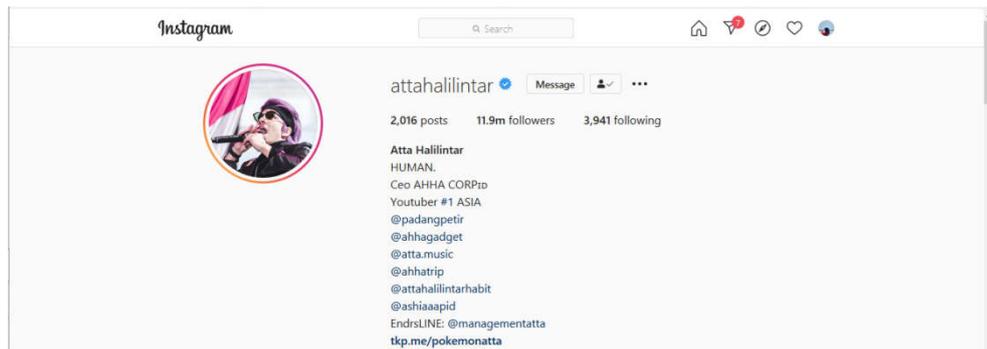


## BAB IV

### PEMBAHASAN

#### A. Analisis Semiotika Akun Instagram Atta Halilintar

Setiap konten yang diunggah pada media sosial seperti *Instagram* memiliki konsep yang berbeda-beda, ada yang membangun citra diri ada yang hanya digunakan untuk seru-seruan ada yang digunakan untuk berbisnis dan ada yang sekedar punya. Pada akun instagram @attahalilintar ini Atta menampilkan pada kolom biodata bahwa Atta adalah seorang Ceo AHHA CORP ID, dan *youtuber* nomer 1 di Asia.



**Gambar 1.4 Screenshot Instagram Atta**

Peneliti pada bab ini menjelaskan mengenai temuan-temuan yang terkait dengan rumusan masalah “Bagaimana konstruksi citra diri influencer dengan menggunakan analisis semiotika pada akun instagram atta halilintar?”. Berikut analisis pada konten *Instagram* Atta Halilintar dengan menggunakan pendekatan semiotika dengan menguraikan penanda dan

pertanda yang terkandung pada tiap-tiap konten yang telah ditentukan. Peneliti memilih 10 konten yang sangat berkaitan dengan konstruksi citra diri dengan kriteria mengandung sensasi yang menarik perhatian publik agar melihat konten *Youtubenya* berupa konten foto dari cuplikan video yang diunggah Atta ke *Youtube* atau berhubungan dengan *Youtube* miliknya. Sehingga Atta tidak turun dari sebutan *youtuber* nomer 1 se Asia yang di banggunya melalui media sosial. Konten analisis akan dimasukkan pada tabel seperti berikut ini:

### 1. Konten Atta Bermake Up Gembel di Pesawat

Visual	Teks
 <p data-bbox="486 1608 823 1637"><b>Gambar 2.4 Konten Atta 1</b></p>	<p data-bbox="906 1137 1369 1323">Atta menuliskan “#HobosOnBoard (Emoticon muka tenang berkacamata)</p> <p data-bbox="906 1357 1369 1615">#BahanBuatYangMauHujat Akibat <i>make up</i> 3 jam susah ilang dan udah mau ditinggal pesawat. Jadi gini (Emoticon muka tenang berkacamata)</p> <p data-bbox="906 1648 1369 1906">Masih ada yg mau tmenan sama aku ga kalau gini? (Emoticon senyum licik) CEK <i>YOUTUBE</i> SEKARANG”</p>

