

MEMBANGUN *PERSONAL* BRANDING DAN VISIBILITAS PUSTAKAWAN

Endang Fatmawati

Prolog

Apa sih sebetulnya *personal branding*?. Bisakah *personal branding* dilakukan oleh pustakawan?. Mengapa pustakawan butuh *personal branding* positif?. Dalam artikel ini akan dijelaskan mengenai ketiga permasalahan tersebut. Secara umum *personal branding* diartikan dengan pencitraan diri, walaupun dalam kenyataannya *personal branding* terkadang sering diabaikan oleh pustakawan dalam meniti karir.

What is personal branding?. Pendapat Montaya (2002) dalam *The Personal branding Phenomenon* sebagaimana juga dikutip oleh Ottong, E. J. *et.al.* (2014: 18), bahwa:

“Librarians’ personal branding is a personal identity that stimulates precise, meaningful perceptions in its audience about the values and qualities that person or librarian stands for.”

Untuk memberikan layanan perpustakaan yang unggul dibutuhkan pustakawan yang berkualitas. Artinya bukan

hanya bangga berlabel dengan simbol pustakawan saja, tapi cara bicara dan perilakunya juga harus mencerminkan kalau yang bersangkutan memang layak disebut sebagai pustakawan. Ibaratnya harus berisi tidak kosong, jadi pengetahuan yang dimiliki tentang kepustakawanan harus mumpuni, bisa diucapkan, dilakukan, dipraktikkan, dan bermanfaat untuk orang lain.

Konsep diri yang positif perlu terus dipelihara agar citra positif selalu melekat pada diri pustakawan. Rasa percaya diri, mampu menghagai dirinya sendiri, adanya daya kritis, inovasi, ilmu pengetahuan, serta wawasan yang dimiliki menjadi indikator untuk membangun citra pustakawan dihadapan orang lain.

Salah satu upaya menuju pustakawan berkualitas adalah membangun *personal branding* yang positif, baik yang berhubungan dengan kepribadian, kompetensi, maupun perilaku adaptif terhadap teknologi informasi. Mulai sekarang pustakawan hendaknya selalu berupaya tak kenal lelah, karena bagaimanapun *personal branding* adalah penting untuk memposisikan pustakawan yang profesional.

Selanjutnya "*success in library practice should be tied to librarians' personal branding efforts*" sehingga untuk menciptakan citra positif pustakawan mau tidak mau perlu melibatkan usaha ekstra. Bisa dibayangkan jika pustakawannya sendiri *mlempem* dan *memble*, sangat mustahil mengharap orang lain untuk memberikan penilaian positif terhadap diri pustakawan tersebut.

Oleh karena posisi pustakawan sangatlah strategis dalam mengefektifkan layanan pemustaka, maka pustakawan juga perlu membangun *personal branding* melalui kompetensi

teknologi informasi. Pustakawan harus melek teknologi, mau belajar teknologi, dan memahami terpaan teknologi yang merambah dunia perpustakaan. Disamping juga harus tahu tahu siapa dirinya, siapa pemustakanya, dan tujuan profesi yang melekat dalam dirinya.

Untuk membangun *personal branding* bagi pustakawan, ada beberapa cara yang sekiranya bisa ditempuh. Konsep yang saya adaptasi dari Ottong, E. J. *et.al.* (2014: 18), dapat saya jelaskan sebagai berikut:

1. *Mind set to boost the personal brand opportunities of librarians.*

Hendaknya mampu menciptakan pola pikir untuk meningkatkan peluang *brand* pada setiap pribadi pustakawan. Dalam rangka membangun kesan positif, pustakawan jangan merasa rendah diri dan kecil hati manakala dipandang sebagai pustakawan junior yang masih pemula, culun, dan beragam sebutan lainnya. Justru inilah awal karir pustakawan masuk menjelajah rimba sebagai fondasi untuk membangun *personal branding*. Disinilah awalnya sehingga pustakawan harus siap lahir dan batin mempersiapkan pikiran dan tenaganya serta memetakan dalam visi dan misi agar bisa menjadi pustakawan berkualitas. Hal ini penting karena untuk membantu membangun *personal branding* harus dilakukan dengan memahami tujuan, sehingga menghasilkan nilai (*value*) yang mampu menjangkau orangbanyak.

