

# **PEMBENTUKAN *PERSONAL BRANDING MUSEUM AMBASSADOR***

**OLEH**

**DUTA MUSEUM DIY 2020**

Zhajana La Risky Arnoldy

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

## **Abstrak**

Saat ini, berbagai kemampuan pengembangan diri sangat dibutuhkan untuk menghadapi tantangan perkembangan zaman. Berbagai kegiatan dan pekerjaan membutuhkan latar belakang tata krama dan ciri khas yang ada dalam diri personal untuk dapat menarik lawan bicara atau mengubah persepsi seseorang. *Personal branding* saat ini menjadi kebutuhan mendasar untuk menarik minat publik. *Personal branding* merupakan kegiatan untuk menguatkan diri dan membentuk persepsi positif di masyarakat. Tujuan penelitian ini akan adalah untuk meneliti bagaimana proses pembentukan *personal branding* yang dilakukan oleh Duta Museum DIY kepada museum *ambassador*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dengan subyek penelitian melalui teknik *purposive sampling* berfokus kepada *key person* dalam Duta Museum DIY. Penelitian ini menggunakan teori delapan konsep pembentuk *personal branding* yang dikemukakan oleh Peter Montoya. Hasil penelitian adalah duta museum membentuk *personal branding* pada museum *ambassador* untuk tujuan kegiatan pendampingan dan edukasi museum kepada masyarakat. Melalui penyampaian kegiatan dan berusaha terlihat secara kontinyu kepada publik merupakan kunci *personal branding* museum *ambassador* untuk dapat diterima melalui relevansi yang dilakukan kepada berbagai elemen masyarakat.

**Kata Kunci : *Personal Branding, Museum Ambassador, delapan konsep pembentukan personal branding Peter Montoya***

**THE ESTABLISHMENT OF AMBASSADOR MUSEUM PERSONAL  
BRANDING BY DUTA MUSEUM DIY 2020**

Zhajana La Risky Arnoldy

Mercu Buana University Yogyakarta

[Zhajanalarisky1@gmail.com](mailto:Zhajanalarisky1@gmail.com)

**Abstrak**

*Currently, various self-development abilities are needed to face the challenges of the times. Various activities and jobs require a background of manners and personal characteristics to be able to attract the interlocutor or change one's perception. Personal branding is currently a basic need to attract public interest. Personal branding is an activity to strengthen oneself and form a positive perception in society. The purpose of this research was to examine how the process of forming personal branding was carried out by the Duta Museum DIY to the ambassador of the museum. The method used in this research is descriptive qualitative. With the research subject through purposive sampling technique focusing on the key person in Duta Museum DIY. This study uses the theory of eight personal branding concepts proposed by Peter Montoya. The result of the research is that museum ambassadors form personal branding on museum ambassadors for the purpose of mentoring and educating the museum to the public. Through delivering activities and trying to be seen continuously to the public is the key to personal branding for museum ambassadors to be accepted through relevance to various elements of society.*

***Keywords : Personal Branding, Museum Ambassador, Peter Montoya's eight personal branding concepts***