

***BRANDING IMAGE PERPUSTAKAAN ISMAIL MARZUKI DALAM
MEMBANGUN CITRA PERPUSTAKAAN***

SKRIPSI



Oleh :

BILQIS HILDA KUSUMA

NIM. 210607110012

PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2025

HALAMAN JUDUL

BRANDING IMAGE PERPUSTAKAAN ISMAIL MARZUKI DALAM MEMBANGUN CITRA PERPUSTAKAAN

SKRIPSI

Oleh:
BILQIS HILDA KUSUMA
210607110012

Diajukan Kepada :

**Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik
Ibrahim Malang untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Sains Informasi (S.S.I)**

**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

**BRANDING IMAGE PERPUSTAKAAN ISMAIL MARZUKI DALAM
MEMBANGUN CITRA PERPUSTAKAAN**

SKRIPSI

Oleh :
BILQIS HILDA KUSUMA
NIM.210607110012

Telah Diperiksa dan Disetujui untuk diuji :
Tanggal : 05 Desember 2025

Pembimbing 1



Annisa Fajriyah, M.A
NIP. 198801122020122002

Pembimbing 2



Ach.Nizam Rifqi, M.A
NIP. 199206092022031002

Mengetahui,
Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



HALAMAN PENGESAHAN

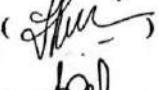
BRANDING IMAGE PERPUSTAKAAN ISMAIL MARZUKI DALAM MEMBANGUN CITRA PERPUSTAKAAN

SKRIPSI

Oleh:
BILQIS HILDA KUSUMA
NIM.210607110012

Telah dipertahankan di depan dewan pengaji skripsi dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Informasi (S.S.I) pada tanggal 05 Desember 2025

Susunan Dewan Pengaji

Ketua Pengaji	: Ganis Chandra Puspitadewi, M.A.	()
Anggota Pengaji	: Nita Siti Mudawamah, M.IP	()
Anggota Pengaji	: Annisa Fajriyah, M.A	()
Anggota Pengaji	: Ach.Nizam Rifqi, M.A	()

Mengetahui dan mengesahkan,
Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bilqis Hilda Kusuma
NIM : 210607110012
Prodi : Perpustakaan dan Sains Informasi
Fakultas : Sains dan Teknologi

Menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil tulisan saya melalui penelitian dan observasi secara langsung yang telah saya lakukan. Bukan merupakan plagiasi, pengambilan data orang lain yang saya akui sebagai tulisan ilmiah saya sendiri, seluruh data rujukan dan sumber informasi sekunder telah saya cantumkan melalui sitasi dan tertera pada daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa tulisan skripsi ini merupakan hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Malang, 21 Desember 2025

Yang membuat pernyataan,



Bilqis Hilda Kusuma

210607110012

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur senantiasa penulis panjatkan atas kehadiran Allah Swt., yang telah melimpahkan segala Rahmat, Taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Tentuya skripsi ini bukanlah hasil dari perjalanan pribadi semata, melainkan cerminan dari dukungan, doa, dan kolaborasi yang mengalir dari banyak pihak serta keluarga, para pembimbing, sahabaat, serta institusi yang telah membuka ruang belajar dan bertumbuh. Dengan penuh ketulusan dan penghargaan, penulis mempersembahkan skripsi ini untuk orang-orang terkasih yang senantiasa menjadi Cahaya dan penguat dalam setiap langkahnya, kepada :

1. Kedua orang tua yang senantiasa memberi pengalaman serta anyaman kasih, sayang, nasihat, pahit dan manis hidup yang tak terhingga Alm. Bapak Bambang Kismantoro my papa Lopyu, terima kasih atas pilihan yang membuat kami bertiga merasakan hangatnya sosok ayah. Meski kami belum sempat mengenalmu sedalam itu, entah bagaimana kau selalu membaca hatiku lebih baik daripada diriku sendiri. Ada banyak hal yang belum terucap, tapi peranmu sudah lebih dari cukup untuk membuat kami merasa utuh. Ibu Dra.Sulastri mama tercomel, Dari ketegasan Mama, perlahan tumbuh kelembutan dalam diriku. Terima kasih telah membiarkanku berjalan jauh, menembus waktu, dan menemukan diriku sendiri. Kepercayaan yang Mama berikan menjadi ruang bagiku untuk berdiri, merasakan, dan akhirnya tumbuh.
2. NIM. 210607110012 Makhluk lucu, sulit ditebak, hibernateable, menggemaskan serta mudah diajak berdiskusi, penyuka kopi dan Yakult sehat-sehat selalu kamu.
3. Saudara kandung Boyot Group “boyot” (bocah kiyot /Cute. Cuteless btw) Salsa dan Wildan
4. Keluarga besar Mbah Sutrisno serta Mbah Abu Nyamin

5. The best people Coffee Sharing place, (gatau dah bener apa engga Bahasa inggris nya) Darin Marwa Fadiya lebih dikenal sebagai dawim or olaf or skena kyuti or truth or dare (wkwk) si pengedit handal, si estetikable kayak aku (ga juga)
6. Beziwati Khaira Nadhlif Aulia, teman ternormal same ektrovert energy alpi deyul darim ga diajak wkwk. Selalu nular motivasi belajarnya aamiin ada aja sharing session nya sampe 4 materi lebih.
7. Kepin, hai kepin, the midnight memories Alfia Nur Fadhila dikenal sebagai baginda. My passenger sejati #ceunah. Partner hibernasi, jika kau tersesat jangan cari aku, akupun butuh alpi.
8. Asbun core, Netizen comment yang asbun pokonya kita pelajari inilah Dea Halmia Febianti lebih dikenal sebagai deyul or elsa. Teman sharing session kpop berbagi mingyu berbagi jeongwoo. Sepandai-pandai tupai melompat deyul lebih pandai asbun.
9. Warga seperjuangan, Para Makhluk Garyatama Angkatan 21 Prodi Perpustakaan Sains Informasi.
10. Teman sekandung pertanjung priok an teman MTs hingga sekarang Asri Maulana Putri (Sahabat Embrio) terima kasih dukungan offline serta online yang paling sering untuk 1 tahun terakhir ini, Fatimazzahro as Kotet manusia Tata boga, enak bet makanannya ikut ajang marathon deh. Terima Kasih banyak Tester makanan nya, thanks kos, aer, listrik, guling, bantal. perbaikan gizi banget sama lu.
11. Feyza fi sabili elrahma teman kopi jaya se per dau an, thanks selorejo moment nya.
12. Teman KKM 80 Po Teumeureuhom Aizz, Yayay, Hissssam, Shevira (cep), Papihan, Fathsur, Shela, Farida, Farah, Shifayy, Fadhil. Sehat-sehat kalian.
13. Terima kasih kepada rekan sejawat, awal hingga akhir tanpa banyak kata menerima diriku dalam keadaan apapun, Aqilah Dzira, Rahma Devianti Alfariza.

14. Untuk mu yang datang di satu tahun terakhir masa perkuliahan terima kasih mau menjadi pendengar dan berbagi secara bersamaan, Marinda Anjani, Zalfa Zahiyah. Terima kasih karena diam-diam menjadi sunyi yang ikut menyempurnakan akhir perjalanan ini.
15. Untuk mereka akur dan gelisah mengiringi masa kuliah, terima kasih atas tawa, gulana, cerita seolah menjadi jeda yang tak ku sadari aku butuhkan, rizkiYun, hartia, jinni, uswa (ususs), alipp, tasyaa.
16. Playlist Treasure, Xdinary Heroes, Dasutt, Philip Brook, The rose, Day6, D'masiv, Paramore, Yovie n Nuno, Ive, Blackpink, Noah, Avril Lavigne.

Terima kasih

Malang, 30 November 2025

Penulis,

Bilqis Hilda Kusuma

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji Syukur senantiasa penulis panjatkan atas kehadiran Allah Swt., yang telah melimpahkan segala Rahmat, Taufiq, serta hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Branding image Perpustakaan Ismail Marzuki dalam Membangun Citra Perpustakaan**". Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari awal masa perkuliahan hingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini. Oleh karenanya, izinkan penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Nita Siti Mudawamah, M.IP selaku Ketua Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi Fakultas Sains dan Teknologi
2. Ibu Annisa Fajriyah, M.A. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak memberikan waktu untuk membimbing skripsi dimanapun dan kapanpun.
3. Bapak Achmad Nizam Rifqi, M.A Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak membantu untuk penggerjaan skripsi.
4. Ibu Ganis Chandra Puspitadewi, M.A selaku Dosen Penguji 1 yang banyak membantu untuk bimbingan skripsi sampai selesai.
5. Ibu Nita Siti Mudawamah, M.IP selaku Dosen Penguji 2 yang banyak membantu dalam membimbing dalam penggerjaan skripsi sampai selesai.
6. Bapak Fakhri Khusnu Reza Mahfud, M.Kom selaku Dosen Wali yang membimbing dari masa menjadi Mahasiswa Baru hingga sekarang.
7. Ibu Sona Selaku Staff yang memberikan banyak dukungan, ilmu, keceriaan, obrolan santai serta pengalaman-pengalaman yang baik.
8. Seluruh Dosen Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi.

9. Seluruh Informan terlibat, Pak Diki Lukman, Ka Thian Wisnu, Ka Maitsa A. Kamal.

Penulis menyadari bahwa pada penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Penulis berharap semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat, ilmu, serta sedikit wawasan yang dapat penulis bagikan kepada seluruh pembaca skripsi ini, tak terkecuali penulis pribadi. Aamiin Allhumma Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Malang, 30 November 2025

Penulis,

Bilqis Hilda Kusuma

MOTTO

You realize-

it's not just the storm that's coming home, it's you who's survived.

(Bilqishildks)

My parents aren't heroes, they're just like me

(Sasha Sloan - Older)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
MOTTO	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
شجاعاً صلختسم	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Batasan Masalah	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 <i>Branding image</i>	14
2.2.2 <i>Branding image</i> Perpustakaan	15
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Jenis Penelitian.....	18
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	20
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	20
3.4 Instrumen Penelitian	21

3.5 Sumber Data.....	31
3.6 Pengumpulan Data	31
3.7 Analisis Data	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Perpustakaan Ismail Marzuki.....	35
4.2 Hasil Penelitian	36
4.3 Pembahasan.....	62
4.4 Keterkaitan <i>Branding image</i> Perpustakaan Ismail Marzuki dengan perspektif islam	71
BAB V PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	20
Tabel 3. 2 Instrumen Pertanyaan Narasumber	22
Tabel 4. 1 Identitas Informan	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Alur Penelitian.....	19
Gambar 4. 1 Gedung Perpustakaan Ismail Marzuki	36
Gambar 4. 2 Gedung lama Perpustakaan Ismail Marzuki.....	37
Gambar 4. 3 Gedung anak Lantai 4	38
Gambar 4. 4 Peprustakaan Ismail Marzuki Ruang Dalam.....	43
Gambar 4. 5 Room Tour Perpustakaan Ismail Marzuki anak SMA.....	51
Gambar 4. 6 Akun Instagram	54
Gambar 4. 7 Lomba Cerita Pendek.....	54
Gambar 4. 8 Konser Dere	57

ABSTRAK

Kusuma, Bilqis Hilda 2025. *Branding image Perpustakaan Ismail Marzuki dalam membangun Citra Perpustakaan di Perpustakaan Ismail Marzuki.* Skripsi. Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing (1) Annisa Fajriyah M.A., (II) Ach.Nizam Rifqi M.A

Kata Kunci : *Branding image, Perpustakaan, Citra*

Perpustakaan Ismail Marzuki, membangun citra kelembagaanya dengan strategi yang terencana serta kondusif. branding perpustakaan publik juga sebagai pusat sastra. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui *Branding image* melalui Teori sahli dengan 5 indikator meliputi (1) arsitektur gedung, (2) sumber daya dan layanan informasi, (3) branding pustakawan, (4) pemasaran, dan (5) manajemen perpustakaan. Menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data serta wawancara. Hasil penelitian menunjukkan *branding* yang dilakukan cukup berhasil untuk memperkuat branding Perpustakaan Ismail Marzuki pada arsitektur gedung modern dan memiliki identitas visual yang kuat sebagai representasi karakter perpustakaan. Andra Matin merancang gedung dari representasi not balok dari salah satu lagu karya Ismail Marzuki, yakni rayuan pulau kelapa. Sumber daya layanan berinovasi menciptakan berbagai koleksi dengan bentuk beragam digital serta manual dengan menyesuaikan kebutuhan pengunjung dan pemanfaatan sosial media salah satunya *instagram* sebagai strategi pemasaran, optimalisasi peran pustakawan dengan pelatihan dan seminar terkhusus untuk pustakawan baru. Serta manajerial untuk para staff serta pengunjung disesuaikan pada kebutuhan pengunjung. Kesesuaian jam malam dan pagi untuk aktivitas yang diharapkan bermanfaat untuk orientasi pada kebutuhan pengunjung.

ABSTRACT

Kusuma, Bilqis Hilda 2025. **Brand Image of Ismail Marzuki Library in Building the Image of Libraries at Ismail Marzuki Library.** Thesis. Library and Information Science Study Program, Faculty of Science and Technology, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University, Malang. Supervisors: (I) Annisa Fajriyah, M.A., (II) Ach. Nizam Rifqi, M.A.

Keywords: *Branding image, Library, Reputation*

The Ismail Marzuki Library built its institutional image through well-planned and conducive strategies. The branding of this public library also aimed to strengthen its position as a literary center. This study was conducted to examine the library's *branding image* using Sahli's Theory, which includes five indicators: (1) building architecture, (2) information resources and services, (3) librarian branding, (4) marketing, and (5) library management. This research used a qualitative method with data collection techniques carried out through interviews. The findings showed that the branding efforts were quite successful in reinforcing the image of the Ismail Marzuki Library. This was evident from the modern building architecture and strong visual identity that represent the character of the library. The building, designed by Andra Matin, was inspired by the representation of musical notes from one of Ismail Marzuki's songs, Rayuan Pulau Kelapa. In terms of resources and services, the library innovated by providing collections in various formats, both digital and physical, tailored to visitors' needs. The use of social media, particularly Instagram, also served as an effective marketing strategy. The optimization of librarians' roles was supported through training and seminars, especially for newly recruited librarians. In addition, managerial aspects for staff and visitors are adjusted according to user needs. The adjustment of operational hours both morning and evening is intended to support activities that align with visitors' preferences and needs.

ثبلا صلختسم

كوسوما، بلقيس هيلدا ٢٠٢٥. صورة العالمة التجارية لمكتبة إسماعيل مرزوفي في بناء صورة المكتبات في مكتبة إسماعيل مرزوفي. أطروحة. برنامج دراسة المكتبات وعلوم المعلومات، كلية العلوم والتكنولوجيا، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية، مالانج. المشرفون: (1) أنيسة فاجرياه. أش. نيزام رفقى ماجستير (II)، ماجستير.

الكلمات المفتاحية: صورة العالمة التجارية، المكتبة، السمعة

تقوم مكتبة إسماعيل مرزوفي ببناء صورتها المؤسسية من خلال استراتيجية جيدة التخطيط وموائمة. كما أنها تروج لنفسها كمكتبة عامة ومركز للأدب. أجريت هذه الدراسة لتحديد صورة العالمة التجارية من خلال نظرية سهلي باستخدام خمسة مؤشرات، منها (1) هندسة المبنى، (2) موارد وخدمات المعلومات، (3) العالمة التجارية للمكتبة، (4) التسويق، و(5) إدارة المكتبة. واستخدمت الدراسة أساليب نوعية مع تقنيات جمع البيانات والمقابلات. تظهر نتائج الدراسة أن العالمة التجارية التي تم تنفيذها كانت ناجحة إلى حد كبير في تعزيز العالمة التجارية لمكتبة إسماعيل مرزوفي من حيث هندسة المبنى الحديثة وأمتلاكها هوية بصرية قوية، تمثل طابع المكتبة. صمم أندرَا ماتين المبني من تمثيل النوتات الموسيقية لإحدى أغاني إسماعيل مرزوفي تبتكر موارد الخدمة من خلال إنشاء مجموعات متنوعة في أشكال رقمية Rayuan Pulau Kelapa. وهي Instagram، ويدوية متنوعة، والتكيف مع احتياجات الزوار واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مثل كاستراتيجية تسويقية. يتم تحسين دور المكتبيين من خلال التدريب والندوات المخصصة للمكتبيين الجدد. يتم تكيف إدارة الموظفين والزوار وفقًا لاحتياجات الزوار. من المتوقع أن تكون ساعات المساء والصباح مناسبة للأنشطة، مما سيزيد في تلبية احتياجات الزوار

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Branding image adalah keunggulan produk, memfokuskan pelayanan konsumen untuk mengacu Perusahaan terhadap penjualan yang dilakukan melalui kegiatan bisnis yang merupakan esensi secara keseluruhan (Nurliyanti et al., 2022). Target branding yang dilakukan suatu Perusahaan mencerminkan mereka dalam membangun kepercayaan, dengan memperluas jangkauan pasar, membedakan pemasaran di Perusahaan lain untuk mudah membantu konsumen dalam mengenali merk suatu produk (Wardhani & Irbayuni, 2024).

Branding image Perpustakaan merupakan upaya untuk membangun citra positif dan baik mengenai perpustakaan di khalayak Masyarakat, terkait mencerminkan bagaimana identitas dibangun, nilai serta tujuan perpustakaan dalam melayani pemustaka (Azizah et al., 2024). Citra perpustakaan juga harus mencerminkan inklusivitas (Damanik & Nasution, 2024). *Branding image* adalah hal yang berkaitan langsung dengan bagaimana citra suatu produk menjadi suatu yang khas (Amanda et al., 2024), ciri yang dibangun menjadi citra yang positif dan persuasive dalam Upaya membangun karakteristik suatu produk, merk serta Lembaga.

Pentingnya *branding image* di perusahaan non komersil tidak hanya fokus pada merk dan pelayanan jasa, tetapi juga bagaimana fokus tujuan sosial terhadap apa yang diinginkan suatu organisasi, tujuan utama lembaga non komersil salah satunya yaitu memberikan manfaat sosial tanpa mendapat keuntungan, contohnya perpustakaan sebagaimana perpustakaan berfokus pada pendidikan untuk mencerdaskan bangsa, Perpustakaan merupakan tempat belajar sepanjang hayat (Krismayani, 2018). Perpustakaan memiliki sarana penting dengan pengetahuan dan informasi didalamnya, diakses oleh masyarakat sebagai gudang ilmu. Perpustakaan sangat penting untuk literasi, penelitian, dan pendidikan. Perpustakaan bukan hanya tempat menyimpan buku, juga tempat untuk belajar dan mengembangkan wawasan.

Perkembangan teknologi telah mengubah perpustakaan di era digital. *Branding image* pada Perpustakaan juga menjadikan pentingnya perpustakaan untuk lebih mengembangkan keberadaannya di Masyarakat, tidak hanya pengertian perpustakaan sebagai tempat membaca buku saja, tetapi juga bagaimana perpustakaan ini menjadi daya tarik (Lubis & Azhar, 2023), terutama terhadap warga lokal. Perpustakaan digital sekarang memungkinkan orang lebih mudah mendapatkan informasi dan dapat mengaksesnya kapan saja dan di mana saja. Dengan menggunakan aplikasi dan platform digital perpustakaan, pengguna dapat meminjam buku elektronik atau mengakses jurnal ilmiah tanpa harus pergi ke perpustakaan secara langsung. Transformasi ini menunjukkan bahwa perpustakaan memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan tuntutan zaman (Nugroho, 2018). Perpustakaan tidak hanya berfungsi sebagai pusat ilmu, tetapi juga memiliki fungsi sosial. Perpustakaan menjadi tempat yang terbuka untuk semua orang, tanpa memandang usia, latar belakang sosial, atau status ekonomi. Layanan yang ditujukan untuk pengunjung berkebutuhan khusus, misalnya menunjukkan peran penting perpustakaan dalam memastikan bahwa semua orang memiliki akses yang sama. Ini menunjukkan bahwa perpustakaan memiliki kemampuan untuk berkontribusi pada perubahan sosial.

Perpustakaan memiliki tanggung jawab strategis untuk membangun budaya literasi (Winastwan & Fatwa, 2021). Perpustakaan meningkatkan kemampuan literasi masyarakat dengan menyediakan akses ke bahan bacaan berkualitas tinggi. Perpustakaan juga sering menjadi tempat yang nyaman untuk belajar, berbicara, dan bertukar ide. Program-program yang diadakan oleh perpustakaan, seperti lokakarya, diskusi buku, dan pelatihan keterampilan, turut mendukung pengembangan kapasitas individu. Salah satunya adalah perpustakaan umum, Perpustakaan umum merupakan perpustakaan dengan akses pengunjung dengan latar belakang yang beragam, mulai dari cakupan usia, Tingkat Pendidikan. Menjadi tantangan hingga tujuan yang cukup beragam dalam Upaya mendukung keberlangsungan untuk kebutuhan literasi dan informasinya, mulai dari bahan pustaka yang beragam mulai dari buku, majalah, surat kabar dan media digital lainnya. Penyediaan tambahan seperti fasilitas, program-program

lainnya. Perpustakaan Ismail Marzuki dalam upaya nya membranding perpustakaan sebagai citra yang baik pada penelitian ini strategi branding dikemukakan untuk menemukan jawaban upaya-upaya yang dilakukan untuk melihat aspek secara keseluruhan, berbeda dengan penelitian lain yang mengemukakan branding pada salah satu aspek saja, seperti halnya branding pustakawan saja, atau sekedar menelaah promosi yang menggunakan media sosial instansi, penelitian yang dilakukan pada Perpustakaan Ismail Marzuki meliputi lima aspek unto mengupayakan *branding image* yakni arsitektur gedung perpustakaan, pemasaran, sumber daya layanan informasi, branding pustakawan, dan manajemen perpustakaan.

Branding Perpustakaan diterapkan di salah satu perguruan tinggi di New York, City University Of New York (CUNY) dengan sesi diskusi sharing nya “*Research Parties*” Dimana presenter ACRL 2017 yaitu Murphin yang membahas bagaimana rebranding layanan referensi tradisional dapat meningkatkan keterlibatan mahasiswa. Disini Susan T. Wengler (Wengler, 2018) selaku peneliti meneliti Bersama pustakawan disana untuk keterlibatan mahasiswa yang sebelumnya rendah menjadi ditingkatkan Kembali dengan rebranding layanan perpustakaan. Upaya yang dilakukan yaitu, pemasaran mulut ke mulut, *word of mouth* yang terutama dilakukan di fakultas Penn StateAbington untuk meningkatkan kehadiran mahasiswa untuk hadir di sesi diskusi *Research Parties* tersebut. Dan Upaya selanjutnya yaitu penyebaran flyer dengan judul menarik yaitu *reserch parties* desain ini ditujukan untuk menciptakan suasanaa positif dan mengundang mahasiswa untuk berpartisipasi.

