumpulan data dan analisis data.

Penulis mengumpulkan data dari kepustakaan seperti buku-buku, dokumen serta sarana lainnya yang berkaitan dengan pembahasan *personal branding*, pustakawan dan era digital. Hasil pencarian data kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Hasil interpretasi sebagai kesimpulan untuk menjawab permasalahan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pentingnya *Personal Branding* Pustakawan Era Digital

Personal branding bagi pustakawan era digital sangat penting untuk membangun profesionalisme dalam menjalankan tugasnya. *Personal branding* dilakukan sebagai diferensiasi diri, pengaruh positif dan pengendalian citra, jika pustakawan memiliki *branding* dengan baik akan mendapatkan ketiga hal tersebut. Adapun penjelasan lebih lanjut sebagai berikut: (Digital, 2023, pp. 59–60).

a. Diferensiasi Diri

Menurut Kotler (2000:167 dalam Sulistiani, 2013, hlm. 6) diferensiasi adalah tindakan merancang satu set perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaing. Pada era digital *personal branding* memungkinkan pustakawan membedakan diri dari orang lain. Hal tersebut sebagai cara untuk menunjukkan apa yang membuat seorang pustakawan berbeda. Pustakawan sebagai seorang spesialisasi informasi sekaligus melayani kebutuhan masyarakat akan sumber informasi tersebut.

Personal branding bagi pustakawan mampu membangun reputasi yang kuat dan memperluas jaringan profesional. Profesionalisme pustakawan dapat dilihat dari cara mengelola informasi dan bisa dimanfaatkan oleh pemustaka. Nilai tambah berasal dari cara pustakawan dalam menarik minat dan perhatian pemustaka (Hanum, 2017). Dalam diferensiasi diri pustakawan dapat membangun suatu kompetensi yang menonjol dalam bidang tertentu, seperti konsultan penelitian, tutor penggunaan *Artificial Intelligence* AI dan lain sebagainya.

b. Pengaruh Positif

Personal branding yang kuat dapat memberikan pengaruh positif terhadap reputasi dan karier pustakawan. Hal tersebut membuat pustakawan membuka peluang baru serta meningkatkan jangkauan untuk berkompetensi dan dapat diandalkan. Pada lingkungan masyarakat akan dianggap dan dihormati sebagai seseorang penyedia informasi yang kredibel. Sehingga mempengaruhi dan mendapat dukungan dalam menjalankan peran pustakawan. Pada era digital dipenuhi informasi, pemustaka cenderung akan mencari penyedia informasi yang memiliki keahlian dan kepercayaan diri. Ada kemungkinan bahwa aktualisasi diri tentang profesi pustakawan akan berdampak positif pada profesi itu sendiri. Pemenuhan aktualisasi diri membuat kebutuhan profesi pustakawan lebih kuat dan mengubah persepsi pustakawan di masyarakat (Ganggi, 2018).

c. Pengendalian Citra

Citra diri melekat pada seseorang yang membuat orang lain mendekati dan/atau menjauhinya (NUGROHO, 2019, p. 183). *Personal branding* pada pustakawan dapat mengendalikan cara pandang seseorang terhadap pustakawan. Perpustakaan berperan penting dalam mempromosikan perpustakaan. Pada era digital perpustakaan menghadapi persaingan dengan sumber informasi *online* yang banyak tersedia. Pustakawan yang bisa mengendalikan citra diri, akan berperan sebagai duta perpustakaan. Duta perpustakaan akan mengedukasi masyarakat tentang keunggulan perpustakaan sebagai jasa penyedia informasi non-profit. Pustakawan harus melakukan inovasi dan terus meningkatkan kompetensi dengan teknologi. Untuk memenuhi kebutuhan pengguna dan membantu dalam pengambilan keputusan, kombinasi teknologi digital dan fisik dapat digunakan (Fatmawati, 2018).

2. Penerapan *personal branding* pustakawan Era Digital

Penerapan *personal branding* pada era digital dapat diwujudkan dengan berbagai cara. Cara-cara tersebut terdiri dari, menentukan nilai dan kepribadian, membuat konten berkualitas, melakukan *branding* secara konsisten, membangun jaringan, menggunakan visual *branding*, memperhatikan umpan balik, memperbarui profil dan portofolio, menjaga integritas *online* dan menciptakan jejak digital. Apabila cara tersebut akan membentuk *branding* pustakawan. Adapun penjelasan lebih lanjut sebagai berikut: (Digital, 2023, pp. 60–62).