2. *Develop a positive and unique vision statement.*

Pustakawan perlu menetapkan visi positif dan sangat disarankan menjabarkannya dalam misi yang lebih unik untuk mengungkapkan tujuannya sebagai seorang

pustakawan. Masing-masing pustakawan memiliki visi yang berbeda, namun semuanya hendaknya mencerminkan apa yang ingin dikejar dan berusaha agar mereka dilihat positif oleh orang lain. Visi merangkum pernyataan yang ringkas sebagai pustakawan profesional sebagai tujuan jangka panjang.

3. *Get a signature.*

Saat pustakawan mengirim email ada baiknya menyertakan nama individu atau inisial. Nama perlu diikuti oleh alamat, telepon, nomor identifikasi online seperti email dan blog, halaman profil facebook, maupun jaringan sosial lainnya dimana pustakawan terlibat.

Untuk membangun *brand* positif, pustakawan perlu juga menyertakan gelar akademik, jabatan fungsional (misalnya pustakawan madya), asal instansi, kedudukan, dan lain sebagainya. Hal ini harus konsisten di semua email atau surat yang dikirim keluar, karena dengan menunjukkan identitas pengirim maka akan dapat menciptakan kesan yang abadi bagi orang lain yang membaca.

Hal ini termasuk juga ketika pustakawan menuliskan CV tentang dirinya, entah dalam mengungkapkan identitas penulis pada *book chapter*, makalah, buku, narasumber, moderator, dan yang lainnya perlu dicantumkan tingkat pendidikan formal dan nonformal yang pernah diraihinya. Seperti pernah *short course*, magang (semisal di luar negeri), publikasi yang berhasil menembus internasional, narasumber di konferensi dalam level atau forum internasional, dan lain sebagainya.

Intinya yang menjadi keunggulan diri pustakawan perlu disampaikan, apalagi jika memang orang lain kenyataannya

belum bisa mencapai seperti dirinya. Ini kesempatan menjadi pembeda dengan yang lain sehingga perlu ditekankan dalam profil dirinya. Semua itu bukan untuk pamer dan prestise, namun saya rasa lebih dalam rangka membangun *personal branding* pada diri pustakawan yang bersangkutan.

4. *Get a complimentary card.*

Pustakawan saat menghadiri temu imiah dan bertemu dengan sesama rekan, kolega, dan pembicara, bisa tukar-menukar kartu nama yang dimiliki. Jadi mendapatkan kartu gratis maksudnya. Mungkin saat itu ketika bertemu, kartu nama belum ada artinya, tapi suatu saat mungkin berguna dan kita akan menghubunginya.

Sekalipun saat ini sudah canggih bisa dicatat di *phonebook* melalui *smartphone*, namun perlulah secara manual kartu nama yang kita dapatkan, dikumpulkan, dan kemudian disimpan yang rapi dalam arsip kartu nama. Dalam kartu nama biasanya selain ada nama, juga ada penghubung nomor telepon, asal instansi, email, pin BB, akun FB, maupun alamat. Jika budaya tukar menukar kartu nama ini bisa dilakukan secara konsisten, maka hal ini dapat memproyeksikan peluang pustakawan untuk berjejaring dan berkomunikasi ke dunia luar.

5. *Create a positive personal branding of yourself.*

Membuat *personal branding* yang positif menjadi tuntutan wajib bagi pustakawan yang mau maju. Citra positif yang dipersepsikan orang lain termasuk pemustaka menjadi salah satu kunci suksesnya pustakawan dalam meniti karir. Jadi sangat dibutuhkan proyeksi citra pustakawan dengan cara membangun tingkat *personal branding* yang lebih

tinggi dan semakin baik dari waktu ke waktu, mulai dari dalam instansi, lokal, nasional, sampai melintasi kancah internasional.

