

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era persaingan global sekarang ini, kehadiran berbagai profesi (termasuk anggota profesi) membutuhkan eksistensi untuk dikenal oleh masyarakat. Agar dikenal oleh masyarakat, memerlukan usaha untuk memperkenalkan identitas diri dengan cara yang terstruktur dan kontinuitas. Salah satunya adalah dengan membangun citra diri yang baik mengenai profesi dan anggota profesi tersebut. Salah satu hal yang dapat dilakukan untuk pencitraan diri adalah dengan membangun *personal branding* yang saat ini lazim digunakan oleh seseorang untuk mengangkat nama atau profesi supaya menjadi populer atau dikenal oleh banyak orang.

Menurut Frienhood (dalam Handayani, 2015: 103), *personal branding* adalah apa yang Anda miliki sekarang yang sudah menjadi identitas Anda, Anda akan diidentikkan dan diasosiasikan dengan apa yang Anda miliki.¹ Dengan kata lain, *personal branding* adalah persepsi orang lain terhadap diri kita dan bagaimana itu semua menggambarkan kualitas diri dan kecakapan sehingga menimbulkan citra diri yang positif dari orang lain terhadap diri kita dan dapat menjadi suatu identitas yang digunakan oleh orang lain dalam mengingat kita.

¹Rina Handayani. “*Personal Branding Pustakawan di Perpustakaan*”. Pustakaloka. Vol. 7, No. 1, 2015, 103.

Pada dasarnya, konsep *personal branding* adalah cara yang paling efektif untuk menjelaskan dan mengkomunikasikan apa yang membuat individu berbeda dari lainnya. Seseorang biasanya menggunakan sifat-sifat, keunikan tentang kekuatan, keterampilan, nilai-nilai dalam diri, dan hasrat untuk memandu karir seseorang. Dengan demikian, melalui *personal branding*, seseorang dapat berkomunikasi dengan membawa nilai-nilai kekuatan diri dan keunikan yang dimiliki. Adapun, *personal branding* ini dibangun secara berkesinambungan, sehingga orang lain akan dapat menggambarkan citra diri kita menjadi sesuatu yang identik.

Berkaitan dengan citra diri, sesungguhnya Allah telah menciptakan manusia dalam bentuk citra diri yang sebaik-baiknya. Hal ini sebagaimana dinyatakan oleh Allah SWT di dalam Al-Qur'an pada Surah At-Tin ayat 4 sebagai berikut.

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ

Berdasarkan kandungan ayat di atas dapat disimpulkan bahwa manusia diciptakan dengan keadaan yang paling baik sehingga dengan hal tersebut kita sebagai manusia yang bersyukur perlu untuk menampilkan citra diri yang baik tadi agar lebih dikenal di masyarakat. Dalam hal ini, perlu karakteristik atau *brand* masing-masing untuk membedakan kita dengan yang lainnya agar lebih mudah diingat dengan identitas tersebut.

Individu yang memasarkan produk dan jasa di perpustakaan bisa disebut sebagai pustakawan. Pustakawan memerlukan *personal branding*

agar lebih mudah diterima masyarakat, sehingga dapat dikenal banyak orang dengan meningkatkan nilai tambah penampilan dan pandangan orang lain terhadap dirinya. Namun, pada kenyataannya sampai saat ini masih banyak sekali stereotipe yang berkembang di masyarakat mengenai pustakawan dan beberapa dari mereka ada yang masih belum mengenal profesi pustakawan.

Salah satu stereotipe yang berkembang di masyarakat adalah mengenai profesi pustakawan yang banyak dikuasai oleh perempuan, maka profesi pustakawan disebut sebagai *a feminine profession*. Dari data pustakawan Amerika tahun 1880-2009 menyatakan bahwa 83% pustakawan di Amerika adalah perempuan dan kenaikan jumlah pustakawan laki-laki pada tahun 1930 hanya 8%. Sementara itu, hasil survei yang dilakukan oleh James V. Carmichael, Jr. didapatkan data bahwa lebih dari tiga perempat responden (77%) menyadari dominasi jumlah perempuan dalam kepustakawanan ketika mereka memasuki profesi tersebut. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa profesi pustakawan memang lebih banyak diisi oleh perempuan, sehingga profesi pustakawan dianggap sebagai *a feminine profession*.²

Selain timbulnya stereotipe yang telah dijelaskan di atas, ternyata masih ada pula segelintir masyarakat yang belum mengetahui profesi pustakawan. Bahkan, di dalam masyarakat terpelajar pun pustakawan masih belum dianggap sebagai profesi yang terhormat, yang sejajar dan sederajat dengan profesi lain, seperti guru, dosen, dokter, dan sebagainya. Profesi

²Euis Rosinar. "*Pustakawan, Tunjukkan Gregetmu!*". EduLib. Vol. 1, No. 1, November 2011, 108.

pustakawan masih dianggap sebagai tenaga non-profesional yang tidak memerlukan keahlian khusus dan dapat dikerjakan oleh setiap orang tanpa perlu berlatar belakang ilmu perpustakaan ataupun keahlian kepustakawanan.