Penanda	Pertanda
<p>Pada gambar yang diupload Atta kali ini menampilkan Atta yang berkacamata hitam, memakai topi hitam terbalik, celana selutut, dan memakai kaos kaki hitam sedang duduk berekspresi seperti mengatakan “aaa” atau “tidaakk” sambil menutup telinga. Foto kali ini berada didalam pesawat level atas yang diperkirakan masih sepi belum ada penumpang lain, hal ini diketahui dari suasana foto yang diambil tidak terdapat orang lain selain Atta dan yang bertugas memfoto Atta sendiri. Suasana sepi tersebut terlihat dari sisi pantulan kaca maupun dari gambar keseluruhan, namun yang menjadi sorotan utama adalah Atta berfoto dengan <i>make up</i> hitam dari kepala sampai kaki.</p>	<p>Pada konten ini mengartikan bahwa citra yang dibangun Atta adalah citra susahny menjadi <i>youtuber</i> yang harus bekerja keras menahan malu <i>make up</i> yang dipakai Atta untuk konten <i>prank</i> gembel tidak dapat hilang sampai Atta naik ke pesawat. Namun pada postingan ini, Atta menunjukkan perilaku <i>sensationism</i> dan <i>narcisism</i> bahwa Atta merupakan orang yang kaya raya dan bukan seorang gembel. Atta juga menyindir orang yang tidak suka dengan Atta bahwa Atta yang dianggap sebagai gembel bisa naik pesawat level atas.</p>

<p>Disebelahnya terdapat kamera yang sering dibawa untuk keperluan <i>ngevlog</i> setiap saat</p>	
---	--

**Tabel 1.4 Konten Instagram Atta 1**

Pakaian yang bermerek, kamera dengan harga yang tinggi serta pesawat yang berkelas tidak semua orang dapat menikmati fasilitas tersebut. Namun Atta dengan *make up* seperti gembel yang belum dapat dihilangkan tersebut dapat menikmati fasilitas berkelas tinggi. Foto ini memiliki arti bahwa meskipun Atta dianggap gembel, namun dengan ketekunannya dalam membuat video untuk bahan konten channel *Youtubena* Atta dapat menikmati semua yang ditampilkan dalam foto. Citra diri yang ditampilkan adalah seorang yang sukses.

Sampai tanggal 1 Maret 2020 jumlah like yang didapat sudah sekitar 511.100 like serta komentar sebanyak 10.399 komentar. Rata-rata menertawakan dan berkomentar positif mendukung konten Atta, namun tetap saja ada komentar negatif dan tidak pantas untuk disampaikan. Rata-rata pemilik akun yang berkomentar adalah usia remaja.

## 2. Konten Atta Memamerkan Barang Branded di Pesawat

Visual	Teks
 <p data-bbox="472 920 815 949"><b>Gambar 3.4 Konten Atta 2</b></p>	<p data-bbox="906 409 1369 1099">Atta pada captionnya kali ini menuliskan “Menunggu detik2 11 M Subs kira2 jam brp yaaaa?? (Emoticon jatuh cinta) Semangat banget hari ini!! (Emoticon jatuh cinta) Langsung Ngebut Gaspoll ke studio ke studio @wowbanget_trans7 Tayangan Perdana! NONTON Sekarang Dan Tag aku ya yg nontonn!”</p>
Penanda	Pertanda
<p data-bbox="427 1290 879 1832">Pada foto yang diunggah Atta Halilintar kali ini menampilkan Atta sedang sendirian berada di dalam pesawat dengan posisi duduk memakai pakaian trendi dan <i>branded</i>, tidak ketinggalan kamera yang sering dibawanya kemana-mana untuk kebutuhan</p>	<p data-bbox="906 1290 1369 1832">Pada konten ini mengartikan bahwa citra yang dibangun Atta adalah Atta sibuk bekerja dan tidak memiliki waktu yang banyak. Selain itu Atta juga menunjukkan perilaku <i>narcisism</i> dengan percaya diri yang tinggi, mengagumi, dan memuja diri sendiri, serta Atta</p>

<p><i>ngevlog</i> serta adanya dua tas <i>branded</i> yang berada disebelahnya. Pada konten kali ini Atta mencantumkan bahwa ia sedang berada di “kurir ngebut <i>express</i>”</p>	<p>menyampaikan pada publik bahwa Atta merupakan orang yang kaya dengan menunjukkan barang <i>branded</i> miliknya.</p>
--	---

**Tabel 2.4 Konten Instagram Atta 2**

Barang *branded*, kamera *vlog* yang tidak murah, outfit yang bermerek, dan pesawat yang berkelas memberikan makna bahwa Atta memberikan citra bahwa dirinya kaya dan sukses. Foto ini memiliki arti bahwa Atta mensugesti *netizen* agar *mensubscribe* channel *Youtube* miliknya. Ekspresi yang diberikan seperti orang yang menyampaikan pesan bahasa non verbal “lihat saja nanti” atau bahasa non verbal sedang menunggu sesuatu seperti yang dituliskan pada *caption*. Sampai tanggal 1 Maret 2020 sudah mencapai 439.977 like dan 3.503 komentar. Rata-rata memberikan ejekan, serta komentar positif yang suka dengan Atta dan mendukung konten Atta.