6. *Participate in online discussion forums.*

Pustakawan dengan membiasakan diri untuk berpartisipasi dalam forum diskusi online akan menumbuhkan *personal branding* positif. Dengan meninggalkan posting diri pustakawan terkait nama dan afiliasi dapat mengidentifikasi diri pustakawan diantara rekan-rekan profesional baik bidang perpustakaan, informasi, dan yang lainnya.

Misalnya: dalam FB pustakawan dapat bergabung dalam Kelas Menulis Pustakawan (KMP), *group* WhatsApp (WA), maupun *group* yang lainnya. Dengan bergabung dalam komunitas kelompok maka antara pustakawan yang satu dengan yang lainnya dapat saling bertukar pengalaman, bertanya, menjawab, dan berdiskusi dalam berbagai macam topik pembicaraan.

Sebelum berharap orang lain memberikan kesan baik kepada diri pustakawan, maka masing-masing pustakawan harus lebih dulu berusaha menjadi baik. Bangga penuh percaya diri dengan profesinya saja tidaklah cukup, butuh usaha untuk membangun *personal branding* yang positif di mata orang lain.

So...why librarians must "feel good" about their profession?. Hal ini karena pustakawanlah yang mengelola benteng pengetahuan, dari mulai memperoleh, mengolah, sampai pada menyebarkannya. Berpikiran positif terhadap profesinya menjadi keharusan, karena hal ini akan memicu tumbuhnya motivasi diri untuk menjaga *brand* positif yang pernah diraihinya.

Namun sekali lagi, janganlah pustakawan menilai dari kaca matanya sendiri, karena kalau menilai diri sendiri sudah pasti selalu merasa baik. Cobalah minta pendapat orang lain untuk menilai kelebihan dan kelemahan/kekurangan kita, mintalah komentar mereka, kemudian bagaimana kesannya terhadap kita, termasuk penilaian mereka terhadap kita apakah positif atau negatif.

Sebagai referensi bagi pustakawan, sepertinya apa yang disampaikan Brennan, J. & Mattice, L. (2014: 93) tentang langkah membangun *personal branding* bisa diadaptasi. Kesembilan langkah tersebut, yaitu:

1. *Self-Reflection.*

Merefleksi diri perlu dilakukan untuk membantu mengidentifikasi kelebihan yang dimiliki oleh pustakawan dan mengetahui di sisi mana yang dibutuhkan perbaikan. Untuk mengetahui aspek mana yang harus diperbaiki membutuhkan campur tangan dari orang-orang terdekat kita, baik dari anggota keluarga, saudara, maupun teman.

2. *Continuous learning.*

Pembelajaran berkelanjutan sangat penting untuk membangun *brand*. Hal ini bisa dengan studi lanjut, menghadiri temu ilmiah, *workshop*, berkonsultasi dengan senior, ikut diklat, bintek, kursus, dan lain sebagainya. Bahkan menimba ilmu dan berkonsultasi dengan para pakar, mengambil pelajaran dari suatu kejadian, ngobrol dengan orang lain, juga termasuk belajar *lho*.

3. *Prepare marketing strategy.*

Untuk memulai langkah perlu mempersiapkan dengan matang yang namanya rencana. Seperti halnya pustakawan

dalam melaksanakan kegiatan juga perlu merancang Rencana Operasional (ROP) terlebih dahulu.

Menentukan visi dan misi di awal sehingga bisa untuk mengatur langkah ke depan hendaknya selalu dilakukan oleh pustakawan. Hal ini terkait dengan bagaimana dan taktik serta metode apa yang akan digunakan, termasuk cara berpakaian dan berbicara.

4. *Build a relationships network.*

Pustakawan harus yakin bahwa dengan membangun hubungan jaringan yang kuat antar berbagai elemen akan membuka peluang keberhasilan. Percayalah bahwa dengan sinergisitas antar pustakawan akan memberikan warna tersendiri dan yang jelas memperkuat ikatan pada profesi pustakawan.

Koleksi apa yang dimiliki perpustakaan yang satu belum tentu dimiliki oleh perpustakaan lainnya. Makanya era *Indonesia One Search (onesearch.id)* yang saat ini digaungkan dan dicanangkan oleh PNRI menjadi jawabannya. Begitu juga setiap pustakawan bisa belajar dari pengalaman teman lainnya.

