

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Dalam proses pembentukannya, *personal branding* yang dibentuk oleh duta museum DIY tahun 2020 kepada museum *ambassador* masih belum optimal. Hal ini didasarkan teori pembentukan elemen dasar pembentuk serta melalui delapan konsep pembentukan *personal branding* teori peter montoya. Pada elemen dasar pembentuk *personal branding*. Kekhasan yang dibangun mengutamakan kekhasan yang ada berdasarkan penggalian potensi diri serta penampilan diri baik dari ujung rambut hingga ujung kaki. Kemudian dikombinasikan dengan ciri khas duta museum yang mengedepankan pembawaan budaya terkhusus budaya jawa. Kekhasan yang terbangun pada museum *ambassador* mengandalkan aspek *beauty*. Sehingga tidak dipungkiri bahwa duta museum memang membutuhkan orang – orang yang dapat menarik perhatian melalui pandangan pertama.

Sejatinya, kekhasan tidak hanya mengutamakan *beauty* tetapi harus juga mengutamakan *brain & behaviour*. Kemudian relevansi yang selama ini dibangun adalah berusaha untuk tampil relevan terhadap perubahan masyarakat. Hal ini sudah baik dilakukan dan harus terus dilakukan. Relevansi dapat dinilai berhasil atau tidak melalui animo kegiatan serta interaksi yang dilakukan melalui media sosial khususnya *instagram*. Duta museum secara konsisten melakukan pembentukan *personal branding* kepada para museum *ambassador* secara kontinyu.

Konsistensi yang dipertahankan adalah tetap tampil apa adanya yaitu secara natural. Selain itu juga harus dituntut untuk berkelakuan baik walaupun saat tidak bertugas sebagai duta dan museum *ambassador*. Hal ini bertujuan agar tidak timbul spekulasi yang beredar di masyarakat mengenai kegiatan privat dan personal yang dikhawatirkan akan mengganggu identitas dan citra sebagai museum *ambassador*. Kemudian dalam delapan konsep pembentuk *personal branding* Peter Montoya, duta museum membentuk museum *ambassador* untuk membentuk dirinya spesial, berbeda dari orang lain. Dalam membentuk spesialisasi ini, ditekankan untuk melakukan penggalian potensi diri yaitu minat bakat dengan tujuan agar publik memahami dan mengenal melalui keahlian serta kepribadian yang ditonjolkan.

Pada konsep kepemimpinan, kredibilitas penting agar masyarakat dan museum meyakini dan memahami peran dari museum *ambassador*. Karena menjadi museum *ambassador* tentu juga diberikan tanggung jawab untuk ikut serta mengelola museum. Kemudian kepribadian yang dibentuk sebagai museum *ambassador* terdapat dua pembentuk kepribadian utama, yaitu kepribadian yang dibentuk oleh lingkungan museum yang harus menyesuaikan dengan identitas dan karakter museum. Kemudian kepribadian yang terbentuk melalui proses adaptasi yang dilakukan oleh para anggota *ambassador*. Secara general, kepribadian duta museum adalah memperlihatkan anak muda yang mencintai budaya dan sejarah. Dalam duta museum tentunya terdapat banyak perbedaan dalam lingkup internal.

Duta museum melihat perbedaan latar belakang profesi menjadi sebuah kekuatan untuk melakukan kedekatan kepada berbagai elemen masyarakat. Kemudian museum *ambassador* juga perlu untuk terlihat secara kontinyu oleh publik. Terlihat dalam beberapa kesempatan kegiatan masih kurang untuk dapat dikenal oleh khalayak luas. Maka dari itu perlu untuk melakukan pendekatan melalui media sosial, khususnya *instagram* dimana saat ini aplikasi tersebut menyediakan beragam fitur untuk membantu museum *ambassador* agar dapat terlihat dimanapun dan kapanpun. Selain itu dengan aktif berperan dalam kegiatan masyarakat juga sangat diperlukan. Dalam membentuk sebuah kesatuan, terjadi penyeragaman dalam berbagai faktor utama yaitu pada cara penyampaian, pembawaan keseharian dan pemikiran.

Kemudian faktor kedua adalah melalui penguatan *beauty* yang dilakukan. Karena dengan kedua faktor tersebut akan muncul rasa kedekatan sehingga akan terlihat kompak pada setiap kegiatan dan penugasan. Dalam konsep keteguhan, duta museum meyakinkan kepada para museum *ambassador* untuk berpegang terhadap pendirian yaitu kepada visi misi. Selain itu meyakinkan terhadap apa yang dimiliki akan berdampak kepada pembawaan saat bertugas yaitu lebih tenang dan yakin terhadap apa yang disampaikan. Terakhir, niat baik yang duta museum bentuk kepada museum *ambassador* adalah untuk tidak melakukan kegiatan yang diluar dari tujuan duta museum. Dengan mempunyai niat yang jelas maka masyarakat akan menerima *personal branding* serta kemudian akan tumbuh kepercayaan.

## 6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dijelaskan oleh peneliti, maka peneliti merekomendasikan beberapa saran yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu :

1. Perlunya untuk adanya pendampingan pada duta museum dalam proses pembentukan *personal branding*, terlebih pada masa karantina
2. Dalam menampilkan kekhasan sebagai duta museum, lebih lengkap lagi apabila ditambahkan aspek *beauty, behaviour & brain*. Sehingga akan tercipta insan unggul pada duta museum.
3. Sebagai organisasi yang bisa dikatakan cukup besar dengan jumlah anggota saat ini 31, maka dibutuhkan rasa saling memiliki agar tidak ada lagi duta museum yang mengundurkan diri lagi.
4. Perlu adanya sebuah kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kerja sama. Sehingga rasa solidaritas tetap terus terjaga.
5. Seiring berkembangnya teknologi informasi komunikasi, maka diperlukan pemanfaatan media sosial secara aktif dan masif agar menjangkau publik yang lebih luas dari berbagai daerah.
6. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk dapat memaparkan lebih luas mengenai studi kasus.