### 3. Konten Atta Sedang Berdoa

Visual	Teks



**Gambar 4.4 Konten Atta 3**

Teks caption yang dipakai Atta pada postingan ini adalah “Terima Kasih Ya Allah Hamba yang banyak dosa ini masih di rezkikan bertemu Dengan bulan Suci Penuh Berkah ini (*Emoticon* pria memohon dan love merah) Aku manusia biasa yang tidak bisa Selalu terlihat sempurna. Mohon Maaf lahir batin ya teman2 semua kalau ada salah2 yg disengaja maupun tidak di sengaja Salah dalam berbuat Video di *Youtube* ataupun Tv yang menyinggung.. Dari Hati yang paling Dalam Aku minta Maaf (*Emoticon* love merah) Semoga Ramadhan Tahun ini berkah untuk kita semua (*Emoticon* love merah).”

<b>Penanda</b>	<b>Pertanda</b>
Atta pada konten foto kali ini berada di pegunungan bersalju	Pada konten ini mengartikan bahwa citra yang dibangun Atta

<p>duduk iftirosy dengan menengadahkan tangan diatas jaket tebal berwarna hitam dengan memakai baju hitam tebal, bertopi hitam, bersepatu putih, dan bersarung tangan hitam. Warna yang mendominasi adalah warna putih dan hitam serta pepohonan yang kecoklatan. Namun ekspresi yang ditampilkan Atta pada foto kali ini seperti dibuat-buat agar terlihat khusyuk.</p>	<p>adalah citra laki-laki baik yang taat beragama. pembangunan citra diri ini juga mengandung sifat <i>narcisism</i> dengan artian munculnya rasa ingin diakui bahwa Atta rajin beribadah.</p>
--	--

**Tabel 3.4 Konten Instagram Atta 3**

Warna yang dominan terlihat adalah warna putih yang berarti bersih, suci, damai, warna hitam yang berarti menakutkan, kematian, keras hati, serta pepohonan yang kecoklatan yang berarti rendah hati, sopan, bijaksana, maskulin. Namun foto tersebut mengartikan sebuah ekspresi yang pada saat pengambilannya hanya untuk sebuah konten, mencari moment dalam artian tidak dilakukan pada waktu benar-benar beribadah atau berdoa. Hal ini terlihat dari ekspresi Atta yang terlihat seperti dibuat-buat Sampai tanggal 1 Maret 2020 sudah mendapat like

sebanyak 631.016 dan komentar sebanyak 3.408 komentar. Banyak komentar yang merespon doa dari Atta serta ada komentar yang menyampaikan bahwa Atta sombong dan pencitraan.

#### 4. Konten Atta Bermake Up Tua

Visual	Teks
<div data-bbox="501 779 802 1122" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="469 1144 807 1176"><b>Gambar 5.4 Konten Atta 4</b></p>	<p data-bbox="906 770 1369 1025">Caption yang dipakai Atta adalah “Gantengan gini ah..... kasih nama kakek ini dong... Inii cobaa buat yg suka maki2...”</p>
Penanda	Pertanda
<p data-bbox="427 1435 880 1839">Atta kali ini memakai <i>make up</i> seperti kakek-kakek yang berbaju hitam dengan background tirai berwarna abu-abu. Foto kali ini fokus kepada wajah yang keriput, dengan rambut putih yang</p>	<p data-bbox="906 1435 1369 1839">Pada konten ini mengartikan bahwa citra yang dibangun Atta adalah sebagai orang yang sabar dan menerima apapun hujatan yang akan diberikan <i>netizen</i> kepadanya dan Atta tidak merasa sakit hati.</p>

berantakan, bermata panda, berbibir kering, serta berjenggot namun memiliki bercak-bercak putih.	Konten ini mengandung perilaku <i>sensationism</i> karena menggugah emosi publik agar berkomentar.
--	--

**Tabel 4.4 Konten Instagram Atta 4**

Aksesoris pendukung yang digunakan cenderung terlihat kurang natural sehingga terkesan belum maksimal dalam berdandan seperti kakek-kakek. Sampai tanggal 1 Maret 2020 jumlah like mencapai 714.349 dan komentar sebanyak 18.145. rata-rata mengomentari *make up* yang dipakai Atta serta mengolok-olok namun masiuh ada komentar positif yang menyemangati Atta dalam membuat konten.