Suatu contoh: penerapan teknologi pengamanan koleksi dengan IM3, Sensormatic, atau FE Technology atau perusahaan lainnya, mana yang lebih bagus, mana yang lebih murah, mana yang lebih kompatibel, atau hal yang lain bisa ditanyakan dan dikonsultasikan kepada teman lainnya yang barangkali sudah mengaplikasikan di perpustakaanannya.

5. *Prepare marketing pieces and message.*

Pustakawan perlu menyiapkan bentuk pemasaran yang sekiranya cocok untuk membangun *branding* dirinya. Paling

tidak harus menjadi *Public Relation (PR)* untuk dirinya sendiri, dengan cara mengenalkan atau menyampaikan tentang apa yang menonjol dari dalam dirinya.

Jangan mengharap orang lain tahu dengan sendirinya, tapi setiap pustakawan hendaknya berusaha untuk menyampaikannya. Suatu contoh: Pustakawan A punya kelebihan menelusur informasi melalui sumber informasi elektronik (*e-resources*), maka ia hendaknya menyampaikan kepada pimpinannya, sehingga ilmunya bisa ditularkan untuk memberikan pelatihan literasi informasi kepada pemustaka.

Kalau pustakawan A tersebut hanya diam saja, belum tentu pimpinan tahu lho. Dengan demikian, *personal branding* pustakawan akan mulai terbangun, orang lain dan pimpinan akan menilai positif tentang diri pustakawan A tersebut.

Selain itu, juga mempertimbangkan bagaimana mereka menggabungkan visi maupun misinya. Hal ini menjadi strategi promosi termasuk juga bagaimana dan di mana akan mendistribusikan kemasan informasi yang dikelolanya.

6. *Deliver your message.*

Harus diingat bahwa penampilan yang profesional menjadi bagian penting dalam *branding*. Peluang pustakawan untuk menyampaikan informasi melalui pesan sangat bervariasi baik dari media maupun bentuknya.

Dari menggunakan email, *smartphone*, percakapan keseharian, presentasi formal dalam forum pertemuan ilmiah, tutorial dengan siswa/mahasiswa yang magang,

ide atau gagasan melalui blog, sampai dengan diskusi kelompok.

7. *Follow up.*

Tindak lanjut dalam berbagai kegiatan yang dilakukan sangatlah perlu. Pustakawan jangan hanya senang ikut seminar terus merasa senang dengan mendapat sertifikat. Pulang ke rumah, kembali ke kantor, terus lupa apa yang didapat di seminar.

Boro-boro membekas untuk dilakukan perubahan diri, malah yang terjadi justru mereka puas walaupun hanya menjadi peserta. Masuk telinga kanan keluar telinga kiri, menjadi kebiasaan akhirnya. Harusnya selangkah lebih maju dong, dibanding temannya yang tidak ikut seminar. Kenapa tidak tertantang untuk berusaha bagaimana *mem-branding* diri agar suatu saat nanti bisa diundang untuk menjadi narasumber/pembicaranya.

Idealnya komunikasi yang baik akan menciptakan hubungan positif terkait dengan *brand*. Konsisten, dapat diandalkan, menetapkan kepercayaan, dan menanggapi semua permintaan, serta tetap menjaga jaringan menunjukkan adanya tanggung jawab.

8. *Technology.*

Teknologi ada hubungannya dengan strategi pesan yang ingin disampaikan kepada orang lain. Pustakawan harus memastikan bahwa semua usaha terfokus dengan baik untuk membangun *personal branding*, kemudian kompetensi TI yang dimiliki juga relevan dengan tujuan pengembangan dan peningkatan karirnya sebagai pustakawan.

Misalnya, saat pustakawan punya blog pribadi. Upaya harus dilakukan, seperti membuat pengaturan tampilan blog yang menarik dan bagus dilihat, informasi yang rutin di-*updated*, maupun menampilkan nuansa edukatif yang menjadi *brand* di sebuah blog yang dibuat pustakawan tersebut.