Salah satu perpustakaan umum yang ada di Indonesia yaitu Perpustakaan Ismail Marzuki merupakan perpustakaan umum yang cukup strategis dalam akses lokasi. Perpustakaan ini merupakan ikon Kota Jakarta yang dengan arsitek Bernama Andra Matin. Perpustakaan Ismail Marzuki pada tahun sebelum masa revitalisasi, masih belum dikenal seperti sekarang ini , perpustakaan umum kota jakarta sebutan sebelumnya dan kemudian berubah setelah renovasi dan integrasi ke dalam Kawasan seni dan budaya Taman Ismail Marzuki (TIM) Perpustakaan

Ismail Marzuki menyesuaikan identitas pada Lokasi serta konsepnya. Sebelum renovasi perpustakaan yang masih dikenal dengan perpustakaan sunyi, senyap dan tertutup untuk umum, perpustakaan yang belum dikenal seperti sekarang ini mulai berevolusi mulai dari pemilihan warna untuk memberikan kesan baik dan tidak dominan serius diberikannya kesan warna kayu dan beton seperti terlihat sekarang ini tahun 2024. Setelah masa revitalisasi Perpustakaan Ismail Marzuki mengalami perubahan yang cukup signifikan dengan peningkatan pada fungsinya sebagai perpustakaan, sebagai pusat literasi dan budaya, mulai dari peningkatan koleksi, dengan pengelolaan koleksi yang baik menambahkan banyak eksemplar dan mendukung kegiatan anak-anak mulai dari sejumlah kegiatan, mulai dari mengenalkan buku-buku dongeng anak usia 3-7 tahun kolaborasi dengan beberapa komunitas yang ada.

Sebelumnya Perpustakaan Ismail Marzuki lebih dikenal dengan Perpustakaan Jakarta perpustakaan ini mengalami bebagai transformasi dari segi layanan, fasilitas dan citra yang terlihat di Masyarakat. Pada tahun 2017 akhir perpustakaan Jakarta ini mulai merencanakan revitalisasi dengan mengambil Langkah dengan berbagai upaya yang dilakukan dengan memperluas ruangbaca disabilitas, area multimedia, ruang podcast. Sekarang, sistem digital terpadu menjadi katalog, peminjaman, dan pengembalian buku telah diimplementasikan, dan layanan berbasis aplikasi juga tersedia di komputer publik. selain itu, desain bangunan mengalami perubahan besar. Dari sebelumnya yang konvensional tanpa elemen modern, menjadi arsitektur futuristik yang menarik, warna di bagian eksterior Gedung Perpustakaan Ismail Marzuki, warna abu-abu mendominasi dan memberikan kesan modern dan elegan. Di dalam, material kayu berwarna cokelat menciptakan suasana hangat dan nyaman. Perpaduan ini menciptakan suasana tenang dan damai yang membuat pengunjung betah untuk membaca, berbicara, atau sekadar menikmati suasana perpustakaan yang tenang. membuatnya menjadi tempat belajar yang nyaman. Sebelumnya, promosi hanya dilakukan secara manual seperti melalui poster atau selebaran. Sekarang upaya yang telah dilakukan untuk memperkenalkan Perpustakaan Jakarta melalui sosial media khususnya Instagram, kini digunakan secara aktif untuk menghasilkan konten kreatif seperti tur virtual,

acara online, dan unggahan interaktif untuk menarik perhatian publik, terutama generasi muda. jenis kegiatan dan program yang ditawarkan semakin beragam.

Perpustakaan Ismail Marzuki dengan memanfaatkan tiga lantai untuk menampung kurang lebih 100.000 koleksi buku serta arsip dengan membaginya ke berbagai fasilitas serta area umum terdapat tangga yang menjulang hingga lantai enam, yang merupakan lantai favorit pengunjung untuk foto, dengan meja rak, buku, tentang Jakarta dan koleksi-koleksi khusus terpajang jelas untuk bisa akses termasuk seni, sastra dan budaya. Penyediaan ruangan khusus seperti bilik diskusi, ruang siaran untuk podcast, area anak-anak dan ruang inklusif dimana para tunanetra mengakses beberapa referensi dalam bentuk braille. Perpustakaan dengan banyaknya keberagaman akses seni yang cukup baik, mulai dari dekatnya Lokasi Perpustakaan Ismail Marzuki dengan banyaknya institut kesenian, salah satunya Institut Kesenian Jakarta menjadi daya tarik mengapa Perpustakaan ini menjadi perpustakaan yang cukup menarik, mulai dari kunjungan yang tidak hanya ramai saat akhir pekan saja tetapi juga hari kerja menjadi pilihan para pengunjung untuk tetap meluangkan waktunya ke Perpustakaan Ismail Marzuki. Kunjungan bisa mencapai 30.000 pegunjung tiap per minggu nya dengan latar belakang yang berbeda. Surat Al-Baqarah menekankan bagaimana pentingnya memberikan sesuatu yang terbaik dari yang dimiliki. Dalam konteks *branding image* memberikan dan melayani apa yang ada di perpustakaan dengan memberikan manfaat kepada masyarakat. Konsep “promosi” dalam memberikan yang terbaik *branding image* perpustakaan terdapat pada surat Al-baqarah ayat 267 sebagaimana:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّفِقُوا مِنْ طَبِيعَتِ ما كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيْمَمُوا
الْحَبْيَانَ مِنْهُ شَنِفُونَ وَلَسْتُمْ بِاَخْدِيَهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۖ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ خَيْرٌ حَمِيدٌ

Artinya : Wahai orang-orang beriman infakkanlah Sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan Sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya, ketahuilah bahwa Allah mahakaya lagi maha terpuji. (Q.S Al-Baqarah : 267)

Menurut Tafsir Jalalain, Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah, artinya zakatkanlah sebagian yang baik-baik dari hasil usahamu, yaitu harta, dan sebagian yang baik-baik dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu, yaitu biji-bijian dan buah-buahan. Dan janganlah kamu sengaja mengambil yang buruk atau yang buruk darinya. Dari yang disebutkan itu, kamu keluarkan sebagian untuk zakat menjadi "hal" dari dhamir yang ada di "tayammamu" Ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya, sehingga dia tidak membutuhkan nafkahmu (juga Maha Terpuji) dalam setiap situasi.

Kegiatan “*branding image*” dalam memberikan yang terbaik pada penjelasan ayat ini ditujukan kepada perpustakaan untuk menyediakan layanan dan koleksi yang berkualitas serta promosi yang jujur dan profesional. Perpustakaan memastikan bahwa yang ditampilkan branding benar-benar mencerminkan kualitas serta manfaat yang diberikan untuk pengguna (Qur'an Kemenag, 2019).

Dilarang untuk berbuat curang, dan harus jujur mengajarkan bahwa branding perpustakaan tidak hanya kepentingan institusi semata tetapi juga kebermanfaatan yang bersifat edukatif, inspiratif dan tidak sekedar meningkatkan nilai kunjung, Dalam memasarkan atau mempromosikan produk (hasil usaha) harus dilakukan dengan kualitas paling baik. Produk yang di promosikan harus bernilai baik dan tidak curang dalam menawarkan barang serta jasa. Sebagaimana dilarangnya ketidakjelasan (gharar) dalam sebuah promosi, hadits yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah

حَدَّثَنَا مُحْرِزُ بْنُ سَلَمَةَ الْعَدَنِيُّ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ عَنْ عُبَيْدِ اللَّهِ عَنْ أَبِي الزِّنَادِ عَنْ
الْأَعْرَجِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ وَعَنْ بَيْعِ الْحَسَنةِ

Artinya : Telah menceritakan kepada kami [Muhriz bin Salamah Al 'Adani] berkata: telah menceritakan kepada kami [Abdul Aziz bin Muhammad] dari [Ubaidullah] dari [Abu Az Zinad] dari [Al A'raj] dari [Abu Hurairah] ia berkata: "Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam melarang jual beli gharar (menimbulkan kerugian bagi orang lain) dan jual beli hashah.

Menurut tafsir Sayikhul Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwa larangan jual beli gharar dikaitkan untuk menjaga keadilan dalam transaksi menekankan yang baik, adil dan transoaran tanpa menimbulkan kerugian pada satu pihak. Gharar berarti ketidakjelasan, atau spekulasi. Objek yang tidak jelas dengan adanya larangan gharar jual beli bertujuan untuk menjaga keadilan dalam transaksi perdagangan dan menghindari segala ketidakpastian yang akan dapat merugikan satu pihak. Kejelasan dalam transaksi merupakan satu syarat utama agar jual beli diakukan dengan adil.

Dikaitkan dengan latar belakang pada “promosi” *branding image* perpustakaan diharapkan untuk melakukan promosi yang baik dan menjaga kepercayaan dengan tidak membangun citra yang berlebihan dan tidak sesuai kenyataaan. Branding yang disampaikan harus berprinsip keadilan bagi pengguna dengan kejelasan yang diberikan dalam layanan yang ditawarkan. Karena dengan begitu dapat dianggap sebagai gharar dalam promosi. Alangkah baik ketika pengguna dapat merasakan kesesuaian antara promosi yang diberikan dengan pengalaman yang dirasakan pada layanan perpustakaan.dengan demikian akses ilmu yang diberikan bermanfaat bagi Masyarakat.

Perpustakaan Ismail Marzuki merupakan perpustakaan umum yang cukup menarik dan diminati dari banyak kalangan tua, muda, dewasa, dan anak-anak karena tempatnya yang tidak membosankan dan menyenangkan menjadikannya ciri khas utama dan menarik perhatian masyarakat. Perpustakaan Ismail Marzuki memiliki daya Tarik. Lokasi yang tidak hanya sebagai tempat membaca tetapi juga untuk mendorong kreativitas masyarakat dalam interaksi dengan seni dan kebudayaan lokal lainnya, khususnya kebudayaan Jakarta sendiri.

Berdasarkan objek yang diteliti Perpustakaan Ismail Marzuki dalam hal ini menjadi sebuah objek penelitian untuk mengkaji tentang bagaimana mereka berhasil membangun *Branding image* nya sebagai sebuah Perpustakaan Umum. Adapun beberapa hal yang akan diteliti dalam hal membangun *Branding image* adalah menggunakan tahapan yang terdiri dari Arsitektur Perpustakaan, Sumber

daya Layanan informasi Perpustakaan, Personal Branding pustakawan, Pemasaran, serta Manajemen Perpustakaan (Sahli, 2023).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Pemaparan latar belakang, dapat dirumuskan pada permasalahan, yakni bagaimana upaya yang dilakukan Perpustakaan Ismail Marzuki dalam membangun *branding image* dalam membangun citra perpustakaan ?

1.3 Tujuan penelitian

Berhubungan dengan rumusan masalah, tujuan dari penelitian yaitu mengetahui upaya yang dilakukan Perpustakaan Ismail Marzuki dalam membangun *branding image*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan bisa memberikan manfaat bagi para peneliti dan Masyarakat umum. Manfaat yang diperoleh dari penelitian yaitu memperluas wawasan mengenai:

- a. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan dan wawasan yang baik, sebagai bahan referensi untuk instansi yang berhubungan, maupun pihak lain yang membutuhkan informasi dengan dari permasalahan yang diteliti.
- b. Peneliti memberikan wawasan terhadap *Branding image* bahwa bisa dilakukan untuk strategi pada lembaga non komersil upaya membangun citra positif khususnya pada perpustakaan.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan bahwa, peneliti hanya membatasi penelitian untuk menghindari keluar dari pokok permasalahan yang ada. Adapun permasalahan yang diteliti yakni *Branding image* Perpustakaan Ismail Marzuki dalam membangun citra perpustakaan. Objek dari penelitian adalah *Branding image* Perpustakaan Ismail Marzuki sebagai Upaya membangun citra, dan subjek pada penelitian yaitu Pustakawan Perpustakaan Ismail Marzuki.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibutuhkan agar mempermudah pemahaman tulisan ini, peneliti membagi menjadi, sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, mengenai Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Batasan Masalah, dan Sistematika Penulisan. *Branding image* Perpustakaan dilakukan untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan di perpustakaan untuk meingkatkan citra yang baik sehingga perpustakaan tersebut dapat dikenal di khalayak ramai. Dimana perpustakaan yang di teliti juga memiliki karakteristik dan ciri khas sehingga dapat ditemukan nya kegiatan apa yang mengupayakan tercapainya *Branding image* di perpustakaan tersebut, maka penelitian ini dapat memberikan kebermanfaatan untuk kedepannya harapan peneliti manfaat yang dihasilkan untuk referensi bagaimana upaya branding yang dilakukan khususnya di perpustakaan dengan memberikan evaluasi yang baik terhadap *Branding image* suatu lembaga, dan peneliti berharap penelitian ini memberikan wawasan luas untuk terus mendukung perpustakaan sebagai refrensi yang menggunakan strategi *branding image* upaya membangun citra perpustakaan.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori sahli yang digunakan oleh penlitji pada teori ini menjelaskan bagaimana *Branding image* pada perpustakaan dikemukakan. Upaya membangun *branding image* khusus nya pada perpustakaan tahapan tersebut terdiri dari Arsitektur Perpustakaan, Sumber Daya Layanan informasi Perpustakaan, Personal Branding Pustakawan, Pemasaran, serta Manajemen Perpustakaan.

c. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang penelitian ini menggunakan metode kualitatif, pada bab ini akan menguraikan tentang penelitian *branding image* Perpustakaan Ismail Marzuki. Lokasi serta periode penelitian, subjek sebagai penyedia data dengan penelitian yang dilakukan menjelaskan metode yang digunakan. Tempat dan waktu penelitian memuat alasan peneliti memilih Perpustakaan Ismail Marzuki sebagai lokasi penelitian serta waktu yang diakukannya penelitian. Subjek dan objek penelitian memuat apa yang menjadi sasaran penelitian. Sumber data memuat asal sumber data yang diperoleh. Instrumen penelitian digunakan sebagai mengukur fenomena yang sedang diteliti. Selanjutnya teknik pengumpulan data, peneliti mencantumkan wawancara yang akan disampaikan kepada narasumber untuk menggali informasi. Terakhir pada analisis data memuat tahapan data hingga penarikan Kesimpulan.

d. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini mengenai deskripsi objek penelitian yaitu upaya *Branding image* Perpustakaan Ismail Marzuki dalam membangun citra perpustakaan.

e. BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan terkait saran penelitian dan kesimpulan yang diberikan berdasarkan *Branding image* terhadap perpustakaan. Memberikan dukungan Dengan menggabungkan elemen visual branding dan pengalaman pengguna yang positif, perpustakaan ini dapat membangun citra yang lebih kuat dan menarik di mata masyarakat.

Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan dalam membangun branding Perpustakaan Ismail Marzuki. Salah satu tantangan utama adalah menjaga konsistensi branding agar tetap relevan dengan kebutuhan pengguna yang terus berkembang. Selain itu, diperlukan strategi komunikasi yang lebih luas dan efektif agar citra perpustakaan tidak hanya dikenal oleh kelompok tertentu, tetapi juga lebih dikenal oleh masyarakat secara umum.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian yang serupa dengan tema *Branding image* pada perpustakaan, Pada penelitian pertama, dengan judul “Branding Strategi Perpustakaan Kebun Raya Bogor sebagai strategi marketing untuk lebih dikenal” (Munazar & Budiman, 2022). Kegiatan yang baik diperpustakaan untuk pemenuhan kebutuhan pengguna di perpustakaan. *Open house* disini dilatar belakangi karena belum adanya interaksi langsung pemustaka dengan pustakawan, maka dilakukannya kegiatan *open house* untuk melibatkan pemustaka dan pustakawan dengan interaksi langsung yang kemudian terselenggara nya kegiatan seminar, serta topik-topik tertentu yang disampaikan pustakawan dengan membahas karya, koleksi yang dimiliki perpustakaan.

Kedua, judul “Strategi Komunikasi Yayasan Puteri Indonesia dalam Memperkuat Hubungan dengan media untuk menjaga Citra Positif” (Wulandari, 2023) menggunakan metode kualitatif pendekatan deskriptif melalui studi kasus pada citra yang diberikan yaitu *public relation*.

Ketiga, judul “Strategi *Public Relation* dalam meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Telkomsel TBK” oleh (Rachmat, 2023) menggunakan metode deskriptif kualitatif. Strategi *Public relation* telkomsel berfokus pada komunikasi internal yang baik sehingga hal tersebut berdampak positif pada citra perusahaan di mata publik.

Keempat, judul penelitian “Beli kopi” Membangun Brand Image melalui Strategi Komunikas Pemasaran” oleh (Saifuddin, 2022) menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pada penelitian ini difokuskan terhadap pelanggan, mempertahankan pelanggan menciptakan kesan positif pada pelayanan serta kualitas produk.

Kelima, penelitian dengan judul “*The Effect of Corporate Social Responsibility on Brand Image and Brand Equity and Its Impact on Consumer Satisfaction*” (CSR) (Araújo et al., 2023) terhadap citra merek dan ekuitas merek serta dampak CSR terhadap kepuasan konsumen adalah subjek penelitian ini. Studi ini menggunakan metodologi kuantitatif. Fokus utama meningkatkan loyalitas menjadi lebih tinggi, etika bisnis yang memainkan peran membangun hubungan emosional antara perusahaan dengan komsumennya. memperkuat ekuitas merek, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan merupakan manfaat utama dari penerapan CSR. Perusahaan yang berhasil menggabungkan CSR ke dalam strategi bisnisnya secara efektif akan meraih keuntungan jangka panjang, terutama dalam meningkatkan reputasi dan daya saing di industri.

“Branding Strategi Perpustakaan Kebun Raya Bogor sebagai strategi marketing untuk lebih dikenal” (Munazar & Budiman, 2022). Pada persamaan penelitian yang dilakukan keduanya menekankan peran penting menguatkan eksistensi perpustakaan dalam menyebarkan informasi ditengah perkembangan teknologi yang pesat, pada perbedaan penelitian yang dilakukan Branding di Perpustakaan Kebun Raya Bogor dianalisis sebagai strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik perpustakaan bagi masyarakat. Sementara itu, Perpustakaan Ismail Marzuki mengkaji branding dengan pendekatan yang lebih komprehensif, mencakup tidak hanya aspek pemasaran, tetapi juga strategi branding yang berbasis media sosial serta pengalaman pengguna. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun citra perpustakaan sebagai pusat literasi dan seni yang modern dan relevan.

“Strategi Komunikasi Yayasan Puteri Indonesia dalam Memperkuat Hubungan dengan media untuk menjaga Citra Positif” oleh (Wulandari, 2023) perbedaan penelitian pada pendekatan strategi relations dengan konferensi pers dan wawancara untuk kontrol narasi publik dan meningkatkan hubungan media sementara penelitian yang akan dilakukan yakni memperkuat citra di kalangan masyarakat. persamaan penelitian yakni keduanya menjaga konsistensi manajemen yang diterapkan menghadapi tantangan branding dengan kebutuhan yang

berkembang pada Yayasan Puteri Indonesia memainkan peran penting kebutuhan media, dan Perpustakaan Ismail Marzuki dalam memperkuat citra di kalangan masyarakat.

Strategi *Public Relation* dalam meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Telkomsel TBK” oleh (Rachmat, 2023) perbedaan penelitian pada PT. Telkomsel TBK menggunakan *public relation* sebagai strategi branding dan menggunakan CSR sebagai strategi *engagement* nya serta komunikasi langsung kepada pelanggan, sedangkan Perpustakaan Ismail Marzuki melalui konten edukatif dan pengalaman pengguna. Persamaan pada penelitian yakni dengan membangun citra nya masing-masing meningkatkan reputasi yang baik pada layanan menyampaikan pesan positif kepada masyarakat.

“Beli kopi” Membangun Brand Image melalui Strategi Komunikasi Pemasaran” (Saifuddin, 2022) persamaan pada penelitian yakni membangun brand image dengan memanfaatkan sosial media yang ada dengan membangun konsistensi kuat dengan mengedepankan pengalaman pengguna dan pengembangan pada masing-masing produk, Perpustakaan Ismail Marzuki dengan pengembangan fasilitas mendorong interaksi dengan pengunjung melalui promosi, dan program literasi. Perbedaan pada beli kopi berfokus pada pemasaran industri kopi berbasis pengalaman produk fisik, sedangkan Perpustakaan Ismail Marzuki branding perpustakaan dengan pendekatan yang lebih edukatif dan interaksi pengunjung terhadap perpustakaan.

The Effect of Corporate Social Responsibility on Brand Image and Brand Equity and Its Impact on Consumer Satisfaction” (CSR) (Araújo et al., 2023) perbedaan pada penelitian yakni CSR oleh Araujo meningkatkan loyalitas pelanggan, sedangkan Perpustakaan Ismail Marzuki membangun branding sebagai pusat literasi bukan sebagai strategi komersial. Persamaan pada penelitian yakni meningkatkan daya tarik dan keterlibatan masyarakat. Pendekatan produk jasa menciptakan nilai tambah bagi masyarakat yang akhirnya mempengaruhi kepuasan konsumen dan loyalitas merk. Perusahaan tidak hanya dikenal melalui produk dan jasa saja tapi juga kontribusi kesejahteraan sosial. Sama hal nya Perpustakaan

Ismail Marzuki membangun citra melalui media memanfaatkan platform seperti contohnya media sosial Instagram dengan berupaya membangun citra menampilkan program literasi, fasilitas dan interaksi aktif dengan pengunjung.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Branding image*

Pengontrol kuat sebutan untuk *Branding image*, menggambarkan citra untuk menghubungkan identitas yang kuat. (Ala-Heikkilä & Järvenpää, 2023). Citra peran identitas yang dibahas (Biddle 2013 dalam Ala-Heikkilä & Järvenpää, 2023). Terkait pola karakteristik perilaku seseorang dengan sekelompok dengan peran yang di miliki. Pengalaman pengguna atau konsumen sangat terkait dengan *branding image*. Pengalaman pelanggan yang positif akan meningkatkan citra merek dan reputasinya di pasar. Misalnya, layanan yang ramah, produk yang berkualitas, atau bahkan kecepatan layanan dapat sangat memengaruhi persepsi pelanggan tentang merek (Apriani et al., 2024). Oleh karena itu, penting bagi suatu organisasi untuk tidak hanya berkonsentrasi pada citra visual atau komunikasi eksternal, tetapi juga untuk memastikan bahwa setiap interaksi dengan audiens memberikan pengalaman yang konsisten dan menyenangkan. Interaksi yang diberikan juga karena peran sosial media yang mempengaruhi pergerakan yang memungkinkan dikenalnya suatu produk atau sesuatu yang dipasarkan (Apriani, 2024). *Image branding* sangat penting untuk menciptakan persepsi yang kuat di benak pelanggan. Jika merek terus menyampaikan pesan melalui kampanye iklan, media sosial, atau interaksi lainnya, mereka akan lebih mudah dikenali dan dihargai. Ini mencakup segala hal mulai dari bagaimana produk dikemas, pesan yang disampaikan melalui iklan, hingga bagaimana pelanggan berinteraksi dengan merek tersebut. Semakin konsisten suatu merek dengan nilai dan identitasnya, semakin besar kemungkinannya untuk membangun citra merek yang kuat.