Kegiatan yang dapat dilakukan untuk mengembangkan kompetensi pustakawan adalah dengan program Pemilihan Pustakawan Berprestasi Terbaik yang dilakukan secara sistematis dan berjenjang, mulai dari pemilihan pada Tingkat Daerah/Provinsi, Tingkat Nasional, dan Tingkat Regional/Internasional yang dicanangkan oleh Perpustakaan Nasional RI sebagai Instansi Pembina Pustakawan.³

Pustakawan berprestasi yang sudah menjalankan *personal branding* dengan kesadaran pentingnya hal tersebut adalah para pustakawan berprestasi di Kalimantan Selatan, yakni Dr. Ahmad Syawqi, S.Ag., S.IPI., M.Pd.I., Laila Rahmawati, S.Ag., S.S., M. Hum., dan Abdillah, S.Sos.

Dr. Ahmad Syawqi bekerja pertama kali sebagai pustakawan pada tahun 1999 sebagai tenaga honor di Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin. Di tahun 2002, beliau menjadi pustakawan madya di Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin, dan di tahun 2017 beliau menjadi Kepala Perpustakaan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin.

Dr. Ahmad Syawqi sukses menjadi seorang pustakawan karena keluar dari arus utama. Beliau tampil dengan menyuguhkan ide-ide baru yang

³Deputi Bidang Pengembangan Sumber Daya Perpustakaan Nasional RI. *Pedoman Pemilihan Pustakawan Berprestasi Terbaik Tingkat Nasional Tahun 2017*, (Jakarta: Perpustakaan Nasional RI, 2017), 2.

segar di dunia kepustakawanan. Ide tersebut mengantarkan beliau menjadi juara 2 (*Award Silver*) di *Consal (Congress of South East Asian Librarian) Outstanding Librarian Award 2018* pada *Consal XVII General Conference* di Naypitaw, Myanmar, 2-5 Mei 2018. Sebelum itu, beliau juga banyak mendapatkan prestasi di bidang kepustakawanan. Pada tahun 2009 dan 2016 beliau pernah terpilih sebagai Pustakawan Teladan Berprestasi Terbaik 1 Provinsi Kalimantan Selatan. Kemudian, di tahun 2016 terpilih sebagai pustakawan Teladan Berprestasi Terbaik 3 Nasional. Lalu, terpilih sebagai Pustakawan Terbaik 1 pada Pemilihan Pustakawan Utusan Indonesia ke Myanmar untuk *Consal Outstanding Librarian Award 2018*.

Nama lain yang merupakan seorang pustakawan berprestasi adalah Laila Rahmawati, S.Ag., S.S., M. Hum. yang mengawali karir beliau sebagai pustakawan di tahun 2000 sebagai pengelola Perpustakaan Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin. Kemudian, pada tahun 2007 beliau terpilih untuk mengikuti kursus singkat di Kanada, Amerika Utara mengenai perpustakaan selama satu bulan penuh. Pada tahun 2009, setelah beliau memperoleh gelar Magister Ilmu Perpustakaan di Universitas Indonesia, beliau menjadi Pustakawan di Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin. Kemudian, pada tahun 2013 beliau mengikuti lomba pustakawan berprestasi dan terpilih menjadi juara 1 pustakawan berprestasi Provinsi Kalimantan Selatan. Pada akhirnya, di tahun 2017 beliau diberi mandat sebagai Kepala Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin.

Pustakawan berprestasi juga dapat disematkan kepada Bapak Abdillah, S.Sos., beliau diangkat menjadi pustakawan pada tahun 2005. Awalnya beliau merupakan staf pelaksana atau tata usaha, lalu bertransformasi menjadi pustakawan di SMA 1 kota Banjarmasin. Kemudian, pada tahun 2018 beliau dialih tugaskan ke Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kalimantan Selatan sebagai pustakawan bidang pengolahan. Prestasi yang telah beliau raih selama menjadi pustakawan adalah juara 2 lomba pustakawan berprestasi tingkat Provinsi Kalimantan Selatan tahun 2007 dan pada tahun 2010, juara 1 lomba pustakawan berprestasi tingkat Provinsi Kalimantan Selatan.

