

ABSTRAK

Nama : Aulia Rahmaning Tyas
Program Studi : Perpustakaan dan Sains Informasi Program Sarjana
Judul Skripsi : Implementasi Konsep *Emotional Branding* Perpustakaan Goethe-Institut Jakarta dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Kebudayaan Jerman bagi *Digital Natives*

Goethe-Institut merupakan organisasi nirlaba yang mempromosikan Bahasa Jerman melalui pertukaran relasi antarbudaya. Goethe-Institut memiliki perpustakaan yang berperan sebagai gerbang informasi utama. Perpustakaan Goethe-Institut memiliki visi menyediakan informasi teraktual mengenai Jerman, baik berupa koleksi buku, musik maupun film yang sedang populer. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis penerapan konsep promosi *emotional branding* di Perpustakaan Goethe-Institut Jakarta dalam memenuhi kebutuhan informasi kebudayaan Jerman bagi *digital natives*. Teknik pengambilan sampel menggunakan cara *non-probability sampling* berupa *purposive sampling* dengan pertimbangan pemustaka dengan kriteria usia <18 - 50 tahun yang terbiasa menggunakan gawai sehingga dapat mengisi survei secara daring. Konsep promosi *emotional branding* menurut Gobe memiliki empat pilar, yaitu hubungan, pengalaman pancaindra, imajinasi, dan visi. Konsep ini membawa kepribadian baru bagi merek dengan cara membina hubungan kuat dengan masyarakat secara personal. *Emotional branding* pada perpustakaan berarti meningkatkan penggunaan jasa untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat pemakai, dan meningkatkan komitmen terhadap produk jasa bagi yang digunakan. Perpustakaan Goethe-Institut Jakarta menerapkan konsep promosi *emotional branding* yang mengutamakan pada pengalaman pancaindra berupa beragamnya media interaktif pembelajaran Bahasa Jerman.

Keyword : *emotional branding*, kebutuhan informasi, kebudayaan Jerman, *digital natives*