

## ABSTRAK

Skripsi berjudul “Konstruksi Citra Diri Influencer (Analisis Semiotika pada Akun Instagram Atta Halilintar)” ini ditulis oleh Devin Rizqi Dwinantika, NIM. 17304163016, pembimbing Mufti Rasyid M.Pd.I

Kata kunci : Konstruksi, Citra Diri, Influencer, Media Sosial, Instagram

Penelitian skripsi ini dilatar belakangi oleh problematika *sensationism* dan *narcisism* pada akun media sosial *Instagram* yang selama ini sering dilakukan oleh para *publik figure*, sehingga menimbulkan perspektif negatif di masyarakat. Penelitian ini menggunakan rumusan masalah yaitu bagaimana citra diri *influencer* dengan menggunakan analisis semiotika pada akun *Instagram* Atta Halilintar dengan menggunakan pendekatan semiotika. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui konstruksi citra diri *influencer* pada akun *Instagram* Atta Halilintar dengan menggunakan analisis semiotika. Jenis penelitian ini penelitian kualitatif dengan deskripsi yang terintegrasi. Penelitian ini menggunakan metode berupa analisis semiorika Ferdinand de Saussure yang membahas mengenai tanda berupa suatu bunyi atau gambar yang disebut *signifier* atau penanda, dan konsepnya yang disebut pertanda atau *signified*. Teknik pengumpulan data kali ini menggunakan observasi non partisipan pada konten Atta Halilintar yang berada pada akun *Instagram* resmi miliknya, kemudian menggunakan wawancara terhadap perwakilan dari publik yang menyukai atau mengikuti akun Atta Halilintar, dan perwakilan dari publik yang tidak menyukai atau tidak mengikuti akun Atta Halilintar. Penelitian dokumentasi atau pustaka digunakan peneliti sebagai pendukung asumsi sebagai landasan teori permasalahan yang dibahas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Atta Halilintar melakukan konstruksi citra diri di *Instagram* dengan menunjukkan *sensationism* dan *narcisism* pada konten unggahannya. Banyaknya *subscriber* pada *Youtube* Atta tidak mempengaruhi banyaknya *followers* pada *Instagram*, namun *subscribarnya* bertambah karena promosi yang dilakukan Atta di media sosial. Konten yang lebih mengarah pada konten hiburan Atta ternyata mengkhawatirkan dilihat dari demografi pengikut yang rata-rata masih remaja.

## **ABSTRACT**

*This research entitled "Self Image Construction Influencer (Semiotics Analysis on Instagram Account Atta Halilintar)" was written by Devin Rizqi Dwinantika, Student Registered Number. 17304163016, mentor Mufti Rasyid M.Pd.I*

**Key Words: Construction, Self image, Influencer, Social Media, Instagram**

*This research is motivated by the problematics of sensationism and narcissism on Instagram social media accounts which have often been carried out by public figures, giving rise to negative perspectives in society. This study uses the formulation of the problem namely how the self-image of influencers by using semiotic analysis on the Atta Halilintar Instagram account using the semiotics approach. The purpose of this study was to determine the influencer's self-image construction on the Atta Halilintar Instagram account using semiotics analysis. This type of research is qualitative research with integrated description. This study uses a method in the form of seminal analysis Ferdinand de Saussure which discusses the sign in the form of a sound or image called signifier or marker, and the concept called sign or signified. This time the data collection technique uses non-participant observation on Atta Halilintar content that is on his official Instagram account, then uses interviews with representatives of the public who like or follow the Atta Halilintar account, and representatives from the public who dislike or do not follow the Atta Halilintar account. Research documentation or literature is used by researchers as supporting assumptions as the theoretical basis for the problems discussed. The results of this study indicate that Atta Halilintar constructed a self-image construction on Instagram by showing sensationism and narcissism on the uploaded content. The number of subscribers on Atta Youtube does not affect the number of followers on Instagram, but the subscriber has increased due to Atta's promotion on social media. Content that is more directed at Atta entertainment content turns out to be alarming seen from the demographics of followers who are mostly teenagers.*