Nama-nama pustakawan di atas merupakan pustakawan berprestasi di Kalimantan Selatan, mereka mempunyai *personal branding*-nya masing masing dalam mencitrakan diri di masyarakat sebagai seorang pustakawan berprestasi. Pustakawan yang mempunyai ide atau gagasan yang kreatif dalam menciptakan *personal brand*-nya sendiri dapat menjadikan nama pustakawan berprestasi sebagai media dalam mempromosikan dirinya di masyarakat. Oleh karena itu, *personal branding* merupakan sebuah upaya untuk meraih tujuan dan mempercepat pengembangan profesi pustakawan untuk lebih dikenal masyarakat luas.

Untuk menghasilkan pemahaman terhadap *personal branding* pustakawan berprestasi yang bertujuan mempertahankan citra mereka sebagai pustakawan berprestasi di atas secara mendalam, maka peneliti

tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul “**Analisis Personal Branding Pustakawan Berprestasi di Kalimantan Selatan**”.

B. Definisi Istilah

Definisi istilah digunakan untuk menyamakan kemungkinan pengertian yang beragam antara peneliti dengan orang yang membaca penelitiannya. Agar tidak terjadi kesalahpahaman, maka definisi istilah disusun dalam suatu penelitian. Dengan mengacu kepada instrument penelitian, berikut ini akan diuraikan definisi istilah dari variabel-variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yakni:

1. Personal Branding

Menurut Montoya (dalam Susanto, 2009: 21), *personal branding* merupakan sebuah seni dalam menarik dan memelihara lebih banyak klien dengan cara membentuk persepsi publik tentang diri seseorang secara terus menerus.⁴ Sementara itu, menurut O'Brien (dalam Tamimy, 2007: 5) *personal brand* adalah identitas diri yang mampu merangsang reaksi penilaian (positif atau negatif) orang lain atau audiens mengenai kualitas dan nilai yang dimiliki oleh seseorang.⁵ Dari definisi yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa *personal branding* adalah keterampilan atau

⁴Ronald Susanto. Tesis: “*Brand Equity yang Dibangun Melalui Personal Branding Studi Kasus: Rhenald Kasali dengan Mmui dan Hermawan Kartajaya dengan Markplus*”, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2009), 21.

⁵Muhammad Fadhol Tamimy. *Sharing-mu, Personal Branding-mu: Menampilkan Image Diri dan Karakter di Media Sosial*, Cet.1. (Jakarta: Visimedia, 2007), 5.

upaya dalam membentuk persepsi orang lain terhadap dirinya sebagai sarana mempromosikan kualitas dan nilai yang ia miliki dalam diri.

Dalam penelitian ini, *personal branding* merupakan suatu cara atau upaya yang dilakukan oleh pustakawan berprestasi di Kalimantan Selatan untuk membentuk persepsi masyarakat terhadap dirinya sebagai pustakawan berprestasi dalam rangka mencapai tujuan, yakni membangun citra diri pustakawan agar lebih dikenal di masyarakat. *Personal Branding* yang dibentuk oleh pustakawan berprestasi tersebut mengacu pada teori oleh Peter Montoya mengenai konsep pembentuk *personal branding*, yakni spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, terlihat, kesatuan, keteguhan, dan nama baik.

2. Pustakawan Berprestasi

Dalam kaitannya dengan perpustakaan, terdapat program Pemilihan Pustakawan Berprestasi Terbaik yang dilakukan secara sistematis dan berjenjang, mulai dari pemilihan pada Tingkat Daerah/Provinsi, Tingkat Nasional, dan Tingkat Regional/Internasional yang dicanangkan oleh Perpustakaan Nasional RI sebagai Instansi Pembina Pustakawan. Seseorang yang terpilih sebagai Pustakawan Berprestasi Terbaik dari Perpustakaan Nasional RI dapat disebut sebagai pustakawan berprestasi karena “label” tersebut didapatkan dari keberhasilan pustakawan dalam berkompetisi dengan pustakawan lain dalam mencapai suatu tujuan.

Dari beberapa pernyataan di atas, dapat dijelaskan bahwa pustakawan berprestasi adalah pustakawan yang mendapatkan juara dalam berkompetisi dengan pustakawan lain dalam program Pemilihan Pustakawan Terbaik yang diselenggarakan oleh Perpustakaan Nasional RI.

Dalam penelitian ini, pustakawan berprestasi ditujukan bagi pustakawan yang telah memenangkan lomba Pustakawan Berprestasi Terbaik yang diselenggarakan oleh Perpustakaan Nasional RI baik tingkat provinsi maupun nasional.

C. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, fokus penelitian diuraikan dalam bentuk pertanyaan, sebagai berikut.

1. Bagaimanakah *personal branding* pustakawan berprestasi di Kalimantan Selatan?
2. Faktor-faktor apa sajakah yang menjadi penghambat dalam membangun *personal branding* pustakawan berprestasi di Kalimantan Selatan?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *personal branding* pustakawan berprestasi di Kalimantan Selatan.