## 5. Konten Atta Lamaran

Visual	Teks
 <p><b>Gambar 6.4 Konten Atta 5</b></p>	<p>Udah siap mau lamaran nih (<i>Emoticon</i> jatuh cinta) lamar siapaaa yaaaaa yg bikin bahagia? Inget yg bikin aku bahagia yaa... bukann bahagia orng lain.. (<i>Emoticon</i> hampa)</p>

Penanda	Pertanda
<p>Konten kali ini Atta memakai baju seperti akan melamar seorang wanita dengan adat betawi, lengkap dengan membawa grup tanjidor asli betawi dan juga seserahan untuk melakukan lamaran. Namun tetap memakai aksesoris ikat kepala serta berkacamata.</p>	<p>Pada konten ini Atta membangun citra bahwa akan melamar seseorang, namun pada konten ini Atta tidak benar-benar melakukan lamaran. Postingan ini mengarah pada <i>sensationism</i> karena mengandung sensasi dan dibuat buat agar menarik perhatian publik.</p>

**Tabel 5.4 Konten Instagram Atta 5**

Konten ini hanya dibuat untuk sebuah sensasi saja, agar *netizen* mengira Atta benar-benar akan melakukan lamaran, sehingga dapat meningkatkan *subscriber* serta *viewers* pada akun *Youtubenanya*. Pada konten ini Atta sedang menyindir orang yang suka membuat orang lain bahagia walaupun sudah punya pasangan atau menyindir orang yang suka berselingkuh. Sampai tanggal 1 Maret 2020 like mencapai 536.310 dan komentar mencapai 5.927. banyak yang menetag akun @riaricis yaitu *youtuber* perempuan yang juga sukses dengan konten-konten *Youtubenanya* dan *netizen* menjodoh-jodohkan dengan alasan pekerjaan

yang sama. Pada komentar kali ini Atta terlibat dengan membalas komentar dari ibunya.

## 6. Konten Atta Sakit

Visual	Teks
 <p data-bbox="475 1014 820 1048"><b>Gambar 7.4 Konten Atta 6</b></p>	<p data-bbox="903 696 1369 880">Atta pada postingan kali ini menulis caption “Doain aku yg masih bnyk salah ini..”</p>
Penanda	Pertanda
<p data-bbox="427 1285 880 1839">Pada postingan kali ini Atta mengupload foto punggung tangan yang di berada diatas kain berwarna putih masih tertanam jarum medis yang di plester putih dengan disertai tanda orang berjenis kelamin laki-laki, setelah itu ada titik dua (: ) dan angka</p>	<p data-bbox="903 1285 1369 1839">Pada konten ini mengartikan bahwa citra yang dibangun Atta adalah manusia yang masih banyak salah, selain itu Atta mengabarkan pada publik bahwa Atta sedang sakit. Namun pada postingan ini, Atta menunjukkan perilaku <i>narcisism</i> karena Atta</p>

18,5,19 yang mengartikan tanggal. Pada bagian pergelangan tangannya terdapat gelang berwarna biru bertuliskan angka-angka yang tidak begitu terlihat serta nama “Halilintar Muhammad”.	menyempatkan diri untuk mengabarkan keadaan dirinya di media sosial, bahwa Atta sedang sakit dan berada dirumah sakit.
--	--

**Tabel 6.4 Konten Instagram Atta 6**

Konten foto kali ini memberikan gambaran visual bahwa selang infus pada tangan Atta telah dilepas yang menandakan Atta sudah boleh rawat jalan, caption hanya memberikan kode bahwa Atta membutuhkan doa dari banyak pihak. Sampai tanggal 2 Maret 2020 like mencapai 942.201 dan komentar sebanyak 23.973, banyak komentar yang mendoakan namun ada juga komentar yang menyumpahkan.