Secara keseluruhan, citra branding adalah alat yang sangat penting dalam dunia bisnis dan pemasaran. setia dan mendapatkan kepercayaan dari audiens. Branding yang kuat akan menciptakan kesan positif yang bertahan lama, membangun hubungan dengan pelanggan yang bertahan lama, dan membantu

merek bertahan di tengah persaingan yang ketat (Kotler, 2017). Berusaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan mereka dengan memahami keinginan pelanggan mereka, membuat strategi pemasaran yang berfokus pada pembeli, dan memulai program pemasaran yang diperlukan untuk mendapatkan nilai terbaik adalah bagian dari proses pembentukan hubungan dengan pembeli. Manajemen hubungan pembeli meliputi pengelolaan proses ini. Untuk memahami apa yang kami sebutkan di atas, kami perlu memastikan bahwa ada perbedaan antara harga yang dibayarkan pembeli untuk produk tersebut dan keuntungan yang didapat pembeli. Kami biasanya menghitung nilai pembeli terhadap pesaing. Konsumen membeli barang perusahaan yang menurut mereka akan paling menguntungkannya (Seturi & Urotadze, 2017). Pemasaran duhubungan dengan membutuhkan perhatian berkelanjutan menentukan indeks kepuasan pembeli.

2.2.2 *Branding image* Perpustakaan

Branding image perpustakaan upaya strategis untuk menciptakan identitas dan citra yang positif untuk perpustakaan agar dikenal sebagai lebih dari sekadar tempat membaca adalah *branding image* perpustakaan. Perpustakaan akan dibranding sebagai tempat untuk literasi, inovasi, dan komunitas yang relevan dengan kebutuhan masyarakat kontemporer. Identitas visual, pengalaman pengguna, dan inovasi layanan adalah suatu komponen branding. (Rahmadanita, 2022) Penting untuk melihat perkembangan perpustakaan untuk meningkatkan prestasi generasi muda dalam mencapai kesuksesan, karena mereka adalah pilar utama dalam pembentukan negara yang cerdas dan berbudaya. (Suryana, 2021) Berfokus pada penyediaan informasi, literasi, dan pengetahuan. Namun, di era digital saat ini, perpustakaan menghadapi tantangan untuk tetap relevan dan menarik bagi masyarakat yang lebih memilih sumber informasi yang cepat dan mudah diakses melalui internet. Oleh karena itu, sangat penting bagi perpustakaan untuk membangun identitas diri yang menunjukkan bahwa mereka tidak hanya tempat membaca tetapi juga tempat untuk inovasi, pembelajaran, dan kerja sama.

Branding perpustakaan terdiri dari penggabungan kebutuhan pengguna, staff dan pustakawan yang mampu menyalurkan ilmu sepanjang hayat untuk

menghasilkan citra perpustakaan menurut (Sahli, 2023) dengan beberapa komponen yang dilakukan :

1. Arsitektur Gedung Perpustakaan, dengan melihat interior perpustakaan terapan apa yang dilakukan, mencakup bagaimana kenyamanan dan keamanan yang dihadirkan melalui interior Perpustakaan Ismail Marzuki menciptakan ruang baca dengan pengoptimalan teknologi digital sesuai kebutuhan pengguna. Ruang komputer menjadi salah satu komponen yang diperharikan untuk elemen penting desain perpustakaan. Keberadaan lingkungan yang mempengaruhi kenyamanan pemustakaan.
2. Sumber Daya dan Layanan Informasi, pengadaan tiap koleksi secara optimal melihat bagaimana perpustakaan mengelola koleksi agar tetap relevan dan memberikan informasi yang *up-to-date*.
3. Personal Branding Pustakawan, konsistensi pustakawan diperhatikan bagaimana kontribusi yang baik menjadi ciri khas serta citra perpustakaan dipengaruhi dengan hal itu, serta tantangan pustakawan dalam membangun kemampuan ilmiah dan kemampuan mengikuti perkembangan zaman.
4. Pemasaran, strategi apa yang perlu dilakukan untuk memberikan layanan informasi yang baik dengan menunjang kebutuhan pemustaka.
5. Manajemen Perpustakaan, strategi melakukan penyusunan rencana baik anggaran, koleksi dan ketenagakerjaan.

Sebagai daya tarik pencarian sumber informasi cepat dan akurat, pengalaman pengguna, dengan layanan yang ditawarkan menjadikan kesan baik yang dialami pengguna, begitu juga pustakawan serta staff perpustakaan upaya melancarkan tujuan organisasi dalam *branding image* perpustakaan. Tidak hanya mencerminkan fungsinya sebagai perpustakaan, mencakup berbagai komponen yang harus diintegrasikan secara harmonis untuk menghasilkan citra yang kohesif dan konsisten. Kesan pertama yang baik datang dari alam. Kesan baik dengan menyenangkan pengunjung akhirnya menarik lebih banyak dan membangun komunitas pembaca yang aktif (Handayani, 2015).

Pandangan perpustakaan juga dipengaruhi oleh pengalaman pengguna yang menyenangkan dan sesuai dengan gagasan branding. Perpustakaan dan masyarakat dapat membangun hubungan emosional yang kuat melalui layanan yang cepat, ramah, dan responsif. (Sumaryati et al., 2022) Misalnya, jika pengunjung perpustakaan merasa dihargai, mereka cenderung kembali dan bahkan menyarankan orang lain untuk datang. Layanan tambahan, seperti akses *Wi-Fi* gratis dan ruang baca yang nyaman, tersedia. Kenyamanan dengan menggunakan warna yang tepat untuk presentasi *PowerPoint* atau tutorial apa pun, orang akan lebih termotivasi untuk belajar. Warna memiliki efek simbolis dan kognitif pada pembelajaran, membantu menghafal dan mengidentifikasi ide. Warna juga memengaruhi cara kita melihat dan memproses data, sehingga kita dapat lebih ingat kata dan gambar (Majidah et al., 2019).

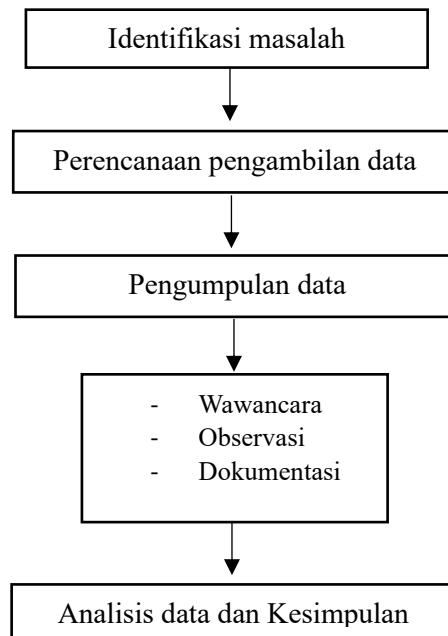
BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan kegiatan yang bertujuan untuk menggali informasi yang dialami oleh subjek (Prayogi, 2024). Sangat penting untuk menjelaskan apakah subyek penelitian mengetahuinya atau tidak. Ini berkaitan peneliti terlibat aktif dalam penelitian.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif karena peneliti akan mendeskripsikan rumusan strategi *branding image* perpustakaan ismail marzuki mengumpulkan data sesuai keadaan yang terjadi di lapangan tanpa memanipulasi data yang diperoleh. Analisis kebutuhan yang diperlukan peneliti, dengan identifikasi dan mengetahui kebutuhan yang diperlukan identifikasi lapangan dengan mengetahui permasalahan yang ada di perpustakaan ismail marzuki, kemudian pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara dan observasi dengan memahami kebutuhan dan permasalahan yang ada penelitian mengarahkan pada strategi branding yang efektif. Proses wawancara dilakukan dengan mengamati kegiatan langsung secara bertahap di perpustakaan ismail marzuki baik melalui staff perpustakaan, pustakawan dan kepala perpustakaan serta observasi terhadap fasilitas dan layanan. Penelitian ini dilakukan secara struktur dan sistematis seperti gambar diagram pada gambar 3.1 Alur Penelitian.



Gambar 3. 1 Alur Penelitian

A. Identifikasi masalah

Identifikasi masalah merupakan tahapan awal yang dilakukan dengan menyusun kerangka penelitian, menghasilkan hasil yang bermanfaat, peneliti berusaha mengenali dengan memahami *branding image* yang dilakukan Perpustakaan Ismail Marzuki meliputi arsitektur bangunan perpustakaan, sumber daya layanan dan informasi, branding pustakawan, pemasaran dan manajemen perpustakaan.

B. Perencanaan Pengambilan Data

Perencanaan pengambilan data, kegiatan menyusun rencana dengan mengumpulkan data yang dibutuhkan. Dalam kegiatan yang dilakukan peneliti melalui wawancara serta observasi mewawancara narasumber meliputi staff perpustakaan bagian humas, pustakawan, kepala pustakawan.

C. Pengumpulan Data

Memperoleh data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi terhadap segal hal keterkaitan dengan topik yang dikaji peneliti dengan pertanyaan wawancara yang dilakukan.

D. Analisa Data dan Kesimpulan

Analisa data merupakan tahapan pengolahan data diperoleh untuk informasi yang berguna, tahap analisa di lakukan berupaya menghambarkan hasil analisa menjabarkan data-data dan kemudian mendeskripsikannya dalam poin-poin untuk kemudian hasil dari *branding image* pada Perpustakaan Ismail Marzuki, meliputi arsitektur bangunan, branding pustakawan, pemasaran, sumber daya layanan informasi, dan manajemen perpustakaan.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Pada penelitian ini dilaksanakan Di Perpustakaan Ismail Marzuki terletak di cikini bulan Juni 2024 sampai dengan April 2025

No.	Kegiatan	Tahun 2024 – 2025			
1.	Persiapan	Juni – Juli 2024	Agustus 2024 – Desember 2025	Januari - Februari 2025	Maret – April 2025
2.	Observasi lapangan				
3.	Perencanaan penelitian				
4.	Proses pengambilan data				
5.	Proses analisis data				
6.	Penyusunan dan pembahasan dan bimbingan				

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian yaitu keseluruhan narasumber dan informan yang dapat memberikan informasi tentang masalah yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah staff perpustakaan, pustakawan, dan kepala perpustakaan.

Objek penelitian yaitu *branding image* Perpustakaan Ismail Marzuki. Upaya yang dilakukan dengan identifikasi lebih lanjut meliputi arsitektur bangunan Perpustakaan Ismail Marzuki, layanan dan sumber daya, branding pustakawan serta manajemen perpustakaan yang dimiliki Perpustakaan Ismail Marzuki.

3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat untuk mengumpulkan data dan penelitian, segala sesuatu masih perlu di perjelas dan dikembangkan selama penelitian dengan menemukan jawaban yang jelas dan logis kebenaran ilmiah tidak dapat dilepaskan dari makna serta fungsi ilmu itu sendiri sejauh mana dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh manusia (Makbul, 2021). Penelitian ini ditujukan langsung dari informan yang relevan terdiri dari staff perpustakaan bagian humas, pustakawan, dan kepala perpustakaan. Dikemukakan oleh sahli, adapun instrumen penelitian ini di susun berdasarkan pada indikator *branding image* yang dikemukakan meliputi Arsitektur Gedung perpustakaan, Sumber daya layanan informasi, Branding pustakawan, Pemasaran, dan Manajemen perpustakaan pada tabel 3.3 merupakan sejumlah daftar pertanyaan wawancara berdasarkan indikator *branding image* yang dikemukakan oleh Sahli.

Tabel 3.3 Instrumen Pertanyaan Narasumber

Tabel 3. 2 Instrumen Pertanyaan Narasumber

No.	Elemen dasar	Variabel	Pertanyaan
1	Arsitektur Gedung Perpustakaan	Desain interior dan eksterior perpustakaan	<p>1. Bagaimana pemilihan desain untuk perpustakaan ? (staff perpustakaan bagian humas)</p> <p>2. Harmoni warna apa yang menjadi padu padan yang digunakan perpustakaan? (Staff Perpustakaan Bagian Humas)</p> <p>3. Bagaimana ruang perpustakaan dalam desain yang lebih menarik (perbedaan dulu dan sekarang)? (Staff Perpustakaan Bagian Humas)</p> <p>4. Mengapa ruang komputer menjadi elemen penting dalam desain perpustakaan modern ? jika iya, mengapa ? (Staff Perpustakaan bagian Humas)</p> <p>5. Bagaimana pengaruh kenyamanan dan keamanan terhadap pengaruh <i>branding image</i> perpustakaan? (Staff Perpustakaan bagian Humas)</p> <p>6. Alasan apa membuat desain perpustakaan seperti sekarang ? (Staff Perpustakaan bagian Humas)</p> <p>7. Mengapa workspace perpustakaan dibuat seperti saat ini ? (Staff Perpustakaan Bagian Humas)</p> <p>8. apakah ada pertimbangan dari orang luar (memberikan saran) perpustakaan menjadi daya Tarik? (Staff Perpustakaan bagian Humas)</p> <p>9. Bagaimana desain ruang perpustakaan menyesuaikan gaya zaman sekarang (apa yang menjadi inspirasi)? (staff perpustakaan bagian humas)</p>

			<p>10. Kontribusi terkait citra perpustakaan terhadap arsitektur warna, pencahayaan ? (staff perpustakaan bagian humas)</p> <p>11. Bagaimana tampilan luar perpustakaan dapat mencerminkan nilai dan fungsi bagi Masyarakat ? (pustakawan)</p> <p>12. Bagaimana pustakawan menilai langsung hubungan perpustakaan dan desain untuk perpustakaan ? (pustakawan)</p> <p>13. Visi tertentu yang dikaitkan dengan warna serta mempertimbangkan aksesibilitas kenyamanan pengguna? (Kepala Perpustakaan)</p> <p>14. Keterlibatan apa yang mendukung ketertarikan bangunan dulu hingga saat ini, perubahan signifikan apa yang membuat perpustakaan ismail marzuki begitu diminati ? (Kepala Perpustakaan)</p> <p>15. Desain kuat apa yang menghadirkan identitas visual perpustakaan? (kepala perpustakaan)</p> <p>16. Dalam hal apa identitas ditonjolkan hingga menjadi pembeda di Lembaga serupa? (Kepala Perpustakaan)</p> <p>17. Kenapa perpustakaan memperhatikan persepsi Masyarakat terhadap kualitas desain dengan fungsi sebagai ruang public menarik yang diberikan ? (Kepala Perpustakaan)</p>
2	Sumber daya dan layanan informasi	Optimalisasi dan katalogisasi koleksi perpustakaan	<p>1. Bagaimana perpustakaan dapat mengelola koleksi yang ada agar tetap relevan serta</p>

			<p>memberikan update ? (Staff Perpustakaan bagian humas)</p> <p>2. Dampak pengadaan koleksi terhadap pengalaman pengguna dan persepsi terhadap citra perpustakaan ? (Staff Perpustakaan bagian Humas)</p> <p>3. Dampak apa yang diberikan setelah melakukan pengayaan koleksi yang dilakukan terhadap pengalaman pengguna, Bagaimana melakukan proses katalogisasi ? siapa yang melakukan dan bagaimana dampaknya ? (Staff Perpustakaan bagian Humas)</p> <p>4. Bagaimana straegi perpustakaan memperbarui koleksi sesuai relevan bagi pemustaka ? (pustakawan)</p> <p>5. Bagaimana perpustakaan mengukur keberhasilan branding dengan penentuan koleksi yang dihadirkan ? (pustakawan)</p> <p>6. Pembaharuan apa yang meningkatkan koleksi sebagai daya ukur <i>branding image</i> ? (pustakawan)</p> <p>7. Bagaimana kontribusi dan Langkah yang dilakukan dalam pengelolaan baik dapat memberikan pengalaman baik sehingga perpustakaan dikatakan kredibel dalam pencarian informasi ? (kepala perpustakaan)</p> <p>8. Langkah yang akan diambil untuk optimalisasi koleksi dan katalogisasi untuk memperkuat branding? (kepala perpustakaan)</p>
		Memberikan layanan yang beragam	<p>1. Bagaimana perpustakaan dapat memastikan bahwa</p>

		<p>terspesialisasi dan berkualitas</p> <p>layanan yang ditawarkan (e-book. Jurnal. Buku, dll) dapat diakses secara efektif ? (Staff Perpustakaan Bagian Humas)</p> <p>2. Bagaimana teknologi dapat mendukung keberagamaan layanan di perpustakaan, khususnya dalam menyediakan akses ke sumber daya digital? (Staff Perpustakaan Bagian Humas)</p> <p>3. Bagaimana perpustakaan dapat menyesuaikan layanan informasi agar relevan dengan perkembangan zaman (sesuai kebutuhan pengguna / pertimbangan kesesuaian masyarakat luas upaya <i>branding image</i>) ? (Staff Perpustakaan Bagian Humas)</p> <p>4. Apa dampak kurangnya keberagaman layanan ? (pustakawan)</p> <p>5. Layanan berkualitas apa yang di upayakan <i>branding image</i> perpustakaan dalam keterlibatan layanan di perpustakaan? (pustakawan)</p> <p>6. Bagaimana identifikasi pustakawan untuk pemenuhan kebutuhan dengan jangkauan sesuai harapan pemustaka? (pustakawan)</p> <p>7. Bagaimana dalam memastikan bahwa layanan yang disediakan sesuai dengan kebutuhan dengan akses yang mudah menempatkan perpustakaan sebagai tempat relevan dan adaptif dalam pencarian informasi pemustaka ? (Kepala Perpustakaan)</p>
--	--	---

3	Personal branding pustakawan	Kemampuan membangun merk pribadi	<ol style="list-style-type: none"> 1. dibandingkan dengan perpustakaan lain, bagaimana citra perpustakaan ? ciri khas, itulah mengapa branding di perpustakaan selama ini menurut pegawainya ? (Staff Perpustakaan Bagian Humas) 2. Bagaimana cara membangun citra (branding) pribadi pustakawan dalam bidang tertentu? (Staff Perpustakaan Bagian Humas) 3. Bagaimana pustakawan membangun pengaruh dalam komunitas perpustakaan? (pustakawan) 4. Upaya membangun koneksi dengan pengguna perpustakaan untuk engagement ? (pustakawan) 5. Hubungan yang dilakukan pustakawan dan pemustaka dalam kontribusi terhadap <i>branding image</i> perpustakaan ? (pustakawan) 6. Apa yang dimiliki pustakawan dalam membangun citra diri ? (kepala perpustakaan) 7. Dalam hal apa koneksi emosional pustakawan dengan kode etik seorang pustakawan yang baik dan benar ? (kepala perpustakaan) 8. Tantangan terbesar integrasi branding pustakawan utnuk <i>branding image</i> perpustakaan? (kepala perpustakaan)
		Mempromosikan kemampuan ilmiah pustakawan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kontribusi yang dilakukan pustakawan untuk tetap relevan dengan perkembangan ilmu? (Staff Perpustakaan Bagian Humas) 2. Tantangan yang dihadapi pustakawan dalam membangun kemampuan

		<p>ilmiah? (Staff Perpustakaan Bagian Humas)</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Bagaimana pustakawan dapat berkolaborasi dengan akademisi atau komunitas ilmiah untuk Upaya <i>branding image</i> perpustakaan? (pustakawan) 4. Kegiatan apa yang di perkenankan untuk pustakawan dapat berpartisipasi penuh untuk meningkatkan <i>branding image</i> perpustakaan? (pustakawan) 5. Keterlibatan yang menjadi ruang penuh pustakawan dalam branding kesejahteraan pustakawan serta pengaruh pada branding perpustakaan ? (Kepala perpustakaan) 6. Pemanfaatan kemampuan ilmiah pustakawan dalam berhasilnya <i>branding image</i> ? (Kepala perpustakaan)
		<p>Manajemen reputasi branding pustakawan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi apa yang dilakukan pustakawan untuk memposisikan diri sebagai ahli informasi di mata Masyarakat ? (Staff Perpustakaan Bagian Humas) 2. Risiko utama dalam manajemen reputasi pustakawan ? (Staff Perpustakaan Bagian Humas) 3. Apakah pustakawan memiliki pedoman khusus untuk penerapan <i>branding image</i>? (Staff Perpustakaan Bagian Humas) 4. Strategi pustakawan dalam komunikasi mengenai keterampilan dunia digital ? (Staff Perpustakaan Bagian Humas) 5. Bagaimana pustakawan mengelola kinerja dalam

			<p>mendukung <i>Branding image</i> Perpustakaan ? (Staff Perpustakaan Bagian Humas)</p> <p>6. Bagaimana pustakawan dapat menjadi wajah bagi branding perpustakaan? (pustakawan)</p> <p>7. Seberapa penting personal branding pustakawan memperkuat reputasi perpustakaan? (pustakawan)</p>
		Membangun branding pustakawan di lingkungan perpustakaan	<p>1. Bagaimana pustakawan dapat menciptakan hubungan positif dengan pengguna perpustakaan ? (Staff Perpustakaan Bagian Humas)</p> <p>2. Kolaborasi pustakawan dengan staf lain dalam memperkuat branding perpustakaan ? (Staff Perpustakaan Bagian Humas)</p> <p>3. Indikator keberhasilan apa yang dilakukan dalam membangun branding di lingkungan perpustakaan ? (Staff Perpustakaan Bagian Humas)</p> <p>4. Apakah perpustakaan memberikan dukungan dan pelatihan bagi pustakawan dalam membangun <i>branding image</i> perpustakaan ? dan mengapa? (pustakawan)</p> <p>5. Apakah perpustakaan memiliki program serta kebijakan melalui keterlibatan dalam dukungan kepada reputasi profesional pustakawan ? mengapa ? (Kepala Perpustakaan)</p>
4	Pemasaran	Kemampuan penerapan strategi pemasaran memperkuat keberlanjutan	<p>1. Strategi efektif dalam mendukung keberlanjutan layanan perpustakaan ? (Staff Perpustakaan Bagian Humas)</p> <p>2. Membangun kepercayaan untuk terus mendukung</p>

		<p>perpustakaan jangka panjang</p> <p>keberlanjutan perpustakaan ? (Staff Perpustakaan Bagian Humas)</p> <p>3. sebutkan inovasi teknologi dapat mendukung keberlanjutan layanan perpustakaan? ada yang mengarah ke teknologi tidak ? (<i>branding image</i>) (Staff Perpustakaan Bagian Humas)</p> <p>4. kolaborasi apa yang selama ini dilakukan ? (Staff Perpustakaan Bagian Humas)</p> <p>5. tantangan terhadap daya saing pada perpustakaan lain ? (staff perpustakaan/humas)</p> <p>6. Strategi apa untuk memanfaatkan pemasaran daring? (Staff Perpustakaan Bagian Humas)</p> <p>7. Saluran informasi apa saja yang digunakan perpustakaan untuk menjangkau audiens lebih luas ? (Staff Perpustakaan Bagian Humas)</p> <p>8. Bagaimana perpustakaan memanfaatkan kerja sama komunitas , akademisi untuk meningkatkan branding? (pustakawan)</p> <p>9. Inovasi yang dilakukan pustakawan untuk perpustakaan agar tetap relevan dan menarik di generasi sekarang hingga mendatang (pemustaka) ? (pustakawan)</p> <p>10. Bagaimana Adaptasi perpustakaan dalam tren pemasaran untuk branding serta daya saingnya ? (pustakawan)</p> <p>11. Bagaimana perpustakaan bisa memanfaatkan kemitraan dengan komunitas dan organisasi untuk</p>
--	--	---

			<p>meningkatkan branding pada berkelanjutan jangka Panjang ? (kepala perpustakaan)</p> <p>12. Bagaimana perpustakaan mengukur keberhasilan pemasaran yang diterapkan dalam memperkuat branding perpustakaan? (kepala perpustakaan)</p>
5	Manajemen perpustakaan	Kesadaran dan respon pesaing serta perubahan lingkungan (eksternal)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Langkah yang dapat diambil untuk menciptakan keunggulan kompetitif ? (Staff Perpustakaan Bagian Humas) 2. Apa indikator yang dapat digunakan untuk menjadi bahan evaluasi strategi yang dilakukan pesaing? (Staff Perpustakaan Bagian Humas) 3. Bagaimana perpustakaan mengantisipasi kebijakan dengan komunitas pada layanan perpustakaan ? (pustakawan) 4. Bagaimana perpustakaan dapat menjaga relevansi keberlanjutan layanan melalui pemasaran yang efektif? (kepala perpustakaan) 5. Bagaimana perpustakaan memanfaatkan feedback dari pemustaka? (kepala perpustakaan) 6. Peran pemasaran yang dilakukan dalam keterlibatan Masyarakat dengan layanan perpustakaan? (kepala perpustakaan)
		Pemantauan staff untuk memahami dalam menyampaikan nilai merk (<i>branding image</i>) perpustakaan (internal)	<ol style="list-style-type: none"> 1. layanan perpustakaan dengan perubahan demografi Masyarakat? (Staff Perpustakaan bagian humas) 2. Bagaimana perpustakaan dapat membangun hubungan dengan mitra eksternal untuk

			<p>memperluas daya jangkau layanan ? (Staff Perpustakaan bagian humas)</p> <p>3. Ditengah perubahan yang terjadi pada kebijakan apa yang dilakukan ? (pustakawan)</p> <p>4. agaimana perubahan kebijakan mempengaruhi pengembangan program serta layanan perpustakaan? (Kepala Perpustakaan)</p> <p>5. Langkah yang dilakukan untuk adaptasi lingkungan Masyarakat ? (Kepala Perpustakaan)</p>
--	--	--	--

3.5 Sumber Data

Berikut ini terdapat sumber data yang digunakan dalam menyusun penelitian diantaranya :

1. Data primer yaitu data yang langsung diperoleh dari informan. Informan mengetahui dengan jelas *Branding image* Perpustakaan Ismail Marzuki. informan yang dibutuhkan dalam penelitian ini diantaranya staff perpustakaan bagian humas, pustakawan dan kepala perpustakaan.
2. Data sekunder yaitu data pendukung yang diperoleh melalui observasi, buku, artikel, maupun internet yang relevan langsung dengan penelitian ini.