2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi penghambat dalam membangun *personal branding* pustakawan berprestasi di Kalimantan Selatan.

E. Signifikansi Penelitian

Signifikansi penelitian merupakan dampak dari tercapainya tujuan penelitian.⁶ Adapun, signifikansi dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Signifikansi Ilmiah

Secara ilmiah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan yang dapat memberikan pengembangan ilmu kepada peneliti dan pembaca mengenai *personal branding* pustakawan berprestasi dan faktor penghambat dalam membangun *personal branding* tersebut. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk kegiatan penelitian sejenis pada waktu yang akan datang.

2. Signifikansi Praktis

Secara praktis, diharapkan penelitian ini menjadi bahan masukan bagi pustakawan lain dalam mengaplikasikan *personal branding* pustakawan berprestasi untuk meningkatkan citra diri sebagai anggota profesi. Selain itu, sebagai bahan acuan bagi informan antara satu sama lain, yakni antara Dr. Ahmad Syawqi,

⁶Disa Prihantini Kusuma. Skripsi: “*Customer Relations Management “Annual Trunkshow” dalam Upaya Mengurangi Pembajakan Merek (Kasus Pembajakan pada Produk Riamiranda)*”, (Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”, 2018), 1.

S.Ag., S.IPI., M.Pd.I., Laila Rahmawati, S.Ag., S.S., M. Hum., dan Abdillah, S.Sos., sehingga dapat bertukar pikiran dalam mengembangkan *personal branding* pustakawan berprestasi.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama berupa tesis yang dilakukan oleh Khairin Nizomi (2019) yang berjudul “*Personal Branding* Pustakawan melalui pembentukan sikap Positif (Studi Kasus Pustakawan pada Layanan Informasi di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)”. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Adapun, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan dokumentasi, wawancara, dan observasi.⁷

Penelitian kedua adalah tesis oleh Ade Yul Pascasari Katili (2019) yang berjudul “*Analisis Hospitality dan Personal Branding* Pustakawan dalam Memberikan Layanan Informasi di Balai Layanan Perpustakaan Unit Grhatama Pustaka”. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan menggunakan penelitian studi kasus. Adapun, teknik pengumpulan data yang dilakukan, yakni melalui metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.⁸

⁷Khairin Nizomi. Tesis: “*Personal Branding Pustakawan Melalui Pembentukan Sikap Positif (Studi Kasus Pustakawan pada Layanan Informasi di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*”, (Yogyakarta: UIN Sunan kalijaga, 2019), 60.

⁸Ade Yul Pascasari Katili. Tesis: “*Analisis Hospitality dan Personal Branding Pustakawan dalam Memberikan Layanan Informasi di Balai Layanan Perpustakaan Unit Grhatama Pustaka*”, (Yogyakarta: UIN Sunan kalijaga, 2019), 58.

Penelitian ketiga berupa jurnal oleh Jenni Noka Saputra, Nurhayati Darubekti, dan Lailatus Sa'diyah (2020) yang berjudul “*Personal Branding Pustakawan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Bengkulu*”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Adapun, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.⁹

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, dapat dijelaskan bahwa sudah ada penelitian yang berfokus pada *personal branding* pustakawan, meskipun terdapat variabel lain yang mempengaruhinya. Adapun, perbedaan penelitian terdahulu dengan yang sekarang peneliti lakukan adalah berfokus pada *personal branding* pustakawan berprestasi dan faktor penghambat yang dihadapi dalam melaksanakan *personal branding* tersebut. Hal ini tentunya berbeda dengan fokus penelitian terdahulu yang hanya berfokus pada *personal branding* pustakawan saja. Selain itu, tempat yang dilakukan oleh peneliti, yakni Kalimantan Selatan merupakan tempat baru yang belum pernah diteliti. Oleh karena itu, penelitian yang berjudul “*Analisis Personal Branding Pustakawan Berprestasi di Kalimantan Selatan*” layak untuk diteliti.

⁹Jenni Noka Saputra, dkk. “*Personal Branding Pustakawan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Bengkulu*”. Palimpsest: Journal of Information and Library Science. Vol. 11, No. 2, 2020, 57.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini, yaitu bab I Pendahuluan, bab ini menguraikan latar belakang masalah, definisi istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, dan penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan. Bab II Landasan Teori, dalam bab ini ini dibahas teori dan konsep-konsep mengenai *personal branding*, meliputi definisi *personal branding*, konsep pembentuk *personal branding*, pustakawan, dan pustakawan berprestasi. Bab III Metode Penelitian, bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, pemilihan informan, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, dan prosedur penelitian. Bab IV mencakup profil pustakawan berprestasi, hasil penelitian dan pembahasan, meliputi laporan dari hasil penelitian, penyajian, dan analisis data. Terakhir, bab V penutup yang meliputi simpulan dan saran.