a. Menentukan Nilai dan Kepribadian

Dalam menentukan nilai dan kepribadian langkah yang dilakukan adalah mengidentifikasi keahlian dan minat yang dimiliki pustakawan. Hal tersebut yang membedakan pustakawan dengan individu lainnya. Hal tersebut sebagai nilai dan kepribadian yang ingin ditunjukkan oleh pustakawan.

b. Membuat Konten Berkualitas

Pustakawan bisa membuat konten berkualitas sebagai *branding personal*. Menulis buku, artikel, blog konten edukatif, ataupun tutorial tertentu mengenai topik yang relevan dengan profesi pustakawan. Pustakawan bisa memanfaatkan media sosial untuk membangun jaringan, promosi perpustakaan dan *sharing* pengetahuan.

c. Melakukan *Branding* Secara Konsisten

Pustakawan dalam melakukan *branding* dituntut secara konsisten. Pastikan citra dan pesan yang pustakawan bagikan konsisten di seluruh platform digital, baik itu situs web, media sosial, dan profil profesional. Konsistensi akan membuat pemustaka mengenali merek yang dipromosikan dan membedakan dari yang lain.

d. Membangun Jaringan Kerjasama

Pustakawan ikut berpartisipasi dalam diskusi dan forum yang sesuai dengan bidang dan minat pustakawan. Aktif dalam mengikuti organisasi sebagai wadah pustakawan saling bertukar pikiran, pengalaman, dan inovasi dalam pengembangan perpustakaan. Jaringan Kerjasama bisa diikuti pustakawan dengan bergabung pada organisasi profesi seperti Ikatan Pustakawan Indonesia (IPI).

e. Menggunakan Visual *Branding*

Pustakawan melakukan pertimbangan dalam penggunaan elemen visual seperti logo, gambar, video atau tema yang konsisten di seluruh platform. Visual *branding* yang dilakukan oleh pustakawan untuk meningkatkan value dan promosi jangka Panjang.

f. Memperhatikan Umpan Balik

Pustakawan memperhatikan umpan balik dari orang lain atau masyarakat. Umpan balik digunakan untuk memperbaiki dan memperbarui *personal*. Pustakawan harus bersifat terbuka pada kritik maupun pustakawan yang masuk. Bisa dari kotak saran ataupun penyampain secara langsung.

g. Memperbaruhi Profil dan Portofolio

Profil seorang pustakawan yang ada di situs web atau platform profesional harus selalu diperbarui. Pembaruan dilakukan secara konsisten sebagai *update* biografi profesi pustakawan. Pembaruan seperti pelatihan kompetensi, kegiatan kepustakawanan, dan lain sebagainya.

h. Menjaga Integritas *Online*

Pustakawan harus konsisten dalam menjaga integritas secara *online*. Pustakawan dapat menjaga perilaku secara seimbang pada dunia nyata maupun virtual. Hal tersebut bisa dilakukan dengan mengimplementasikan kode etik pustakawan.

i. Menciptakan Jejak Digital

Jejak digital sebagai informasi yang dengan sengaja diunggah oleh seseorang ke dunia maya (Widnyani et al., 2022, p. 942). Dalam hal ini pustakawan dapat memanfaatkan media dengan mengunggah berbagai informasi yang berkualitas, keahlian diri, prestasi dan lain-lain yang mengandung nilai positif. Melalui unggahan seiring berjalan waktu hal-hal tersebut akan tetap ada sebagai jejak digital.

SIMPULAN

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi, peran pustakawan tidak hanya sebagai pengelola koleksi tercetak di perpustakaan, tetapi juga sebagai pengelola informasi digital. Menghadapi hal ini sangat penting bagi pustakawan untuk mempunyai *personal branding* dalam menghadapi era digital ini. *personal branding* menjadi sangat penting untuk membedakan pustakawan dari sumber informasi yang lainnya.

Seorang pustakawan harus memiliki *personal branding* yang baik, karena akan mewakili identitas suatu perpustakaan, mempertahankan eksistensi sebuah perpustakaan dan tentunya keberadaan profesi pustakawan itu sendiri. Pada era digital dimana persaingan semakin kuat *personal branding* menjadi penting untuk diferensiasi diri, menciptakan pengaruh positif, dan dapat mengendalikan citra.