## 7. Konten Atta Mencoret-Coret Mobil

Visual	Teks
	Postingan kali ini Atta memberikan caption berupa “ <i>PRANK</i> Tergila!! ( <i>Emoticon</i> berteriak dalam



**Gambar 8.4 Konten Atta 7**

ketakutan) ada yg tau ini mobil siapa?? Dan respond km gimana kalau ada kendaraan kamu dipilok? (*Emoticon* berteriak dalam ketakutan) di *Youtube* aku sebentar lagi!!!! Standby guys”

**Penanda**

**Pertanda**

Atta bersama adiknya Muhammad thariq Halilintar anak ke-empat dari Anofial Asmid dan Lenggogeni Faruk, sedang berfoto di sebelah mobil yang terparkir di halaman rumah dan telah dicoret-coret menggunakan pilok berwarna putih. Ekspresi yang ditampilkan seperti terkejut namun posisi badan Atta yang menghadap ke kamera menandakan bahwa Atta telah siap untuk difoto atau tidak dalam keadaan candid.

Pada konten ini mengartikan bahwa citra dirinya kaya dan dapat melakukan apa saja yang diinginkan selain itu aan membangun citra bahwa Atta anak yang jahil. Namun pada postingan ini, Atta menunjukkan perilaku *sensationism* dan *narcisism* terlihat dari apa yang diperbuat dan cara penyampaian dari konten.

**Tabel 7.4 Konten Instagram Atta 7**

Konten ini hanya dibuat untuk sebuah konten *youtube* dengan sengaja mencoret-coret mobil milik Saaih adik Atta Halilintar meskipun bukan menggunakan pilok permanen, konten dianggap sebagai lucu-lucuan dan hiburan semata. Sampai tanggal 2 Maret 2020 jumlah like mencapai 691.255 dan komentar sebanyak 17.078. Dari komentar ditemukan *netizen* memberitahu Atta bahwa apa yang Atta lakukan itu salah dan keterlaluan meskipun hanya sebuah *prank*.

**8. Konten Mobil Atta dipenuhi Pizza**

Visual	Teks
 <p data-bbox="485 1473 823 1507"><b>Gambar 9.4 Konten Atta 8</b></p>	<p data-bbox="904 1205 1366 1608">Caption pada postingan kali ini “Kalau mobil FULL PIZZA kaya gini bagusnya bawa kemana? (<i>Emoticon</i> tertawa sampai berkeringat dan <i>Emoticon</i> jatuh cinta)”</p>
Penanda	Pertanda
<p data-bbox="432 1794 876 1827">Atta dengan ciri khasnya sedang</p>	<p data-bbox="904 1794 1366 1827">Pada konten ini mengartikan</p>

<p>berfoto seperti memperlihatkan sesuatu di sebelah mobil yang penuh dengan wadah pizza. Adanya solatip berwarna orange, serta efek editan pada mobil yang dikelilingi cahaya biru muda dan latar belakang yang blur, membuat fokus tertuju pada Atta dan mobil yang penuh dengan pizza tersebut.</p>	<p>bahwa citra yang dibangun Atta mengartikan bahwa Atta orang yang dermawan. Namun terkesan sombong dan melebih lebihkan sesuatu karena box pizza ditaruh di luar mobil untuk menutupi body mobilnya bukan ditaruh didalam mobil. <i>Sensationism</i> terlihat pada cara Atta menaruh pizza yang dapat menarik perhatian serta memancing emosi banyak orang, <i>narcisism</i> disini terlihat dari keinginan untuk dipuji dari apa yang telah dilakukan.</p>
--	---

**Tabel 8.4 Konten Instagram Atta 8**

Kemungkinan yang ada dalam konten ini adalah mobil belum tentu benar-benar penuh dengan pizza, bisa jadi masih terdapat ruang, namun ingin memperlihatkan kepada banyak khalayak bahwa mobil ini penuh dengan pizza dengan cara ditaruh di body luar mobil. Sampai tanggal 2 Maret 2020 konten mendapat like 357.551 dan komentar sebanyak 4.603. Dari kolom komentar ditemukan banyak hujatan, dan

banyak juga ketidak terimaan dari penggenar Atta yang menanggapi bahwa konten Atta itu bagus.