3.6 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memperoleh informasi secara langsung dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada narasumber. narasumber yang dipilih untuk memenuhi

kebutuhan data dalam penelitian ini diantaranya, staff perpustakaan, pustakawan, dan Kepala perpustakaan narasumber tersebut dipilih berdasarkan tugas mereka yang berhubungan dengan promosi citra perpustakaan, arsitektur Gedung, branding pustakawan, pemasaran yang dilakukan, sumber daya layanan informasi dan manajemen perpustakaan.

2. Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengamatan bekerja berdasarkan data, pengumpulan data visual dalam mendapatkan informasi (Hasanah,2018) dilakukan sesuai dengan kebutuhan penelitian menggunakan observasi adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang cara perpustakaan menggunakan media sosial sebagai alat untuk membangun citra. Peneliti melacak berbagai upaya yang dilakukan untuk membangun *Branding image* Perpustakaan Ismail Marzuki.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan alat pengumpulan data yang didapatkan melalui karya monumental, gambar, serta tulisan. Melalui dokumentasi dapat memberikan informasi tambahan atau rujukan terhadap proses perpustakaan mengembangkan citra positif dengan berbagai Upaya melalui arsitektur bangunan, layanan sumber daya informasi, pemasaran, branding pustakawan, dan manajemen perpustakaan. Dokumentasi mencakup berbagai sumber relevan upaya *branding* di Perpustakaan Ismail Marzuki melihat perbandingan dulu dan sekarang mulai dengan perubahan arsitektur bangunan, peningkatan layanan setelah revitalisasi Perpustakaan Ismail Marzuki, strategi pemasaran branding pustakawan dan manajemen perpustakaan terhadap citra baru perpustakaan. Dokumentasi berupa foto penelitian yang dilakukan melihat keadaan dimana desain modern yang ditampilkan dengan menunjukkan kenyamanan ruangan dengan adaptasi yang dilakukan serta aksesibilitas sumber daya yang relevan, perpustakaan dapat memperkuat citra positif sebagai pusat informasi.

3.7 Analisis Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian dengan memperhatikan kebutuhan penelitian. Melalui wawancara, observasi maka data perlu diuraikan secara efisien dan terorganisir. Analisis data kualitatif menurut Miles and Hubberman (Maini, 2024) diperoleh melalui beberapa tahapan, diantaranya:

a. Data Collection

Pengumpulan data pada umumnya menggunakan observasi dan wawancara mendalam, data yang diperoleh merupakan data kualitatif. melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. pengumpulan data dilakukan bertahap hingga data yang diperoleh akan banyak. dengan demikian data yang diperoleh akan sangat bervariasi dan banyak.

b. Data Reduction

Data diperoleh dari lapangan memfokuskan pada hal-hal penting. semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak dan kompleks. Memilah data relevan dan yang kurang relevan berdasarkan tempat kategori yang telah disusun peneliti

c. Data Display

Setelah data direduksi kemudian langkah selanjutnya yakni penyajian dilakukan dengan pengorganisasian data. Maka data terorganisasikan tersusun dalam pola hubungan sehingga mudah dipahami. pada penelitian kualitatif penyajian data, menurut Miles and Hubberman menyajikannya dengan naratif, merencanakan kerja selanjutnya selain dengan teks naratif juga bisa dengan matrik, network dan chart. Meningkatkan pemahaman dengan menafsirkan hasil wawancara dari narasumber yang ada di Perpustakaan Ismail Marzuki meliputi Staff perpustakaan bagian humas, pustakawan, dan kepala perpustakam

d. Concluding Drawing

Langkah selanjutnya analisis data kualitatif. penarikan kesimpulan bisa sewaktu-waktu dapat berubah apabila narasi yang dikemukakan masih bersifat sementara. kesimpulan yang dikemukakan di tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten pada peneliti. Mengemukakan Kesimpulan berdasarkan Kesimpulan yang kredibel berkaitan dengan upaya yang dilakukan pada *branding image* Perpustakaan Ismail Marzuki Miles dan Hubberman (Mailani, 2024) .

Hasil wawancara, catatan lapangan, maupun dokumentasi dengan mengorganisasikan nya data ke dalam beberapa kategori, analisis data kualitatif dengan menyajikan gambar dari model dan kemudian mengembangkannya melalui studi empiris menyajikan argumen yang diwawancarai mengenai perilaku, dan kemudian menguraikan kesimpulan (Saleh, 2017). Pengamatan langsung terhadap kegiatan di perpustakaan seperti penggunaan fasilitas, partisipasi acara program perpustakaan, terutama melihat dari *branding image* upaya yang diperhatikan secara penuh oleh peneliti yakni arsitektur bangunan, layanan sumber daya informasi, branding pustakawan, pemasaran perpustakaan yang dilakukan serta manajemen perpustakaan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Perpustakaan Ismail Marzuki

Gedung Perpustakaan Ismail Marzuki merupakan bagian dari revitalisasi peran TIM sebagai pusat modern, inklusif, seni, budaya, dan literasi kota Jakarta yang mendukung pertumbuhan kreativitas masyarakat. Gubernur DKI Jakarta Ali Sadikin memiliki visi besar untuk membangun Perpustakaan Ismail Marzuki selama pemerintahannya. Taman Ismail Marzuki (TIM) didirikan pada 10 November 1968 sebagai pusat seni dan budaya di Jakarta. Perpustakaan menjadi salah satu sarana penting yang mendukung aktivitas intelektual di wilayah tersebut selama perkembangannya. Meskipun perpustakaan telah ada sejak awal sebagai bagian dari TIM, bentuk barunya yang kontemporer dan ikonik adalah hasil dari revitalisasi besar-besaran yang dilakukan oleh Pemprov DKI Jakarta melalui program Revitalisasi TIM, yang dimulai pada 2019 dan selesai pada 2022.

Pada bab ini dipaparkan hasil yang didapatkan oleh peneliti dari wawancara yang dilaksanakan Bersama beberapa informan di Perpustakaan Taman Ismail Marzuki, Cikini Jakarta Pusat terhadap *branding image* yang dilakukan.

4.1.1 Informan Penelitian

Penelitian ini dapat dilakukan karena dengan adanya bantuan para informan, baik itu staf dan pemustaka yang telah bersedia untuk diwawancarai oleh peneliti yang berjumlah 3 orang. Berikut rincian identitas informan.

Tabel 4. 1 Identitas Informan

No.	Nama	Bagian
1.	Diki Lukman S,Sos, M.Hum	Kepala Perpustakaan
2.	Thian Wisnu	Staff bagian Humas
3.	Maitsa Akmal	Pustakawan

Penelitian membahas terkait hasil *branding image* pada Perpustakaan Ismail Marzuki dengan teori sahli yakni meliputi arsitektur gedung perpustakaan, sumber daya dan layanan informasi, personal branding pustakawan, pemasaran dan manajemen perpustakaan akan diuraikan sebagai berikut :

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 *Branding image* Perpustakaan Ismail Marzuki

A) Arsitektur Gedung Perpustakaan

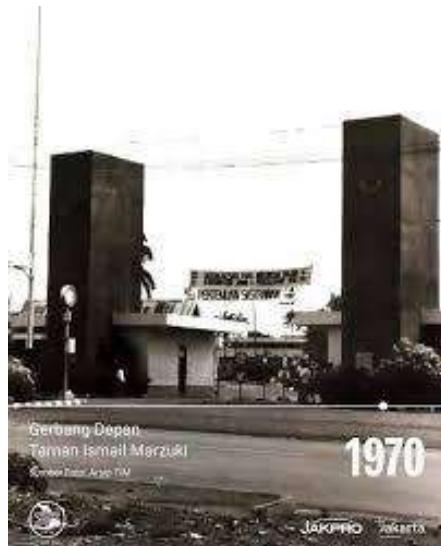
a) Desain Eksterior

Gedung Perpustakaan Ismail Marzuki merupakan bagian dari revitalisasi peran TIM sebagai pusat modern, inklusif, seni, budaya, dan literasi kota Jakarta yang mendukung pertumbuhan kreativitas masyarakat. Gubernur DKI Jakarta Ali Sadikin memiliki visi besar untuk membangun Perpustakaan Ismail Marzuki selama pemerintahannya. Taman Ismail Marzuki (TIM) didirikan pada 10 November 1968 sebagai pusat seni dan budaya di Jakarta. Perpustakaan menjadi salah satu sarana penting yang mendukung aktivitas intelektual di wilayah tersebut selama perkembangannya. Meskipun perpustakaan telah ada sejak awal sebagai bagian dari TIM, bentuk barunya yang kontemporer dan ikonik adalah hasil dari revitalisasi besar-besaran yang dilakukan oleh Pemprov DKI Jakarta melalui program Revitalisasi TIM, yang dimulai pada 2019 dan selesai pada 2022.



Gambar 4. 1 Gedung Perpustakaan Ismail Marzuki

<https://www.orami.co.id/magazine/perpustakaan-jakarta>



Gambar 4. 2 Gedung lama Perpustakaan Ismail Marzuki

Perpustakaan, salah satu fasilitas utama, didesain ulang untuk menjadi tempat yang nyaman dan representatif untuk literasi publik untuk semua orang, dari pelajar hingga seniman. Salah satu ciri khas desain bangunan ini adalah inspirasi fasadnya yang menyerupai not balok. Inspirasi ini berasal dari salah satu lagu yang diciptakan oleh Ismail Marzuki. Elemen ini merupakan penghormatan terhadap warisan musik dan budaya bangsa selain menjadi penghias visual. Sisi luar gedung menggunakan detail notasi secara artistik.

Andra Matin merupakan arsitektur bangunan Ismail Marzuki. Arsitektur perpustakaan yang dirancang oleh Andra Matin juga mengadvokasi budaya dan seni. Seperti yang ditunjukkan oleh penempatan elemen-elemen yang mendukung tujuan dokumentasi sastra dan karya seni lainnya, serta integrasi estetika visual yang elegan dan sederhana. Setiap elemen arsitektural dibuat untuk menghormati semangat pendidikan dan kebudayaan yang telah melekat pada Taman Ismail Marzuki. Penyesuaian warna abu abu agar tidak tertabrak warna lain dan cukup menyeimbangkan warna yang ada di sekeliling.

“warna abu menjadi netral dan lengkap untuk warna lain. Abu untuk Gedung utama, Kesan pertama pengunjung memasuki Gedung jika di dalam perpustakaan nya sedikit dibedakan karena dalam ruangan.

Perpaduan kaca memang masih dominan abu serta aksen kayu dan lampu agak temaran agak oren menciptakan suasana hangat, bagian ruang anak sedikit diberi warna cerah tapi tidak keluar dengan konsep arsitektur yang dikonsep andra matin, cerah merah yang bukan warna primer merah nya ada 3 tone jadi sedikit merah, merah dan yang soft dan begitu juga untuk warna biru, hijau, tone nya di perbanyak untuk menyesuaikan agak tidak terlalu dominan warna nya.” TW, wawancara Mei 2025

b) Desain Interior

Pada desain yang Andra Matin cetuskan Keterbukaan dan keterhubungan dengan lingkungan sekitarnya adalah konsep penting. Dirancang dengan banyak elemen kaca dan ruang terbuka yang memungkinkan cahaya alami masuk sepenuhnya, menciptakan ruang baca yang terang dan nyaman. Aksen kayu (interior) yang dipadupadankan dengan warna cerah pada ruang anak

“Anak suka warna yang jelas juga terang, disesuaikan maka di bagian anak diberikan warna jingga, oren merah menyala, hijau tapi tidak cenderung warna mengganggu hijau nya diberi Kesan sedikit hijau muda, oren yang kontras dengan perpaduan hijau lebih muda.” M, wawancara Mei 2025



Gambar 4. 3 Gedung anak Lantai 4

Perpustakaan dibangun dengan gaya arsitektur modern minimalis. Bentuk bangunan yang geometris, bersih, dan efisien dalam penggunaan ruang menunjukkan gaya ini. Untuk menciptakan kesan transparan dan terbuka, elemen kaca dan logam digunakan secara dominan pada fasad (bagian luar atau muka bangunan). Ini menegaskan pentingnya aksesibilitas dan keterbukaan informasi dalam dunia literasi. Ruang-ruang dirancang agar nyaman bagi pengguna dan

efisien dalam tata letak. Alasan pemilihan desain seperti sekarang untuk kombinasi desain tradisional dan modern untuk mengingat kebudayaan Indonesia.

“Penting untuk memilih dalam penyesuaian pada pusat kesenian ini seperti warna abu muda putih untuk menciptakan suasana tenang mendukung konsentrasi, pantulan cahaya pada kaca menciptakan tampilan yang berubah-ubah tergantung pada cuaca, yang membuat bangunan terlihat hidup dan interaktif secara visual.” D, wawancara Mei 2025

Meskipun tidak digunakan secara eksplisit, warna berguna untuk membedakan area, memberikan identitas ruang, dan mempertahankan kohesi visual. Kami ingin memastikan bahwa warna menjadi bagian dari pengalaman ruang, bukan sekadar hiasan. Warna Sebagai Media Komunikasi Visual Bagi kami di perpustakaan, warna adalah media komunikasi non-verbal yang menyampaikan nilai dan suasana ruang. Perpustakaan yang ramah, inklusif, dan menyenangkan untuk semua kalangan harus memiliki kombinasi warna netral, hangat, dan cerah. Kenyamanan dan keamanan pun dipengaruhi oleh ruang yang dirancang dengan kesesuaian ruang tersebut dirancang secara tepat. Pilihan warna di Perpustakaan Ismail Marzuki disesuaikan dengan gagasan arsitektur modern minimalis yang diusung. Meskipun tidak digunakan secara eksplisit, warna berguna untuk membedakan area, memberikan identitas ruang, dan mempertahankan kohesi visual.

“Kami ingin ruangan menyediakan pengalaman yang di ingat, bukan hanya sekadar hiasan. Pengalaman yang dimaksud yakni warna khas yang ada di ruangan perpustakaan” Diki, wawancara Mei 2025

Berikut bagian interior Perpustakaan Ismail Marzuki Sebagaimana terapan pada desain dan tata letak Gedung perpustakaan yang menjadi bagian dari revitalisasi Perpustakaan Ismail Marzuki :

a) Lantai 1 (Ground Floor)

Lantai 1 ini jalur landai lift menuju bangunan utama bentuk bangunan yang tidak dicat banyak warna, hanya warna abu sebagai pilihannya jenis arsitektur modern

yang menekankan estetika yang bersih, efisiensi ruang, dan kesederhanaan bentuk. Struktur geometris seperti kotak dan garis tegas mendominasi bentuk bangunannya, yang memberi kesan kokoh sekaligus elegan. Lantai 1 meliputi :

- Area pameran
 - Layanan sirkulasi
 - Ruang tunggu baca santai
- b) Lantai 2 - Koleksi Umum dan Ruang Baca Dewasa
- Rak koleksi buku nonfiksi dan fiksi remaja dan dewasa
 - Ruang diskusi kecil
 - Area dirancang dengan pencahayaan alami dari dinding kaca
 - Colokan (steker) dan wifi untuk pengguna laptop/gadget
- c) Lantai 3 - Ruang Anak dan Layanan Inklusif
- Aksen Warna dalam Ruang Anak dan Komunitas: Kami menggunakan aksen warna yang lebih cerah seperti kuning muda, biru muda, dan hijau toska di beberapa area, terutama di ruang anak dan komunitas. Warna-warna ini dipilih untuk meningkatkan kreativitas, semangat, dan suasana yang lebih playful tanpa mengganggu keharmonisan umum.
- d) Lantai 4 – Ruang Diskusi, Komunitas, dan Audiovisual
- e) Lantai Atap (Roof/Skylounge)
- Ruang pameran
 - Ruang pertunjukan kecil

Terkait Arsitektur Gedung Perpustakaan ismail marzuki dapat disimpulkan bahwa Gedung menekankan kesederhanaan, keseimbangan, dan efisiensi ruang. Warna netral ini berfungsi sebagai latar untuk menyeimbangkan elemen lain di sekitarnya, seperti aksen kayu, pencahayaan temaram bernuansa hangat, dan permainan kaca yang dominan dalam desain karya Andra Matin. Ruang anak dengan campuran warna merah, biru, dan hijau yang cerah dipilih dengan hati-hati agar sesuai dengan konsep arsitektur dan memberikan suasana yang inklusif dan ramah bagi semua orang.

Warna berfungsi sebagai ciri khas yang memperkuat identitas ruang perpustakaan selain memberikan kehangatan dan kenyamanan visual. Sementara pantulan cahaya dari kaca timbul Kesan ruang yang lebih luas, nuansa abu-abu dan putih memberikan kesan tenang yang mendukung konsentrasi.

B) Sumber Daya Dan Layanan Informasi

a) Optimalisasi Katalogisasi Koleksi Perpustakaan

Perpustakaan tidak hanya menyimpan buku dan dokumen, tetapi juga menjadi pusat informasi tentang seni, budaya, dan sastra yang aktif dan dinamis. Kualitas koleksi informasi, baik digital maupun fisik, membantu perpustakaan tampil sebagai lembaga yang berwibawa dan relevan dengan kebutuhan zaman.

Layanan perpustakaan bergantung pada koleksi data yang tersedia. Perpustakaan Ismail Marzuki memiliki koleksi yang unik dan kuat dalam bidang seni dan kebudayaan Indonesia.

Kurang lebih 138.000 koleksi di lantai 4 Koleksi yang begitu besar adalah sumber pengetahuan yang layak dipercaya dan dijadikan rujukan. Persepsi bahwa informasi dapat memenuhi semua kebutuhan budaya, intelektual, dan akademis juga merupakan dasar untuk branding informasi. Perpustakaan dipandang sebagai tempat yang inklusif bagi berbagai kalangan karena ketersediaan koleksi yang besar. Pengunjung yang memiliki minat yang beragam dalam bidang sastra, seni, budaya, dan ilmu pengetahuan dapat menemukan bahan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Jumlah koleksi yang besar juga dapat membantu layanan informasi yang responsif. Karena banyaknya pilihan, pustakawan dapat dengan cepat merekomendasikan koleksi sesuai kebutuhan pengguna.

“seorang siswa yang mencari literatur sastra akan menemukan ratusan bahkan ribuan referensi, sementara peneliti seni budaya akan menemukan dokumen arsip yang kaya. Pelayanan dipromosikan sebagai perpustakaan yang tidak hanya lengkap tetapi juga solutif karena efisiensi dalam pemenuhan kebutuhan informasi ini. Seni budaya yang di tonjolkan dan

mendominasi Perpustakaan Ismail Marzuki. Peluang rekreasi keluarga dan belajar” D, wawancara Mei

b) Memberikan Layanan Yang Beragam dan Terspesialisasi

Perpustakaan Ismail Marzuki dikenal sebagai tempat dokumentasi sastra yang berkontribusi pada pengelolaan, perawatan, dan pelestarian kekayaan sastra Indonesia. Koleksinya yang luas, yang mencakup karya sastra, naskah drama, arsip kebudayaan, dan catatan sejarah para sastrawan, menentukan reputasinya. Perpustakaan ini memiliki koleksi yang langka dan berharga ini, yang membuatnya bukan sekadar tempat membaca, tapi juga sebagai perjalanan sastra Indonesia dari masa ke masa. pemahaman publik tentang ruang informasi sebagai tempat yang mempertahankan identitas budaya dan pengetahuan. Perpustakaan ini menawarkan pengalaman yang lebih mendalam bagi pecinta sastra melalui pengenalan biografi dan karya sastrawan besar Indonesia, seperti Chairil Anwar dengan puisi Binatang Jalang yang ikonik. Perpustakaan menjadi tempat rekreasi sastra di mana pengunjung dapat menikmati pengalaman pemustaka sekaligus mengenal lebih dekat dengan warisan budaya negara karena keberadaan karya-karya tersebut.