Penerapan *personal branding* era digital yaitu dengan menentukan nilai dan kepribadian; membuat konten yang berkualitas; melakukan branding secara konsisten; membangun jaringan; menggunakan visual *branding*; membuat profil dan portofolio; menjaga integritas *online*; menciptakan jejak digital. Dengan upaya membangun *personal branding* pustakawan yang baik dapat menjadi kunci keberhasilan pustakawan dan perpustakaan dalam menghadapi tantangan era digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, R., Hashim, L., & Harun, N. (2016). Criteria for Effective Authentic Personal Branding for Academic Librarians in Universiti Sains Malaysia Libraries. *IRSSM-6 The 6th International Research Symposium in Service Management*, 224, 452–458. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.420>
- Ashari, A. (2017). Perkembangan era digital perpustakaan di abad modern. *Al-Kuttab: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 1–15.
- Digital, K. (2023). *Menguasai Literasi Internet: Navigasi Bijak dalam Era Digital*. Tiram Media.
- Era | Etymology of era by etymonline. (n.d.). Retrieved December 18, 2023, from <https://www.etymonline.com/word/era>
- Fatmawati, E. (2018). Disruptif diri pustakawan dalam menghadapi era revolusi industri 4.0. *IQRA: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 12(1), Article 1. <https://doi.org/10.30829/iqra.v12i1.1816>
- Gall, D. (2010). Librarian Like a Rock star: Using Your Personal Brand to Promote Your Services and Reach Distant Users. *Journal of Library Administration*, 50, 628–637. <https://doi.org/10.1080/01930826.2012.707952>
- Ganggi, R. I. P. (2018). Membangun Kepercayaan Diri Pustakawan sebagai Upaya Aktualisasi Diri dalam Masyarakat. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.14710/anuva.2.2.145-152>
- Hanum, F. (2017). Psikologi layanan terhadap pemustaka dan kualitas layanan prima. *IQRA: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 11(01), Article 01. <https://doi.org/10.30829/iqra.v11i01.796>

- Lestari, S. (2018). Peran teknologi dalam pendidikan di era globalisasi. *EDURELIGIA: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(2), 94–100. <https://doi.org/10.33650/edureligia.v2i2.459>
- Mustofa, M., Bara, A. B., Khusaini, F., Ashari, A., Hertati, L., Mailangkay, A. B. L., Syafitri, L., Sarie, F., Rustan, F. R., Zulkarnaini, Hole, M. A., Safii, M., & Rusadi, L. O. (2023). *METODE PENELITIAN KEPUSTAKAAN (LIBRARY RESEARCH)*. Get Press Indonesia.
- Nada, I. W. (2021). Kompetensi pustakawan di era disrupsi digital. *Media Sains Informasi Dan Perpustakaan*, 1(1), 59–69.
- Ngongo, V. L., Hidayat, T., & Wiyanto, W. (2019). *Pendidikan Di Era Digital*. Prosiding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang.
- NUGROHO, D. (2019). *BERPIKIR POSITIF DAN BERJIWA BESAR Terapi Pengendalian Diri untuk Kesuksesan dan Kebahagiaan Sejati*. Araska Publisher.
- Perka_26_2017_Pedoman_Penyusunan_Formasi_JFP.pdf*. (n.d.). Retrieved October 27, 2023, from https://jdih.perpusnas.go.id/file_peraturan/Perka_26_2017_Pedoman_Penyusunan_Formasi_JFP.pdf
- Raharjo, F. S. (2019). *The Master Book of Personal Branding: Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara*. Anak Hebat Indonesia.
- Saputra, J. N., Darubekti, N., & Sa'diyah, L. (2020). Personal Branding Pustakawan Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Provinsi Bengkulu Librarian Personal Branding In Library And Archives Service Of Bengkulu Province. *Palimpsest: Jurnal Ilmu Informasi Dan Perpustakaan*, 11, 58–68.
- Satriawan, L. A., & Kurniawaty, R. (2022). Urgensi Personal Branding Pada Profesi Pustakawan. *Pustakaloka*, 14(2), Article 2. <https://doi.org/10.21154/pustakaloka.v14i2.4411>
- Sulistiani, D. (2013). Mencapai keunggulan bersaing dengan strategi diferensiasi. *EL MUHASABA: Jurnal Akuntansi (e-Journal)*, 4(2).
- UU_No_43_Tahun_2007_tentang_Perpustakaan_.pdf*. (n.d.). Retrieved October 27, 2023, from https://jdih.perpusnas.go.id/file_peraturan/UU_No_43_Tahun_2007_tentang_Perpustakaan_.pdf
- Wahyuni, M. (2016). Peran pustakawan sebagai penyedia informasi. *IQRA: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 9(2), 196–210.
- Widnyani, N. M., Reganata, G. P., Rettobjaan, V. F. C., & Putra, K. R. (2022). Digital Footprint: Dasar-Dasar Komunikasi Dengan Privasi Di Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN) e-ISSN*, 2745, 4053.