9. *Metrics*

Jangan menghindar dari mencari diri secara online melalui mesin pencari, misalnya *LinkedIn*, *Google alerts* atau menggunakan berbagai alat pencari lainnya. Ibarat seperti peluncuran produk, silahkan dicoba saja, sehingga dapat melihat apakah nama kita dapat ditemukan atau tidak.

Suatu contoh saat kita mengetikkan nama di *Google Scholar* (<http://scholar.Google.co.id>), apakah dari hasil penelusuran tersebut terlihat kalau tulisan kita pernah dirujuk berapa kali oleh orang lain. Jika memang ada, coba klik (ikutilah prosedur untuk memastikan kalau kita bukan robot), setelah sukses maka akan nampak siapa yang mengutip dan sekaligus mengetahui bagian mana yang dikutip.

Pustakawan jangan ketinggalan agar tulisannya juga ada di *online* dan bisa dirujuk orang lain, karena ini salah satu contoh *branding* juga. Lebih keren lagi jika tulisan kita yang di-*publish* secara *online* di jurnal internasional misalnya bisa terindeks *Scopus*, maka kita akan tahu “*get my own profile*” yang nampak berapa hasil “*citation indices*”.

Jika dianalisis dengan bibliometrik (misalnya dengan *software gratis opensource* *Bibexcel* ataupun *Pajek*) bisa dianalisis sitasinya, misalnya *author* dan *co-author*. Melalui metode bibliometrik, pustakawan bisa melakukan penelitian

terkait untuk mengetahui produktivitas penulis, profil artikel, paruh usang, *impact factor*, dan lain sebagainya.

Kalau secara online bisa juga dengan tampilan *Academic search*, maka semakin banyak garis-garis yang membentuk jaring-jaring, maka menunjukkan kalau karya kita semakin banyak dirujuk oleh orang lain. Semakin banyak disitasi berarti *personal branding* pustakawan tersebut juga naik, karena berarti karya tulisnya dirujuk oleh orang lain.

Menurut Schneider, K.G. (2012: 37), bahwa pustakawan dalam membangun *personal branding* mempunyai 5 (lima) pertanyaan yang bisa ditanyakan pada diri sendiri, yaitu:

1. Apa yang mereka pelajari jika mereka meng-*Google* saya?
2. Apa jenis pekerjaan yang saya cari?
3. Apa 'mantra' pribadi saya, yang sekiranya mampu menciptakan perubahan?

(saya rasa mantra bisa terkait dengan slogan ataupun semboyan).

4. Jika saya meminta teman saya untuk menggambarkan saya, apa yang akan mereka katakan?
5. Bagaimana saya bisa membuat diriku menonjol dalam bidang tertentu?

Sudahkan itu semua kita lakukan, jika belum ayo kita coba. Banyak cara untuk membangun visibilitas diri bagi seorang pustakawan. Segala upaya perlu dilakukan oleh setiap diri pustakawan agar mampu dipersepsikan orang lain dengan kesan yang baik.

Personal branding pustakawan bukan sekedar menyangkut masalah kesan orang lain terhadap penampilan luar pustakawan seperti apa. Namun demikian, lebih komprehensif dan holistik

meliputi keseluruhan aspek yang melekat dan ada pada diri pustakawan tersebut. Lebih lengkapnya ya kompetensi, mulai dari pengetahuan, pengalaman, ketrampilan, sikap dan perilaku, ketertarikan, sampai dengan nilai guna yang diciptakan. Tidak ada artinya jika apa yang dimiliki pustakawan tidak ada nilai guna untuk orang lain.

Mungkin dari segi kompetensi pustakawan sudah dikantongi, bisa dibuktikan dengan sertifikasi yang menyatakan kalau pustakawan kompeten dalam bidang dan kluster tertentu. Namun saya kok merasa masih ada yang kurang jika visibilitas diri di dunia maya profesional belum terjamah. Saya rasa untuk membangun visibilitas diri, pustakawan juga perlu mengunggah karya tulisnya di media sosial profesional seperti di *academia.edu*, jadi selain eksis di *offline* juga *online*.