Dalam situasi seperti ini, tugas pustakawan menjadi lebih banyak fungsi. Mereka tidak hanya mengelola koleksi, tetapi juga bertindak sebagai kurator yang mengarahkan pengunjung melalui tur ruang yang dirancang. Setiap pustakawan memiliki gaya dan penekanan unik saat menjelaskan aspek perpustakaan yang penting



Gambar 4. 4 Peprustakaan Ismail Marzuki Ruang Dalam

“Pustakawan tidak hanya mengelola dan merapikan, terutama pada buku tapi juga harus bisa sosialisasi apalagi jika keadaan yang memungkinkan kita untuk bisa alih fungsi” M, wawancara Mei 2025

Layanan keanggotaan Perpustakaan Ismail Marzuki (TIM) menunjukkan komitmen pengelola dalam meningkatkan kedekatan dan komunikasi langsung dengan masyarakat. Akses ke berbagai layanan menjadi lebih luas berkat pendaftaran anggota yang mudah dan gratis. Keanggotaan ini juga menunjukkan arah pelayanan perpustakaan yang inklusif, efektif, dan berpihak pada kepentingan publik. Ini memungkinkan pengguna mengakses koleksi secara penuh dan melakukan peminjaman, baik di lokasi maupun melalui aplikasi JAKI. Pemerintah Provinsi DKI Jakarta mengembangkan platform digital yang disebut JAKI, JAKI yang menggabungkan berbagai layanan publik, termasuk pada layanan perpustakaan. Perpustakaan Ismail Marzuki menggunakan aplikasi ini untuk memperluas dan mempermudah akses terhadap layanan perpustakaan. JAKI menunjukkan bahwa perpustakaan Ismail Marzuki tidak hanya berkonsentrasi pada layanan konvensional tetapi juga beradaptasi dengan kemajuan teknologi digital untuk memberi manfaat kepada masyarakat yang lebih luas.

“JAKI digunakan untuk pengunjung QR kode untuk bisa memasuki perpustakaan dan kemudian para pengunjung dipastikan mengantri karena untuk masuk ke perpustakaan diharapkan membawa tas yang disediakan di

perpustakaan dan tidak boleh membawa makanan dan minuman kecuali tumblr (botol minum) sendiri hanya untuk minum” Mai wawancara

JAKI juga memberikan informasi terkait fasilitas yang ada di Perpustakaan Ismail Marzuki, tata cara penggunaan fasilitas dapat dengan cepat ditemukan melalui aplikasi ini. Ini pasti akan membuat hidup lebih mudah bagi orang-orang, terutama generasi muda yang terbiasa mengandalkan gawai untuk mendapatkan informasi dengan cepat. Perpustakaan sekarang lebih mudah diakses oleh orang-orang yang sebelumnya mungkin ragu karena kekurangan informasi, katalog koleksi Perpustakaan Ismail Marzuki sekarang dapat diakses oleh masyarakat melalui JAKI. Fitur-fitur ini menunjukkan perpustakaan sebagai institusi kontemporer yang mampu mengikuti perkembangan teknologi dan mendukung efisiensi. Aplikasi publik seperti JAKI dan katalog perpustakaan dapat dihubungkan, meningkatkan layanan sekaligus meningkatkan kepuasan pengunjung.

JAKI mencatat berbagai acara yang berlangsung di Perpustakaan Ismail Marzuki. Masyarakat dapat lebih mudah mengetahui acara seperti diskusi buku, pelatihan literasi digital, dan pameran kebudayaan. Kehadiran informasi dalam waktu nyata memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam program literasi sekaligus memperkuat perpustakaan sebagai pusat kegiatan kultural Jakarta. Kegiatan-kegiatan literasi yang ada di perpustakaan ismail marzuki akan terlihat sebagai jadwal di aplikasi JAKI.

“Aplikasi JAKI memudahkan informasi yang dapatkan, apa yang dibutuhkan ada di JAKI meski tidak semua, karena untuk jadwal libur seperti hari-hari besar Muharram, libur lebaran idul adha, liburan lebaran idul adha tidak di informasikan jika perpustakaan tutup atau tidak, karena update seperti itu sudah ada di Instagram sosial media yang dipakai dan akan di upload di ig story sebelum hari H libur untuk memberitahu bahwa perpustakaan tutup dan buka Kembali pada tanggal sekian” M, Mei wawancara 2025

Selain itu, ruang podcast yang dialokasikan secara eksklusif. Kehadiran ruang di lantai 3 ini menunjukkan bahwa perpustakaan telah berubah sesuai dengan kebutuhan zaman dan telah berkembang dari tempat penyimpanan buku menjadi tempat kolaborasi dan ekspresi digital.

Dengan konsep yang nyaman dan kedap suara, ruang podcast perpustakaan ini memungkinkan pengguna merekam konten audio dengan kualitas yang baik. Fasilitas ini dilengkapi dengan perlengkapan dasar seperti mikrofon, mixer, dan perangkat rekam, sehingga menarik baik bagi podcaster profesional maupun pemula yang ingin belajar membuat konten. Dengan adanya ruang ini, perpustakaan berusaha menawarkan alat yang dapat menjembatani literasi digital dan literasi tradisional.

“Ruang ini biasa digunakan untuk pembahasan literasi dan membahas isu-isu aktual” D, wawancara Mei 2025

“Tapi juga beberapa mengundang orang-orang yang Gen Z itu pada kenal, seperti waktu itu ada Xaviera, perempuan cantik dengan kecerdasan yang dimiliki, bisa dibilang dia itu selebgram tapi dia juga terkenal karena vlog vlog nya yang dia upload saat dia ada di korea, dia kuliah disana dan tak lupa untuk membagikan tips and trik belajar nyaman, biar belajar ga gampang ngantukan. Xaviera dikenal karena kuliah di KAIST University. Pembahasan di podcast ga jauh-jauh ke belajar lagi dan keseharian Xaviera yang sebagai anak Rantau gimana cara manage waktu belajar” M, wawancara Mei 2025

Terkait sumber daya layanan informasi Perpustakaan Ismail Marzuki dapat disimpulkan bahwa jangkauan layanan dimudahkan karena di perluas untuk mengetahui informasi-informasi terkait, strategi branding bergantung pada pengalaman pengunjung daripada iklan konvensional. Media sosial memainkan peran penting dalam membangun hubungan dengan audiens. 138.000 item koleksi, layanan dapat memenuhi kebutuhan informasi dari peneliti, siswa, dan pencinta sastra dan budaya. Pustakawan berperan aktif dalam merekomendasikan koleksi

yang relevan, sehingga layanan tidak hanya memberikan akses informasi tetapi juga memberikan solusi yang tepat untuk kebutuhan pengguna.

Peminjaman buku dilakukan sistem COD atau pengiriman online untuk memudahkan dan jangkauan pengguna lebih banyak biasanya sudah dilakukan diluar Jakarta, jabodetabek selain Jakarta.

“sistem COD hanya menunjukkan kartu anggota untuk meminjam buku, pengantaran buku dilakukan oleh kurir seperti halnya pemesanan shopee, dan e-commerce lainnya, pengguna tidak dipungut biaya” M, wawancara Mei 2025

Posisinya sebagai pusat dokumentasi sastra Indonesia membuat perpustakaan ini semakin menonjol. Arsip kebudayaan, naskah drama, dan puisi sastrawan terkenal, seperti Chairil Anwar, yang terkenal dengan puisinya "Binatang Jalang," meningkatkan pengalaman membaca sekaligus memperkuat gagasan bahwa perpustakaan berfungsi untuk mempertahankan identitas budaya bangsa. Program literasi, tur buku, dan kegiatan pendidikan yang disesuaikan dengan tingkatan usia siswa adalah contoh promosi berbasis pengalaman. Anak-anak dikenalkan dengan cerita, dongeng, dan cerpen. Sementara itu, remaja belajar tentang manajemen belajar, masalah kesehatan mental, dan sastra. Selain itu, perpustakaan memfasilitasi kolaborasi akademik serta budaya. tema yang lebih relevan dengan fase pertumbuhan mereka. Karya sastra kontemporer mencakup topik seperti manajemen belajar, dan sebagainya. Tujuannya adalah untuk menambah wawasan mereka dan membantu mereka memahami kesulitan yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari. Perpustakaan bukan hanya tempat membaca tetapi juga tempat belajar kehidupan.

Perpustakaan juga memfasilitasi kolaborasi budaya dan akademik antara berbagai komunitas, baik dari dunia akademik maupun akademik. Perpustakaan menjadi tempat yang menyatukan berbagai ide melalui forum diskusi, seminar, pameran, dan acara seni dan literasi. Perpustakaan hadir bukan hanya sebagai pusat belajar; kolaborasi ini memperkaya perspektif budaya sekaligus menciptakan pertukaran pengetahuan lintas disiplin.

C. Personal Branding Pustakawan

a) Kemampuan Membangun Merk Pribadi

Personal branding pustakawan personal dari masing-masing personal kepala kepegawaian memberikan gambaran general, dari orang berpengaruh personality dari satu orang saja dan keberagaman bagaimana branding masing masing setiap karakter dan bagaimana menjadi untuk personalnya meyakini adanya dan mengetahui setiap personal, fasilitator literasi, dan menghubungkan koleksi dengan kebutuhan pengguna. Mereka terlibat dalam berbagai bagian manajemen dalam kehidupan sehari-hari, seperti membeli koleksi, mengolah bahan pustaka, dan membuat program literasi dan layanan referensi.

Pustakawan merencanakan layanan perpustakaan, jenis koleksi yang dibutuhkan, dan rencana pengembangan untuk tetap relevan dengan kebutuhan zaman. Mereka juga terlibat dalam penentuan anggaran, evaluasi koleksi, dan pembuatan kebijakan peminjaman dan pengembalian buku. Pustakawan membuat metode pengembalian yang efisien dan mudah digunakan, seperti dropbox, layanan mandiri, atau pengembalian digital untuk menyimpan buku e-book. Perpustakaan biasanya mendisiplinkan pengguna jika terlambat, tetapi dalam situasi tertentu, seperti pandemi atau bencana, mereka dapat memberikan kelonggaran.

Dalam hal ini, tugas seorang pustakawan adalah menjaga kualitas informasi. pustakawan bertindak sebagai kurator untuk kegiatan "room tour", yang memperkenalkan berbagai ruang dan fitur. Pustakawan tanggap, berkomunikasi, dan cekatan dalam memberikan informasi kepada pengunjung tanpa diminta terlebih dahulu.

"seminar pustakawan dilakukan tidak rutin, hanya dilakukan sebagai pustakawan yang masih baru sampai." M, wawancara Mei 2025

Pustakawan memperoleh kesempatan dengan edukasi khusus pustakawan pelatihan rutin yang diadakan oleh perpustakaan dan lembaga terkait. Pustakawan dididik tentang strategi pelayanan yang efektif, komunikasi publik,

pengelolaan media sosial, dan inovasi layanan melalui seminar dan pelatihan ini. Tujuan pelatihan ini adalah untuk membantu mereka menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi informasi dan dinamika kebutuhan pengguna.

"tidak ada pelatihan khusus hanya saja pustakawan diberikan edukasi yang kemudian diliat hasil dan praktek langsung." TW, wawancara Juni 2025

Seminar pustakawan atau dikenal dengan Bimtek dilakukan untuk pustakawan baru, tidak rutin dan bukan keharusan. Biasanya diberikan kepada pustakawan baru untuk membantu mereka memahami peran, fungsi, dan tanggung jawab mereka di tempat kerja. Kegiatan ini tidak dilakukan secara teratur dan bukan merupakan kewajiban untuk dilakukan setiap waktu tertentu. Meskipun demikian, bimtek sangat penting untuk mengajarkan etika pelayanan serta pengelolaan. Tema Bimbingan teknis Di Pusat Dokumen Sastra (PDS) HB Jassin di Taman Ismail Marzuki, "Promosi Perpustakaan Berbasis Digital" menunjukkan komitmen dan inisiatif pemerintah daerah untuk meningkatkan kapasitas pustakawan di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital. Kegiatan ini memberi pustakawan pengetahuan dan keterampilan tentang berbagai taktik promosi digital, pengelolaan media sosial, dan penggunaan platform digital untuk meningkatkan layanan dan meningkatkan reputasi perpustakaan. Selain elemen teknis, bimtek ini juga menekankan pentingnya komunikasi visual dan branding lembaga untuk menyebarkan pesan literasi.

b) Mempromosikan Kemampuan Ilmiah Pustakawan

Perpustakaan Ismail Marzuki mendorong pustakawan untuk memiliki gaya kerja yang unik dan cara mereka berinteraksi dengan orang lain. Orang-orang tertentu terkenal karena kemampuannya dalam literasi visual, kemampuannya dalam literasi budaya, atau kemampuannya untuk bercerita dengan cara yang menarik. Literasi visual yang dimiliki pustakawan, pustakawan tidak hanya diharuskan memiliki kemampuan baca-tulis atau literasi informasi, tetapi mereka juga diharuskan untuk dapat membaca dan membuat "bahasa gambar" untuk membuat informasi lebih mudah dipahami pengguna. Literasi baik

pustakawan yang diperlukan. Salah satu syarat administratif utama bagi mereka yang ingin bekerja sebagai pustakawan adalah kualifikasi pendidikan. Latar belakang pendidikan perpustakaan atau ilmu informasi dianggap penting karena memberikan dasar pengetahuan teoretis tentang pengelolaan koleksi. Pustakawan diharapkan dapat melakukan pekerjaan mereka secara profesional dan memenuhi standar layanan perpustakaan kontemporer. Namun, tuntutan inilah muncul dari harapan publik terhadap kemampuan pustakawan. untuk selalu mampu mengikuti perkembangan teknologi dan menyediakan layanan yang responsif.

“Kesulitan meski ada staff teknisi yang bertugas pustakawan harus secara langsung paham dengan kegelisahan pengguna.” M, wawancara Mei 2025

Karena masyarakat, terutama Gen Z, lebih tertarik dengan informasi yang dikemas secara visual, literasi visual sangat penting. Pustakawan yang mahir dalam literasi visual dapat membuat infografik untuk koleksi baru, poster kegiatan perpustakaan, desain feed Instagram yang menarik, dan peta visual tata ruang perpustakaan. Semua ini membuat pembelajaran lebih cepat dan menarik perhatian penonton. Interaksi dengan pengunjung, keterlibatan dalam program komunitas, dan konsistensi dalam pelayanan membentuk identitas ini secara bertahap.

“Gen z suka sama informasi singkat padat dan jelas, seperti kebiasaan scroll reels Instagram, tiktok, yang tidak sampai 1 menit video (misalnya)”

M, Wawancara Mei 2025

Perpustakaan sekarang dilihat sebagai tempat yang hidup dan dinamis di mana pustakawan hadir sebagai sahabat pengetahuan, berkat pendekatan branding pustakawan yang terencana dan progresif. Mereka tidak hanya bertugas memberikan informasi. Tetapi juga adanya keterampilan personal yang dimiliki masing-masing untuk mengetahui hasil kinerja. Contohnya seperti sertifikasi anggota pustakawan.

“keterampilan diperlukan untuk semua yang sedang bertugas di hari itu, pustakawan secara langsung menjadi kurator jika ada kunjungan anak sekolah yang datang, tapi biasanya memang sudah hari hari sebelumnya akan ada pemberitahuan kunjungan apa , seperti kegiatan room tour murid murid serta guru-guru nya. Dalam kegiatan nya menjadi kurator seharusnya ada pembejalaran yang teoritis untuk pustakawan tidak langsung terjun begitu saja.” M, wawancara Mei 2025.

Kemampuan yang diharapkan harus lebih jelas dengan menambah nilai dan poin kompetitif setiap pustakawan dalam dukungan sertifikasi.

“untuk yang anak magang memang ada pelatihan karena terkhusus biasanya magang hanya sebentar saja kadang paling sebentar 1 bulan, nah buat dilatihnya kami percaya kalo tiba-tiba bisa jadi kurator.” TW, wawancara Mei 2025

Unit bagian yang anak magang bisa gabung di divisi nya, lingkup besar, selfing 1 selfing 2, PDS 1, PDS 2, PDS 3, pustakawan anak 1, pustakawan anak 2. PDS Pusat Dokumentasi Sastra, untuk input karya karya yang hampir punah.

“ PDS biasa scan kertas rusak, kertas yang uda lama, kayak uda puluhan tahun dan kita anggepnya dilestarikan agak tidak rusak. Nanti bisa dilihat dan dipinjam oleh pemustaka/pengunjung, tapi biasanya karena kertas bagian PDS ini real dan layaknya naskah yang harus dijaga keasliannya, pemustaka hanya bole pinjam selama beberapa jam dan ditunggu oleh petugas/ staff di PDS untuk bisa dikembalikan lagi kertasnya. Ada memang yang berbentuk digital dan biasanya terkadang orang peneliti sastra yang minta buat digitalnya biasanya lumayan lama proses permintaan, karena memang tidak semua kertas di digitalisasi dan dapat pinjam online, proses yang cukup lama, bisa 4 – 7 hari pengrajan tergantung bentuk kertas, koran, buku atau bahkan kliping” M, wawancara Mei 2025



Gambar 4. 5 Room Tour Perpustakaan Ismail Marzuki anak SMA

Dapat disimpulkan bahwa Pekerjaan pustakawan juga mencakup manajemen sehari-hari, seperti merencanakan koleksi, mengolah bahan pustaka, membuat program literasi, dan menetapkan kebijakan peminjaman dan pengembalian. Mereka menyusun kebijakan layanan yang adil namun tetap menguntungkan dan memastikan bahwa apa yang dimiliki benar-benar bermanfaat.

Literasi visual menjadi semakin penting untuk generasi muda, terutama Gen Z, karena mereka lebih terbiasa dengan informasi singkat, visual, dan interaktif. Infografik, poster digital, desain media sosial yang menarik, dan pada akhirnya, karakter dan peran pustakawan menentukan branding perpustakaan sebagaimana perpustakaan yaitu Perpustakaan Ismail Marzuki ini digunakan untuk mengajarkan literasi dan membuat generasi muda merasa terhubung. Keterhubungan literasi Pustakawan dan pemustaka Dengan adanya seminar literasi bagi pustakawan, diharapkan kemampuan mereka dalam menyampaikan informasi dapat semakin menonjol, profesional, dan beretika. Seminar ini membantu pustakawan memahami pentingnya komunikasi informatif. Bimtek “media digital” dokumentasi HB Jassin meluaskan jiwa rasa ingin tahu seorang pustakawan. Perpustakaan sebagai tempat kreatif yang menumbuhkan rasa memiliki dan keterhubungan bagi generasi muda. Ini disebabkan oleh suasana yang ramah, komunikatif, dan inspiratif. Oleh karena itu, Perpustakaan Ismail Marzuki menjadi terkenal karena memadukan inovasi digital dengan nilai humani Perpustakaan dianggap tidak hanya sebagai gudang

ilmu tetapi juga sebagai tempat kreatif yang menumbuhkan rasa memiliki terhadap budaya dan identitas bangsa.

D. Pemasaran

a) Kemampuan Penerapan dan Manfaat Strategi Pemasaran

Desain ruang yang nyaman, estetik, dan inklusif memperkuat citra modern dan ramah Perpustakaan Ismail Marzuki. Ruang dengan foto yang menarik sering dibagikan ulang oleh pengunjung melalui media sosial, yang pada akhirnya menghasilkan promosi digital dari mulut ke mulut *word of mouth*. Selain itu, pemasaran yang dilakukan menyasar pada pengguna yang beragam, termasuk seniman, peneliti, mahasiswa, dan masyarakat umum. Selain itu, konten program dan promosi disesuaikan dengan kebutuhan dan fitur tiap segmen. Word of mouth sederhana Terciptanya versi dari mulut ke mulut baru melalui unggahan, repost, dan interaksi antar pengguna dimungkinkan oleh kehadiran pustakawan dan institusi di platform digital. Dengan cara ini, reputasi perpustakaan dipromosikan secara formal melalui akun resminya, dan pengunjung merasa terhubung dengan pengalaman mereka. Instagram aktif Perpustakaan Ismail Marzuki ada mulai tahun 2022 bulan mei.

“Instagram sudah ada lama, tapi mulai dikembangkan aktif itu bulan mei 2022.” M, wawancara Oktober 2025

Unggahan sosial media yaitu Instagram mulai digunakan secara strategis untuk meningkatkan visibilitas perpustakaan di lingkungan digital publik. Instagram digunakan sebagai platform utama untuk mempromosikan berbagai layanan, fasilitas, dan lingkungan perpustakaan sejak aktif kembali pada 2022. Ungahan yang dibagikan mencakup dokumentasi kegiatan, visual interior perpustakaan, pengenalan koleksi

“orang-orang/ pengunjung yang datang mereka akan tag ig perpustakaan ismail marzuki dan ig (instagram) perpustakaan ismail marzuki akan mentioned ig mereka, walaupun ga semua pengunjung untuk melakukan itu semua dan apabila pengguna dari akun ig tersebut memiliki banyak

followers nya itu akan menguntungkan untuk kita.” D, wawancara Mei 2025

Keterlibatan partisipasi publik seperti, donasi buku. Selain berfungsi sebagai kampanye literasi, kegiatan ini menunjukkan komitmen perpustakaan untuk meningkatkan ekosistem literasi nasional. Perpustakaan dapat memposisikan diri sebagai institusi yang peka terhadap konteks sosial dan budaya dengan mengaitkan programnya dengan peristiwa. Penggunaan sosial media *Instagram* digunakan untuk promosi yang efektif dibandingkan sosial media lain yang admin miliki.

“ Admin dari Instagram perpustakaan ismail marzuki juga memiliki cara tersendiri dengan promosi, misal dibuatlah challenge membuat sajak, di hari-hari atau tanggal tanggal yang memiliki acara tertentu, 17 agustus misalnya aka nada penggalangan dana buku/ sumbang buku. Untuk sosial media pengaturan manage nya masih seperti pada umumnya, update terkait kegiatan, kolaborasi dengan perpus lain, atau akun konten creator. Instagram memberikan Kesan estetik visual yang menarik dan dominan keragaman dalam buat story interaksi langsung pengunjung dan admin instgram Perpustakaan Ismail Marzuki.” M, wawancara Mei 2025

Fenomena ini menunjukkan bagaimana media sosial dapat membangun kepercayaan, karena audiens baru lebih mudah menerima iklan yang berasal dari pengalaman nyata pengguna. Media sosial Instagram yang dipilih sebagai media paling mudah untuk promosi dan penyebarluasan informasi, karena visual feed yang ditampilkan pengalaman nyata mulai repost dan upload story memudahkan interaksi dengan pengguna, pemustaka yang menggunakan Instagram. Followers Instagram saat pertama dibuat memiliki sekitar 13 ribu pengikut pada akun Instagram-nya pada awal pembentukannya, yang menunjukkan tahap awal upaya perpustakaan untuk membangun kehadiran digital dan menampilkan citra baru kepada masyarakat. Dan untuk saat ini mencapai 154 ribu pengikut.



