

## ABSTRAK

### STUDI FENOMENOLOGI PERAN MULI MEKHANAI SEBAGAI DUTA DAERAH DALAM MEMPERKUAT *PLACE BRANDING* PROVINSI LAMPUNG

Oleh

ATRIANA URVIA

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peran duta daerah dalam membangun citra positif daerah. Muli Mekhanai sebagai duta daerah Provinsi Lampung tidak hanya berfungsi sebagai simbol seremonial, tetapi juga memiliki peran strategis dalam memperkuat *place branding*. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Muli Mekhanai memaknai perannya sebagai duta daerah dalam memperkuat *place branding* Provinsi Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk menggali pengalaman subjektif Muli Mekhanai. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, dengan analisis data melalui reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Muli Mekhanai tidak hanya berperan sebagai representasi simbolik, tetapi sebagai representasi hidup (*living brand*) yang melekat pada citra daerah. Peran tersebut terbentuk melalui internalisasi nilai budaya, rasa bangga, serta tanggung jawab moral dan sosial dalam menjaga sikap dan komunikasi. Proses komunikasi dilakukan secara langsung melalui interaksi dan kegiatan resmi, serta secara tidak langsung melalui media digital, yang membentuk konstruksi komunikasi yang konsisten. Kekuatan utama terletak pada dimensi *people* dalam konsep *Nation Brand Hexagon*, sehingga *place branding* Provinsi Lampung bersifat *human-centered* dan ditentukan oleh konsistensi antara nilai yang diinternalisasi dan praktik komunikasi yang dilakukan.

**Kata kunci:** duta daerah, fenomenologi, Muli Mekhanai, *nation brand hexagon*, *place branding*

## ABSTRACT

### A PHENOMENOLOGICAL STUDY OF THE ROLE OF MULI MEKHANAI AS REGIONAL AMBASSADORS IN STRENGTHENING THE PLACE BRANDING OF LAMPUNG PROVINCE

By

ATRIANA URVIA

*This research is motivated by the importance of the role of regional ambassadors in building a positive regional image. Muli Mekhanai, as the regional ambassadors of Lampung Province, not only function as ceremonial symbols but also play a strategic role in strengthening the region's place branding. This study aims to understand how Muli Mekhanai interpret their role as regional ambassadors in strengthening the place branding of Lampung Province. This research uses a qualitative approach with a phenomenological method to explore the subjective experiences of Muli Mekhanai. Data collection techniques were conducted through in-depth interviews, observation, and documentation, while data analysis was carried out through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results show that Muli Mekhanai not only serve as symbolic representations but also as living brands attached to the regional image. This role is formed through the internalization of cultural values, a sense of pride, and moral and social responsibility in maintaining attitudes and communication. The communication process is carried out directly through interactions and official activities, as well as indirectly through digital media, creating a consistent communication construction. The main strength lies in the people dimension of the Nation Brand Hexagon concept, making the place branding of Lampung Province human-centered and determined by the consistency between internalized values and communication practices.*

**Keywords:** *Muli Mekhanai, Nation Brand Hexagon, phenomenology, place branding, regional ambassadors*