Epilog

Agar orang lain bisa menilai diri kita baik memang tidak mudah, dibutuhkan proses berkelanjutan untuk introspeksi diri dan perbaikan diri secara terus-menerus. Untuk membangun citra yang positif di hadapan pemustaka yang dilayani maka dibutuhkan berbagai bentuk yang bersifat *encourage* dalam upaya membangun *personal branding* tersebut. Jangan bangga dengan memuji diri sendiri, tapi coba lihatlah dari perspektif orang lain yang mencitrakan diri anda seperti apa. Sudahkah *image* mereka tentang dirimu sudah sama dengan apa yang ada dalam pikiranmu.

Setelah memiliki *personal branding* positif, lalu bagaimana kiprah pustakawan membangun *brand* perpustakaan?. Membangun *brand* perpustakaan dengan iklan sudah termasuk *jadul*, tergeser, tidak keren, dan membosankan lho. Artinya butuh terobosan baru yang lebih menggigit dan tepat

sasaran. Yang perlu diketahui bahwa membangun *brand* untuk perpustakaan saat ini tidak cukup hanya menggunakan iklan dan promosi saja.

Nah, suatu terobosan yang mungkin bisa dibilang ‘cool’ saat ini adalah membangun *brand* sebagai sebuah “movement”. Lho kok bisa? Penjelasan mengenai “*brand as a movement*” ini yaitu sebagai upaya yang ditempuh untuk membangun *brand* dengan cara mengusung gerakan untuk memecahkan persoalan-persoalan sosial kemasyarakatan.

Jadi perpustakaan melalui *personal branding* pustakawannya harus mengenal kebutuhan pemustakanya, suatu contoh pada dies natalis perpustakaan, mengadakan kegiatan donor darah untuk masyarakat, menjual sembako murah dengan bazar, dan kegiatan sosial kemasyarakatan lainnya. Pokoknya yang tepat sasaran untuk masyarakat sekitar, saya kira pustakawan di setiap jenis perpustakaan pasti mempunyai kepekaan untuk menganalisis kondisi pemustakanya seperti apa. Pada saat pustakawan memiliki loyalitas, dedikasi yang tinggi, dan berkontribusi pada masyarakat secara luas, maka sebenarnya pustakawan tersebut sedang melakukan proses *brand building*.

Selanjutnya pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh selama menekuni bidang kepustakawanan bisa dijadikan modal untuk membangun *personal branding* lho. Pernahkah kita berpikir bahwa seberapa besar kita sebagai pustakawan berkontribusi untuk masyarakat, apakah pernah berpikir kalau yang sudah kita lakukan selama ini bermanfaat untuk orang lain atau malah sebaliknya. Lalu seberapa besar penilaian mereka terhadap kita, sudahkah sesuai harapan dengan penilaian yang baik. Saya pikir pertanyaan itu semua bisa menjadi bahan renungan kita bersama...

Daftar Pustaka

- Brennan, J. & Mattice, L. .2014. "The Importance of *Personal branding*." *SecurityMagazine.com. SECURITY*, November, hal. 94-95.
- Schneider, K.G. 2012. "*Personal branding* for Librarians: Distinguishing Yourself From The Professional Herd." *American Libraries*, Vol. 43, No. 11/12 (November/December), pp. 34-37.
- Yuswohady. 2015. "Brand as a Movement." *Warta Ekonomi*. 07 Tahun XXVII, hal. 74-75.

Sumber Internet:

- Deards, K. *et.al.* 2011. "*Personal branding* for New Librarians: Standing Out and Stepping Up." *Association of College & Research Libraries*, National Conference. Tersedia di <http://digitalcommons.unl.edu/librarianscience/226/> [diakses 27 Februari 2016].
- Ottong, E. J. *et.al.* 2014. "Librarian's *Personal branding* Through Information Technology For Effective Service Delivery in Nigerian University Libraries." *American Journal of Service Science and Management*. 1 (2): 17-21. Tersedia di <http://www.openscienceonline.com/journal/ajssm> [diakses 27 Februari 2016].