Gambar 4. 6 Akun Instagram

Pada kegiatan lain untuk anak-anak tidak merasa boring dengan perpustakaan. Misalnya, mendorong siswa untuk mengambil bagian dalam kegiatan literasi digital, memfasilitasi pengenalan arsip sastra untuk siswa, atau membuat ruang baca interaktif untuk anak-anak.

“kegiatan literasi dituangkan pada tema kegiatan di piala HB Jassin acara ini umum diikuti kalangan pemuda pemudi. Lomba menulis, mulai dari menulis puisi, naskah, cerpen dan lainnya. Dan nanti biasanya pengumuman menang lomba ada di acara penting kayak 17 agustus atau memang di khususkan untuk acara-acara lain.” M, wawancara Mei 2025



Gambar 4. 7 Lomba Cerita Pendek

Siswa dari SD, SMP, dan SMA yang datang dalam kunjungan khusus dapat mengakses program ini. Dalam kegiatan ini, pustakawan mengajak siswa untuk mengunjungi ruang koleksi umum, ruang anak, dan sudut dokumentasi sastra. Mereka juga menjelaskan tentang area penting perpustakaan. Perpustakaan tidak hanya memperkenalkan fasilitasnya, tetapi juga memberikan pengalaman membaca yang menyenangkan dan menarik

“kegiatan literasi anak, literasi sastra semua dikemas untuk benar benar serius disampaikan dalam arti, para guru inisiatif dan berkunjung ke perpustakaan ismail marzuki kemudian dikomunikasikan lah dengan pustakawan dan staff disini, untuk siswa juga bisa menikmati karya – karya yang memang itu menjadi pembelajaran mereka pembelajaran Sejarah, hewan -hewan, jenis tumbuhan, kegiatan sosial apa yang perlu mereka tahu dengan story teller pustakawan yang ada dan kemudian dikemas dengan Bahasa yang lugas dan mudah dipahami anak seusianya, anak-anak SMA biasanya dikenalkan dunia perkuliahan dan keberlanjutan mereka untuk jenjang setelah SMA mau kemana, atau dijelaskan betapa penting untuk mengetahui Kesehatan mental berdasarkan pengalaman yang dialami pemateri. Kita pihak perpustakaan juga bisa mendatangkan pemateri yang sesuai bidang yang mereka pahami. Anak anak SMP dikenalkan betapa penting berkreasi, materi manajemen belajar, serta sharing puisi, anak-anak SD dikenalkan dongeng, cerpen dan sebagainya.” D, wawancara Mei 2025

Pemasaran berbasis pengalaman mencakup layanan yang ramah, akses yang mudah ke koleksi, dan layanan digital yang mendukung. Pembaca cenderung merekomendasikan perpustakaan ini kepada orang lain jika mereka puas dan nyaman dengannya. Selain itu, Perpustakaan Ismail Marzuki secara aktif membangun citra melalui kerja sama dengan lembaga akademik, lembaga budaya, dan media lokal. Kolaborasi ini memberi perpustakaan peluang untuk bergabung dengan jaringan baru dan meningkatkan dampak branding-nya.

“kegiatan yang biasa dilakukan akademik yakni berupa seminar antar sekolah yang menyediakan akses penting untuk informasi.” M, wawancara Mei 2025

Kegiatan bersama dapat dipromosikan ke khalayak yang lebih luas dan beragam dengan bekerja sama. Sebagai perpustakaan budaya, strategi pemasaran harus mempertimbangkan aspek emosional dan pengalaman selain informasi koleksi atau layanan teknis.

Pemasaran sering menggunakan cerita yang berbicara tentang nilai-nilai nostalgia, seni berpikir, dan pentingnya ruang baca sebagai tempat untuk menemukan makna. Kisah di balik arsip, cerita tentang pengguna, atau kutipan literatur meningkatkan hubungan pengguna dengan perpustakaan. memengaruhi pikiran dan perasaan pengunjung. Kesan positif yang akan tertinggal lebih lama daripada hanya melihat iklan atau spanduk promosi ketika seseorang datang ke perpustakaan dan merasa disambut dengan baik.

“Memberikan layanan yang membantu, dan menemukan ruang yang nyaman untuk belajar atau membaca.” M, wawancara Mei 2025

Konser suasana hangat perpustakaan, mulai dari konser Dere membawakan lagu kota, Bernadya, dalam program Perpustakaan Malam menghadirkan pengalaman yang syahdu dan intim. Lagu-lagunya, seperti "apa mungkin" dan "satu bulan", menyatu dengan aroma buku dan sunyi ruang baca, menciptakan lingkaran emosi antara penyanyi dan penonton. Konser ini lebih dari sekadar pertunjukan music, itu menjadi bentuk literasi baru yang mengalir lembut melalui lirik dan cerita.



Gambar 4. 8 Konser Dere

“Diusung menjadi konser di dalam perpustakaan bukan seperti konser pada umumnya konser Bernadya di perpustakaan malam itu benar-benar pengalaman yang berbeda.” TW, wawancara Juni 2025

“Biasanya perpustakaan identik dengan sunyi, tapi malam ini terasa hangat sekaligus ramai para pengunjung sembari bernyanyi dengan gueststar,” M, wawancara Mei 2025

Suasana yang sangat menyentuh diciptakan oleh perpaduan lirik Bernadya dan aroma buku. Keterlibatan seni seperti acara konser oleh semua pengunjung, tidak hanya dari kalangan gen Z saja, dengan menyanyikan lirik-lirik lagu yang dinyanyikan juga oleh gueststar nya.

“Konser di perpustakaan seperti ini harus lebih sering diadakan, karena di sinilah musik dan literasi saling menyapa dalam keheningan yang indah.” M, wawancara Mei 2025

Perpustakaan tidak lagi hanya tempat untuk membaca; sekarang mereka adalah tempat untuk berekspresi dan merasakan makna. Konser perdana ini menandai awal ketika literasi dan musik saling menyapa dalam suasana damai.

“Dibuatkan Story Instagram untuk diperkenalkannya konser pertama perpustakaan ismail marzuki dimalam hari, namun tidak hanya dukungan

positif dari pengguna sosial media yang melihat tidak jarang memberikan komentar nyinyir.” T, wawancara Mei 2025

“Memperkenalkan perpustakaan ismail marzuki sebagai perpustakaan yang cukup berbeda, mungkin bagi mereka yang mendengarkan konser di perpustakaan cukup berbeda karena jarang dilakukan, dan jika pun ada tidak begitu terkenal dan kurang akan promosi, setelah banyak respon positif pasti pengguna media sosial yang tahu diperpustakaan ad konser mau dan request jika ada konser lagi mau guestar nya ini si artis A misal, jika banyak bisa diusulkan untuk plan selanjutnya, dan bisa direncanakan dan ini menimbulkan kepercayaan promosi. Meski belum terjadi.” M, wawancara Mei 2025

Dapat disimpulkan Pemasaran Perpustakaan Ismail Marzuki menunjukkan bahwa strategi branding bergantung pada pengalaman pengunjung daripada iklan konvensional. Media sosial memainkan peran penting dalam membangun hubungan dengan audiens, terutama melalui interaksi timbal balik seperti tag dan mention di Instagram, tantangan kreatif, dan kolaborasi dengan kreator. Ini meningkatkan jangkauan dan memberikan kepercayaan karena promosi yang berasal dari pengalaman langsung pengguna. Sosial media *Instagram* digagas sebaik mungkin untuk interaksi visual menggambarkan bentuk Perpustakaan Ismail Marzuki menampilkan dengan luas wajah Perpustakaan budaya ini. Program literasi, tur buku, tur perpustakaan, room tour dan kegiatan pendidikan yang disesuaikan dengan tingkatan usia siswa adalah contoh promosi berbasis pengalaman. Anak-anak dikenalkan dengan cerita, dongeng, disesuaikan dengan yang dibutuhkan genre buku sesuai usia bacaan pengetahuan populer yang sesuai dengan tahap perkembangan mereka. Anak-anak merasa diajak berpetualang di dunia buku daripada dipaksa belajar.

E. Manajemen Perpustakaan
a) Kesadaran Respon Pesaing

Perpustakaan Ismail Marzuki dioperasikan melalui pendekatan manajemen yang sejalan dengan citra merek yang ingin dibangun, yaitu sebagai pusat literasi

budaya yang kontemporer, inklusif, dan inspiratif. Setiap aspek pengelolaan, dari layanan hingga tata ruang, dirancang untuk meningkatkan citra ini. Akibatnya, manajemen tidak sekadar menangani operasional teknis, tetapi juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa citra dan nilai yang dimiliki perpustakaan di mata publik konsisten. Tata kelola ruang perpustakaan adalah contoh penyesuaian manajemen dengan branding. Dengan desain yang modern dan terbuka, ruang diatur secara estetis dan memadukan elemen kenyamanan dan seni.

“Ruang terbuka disesuaikan untuk peminjam buku (pengunjung) agar suasana baru dirasakan juga oleh pengunjung” TW, wawancara 2 mei 2025

b) Pemantauan Staff

Kegiatan book talk, berbicara dengan Habib Ja'far, seorang tokoh religius muda dan penulis Gen Z yang sangat dihormati karena gaya komunikasinya yang santai dan populer, serta kemampuan untuk menghubungkan nilai keagamaan dengan konteks kontemporer. Kegiatan literasi yang dilakukan pada malam hari ini menunjukkan upaya untuk memaksimalkan waktu yang dapat dihabiskan perpustakaan. Perpustakaan tidak hanya dapat menyesuaikan diri dengan aktivitas masyarakat urban yang berkembang, tetapi juga dapat memperluas akses literasi bagi mereka yang tidak sempat hadir pada jam rehat

“Perpustakaan jam malam diadakannya book talk jam 17.00 sampai 22.00 bincang bincang dengan pembicara yang genz kenal, yang lagi booming, yang emang lagi jadi perbincangan hangat dan karya-karya ga kalah menarik bincang dengan pembicara Habib ja'far yang juga pemuka agama” M, wawancara Mei 2025

Sebagai perpustakaan budaya juga didorong oleh manajemen koleksi. Selain buku bacaan umum, koleksi ini mencakup karya sastra, sejarah seni, dokumentasi budaya, dan arsip karya seniman Indonesia. Hal ini menegaskan posisi perpustakaan sebagai sarana untuk mengumpulkan pengetahuan dan melestarikan budaya. Agar koleksi tetap relevan dan mendalam secara tematik, tim pengelola secara aktif mengeditnya, termasuk bekerja sama dengan pusat dokumentasi seperti H.B. Jassin.

Pustaka memiliki karya penyair terkenal Chairil Anwar, yang dianggap sebagai pencipta puisi kontemporer Indonesia. Selain buku, karya Chairil Anwar dapat diakses dalam bentuk dokumentasi sejarah, seperti surat-surat, kliping koran, kritik sastra terhadap puisinya, dan rekaman pembacaan puisinya. Pengalaman yang luar biasa bagi para peneliti, siswa, dan pecinta sastra diberikan oleh keberadaan koleksi ini.

“koleksi sastra yang ada seperti puisi aku jalang, karya chairil anwar diabadikan di lantai 4 pusat dokumentasi sastra sebagai wajah ruangan tersebut.” TW, wawancara Mei 2025

Koleksi perpustakaan ini tidak terbatas pada referensi akademik atau buku bacaan populer. Ketersediaan literatur Indonesia, biografi seniman, dokumentasi kesenian, dan sejarah budaya Nusantara adalah kekuatan utama. Koleksi-koleksi ini menunjukkan peran perpustakaan sebagai lembaga yang tidak hanya menyediakan informasi tetapi juga menjaga warisan intelektual bangsa. Karya-karya langka dan sumber primer yang jarang ditemukan di perpustakaan umum lainnya dapat ditemukan oleh pengunjung.

Tim pengelola koleksi menggunakan pendekatan kontekstual dan tematik. Mereka tidak hanya mengarsipkan buku, tetapi mereka juga menelusuri dokumen budaya atau sastra penting yang tidak banyak dikenal publik. Metode ini menghasilkan koleksi yang dapat diakses yang terdiri dari naskah-naskah asli, rekaman sejarah sastra.

“Layanan dan koleksi yang ditunjukkan memiliki banyak hubungan dengan sastra, seni pertunjukan, dan kebudayaan. Perpustakaan menjadi relevan dan dekat dengan masyarakat karena apa yang dihadirkan sesuai dengan kehidupan orang. Selain itu, konteks ini mencakup cara pustakawan memberikan layanan yang sesuai dengan generasi pengunjung, seperti Gen Z yang lebih terbiasa dengan teknologi digital.” M, wawancara Mei 2025

Pemilihan literatur yang sesuai dengan perkembangan zaman juga menunjukkan pendekatan kontekstual. Tim pengelola menyadari bahwa pengunjung

generasi muda mungkin membutuhkan akses cepat ke literasi digital, teknologi, dan masalah kontemporer. Karena itu, perpustakaan tidak hanya menyimpan arsip budaya dan sastra klasik, tetapi juga menyediakan media yang berkaitan dengan literasi digital, teknologi informasi, dan tren sosial kontemporer. Oleh karena itu, perpustakaan tetap relevan bagi masyarakat yang berbeda sambil mempertahankan hubungan budayanya.

“Tim dan staff yang bekerja menyesuaikan jam dan waktu shift” TW, wawancara Mei 2025

“shift satu jam 9 sampai jam 2 siang, dan jam 11 siang sampai jam 7 ini khusus hari senin sampai jumat. Sabtu minggu shift 1 jam 9 sampai jam 2 siang shift 2 jam 2 sampai jam 7 malam dan shift 3 jam 5 sore sampai jam 10 malam.” M, wawancara Mei 2025

Shift anak magang dan para mahasiswa PKL (Praktek Kerja Lapangan) biasanya cukup membantu Perpustakaan Ismail Marzuki tidak membuat situs resmi untuk mereka yang ingin magang, biasanya kegiatan magang atau PKL hanya di diskusikan oleh guru atau dosen sebagai tempat saran magang siswa/siswi dan PKL Mahasiswa/mahasiswi nya.

“Anak magang PKL (praktik kerja lapangan) dari universitas atau sekolah SMP dan SMK juga membantu keterlibatan ruang untuk masing-masing staff, seperti membantu staff yang bekerja. Mereka yang magang atau PKL hanya diminta untuk surat izin pkl atau magang dari sekolah, instansi dan universitas nya. biasanya paling sebentar 3 minggu.” M, wawancara Mei 2025

Sistem shift memungkinkan pengelolaan SDM tetap fleksibel sepanjang waktu dengan membagi jadwal kerja untuk hari kerja dan akhir pekan. Kehadiran siswa SMP dan SMK serta mahasiswa PKL dari universitas membantu operasional, terutama dalam mendukung pekerjaan staf. Kolaborasi ini tidak hanya mengurangi beban kerja, tetapi juga memberi generasi muda kesempatan untuk belajar secara praktis. Hasilnya, perpustakaan tampil sebagai institusi yang terus berubah, relevan,

dan inklusif. Dapat disimpulkan kesejahteraan manajemen berperan langsung untuk mereka menghubungkan masyarakat dengan literasi budaya sekaligus memenuhi kebutuhan pengetahuan kontemporer, sambil memastikan layanan terus berjalan dengan baik melalui dukungan tim.

4.3 Pembahasan

Bab ini berisi paparan pembahasan dari hasil penelitian yang di paparkan pada sub bab sebelumnya. *Branding image* Perpustakaan Ismail Marzuki.

Branding image orientasi terhadap layanan kekuatan citra yang terlihat dikhalayak masyarakat (Suwito & Wibowo, 2018). *Branding image* Keberagaman koleksi yang dimiliki memperkuat citra merek. Perpustakaan memiliki nilai historis dan kultural tambahan karena memiliki dokumentasi sastra dari Pusat Dokumentasi Sastra HB Jassin. Perpustakaan sekarang bukan hanya tempat untuk meminjam buku, itu adalah pusat referensi sastra terbesar di Indonesia. Ini menegaskan keyakinan yang kuat bahwa Perpustakaan Ismail Marzuki adalah tempat untuk mengumpulkan pengetahuan dan kekayaan budaya.

Perpustakaan ini mengembangkan branding melalui layanan dan fasilitas digital selain koleksinya. Upaya untuk menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi ditunjukkan dengan kehadiran ruang podcast, katalog online, dan integrasi dengan aplikasi JAKI. Ini adalah inovasi perpustakaan yang fleksibel dan relevan bagi masyarakat kota. Inovasi arsitektur modern yang dibuat oleh Andra Matin mengutamakan keterbukaan, kenyamanan, dan estetika. Bangunan perpustakaan yang ikonik ini memberi pengunjung pengalaman baru dan menciptakan kesan yang kuat. Perpustakaan adalah tempat yang ramah, hangat, dan inspiratif, dan setiap sudut ruang menunjukkan desain ini sebagai bagian dari branding dan bukan hanya wadah.

Perpustakaan telah melakukan inovasi dalam layanan mereka dengan menyediakan fasilitas digital seperti ruang podcast, katalog online, dan integrasi dengan aplikasi JAKI. Ruang podcast adalah contoh inovasi yang memadukan literasi dengan tren komunikasi digital. *Branding image*

Perpustakaan Ismail Marzuki berada di pusat, yang merupakan posisi yang strategis. Berbagai upaya branding gambar dilakukan secara sistematis untuk mendukung citra sebagai perpustakaan kontemporer yang berakar pada tradisi literasi dan kebudayaan. Perpustakaan harus dibranding untuk menjadi lebih dari hanya ruang baca. Mereka juga harus dikenal sebagai tempat yang menawarkan pengetahuan dan budaya yang relevan bagi semua orang, terutama generasi muda.

Dalam desain arsitektur, upaya utama terlihat desain arsitektur oleh Andra Matin. Perpustakaan memiliki bangunan yang artistik, modern, dan terbuka yang memberikan kesan elegan kepada pengunjung. Perpustakaan menjadi tempat yang nyaman dan artistik untuk membaca dan inspirasi. Hal ini juga mendukung gagasan bahwa perpustakaan dapat menjadi tempat publik yang menyenangkan dan sesuai dengan gaya hidup kota modern. Perpustakaan dianggap sebagai tempat publik yang aktif selain sebagai tempat yang tenang untuk membaca perpustakaan menyediakan tempat untuk berkarya, berbicara, dan berpartisipasi dalam kegiatan komunitas yang menghubungkan individu dengan masyarakat luas. Perpustakaan dapat menjadi pusat kegiatan kultur (Nurhayati, 2018). Perpustakaan ismail marzuki daya tarik, Kesan utama seni yang ditonjolkan, kegiatan yang dilakukan serta program-program literasi dan budaya merupakan komponen penting dari kampanye branding. Perpustakaan menciptakan hubungan emosional dengan masyarakat melalui acara seperti diskusi buku, bedah karya, workshop kreatif, atau pameran seni. Setiap program melibatkan lebih dari sekadar aktivitas.

Karya sastra Chairil anwar, Dokumentasi H.B Jassin menjadi wajah Perpustakaan Ismail Marzuki itu sendiri dan tak lupa Ismail Marzuki juga merupakan nama seorang seniman, dengan mengabadikannya sebagai nama perpustakaan. Menghormati karya - karya nya, Arsitektur Andra Matin merancang gedung ini dengan pendekatan yang kontekstual terhadap lokasi dan sosok yang menjadi ikon kawasan tersebut, komponis terkenal Indonesia Ismail Marzuki. Arsitek menambahkan elemen desain yang terinspirasi dari not balok lagu yang diciptakan Ismail Marzuki dan menjadikannya bagian penting dari identitas arsitektur perpustakaan.

Branding image Perpustakaan, Perpustakaan menciptakan hubungan emosional dengan masyarakat melalui acara seperti diskusi buku, bedah karya, workshop kreatif, atau pameran seni. Setiap program menunjukkan nilai dan identitas perpustakaan lebih dari sekadar kegiatan. (Fadhli et al., 2020). Pada akhirnya, Branding perpustakaan merupakan proses yang berkelanjutan. Tidak hanya terbatas pada desain atau tampilan fisik, tetapi juga mencakup seluruh pengalaman pengunjung, mulai dari saat mereka pertama kali mengakses informasi hingga saat mereka meninggalkan perpustakaan. Perpustakaan akan menjadi tempat publik yang dirindukan (Srimulyo & Mardiyah, 2020). oleh karenanya upaya yang dilakukan Perpustakaan Ismail Mazuki dalam *Branding image*, Berikut ini.

1. Arsitektur Gedung Perpustakaan

Perpustakaan ismail marzuki, Gedung nya dirancang oleh Andra matin dengan memakai not balok salah satu lagu ciptaan Ismail Marzuki, Fasad bangunan menunjukkan gerakan musik, terutama dalam bentuk garis dan pola geometris yang menggambarkan harmoni nada. Not balok ini adalah simbol yang mengembalikan karya arsitektur Andra Matin pada lagu Ismail Marzuki lebih dari sekedar dekorasi. Perpustakaan berfungsi sebagai pusat literasi dan monumen kultural yang menghidupkan warisan seni dan musik bangsa. Pendekatan simbolis ini menunjukkan bahwa arsitektur dapat berfungsi sebagai cara untuk menghormati dan mengingat sejarah. menggambarkan nada dan harmoni karya seorang seniman terkenal. Metode ini memungkinkan arsitektur untuk menghasilkan lapisan makna ganda yakni, indah secara visual dan simbolis. Simbolis bangunan dikenal dan dikenang.

Gedung Perpustakaan Ismail Marzuki dibranding dengan bangunan not balok. Perpustakaan unik karena identitas visualnya yang kuat dan penuh makna. Perpaduan kaca, aksen kayu, dan pencahayaan yang cenderung temaram dengan nuansa oranye memastikan warna abu di dalam. Perpustakaan tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk membaca, tetapi juga memberikan suasana yang mendukung kegiatan literasi dengan kombinasi warna ini. Pemilihan warna ini

menciptakan suasana yang nyaman, membuat pengunjung tenang dan betah berada di dalamnya.

Kenyamanan mendukung ketenangan, Dari sudut pandang psikologi desain interior, pemilihan warna untuk ruangan Wikipedia memengaruhi perasaan, persepsi, dan fungsi penggunanya. Warna yang terlalu kontras atau mencolok dapat meningkatkan stimulasi visual dan bahkan membuat Anda tidak fokus. Sebaliknya, palet monochromatic dengan dominan abu-abu memberikan stabilitas visual, yang memudahkan pengunjung baik siswa maupun orang umum untuk fokus pada aktivitas (Triono et al., 2018).

Konsep pewarnaan di ruang anak agak berbeda. Ruangan ini memiliki sentuhan warna yang lebih cerah, meskipun tetap dalam bingkai desain arsitektur Andra Matin yang konsisten. Hal ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan penggunanya. Kenyamanan ruang terutama pada anak-anak Anak-anak lebih sensitif terhadap rangsangan visual dibandingkan orang dewasa. Oleh karena itu, cara anak-anak memilih warna di ruang belajar, termasuk perpustakaan, berdampak besar pada kemampuan mereka untuk fokus. Warna lembut dan netra dapat menghindari distraksi. Warna hangat, seperti kuning dan oranye, di sisi lain, dapat meningkatkan semangat dan energi anak. Untuk menghindari kelelahan visual.

2. Sumber Daya Layanan dan Informasi

Perpustakaan Ismail Marzuki pusat ramai yang terletak di Tengah – Tengah kota Sebagai bagian dari ekosistem Taman Ismail Marzuki, Perpustakaan Ismail Marzuki menyediakan berbagai layanan informasi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan literasi, penelitian, dan kegiatan seni dan budaya. Sumber daya layanan informasi yang dimiliki tidak hanya terdiri dari koleksi buku, itu juga mencakup arsip, dokumentasi, dan media digital yang merekam perjalanan kebudayaan Indonesia selama bertahun-tahun. Perpustakaan ini berusaha memenuhi kebutuhan informasi orang yang berbeda, mulai dari pelajar, peneliti, hingga masyarakat umum. Media sosial dalam

Perpustakaan memfasilitasi pertukaran pengetahuan lintas generasi. Koleksi buku, arsip, manuskrip, dan media digital di dalamnya memiliki nilai intelektual yang tak ternilai (Akhmadi et al., 2020). Perpustakaan ismail marzuki menyediakan ruang yang kaya akan biografi dan karya sastrawan, termasuk sastrawan terkenal dan terkenal seperti Chairil Anwar, yang puisinya "Binatang Jalang" telah menjadi legenda dan menarik perhatian. Karya-karya ini menambah nilai bukan hanya sebagai sumber pendidikan tetapi juga sebagai tempat rekreasi kultural yang mendorong minat dan ikatan emosional pengunjung.

Menariknya, seiring dengan perkembangan konsep layanan informasi, peran pustakawan di Perpustakaan Ismail Marzuki telah berubah. Mereka kini menjadi kurator dan tidak lagi hanya mengelola koleksi. Melalui metode inovatif seperti tur ruang, keahlian pustakawan menjadi kurator dapat dianggap sebagai perkembangan profesional yang sesuai dengan kebutuhan zaman. Keahlian pustakawan tidak hanya terbatas pada pengelolaan koleksi, katalogisasi, dan layanan sirkulasi, mereka juga dapat memahami, menyampaikan, dan membangun kisah tentang informasi yang relevan dengan pengguna. Kunjungan banyak dilakukan dibagian lantai 3 yang ikonik nya Adalah chairil anwar, serta banyak beberapa sastrawan yang salah satunya ikonik diruangan tersebut seperti N.H Dini, W.s Rendra, foto foto mereka dengan gaya karikatur dikemas dengan baik menggunakan bingkai terpajang dan di sandingkan dengan puisi terkenal mereka masing-masing. Koleksi di lantai ini tidak bisa untuk dipinjam seleluasa buku-buku atau koleksi lainnya di Perpustakaan Ismail Marzuki. Melestarikan yang sudah tidak ada lagi eksemplarnya, di nilai keasliannya lebih berharga, termasuk PDS H.B Jassin ruangan yang sering peneliti sastra kunjungi.

Pusat informasi yang memiliki koleksi informasi yang luar biasa, terutama yang berkaitan dengan seni dan kebudayaan Indonesia. Karya langka, arsip teater, film, musik, dan sastra dari berbagai era merupakan bagian dari koleksi yang dimiliki. Perpustakaan Ismail Marzuki bukan

sekadar tempat untuk membaca tetapi juga tempat untuk merekam sejarah budaya bangsa, seperti yang ditunjukkan oleh dokumentasi karya seniman.

3. Branding Pustakawan

Branding pustakawan terbiasa dengan kecepatan dengan mana data dapat diakses, dan menyukai konten yang realistik, visual, dan interaktif. Dalam situasi seperti ini, branding pustakawan di Perpustakaan Ismail Marzuki harus diubah untuk menjadi lebih ramah, fleksibel, dan sesuai dengan gaya komunikasi Gen Z. Branding pustakawan tidak lagi sekadar profesionalitas dalam pelayanan, tetapi juga kemampuan mereka untuk menampilkan individu yang ramah, inspiratif, dan dekat dengan karakteristik generasi digital.

Pustakawan dapat membangun branding dengan berbicara dengan mudah, santai, tetapi tetap informatif. Misalnya, pustakawan yang dulunya hanya dikenal sebagai pengelola koleksi sekarang dapat berubah menjadi pembicara inovatif di media sosial perpustakaan. Perpustakaan Ismail Marzuki memiliki teknis BIImtek untuk pelatihan pustakawan baru, dan bimbingan langsung kepada pustakawan lama, dengan tema “promosi media digital” seminar ini merupakan pelatihan rutin sebulan sekali awal di lakukan pustakawan baru. Pusat dokumentasi HB Jassin awalnya ditujukan untuk pustakawan baru, tetapi telah diperluas untuk mencakup pustakawan secara keseluruhan. Pelatihan ini memberikan pengetahuan tentang pengelolaan media sosial, komunikasi publik, dan strategi promosi digital. Oleh karena itu, seminar ini menjadi sarana yang sangat penting bagi pustakawan.

Perpustakaan ismail marzuki yang memiliki pustakawan, pustakawan sekarang dilihat bukan hanya sebagai pengelola buku, tetapi sebagai representasi perpustakaan itu sendiri. Bagaimana publik melihat perpustakaan juga dipengaruhi oleh tampilannya, cara mereka berkomunikasi, dan cara mereka memberikan layanan kepada pelanggan. Perpustakaan akan menjadi tempat

yang modern, terbuka, dan bersahabat bagi semua kalangan jika stafnya ramah, informatif (Widayati & Junandi, 2020).

4. Pemasaran

Perpustakaan ismail marzuki, menunjukkan dirinya sebagai tempat yang ramah, modern, dan inklusif dengan menyediakan ruang baca yang nyaman, program literasi yang kreatif, dan layanan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Perpustakaan menjadi tempat bukan hanya untuk membaca tetapi juga untuk belajar dan bersenang-senang. Salah satu pendekatan utama adalah penggunaan media sosial sebagai platform pemasaran online. Instagram, misalnya, digunakan untuk mempromosikan koleksi, Strategi digital yang lebih terbuka digunakan oleh Perpustakaan Ismail Marzuki melalui kerja sama dengan pencipta konten dan praktik repost. Media sosial tidak hanya tempat untuk menyebarkan informasi, tetapi juga alat yang dapat membantu promosi dengan cara yang lebih alami. Kesan keterlibatan yang erat antara perpustakaan dan audiensnya muncul ketika konten dibagikan ulang oleh pengunjung atau kreator. Ini menunjukkan bahwa perpustakaan tidak hanya menyediakan layanan, tetapi juga tempat yang menghargai partisipasi masyarakat.

Media sosial dimanfaatkan dengan baik. Jikapun Anda harus kreatif dalam menyampaikan informasi. Bukan hanya pengumuman resmi, tetapi juga kisah di balik layar, dokumentasi kegiatan, rekomendasi buku, dan tantangan yang dihadapi pengunjung (Rohmiyati, 2018). Interaksi dan konten sangat penting. Admin perpustakaan dapat menggunakan media sosial untuk menanggapi pertanyaan, membalas komentar, atau merepost unggahan pengunjung. Kehadiran pustakawan di ruang digital membuat hubungan yang tidak kaku, tetapi lebih intim. Instagram dipilih karena memudahkan ruang visual karena feed Instagram dan interaksi pengikut Instagram. Selain itu, interaksi ini menunjukkan bahwa perpustakaan hadir untuk memenuhi kebutuhan pengguna dan bukannya hanya menyediakan informasi satu arah. Menyediakan informasi akurat.

Instagram daya tarik informasi membantu orang dan organisasi berinteraksi satu sama lain. Perpustakaan tidak hanya dapat menyampaikan informasi melalui platform ini, tetapi mereka juga dapat berinteraksi dengan pengguna melalui fitur seperti komentar, cerita, pesan langsung (Sahata Sitanggang , 2024). Perpustakaan Ismail Marzuki memilih *Instagram* sebagai branding digital yang meningkatkan persepsi perpustakaan sebagai tempat yang inklusif, kontemporer, dan dekat dengan masyarakat. Pustakawan dapat menunjukkan sisi humanis perpustakaan dengan menyediakan konten kreatif. Perpustakaan dapat digunakan tidak hanya sebagai tempat membaca tetapi juga sebagai tempat untuk kegiatan literasi, seni, dan budaya.

Penggunaan media sosial yang baik juga berarti bahwa Anda dapat menyesuaikan konten dengan audiens Anda. Misalnya, anak-anak atau siswa lebih suka aktivitas literasi kreatif daripada informasi akademik. Dengan melakukan segmentasi. Memberikan ruang sebagai tempat untuk berekspresi dan mengangkat topik penting seperti seni, sastra, dan budaya. Oleh karena itu, hubungan yang terjadi tidak hanya melibatkan transaksi, tetapi juga bekerja sama untuk membuat konten kreatif yang bermanfaat. Media sosial menyajikan Kegiatan publik selalu berusaha untuk sesuai dengan keadaan di lapangan, Ini memberi pelanggan keyakinan bahwa perpustakaan benar-benar memberikan layanan yang ramah, inklusif, dan sesuai kebutuhan Masyarakat, Keyakinan pada promosi juga dibangun melalui interaksi pengguna. (Ummi & Nelisa, 2025)

Praktik saling repost sangat penting untuk meningkatkan word of mouth digital. Setiap unggahan pengunjung yang ditandai ulang oleh akun resmi perpustakaan akan menyebar ke jaringan baru, menghasilkan promosi berantai dari sosial media ke sosial media lainnya. Salah satu langkah strategis yang memberikan keuntungan ganda adalah bekerja sama dengan konten kreator.

5. Manajemen Perpustakaan

Perpustakaan Ismail Marzuki berfungsi sebagai pusat literasi budaya yang modern, inklusif, dan inspiratif. Setiap komponen pengelolaan, baik tata ruang maupun layanan, dirancang untuk memenuhi kebutuhan operasional dan meningkatkan reputasi perpustakaan di mata publik. Ini membuat manajemen melakukan dua hal sekaligus, memastikan bahwa perpustakaan tetap konsisten dengan nilai dan identitas yang akan dibangun. Mengelola koleksi bacaan umum, tetapi juga menyediakan karya-karya sastra, dokumentasi seni, arsip budaya, dan rekaman sejarah, memperkaya identitasnya sebagai pusat literasi budaya. Koleksi ini secara aktif dikelola untuk tetap relevan, termasuk melalui kerja sama dengan lembaga dokumentasi sastra seperti Pusat Dokumentasi H.B. Jassin. Perpustakaan tidak hanya tempat untuk membaca, tetapi juga tempat untuk melestarikan pengetahuan dan kebudayaan Indonesia.

Perpustakaan dipromosikan sebagai rumah budaya karena memiliki koleksi karya tokoh penting seperti Chairil Anwar. Tidak hanya buku puisinya yang dapat diakses. Perpustakaan Ismail Marzuki menggunakan sistem manajemen SDM yang fleksibel dengan pembagian shift kerja dalam pengelolaannya. Ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan berbagai pengunjung sepanjang hari. Perpustakaan tidak hanya mempekerjakan pustakawan tetap, tetapi anak magang juga dipekerjakan oleh manajemen untuk membantu dalam berbagai proses kerja. Ini termasuk membantu dalam pendataan koleksi, memberikan layanan di meja informasi, dan mendukung kegiatan literasi yang diadakan perpustakaan.

Manajemen SDM fleksibel kegunaan meningkatkan motivasi dan produktivitas karyawan. Karyawan merasa lebih dihargai jika mereka memiliki ruang kerja yang lebih fleksibel, seperti pilihan jam kerja, pembagian tugas, atau peluang rotasi. Rasa nyaman ini meningkatkan semangat kerja dan kinerja.

Selain itu, sistem yang fleksibel memungkinkan pembagian peran sesuai kebutuhan, sehingga tenaga kerja tidak menumpuk pada satu. Ini meningkatkan efektivitas penggunaan tenaga kerja. Pengembangan berbagai keterampilan (multi-skill) didukung oleh manajemen SDM yang fleksibel. Selama rotasi atau pergeseran posisi, karyawan memiliki kesempatan untuk belajar berbagai

keterampilan baru, yang membuat mereka lebih siap untuk menghadapi tantangan dan menambah nilai bagi perusahaan.

Meningkatkan daya saing organisasi adalah keuntungan terakhir. Organisasi atau organisasi yang memiliki sumber daya manusia yang fleksibel (Setyawan & Kuswati, 2006) Manajemen SDM fleksibel, untuk mengikuti perkembangan layanan. Pembagian jam kerja atau shift, yang memungkinkan tenaga magang untuk berbagai lini kerja dan pustakawan tetap, menunjukkan fleksibilitas ini. Perpustakaan dapat memberikan layanan terbaik meskipun jumlah pustakawan mereka terbatas.

Anak magang menawarkan dua keuntungan bagi staff di Perpustakaan Ismail Marzuki membantu mereka membagi tugas dan memberikan kesempatan untuk pembelajaran praktis bagi siswa atau pelajar yang tertarik dengan kepustakawan. Perpustakaan dapat mempertahankan kualitas pelayanan meskipun jumlah pustakawan tetap terbatas dengan sistem ini. Selain itu, suasana kerja diperkaya karena pustakawan sering membawa ide segar, terutama dalam teknologi digital dan media.

4.4 Keterkaitan *Branding image* Perpustakaan Ismail Marzuki dengan perspektif islam

Branding image berfokus pada layanan kekuatan citra yang dilihat oleh masyarakat. Gambar merek (Suwito & Wibowo, 2018) mencakup identitas, gambar, dan kesan yang ditangkap masyarakat saat berhubungan dengan perpustakaan. Branding gambar adalah wajah pertama yang menyampaikan nilai, visi, dan karakter. Perpustakaan Ismail Marzuki menciptakan branding yang tidak hanya menampilkan identitas visualnya, tetapi juga memberikan kualitas layanan, arsitektur, dan inovasi yang sesuai dengan tuntutan generasi saat ini. Kesan elegan, modern, dan inklusif yang diberikan oleh arsitektur abu-abu netral yang dirancang oleh Andra Matin membuat ruang nyaman untuk belajar dan berekreasi.

Perpustakaan Ismail Marzuki dala memberikan Layanan seperti podcast, katalog online, dan desain ruang yang dirancang dengan cermat, perpustakaan ini beradaptasi dengan kemajuan teknologi dan kebutuhan generasi digital. Dalam perspektif islam, kenyamanan dibuat untuk khayalak Masyarakat memberikan yang terbaik dengan mendesain arsitektur gedung dan ruang sesuai kebutuhan Masyarakat.

Perpustakaan Ismail Marzuki, dalam desain nya, serta inovasi layanan yang diberikan, dan fasilitas digital mewakili nilai, visi, dan karakter yang ingin disampaikan untuk masyarakat. Hal ini sejalan dengan ayat 267 surah Al-Baqarah, yang menekankan betapa pentingnya memberi dari hasil usaha terbaik daripada sesuatu yang tidak berharga. Ini berarti bahwa semua organisasi, termasuk perpustakaan, harus memberikan kualitas yang baik sebagai tugas moral dan ibadah.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذْ نَفَقُوا مِنْ طَبِيعَتِهِنَّ مَا كَسَبُوكُمْ وَمَمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۚ وَلَا تَيَمَّمُوا
الْحَبِيبَتِ مِنْهُ شَفَقُونَ ۖ وَلَا سُنُنُ بِالْأَخْدِيَةِ ۚ إِلَّا أَنْ تُعْمَصُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya : Wahai orang-orang beriman infakkanlah Sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan Sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali degan memicingkan mata (enggan) terhadapnya, ketahuilah bahwa Allah mahakaya lagi maha terpuji.
(Q.S Al-Baqarah : 267)

Menjaga koleksi yang dilakukan adalah upaya untuk mempertahankan warisan asli dan mengembangkannya agar dapat terus bermanfaat bagi Masyarakat. Arsip, koleksi buku dongeng, majalah, novel dll sebagai informasi dimanfaatkan para pemustaka. Dalam penjelasan ayat ini, kegiatan "*branding image*" ditujukan kepada perpustakaan untuk memberikan layanan dan koleksi yang berkualitas tinggi serta promosi yang jujur dan profesional. Perpustakaan memastikan bahwa kualitas dan keuntungan yang ditawarkan oleh *branding* benar-benar ditampilkan (Qur'an Kemenag, 2019).

Surat Al-Baqarah ayat 267 ini menunjukkan bahwa Perpustakaan berdedikasi untuk menyediakan pengalaman literasi yang berkualitas tinggi melalui fasilitas modern yang mudah diakses dan pelayanan yang ramah dan inklusif. Perpustakaan Ismail Marzuki lebih dari sekadar ruang baca; itu menawarkan suasana yang menyenangkan untuk menikmati literasi sambil memadukan warisan budaya dengan kebutuhan generasi digital. Semua ini disediakan tanpa biaya, sehingga semua orang dapat menikmatinya.

Memasarkan atau mempromosikan produk (hasil usaha) perpustakaan harus dilakukan dengan kualitas terbaik karena tidak boleh menipu; branding perpustakaan harus dipromosikan untuk kepentingan edukatif, inspiratif, dan tidak hanya meningkatkan nilai kunjungan. Produk yang dipromosikan tidak boleh curang dalam menyediakan barang dan jasa. karena ketidakjelasan dilarang.

حَدَّثَنَا مُحْرِزُ بْنُ سَلَمَةَ الْعَدَنِيُّ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ عَنْ عُبَيْدِ اللَّهِ عَنْ أَبِي الزِّنَادِ عَنْ
الْأَعْرَجِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ وَعَنْ بَيْعِ الْحَصَاءِ

Artinya : Telah menceritakan kepada kami [Muhriz bin Salamah Al 'Adani] berkata: telah menceritakan kepada kami [Abdul Aziz bin Muhammad] dari [Ubaidullah] dari [Abu Az Zinad] dari [Al A'raj] dari [Abu Hurairah] ia berkata: "Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam melarang jual beli gharar (menimbulkan kerugian bagi orang lain) dan jual beli hashah." (HR. Ibnu Majah 2185)

Hadis diatas menunjukkan bahwa mencegah adanya penipuan dengan membuat sesuatu yang di jual atau di promosikan menjadi tidak jelas. Jual beli seperti ini didefinisikan sebagai jual beli yang diharamkan dan termasuk jual beli jahiliyah. Yang kemudian dijelaskan nya bahwa harusnya ada keridhaan atas apa yang diperjual belikan. Keabsahan jual-beli salah satunya dengan syarat tidak ada unsur paksaan, jika terpaksa maka jual beli tidak sah.

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مَنْكُمْ وَلَا
تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-Nisā' : 29)

Tafsir Tahlili menjelaskan bahwa pengertian tersebut larangan memakan harta orang lain. Berdagang atau berjual beli harta diizinkan dengan dasar kerelaan kedua belah pihak tanpa suatu paksaan. Karena jual beli yang dilakukan secara paksa tidak sah, meskipun ada pembayaran atau pengganti. Dalam upaya untuk memperoleh kekayaan, tidak boleh ada tindakan yang zalim terhadap orang lain, baik masyarakat maupun individu. tindakan untuk mendapatkan harta secara tidak sah, seperti mencuri, riba, berjudi, korupsi, menipu, berbuat curang, mengurangi timbangan, suap-menuap,

Keterkaitan pada hasil penelitian menekankan betapa pentingnya untuk melakukan hal-hal yang baik, jujur, dan bermanfaat bagi masyarakat daripada hal-hal yang buruk atau menipu. Karena itu, promosi perpustakaan berarti lebih dari sekadar meningkatkan jumlah pengunjung; itu berarti menyediakan koleksi dan layanan berkualitas tinggi yang memiliki nilai edukatif dan inspiratif. Prinsip transparansi Islam, seperti larangan gharar (jual beli yang tidak jelas atau tidak jelas).

Perpustakaan Ismail Marzuki memiliki tugas strategis untuk melindungi dan menghidupkan warisan budaya. Perpustakaan tidak hanya menyimpan koleksi, tetapi juga berfungsi sebagai pusat budaya dan literasi yang merekam dan menyebarkan nilai-nilai luhur. Dalam QS. An-Nahl ayat 123 :

ثُمَّ أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ أَنِ اتَّبِعْ مِلَّةَ ابْرَاهِيمَ حَنِيفًا ۝ وَمَا كَانَ مِنَ الْمُشْرِكِينَ

“Kemudian, Kami wahyukan kepadamu (Nabi Muhammad), “Ikutilah agama Ibrahim sebagai (sosok) yang hanif dan tidak termasuk orang-orang musyrik.”

Amanah ini dilaksanakan oleh Perpustakaan Ismail Marzuki melalui berbagai program yang menghidupkan literasi dan melestarikan seni, Sejarah dan kebudayaan. Pada Surat An-Nahl ayat 123 ini menunjukkan bahwa perpustakaan berupaya langsung untuk tetap melestarikan apa yang sebelumnya ada seperti peristiwa Nabi Muhammad Sallallahu Alaihi Wa Salam dalam penyebaran ajaran agama, yang merupakan ajaran dari agama-agama terdahulu diliat dari dakwah Nabi Ibrahim Alaihi salam.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian tentang *branding image* Perpustakaan Ismail Marzuki, dapat disimpulkan bahwa perpustakaan telah mengupayakan membangun citra yang kuat sebagai lembaga literasi dan budaya yang inklusif, kontemporer, dan relevan dengan perkembangan zaman. Meski demikian dalam proses membranding belum dikatakan berhasil dan masih diupayakan untuk menjadi Perpustakaan Ismail Marzuki Dari indikator teori sahli yaitu gedung arsitektur Perpustakaan Ismail Marzuki desain yang dikemas dengan material kayu dan warna abu-abu memberikan kesan hangat dan modern. Identitas visual ini bukan hanya memperkuat karakter perpustakaan, tetapi juga lebih menarik pengunjung karena ruang yang dirancang dengan baik, menarik, dan berfokus pada pengalaman pengguna. Sumber daya dan layanan informasi yang tersedia adalah kunci keberhasilan berikutnya. Perpustakaan dipandang sebagai penyedia informasi yang akurat, tepercaya. Layanan yang disesuaikan kebutuhan pemustaka ruang podcast, sistem COD peminjaman buku, dan naskah karya sastra yang sudah cukup usang yang disimpan baik di pusat dokumentasi sastra untuk nantinya dipinjam dan dibaca. Branding pustakawan didasarkan pada fungsi mereka sebagai representasi identitas dan nilai perpustakaan. Meski masih perlunya pelatihan masing-masing para pustakawan untuk lebih mendukung peran pustakawan dalam kesesuaian akreditasi, Dengan begitu adanya pelatihan serta seminar terkhusus bagi pustakawan baru. Manajemen perpustakaan dan strategi pemasaran yang berhasil juga mendukung keberhasilan branding. Sosial media yang digunakan untuk media promosi dinilai lebih layak dibandingkan media sosial lainnya, karena mendukung visualisasi kegiatan yang akan di promosikan memudahkan akses audiensi dan admin sosial media. Repost dan posting story. Kegiatan komunitas dan promosi Instagram meningkatkan visibilitas perpustakaan dan meningkatkan jangkauan audiens. Dan manajemen perpustakaan memerlukan 3 shift kerja dilakukan untuk memastikan layanan perpustakaan upaya manajemen perpustakaan.

5.2 Saran

Berdasarkan pada Kesimpulan, Adapun saran yang di berikan Adalah sebagai berikut :

1. Peningkatan pustakawan sebagai pustakawan yang aktif dengan diadakannya penguatan kompetensi untuk membantu para pustakawan mampu mengikuti perkembangan layanan. Seperti pelatihan berkala tidak hanya untuk pustakawan baru, tetapi pelatihan berkala dan serentak untuk mendukung keberlangsungan pemustaka dan pustakawan dalam penyediaan, pelayanan informasi.
2. Dibutuhkan pengawasan mentoring untuk pustakawan lama yang mengikuti pelatihan rutin juga untuk pustakawan baru. Kolaborasi internal *sharing session* pemahaman dan diskusi terkait yang dibutuhkan untuk perpustakaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmadi, A., Laksitarini, N., & Nabila, G. P. (2020). Preferensi Pengunjung Mahasiswa Generasi Z Masa Kini Terhadap Atribut Learning Space di Perpustakaan Akademik. *ARSITEKTURA*, 18(1), 109. <https://doi.org/10.20961/arst.v18i1.40967>
- Ala-Heikkilä, V., & Järvenpää, M. (2023). Management accountants' image, role and identity: Employer branding and identity conflict. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 20(3), 337–371. <https://doi.org/10.1108/QRAM-04-2021-0064>
- Apriani, D., Inmitizal, S., & Yusuf, R. (2024). *Pengaruh Branding Influencer terhadap Brand Image pada Perusahaan Astiga Leather*. 2(1).
- Araújo, J., Pereira, I. V., & Santos, J. D. (2023). The Effect of Corporate Social Responsibility on Brand Image and Brand Equity and Its Impact on Consumer Satisfaction. *Administrative Sciences*, 13(5), 118. <https://doi.org/10.3390/admsci13050118>
- Fadhli, R., Indah, R. N., Widya, N., & Oktaviani, W. (2020). STRATEGI PERPUSTAKAAN SEKOLAH DASAR DALAM MENGELOMONGKAN EMOTIONAL BRANDING MELALUI STORYTELLING. *JMIE (Journal of Madrasah Ibtidaiyah Education)*, 4(1), 68. <https://doi.org/10.32934/jmie.v4i1.172>
- Handayani, R. (2015). *PERSONAL BRANDING PUSTAKAWAN DI PERPUSTAKAAN*. 7(1).
- Majidah, M., Hasfera, D., & M. Fadli, M. F. (2019). PENGGUNAAN WARNA DALAM DISAIN INTERIOR PERPUSTAKAAN TERHADAP PSIKOLOGIS PEMUSTAKA. *RISTEKDIK: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 4(2), 95. <https://doi.org/10.31604/ristekdik.2019.v4i2.95-106>
- Munazar, R., & Budiman, L. (2022). BRANDING PERPUSTAKAAN KEBUN RAYA BOGOR SEBAGAI STRATEGI MARKETING UNTUK LEBIH DIKENAL. *Journal of Documentation and Information Science*, 5(2), 77–83. <https://doi.org/10.33505/jodis.v5i2.181>
- Nurhayati, A. (2018). Perkembangan Perpustakaan dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat. *UNILIB : Jurnal Perpustakaan*, 9(1). <https://doi.org/10.20885/unilib.vol9.iss1.art3>

- Rachmat, I. (2023). *STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN PADA PT. TELKOMSEL TBK.* 3.
- Rahmadanita, A. (2022). Library Promotion by Governance Institute of Home Affairs (GIHA) Library: An Overview. *Indonesian Journal of Librarianship*, 47–60. <https://doi.org/10.33701/ijolib.v3i1.2847>
- Rohmiyati, Y. (2018). Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media. *Anuva*, 2(1), 29. <https://doi.org/10.14710/anuva.2.1.29-42>
- Sahata Sitanggang, A., Naufal Nazhif, D., Harits Ar-Razi, M., & Anugrah Febrian Buaton, M. (2024). Efektivitas Strategi Digital Marketing di Media Sosial: Studi Kasus Facebook, Instagram, dan Tiktok Generasi Z. *MASMAN: Master Manajemen*, 2(3), 233–241. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i3.489>
- Saifuddin, A. (2022). “BELI KOPI” MEMBANGUN BRAND IMAGE MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 02(01).
- Seturi, M., & Urotadze, E. (2017). About Marketing Process Model and Relationship Marketing. *BOOK OF ABSTRACTS*.
- Setyawan, A. A., & Kuswati, R. (2006). *TEKNOLOGI INFORMASI DAN REPOSISSI FUNGSI MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA*. 10(1).
- Srimulyo, K., & Mardiyah, A. (2020). Pengaruh Emotional branding Terhadap Loyalitas Konsumen (Customer Loyalty) di Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya. *JPUA: Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga: Media Informasi dan Komunikasi Kepustakawanan*, 10(2), 66. <https://doi.org/10.20473/jpua.v10i2.2020.66-82>
- Sumaryati, N., Yusup, P. M., Khadijah, U. L. S., & Suminar, J. R. (2022). Kecerdasan emosional pustakawan dalam manajemen konflik di perpustakaan perguruan tinggi di Karawang. *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 18(1), 73–85. <https://doi.org/10.22146/bip.v18i1.3956>
- Suryana, A., Sua, J., & Phua, G. (2021). *PENTINGNYA MEMBACA BUKU BAGI GENERASI BARU DI ERA TEKNOLOGI BERSAMA KOMUNITAS AYOBACABATAM*. 3.

- Suwito, A. R., & Wibowo, N. M. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, IMAGE DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPERASI KAREB BOJONEGORO.*
- Triono, A., Setiawan, A. P., & Siwalankerto, J. (2018). *Perancangan Bangunan Interior Sekolah Menengah Atas Kolese Santo Yusup Malang.* 6(2).
- Ummi, H., & Nelisa, M. (2025). *Evaluasi Program Inklusi Sosial Berbasis Model Kirkpatrick pada Layanan Perpustakaan dan Kearsipan.* 8.
- Widayati, R. W., & Junandi, S. (2020). Membuat abstrak peluang Pustakawan dalam meningkatkan profesionalitas untuk memenuhi kebutuhan informasi Pemustaka. *Media Informasi*, 29(1), 116–127.
<https://doi.org/10.22146/mi.v29i1.4013>
- Wulandari, S. (2023). Strategi Komunikasi Yayasan Puteri Indonesia Dalam Memperkuat Hubungan Dengan Media Untuk Menjaga Citra Positif. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2).

Lampiran

Lampiran 1 Transkrip Wawancara

Wawancara Informan TW, Mei 2025

Peneliti Jelaskan terkait branding Perpustakaan Ismail Marzuki ?

Narasumber Perpustakaan Ismail Marzuki perpustakaan umum yang kemudian berfungsi sebagai pusat literasi dan kebudayaan dengan konsep yang modern dan inklusif. Perpustakaan rekreasi perpustakaan yang tidak hanya Genz saja untuk pemenuhan kebutuhan yang mana perpustakaan umum disini dimaksudkan untuk semua kalangan.

Peneliti Bagaimana maksud perpustakaan rekreasi ?

Narasumber Perpustakaan Rekreasi, untuk semua kalangan dan untuk rekreasi keluarga, tidak hanya membaca tapi juga sambil bermain ditemani oleh peran kedua orang tua, orang tua bisa menemani anak-anaknya di ruang anak lantai 3.

Peneliti Rancangan Arsitektur gedung perpustakaan ismail marzuki ?

Narasumber Dirancang dari inspirasi lagu Ismail Marzuki yang judulnya Rayuan pulau kelapa, not balok dari lagu tersebut kemudian dipilih dan dirancang menjadi bagian gedung atau luar gedung perpustakaan ismail marzuki itu sendiri.

Peneliti Keberagaman Sumber Daya Layanan Informasi menyesuaikan dengan perkembangan zaman ?

Narasumber Adanya keterampilan yang ditampilkan dari mulai rak yang disusun rapi warna warni dan macam-macam.

Peneliti Latar belakang Perpustakaan Ismail Marzuki menjadi pusat sastra ?

Narasumber Pusat dokumentasi sastra, awalnya hanya bagian dari taman ismail marzuki, dan kemudian banyak sastra seperti naskah yang sudah lumayan usang kita inisiatif mau bentuk juga di resmikan dan tentunya formal untuk bisa disebarluaskan menjadi koleksi Perpustakaan Ismail Marzuki.

Peneliti	Jangkauan Pemenuhan Kebutuhan koleksi dan Informasi kepada pemustaka ?
Narasumber	kebutuhan literasi, media cetak untuk informasi terkait kami punya JAKI untuk informasi apapun, aplikasi tersebut seperti banner online nya, pampflet yang diunggah untuk pendaftaran lomba-lomba yang diadakan di Perpustakaan Ismail Marzuki
Peneliti	Citra Pustakawan apakah mempengaruhi branding Layanan dan informasi itu sendiri ?
Narasumber	Tidak cukup berpengaruh namun keramahan yang diberikan cukup mengesankan semua pengunjung, tetapi cukup disitu saja pustakawan sebenarnya semua harus sanggup dan mampu menjadi pustakawan tapi untuk pembenahan buku sesuai nomor buku kadang tidak begitu bermain peran dan dibutuhkan nya pustakawan yang sesuai lulusan perpustakaan dan arsip. Biasanya seperti itu. Dan jika selain pustakawan mampu pada bidang pustakawan itu sendiri mereka para staff dan anak pkl dan magang bisa dan sanggup untuk Latihan paling lama 1 bulan untuk paham, sebenarnya rapi saja tidak cukup untuk pembenahan buku. Karena ketelitian diperlukan karena pengunjung memang tidak mencari secara acak dan tau urutan buku meski tidak detail. Contoh buku-buku pengetahuan planet, atau anak, perpaduan tersebut bisa cukup signifikan dan pencarian langsung ke rak akan memudahkan dan pengunjung cukup paham, karena jika berantakan pasti membingungkan pengunjung/pemustaka.
Peneliti	Apa Sosial media yang digunakan untuk promosi perpustakaan ismail marzuki ?
Narasumber	Kami memilih Instagram. Secara visual lebih memungkinkan dan di tiktok kami juga ada, dan twitter. Promosi dilakukan di Instagram karena interaksi audiens yang memudahkan mulai repost posting, di fitur sorotan/highlight banyak tersebar kegiatan.
Peneliti	Bagaimana Manajemen Perpustakaan Ismail Marzuki ?
Narasumber	pertama untuk shift kerja ada 3, awalnya 2 karena saat hanya ada 2 shift kunjungan cukup banyak dan tidak kondusif, karyawan jadi harus pulang lebih lama dari jam pulang biasanya. Diadakan shift 3

ada perpustakaan malam, kegiatan membaca buku dan konse perpustakaan yang diadakan.

Wawancara Informan D, Mei 2025

Peneliti Jelaskan terkait branding perpustakaan ismail marzuki ?

Narasumber Perpustakaan Ismail Marzuki dikenal karena pusat dokumentasi sastra. Dokumentasi sastra nya yang cukup terkenal banyak para mahasiswa seni yang menjadikan Perpustakaan Ismail Marzuki menjadi tempat berkumpul dan bermain. Mahasiswa seni dari Institut Kesenian Jakarta. Mulai dari bangunan yang terbilang cukup artistik. Seorang arsitektur Bernama Andra Matin yang mendesain bangunan dari representasi not balok lagu rayuan pulau kelapa karya Ismail Marzuki. Pemilihan lagu *Rayuan Pulau Kelapa* sebagai sumber inspirasi mencerminkan upaya mengabadikan karya Ismail Marzuki dalam bentuk arsitektur. Not balok dalam lagu tersebut diterjemahkan secara simbolik ke dalam elemen-elemen desain bangunan. Garis, ritme, dan komposisi musical diolah menjadi bentuk visual yang dapat dirasakan secara kasatmata. Dengan demikian, musik tidak hanya didengar, tetapi juga “dibaca” melalui ruang. Dalam penerapannya, Matin mengolah notasi musik sebagai dasar pembentukan massa bangunan. Bangunan yang dibuat dari bentuk Irama lagu diterjemahkan ke dalam susunan ruang yang dinamis, tidak kaku, dan mengalir. Setiap bagian bangunan seakan memiliki tempo dan jedanya sendiri, sebagaimana struktur sebuah komposisi musik. Hal ini menciptakan pengalaman ruang yang unik bagi pengunjung.

Peneliti Bagaimana maksud perpustakaan rekreasi ?

Narasumber perpustakaan tidak hanya tempat bermain, banyak kunjungan untuk anak sekolah khususnya room tour kegiatan seru menunjukkan hal-hal yang menarik untuk dibahas, membahas dongeng, buku cerita dan ada seminar tentang mental health untuk kegiatan anak-anak SMP dan Siswa/siswi SMA .

Peneliti Rancangan Arsitektur gedung perpustakaan ismail marzuki ?

Narasumber Rancangan Andra Matin arsitektur yang terkenal karena bangunan Perpustakaan Ismail Marzuki memilih desain artistik dengan dominar abu pada bagian ekterior gedung.

Peneliti	Keberagaman Sumber Daya Layanan Informasi menyesuaikan dengan perkembangan zaman ?
Narasumber	Disesuaikan melalui kebutuhan masing-masing karena Perpustakaan Ismail Marzuki sendiri tidak dominan dari usia genZ saja, tapi dari seluruh kalangan, meski tidak sepenuhnya mereka membaca kegiatan lainnya karena ada pemenuhan seminar anak-anak sekolah yang memang kegiatan dari sekolah untuk memperkenalkan budaya jakarta.
Peneliti	Latar belakang Perpustakaan Ismail Marzuki menjadi pusat sastra ?
Narasumber	Pusat sastra dulu Sebagian hanya sastra-sastra WS Rendra dan HB Jassin namun karena Sebagian luas cukup dikenal untuk menjadi pusat sastra, Perpustakaan Ismail Marzuki kemudian mengumpulkan naskah yang sudah cukup usang untuk dirawat dan dijadikan digital. Perpustakaan Ismail Marzuki memiliki Pusat Dokumentasi Sastra ruang PDS Dimana semua jenis sastra yang sudah hampir rusak dengan umur yang cukup lama kemudian di rawat. Hanya boleh dipinjam ditempat tidak bisa dibawa pulang. Naskah sastra mulai dari karya Chairil Anwar, NH.Dini, HB Jassin, Joko Pinurbo, dan masih banyak lagi.
Peneliti	Jangkauan Pemenuhan Kebutuhan koleksi dan Informasi kepada pemustaka ?
Narasumber	Jangkauannya cukup luas sistem peminjaman juga bisa COD tapi tidak berbayar hanya menunjukkan akun sebagai anggota perpustakaan saja. Hanya berbayar nya untuk pengiriman kurir yang mengantar saja.
Peneliti	Citra Pustakawan apakah mempengaruhi branding Layanan dan informasi itu sendiri ?
Narasumber	Kurang berpengaruh, karena sama saja seperti pustakawan pada umumnya.
Peneliti	Apa Sosial media yang digunakan untuk promosi perpustakaan ismail marzuki ?

Narasumber Sosial media kami memiliki tiktok, Instagram dimanfaatkan terutama sebagai sarana promosi untuk menyampaikan informasi kegiatan, layanan, dan citra visual perpustakaan. Konten yang ditampilkan dirancang menarik agar mampu membangun ketertarikan dan kesan positif di mata pengikut. Sementara itu, TikTok digunakan untuk menghadirkan konten yang lebih ringan, kreatif, dan sesuai dengan tren generasi muda. Melalui kedua platform tersebut, perpustakaan berupaya menyesuaikan diri dengan pola konsumsi media masyarakat saat ini. Strategi ini menunjukkan adanya adaptasi terhadap pengunjung.

Peneliti Bagaimana Manajemen Perpustakaan Ismail Marzuki ?

Narasumber pertama untuk shift kerja ada 3, awalnya 2 karena ketika hanya ada 2 shift kunjungan cukup banyak dan tidak kondusif, 2 shift kerja sampai jam 20.00 saja saat itu, sejak ada 3 shift kerja jadinya sampai jam 22.00 malam bahkan sampai jam 23.00. Diadakan 3 shift kerja karena ada kegiatan rutin perpustakaan malam, meski saat 2 shift kerja juga ada kegiatan perpustakaan malam. Kegiatan tersebut berupa kegiatan membaca buku seperti biasanya dan konser perpustakaan yang diadakan. 3 shift kerja mulai tahun 2024 bulan desember.

Wawancara Informan MA, Mei 2025

Peneliti Jelaskan terkait branding Perpustakaan Ismail Marzuki ?

Narasumber Perpustakaan Ismail Marzuki sangat dikenal sebagai perpustakaan genZ meski begitu tidak dipungkiri masih ada kalangan lain yang berkunjung dan termasuk rata. Semua kalangan ada. Dikenal juga karena Perpustakaan seni karena banyak pameran di ruang museum nya di lantai dasar. Selain berkunjung untuk membaca buku kadang ada pameran seni karya tulisan-tulisan dan lukisan.

Peneliti Bagaimana maksud perpustakaan rekreasi ?

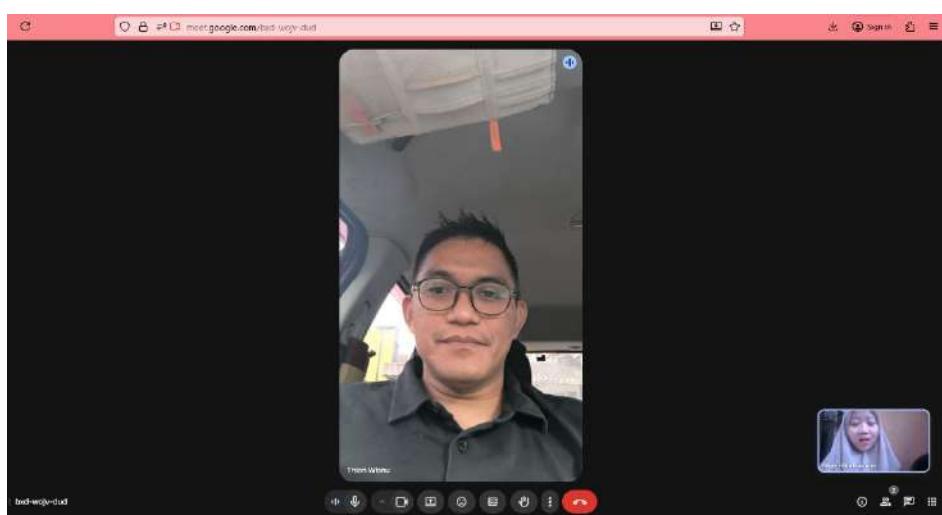
Narasumber Perpustakaan Rekreasi, untuk semua kalangan dan untuk rekreasi keluarga, tidak hanya membaca tapi juga sambil bermain ditemani oleh peran kedua orang tua, orang tua bisa menemani anak-anaknya di ruang anak lantai 3.

Peneliti Rancangan Arsitektur gedung perpustakaan ismail marzuki ?

Narasumber	Rancangan dibuat dominan abu memberikan nuansa damai. Penambahan aksen kayu dibagian interior gedung, didalam gedung ditangga bagian dalam.
Peneliti	Keberagaman Sumber Daya Layanan Informasi menyesuaikan dengan perkembangan zaman ?
Narasumber	Tidak hanya koleksi tapi juga ruangan yang paling banyak diminati yaitu ruangan podcast. Memang banyak acara, banyak kegiatan untuk ngobrol Santai mengundang pembicara terkenal kalangan anak muda dan remaja remaja tentunya. Waktu itu ngundang Xaviera dikena l karena ketekunan nya saat belajar dan mandiri nya jadi anak Rantau kuliah di luar negeri.
Peneliti	Latar belakang Perpustakaan Ismail Marzuki menjadi pusat sastra ?
Narasumber	Perpustakaan Ismail Marzuki membentuk pusat dokumentasi menjadi teorganisir agar karya sastrawan tertata rapi dan tidak mengurangi nilai dari karya awal dibuat. Paling terkenal itu karya Chairil Anwar puisi “aku Binatang jalang”.
Peneliti	Jangkauan Pemenuhan Kebutuhan koleksi dan Informasi?
Narasumber	Perpustakaan Ismail Marzuki membentuk pusat dokumentasi menjadi teorganisir agar karya sastrawan tertata rapi dan tidak mengurangi nilai dari karya awal dibuat. Paling terkenal itu karya Chairil Anwar puisi “aku Binatang jalang”.
Peneliti	Citra Pustakawan apakah mempengaruhi branding Layanan dan informasi itu sendiri ?
Narasumber	Kurang berpengaruh, selebihnya sama saja seperti perpustakaan lain pada umumnya. sebagaimana standar yang lazim ditemui di berbagai perpustakaan. Koleksi dan fasilitas yang ada belum sepenuhnya memberikan pembeda yang kuat. Pengalaman pengguna pun cenderung terasa serupa dengan perpustakaan konvensional. Inovasi yang dihadirkan belum menyentuh seluruh aspek pengelolaan dan pelayanan. Akibatnya, citra unik yang diharapkan belum sepenuhnya terbentuk secara menyeluruh.

Peneliti	Apa Sosial media yang digunakan untuk promosi perpustakaan ismail marzuki ?
Narasumber	Sosial media kami memiliki tiktok, Instagram. Tapi untuk media promosi kami menggunakan Instagram karena kemudahan interaksi dengan audiens.
Peneliti	Bagaimana Manajemen Perpustakaan Ismail Marzuki ?
Narasumber	Untuk shift kerja kami butuhkan ada 3, awalnya 2 karena ketika hanya ada 2 shift kunjungan cukup banyak dan tidak kondusif.

Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian





Lampiran 3 Cek Turnitin

Proposal 210607110012 REVISI rev X +

ls/Proposal%20210607110012%20REVISI%20revisi.pdf

- + ☰ 105 of 111

1586_qQUc8RLMdeEcDNT02fk.pdf

ORIGINALITY REPORT

13%
SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1 etheses.uin-malang.ac.id	1231 words — 6%
2 repository.raidenintan.ac.id	208 words — 1%
3 www.pembebas.com	163 words — 1%
4 digilib.uin-suka.ac.id	42 words — < 1%
5 repository.ub.ac.id	41 words — < 1%
6 eprints.unm.ac.id	39 words — < 1%
7 eprints.ums.ac.id	38 words — < 1%
8 www2.mdpi.com	38 words — < 1%
9 repository.unTAG-sby.ac.id	37 words — < 1%
10 www.scribd.com	37 words — < 1%