### 9. Konten Atta Berpakaian Gembel

Visual	Teks
 <p data-bbox="472 1016 823 1048"><b>Gambar 10.4 Konten Atta 9</b></p>	<p data-bbox="906 698 1366 954">Caption yang diberikan pada postingan ini adalah “Pliss kasi nama gembel yg bulu keteknya di kumis ini... pliss kasi nama...”</p>
Penanda	Pertanda
<p data-bbox="427 1285 879 1839">Atta kali ini berfoto <i>selfie</i> di depan rumah dengan berbaju compang camping, rambut kribo acak-acakan serta kumis yang berantakan. Namun <i>make up</i> yang digunakan terlihat tidak natural dan dibuat buat untuk kebutuhan konten, konten kali ini berbeda</p>	<p data-bbox="906 1285 1366 1839">Pada konten ini Atta membangun citra sebagai seseorang yang sangat menyukai <i>prank</i> dengan kembali berdandan compang camping. Atta menunjukkan perilaku <i>sensationism</i> dan <i>narcisism</i> dengan berfoto <i>selfie</i> berpakaian compang camping dan <i>bermake up</i> seperti</p>

dengan konten gembel sebelumnya.	gembel lagi dapat menarik perhatian dan memancing emosi banyak orang.
----------------------------------	---

**Tabel 9.4 Konten Instagram Atta 9**

Konten kali ini permintaan untuk dikasih nama hanyalah sebuah basa-basi belaka agar dapat berinteraksi dengan *netizen*. Sampai pada tanggal 2 Maret 2020 like yang didapat sebanyak 410.442 dan komentar sebanyak 9.962. Atta pada postingan ini terlibat dalam komentar yang membalas komentar dari Yuni Sarah. Pada komentar *netizen* banyak yang mengusulkan nama, dan ada yang menghujat dan ada yang memberikan komentar positif mengenai dukungannya terhadap Atta.

**10. Konten Atta Menghadiah Mobil kepada Ibunya**

Visual	Teks
 <p><b>Gambar 11.4 Konten Atta 10</b></p>	<p>Postingan Atta kali ini diberikan caption “Upload malam ini apa besok?”</p>

Penanda	Pertanda
<p>Pada konten ini Atta terlihat sedang menekuk lutut di depan ibu dan ayahnya dengan menyerahkan bouquet bunga kepada ibunya, di garasi yang dipenuhi dengan lampu neon. Terlihat mobil sport orange keluaran terbaru dengan memiliki 2 pintu, lengkap dengan pita berwarna biru. Ekspresi Atta terlihat gembira, begitu pula ekspresi ibunya yang terlihat sangat senang, terkejut, dan terharu, serta ekspresi ayah Atta yang tersenyum melihat kearah kamera dengan memasukkan salah satu tangannya ke saku celana.</p>	<p>Pada konten ini membangun citra diri dan mengartikan bahwa Atta sangat menyayangi ibunya dan rela memberikan barang mewah yang mahal kepada ibunya untuk hadiah ulang tahun. Namun pada postingan ini, Atta menunjukkan perilaku <i>sensationism</i> dan <i>narcisism</i> bahwa Atta sangat kaya raya, kontennya pun dapat menarik perhatian dan memancing emosi banyak orang, serta secara tidak langsung menjelaskan bahwa Atta adalah seorang yang memiliki gengsi yang tinggi memberikan hadiah ultah ibu berupa mobil sport yang mewah.</p>

**Tabel 10.4 Konten Instagram Atta 10**

Pengambilan gambar pada konten kali ini terlihat seperti disengaja, artinya sudah ada skema pemotretan untuk sebuah konten. Dilihat dari ekspresi ibunya yang terlihat sangat senang, terkejut, dan terharu, serta ekspresi ayah Atta yang tersenyum melihat kearah kamera dengan memasukkan salah satu tangannya ke saku celana. Sampai pada tanggal 2 Maret 2020 postingan ini mendapat like sebanyak 673.912 dan komentar sebanyak 5135. Pada komentar banyak yang antusias ada juga komentar yang memberikan hasil riset atau penelitian mengenai pemilik mobil mewah.

## **B. Hasil wawancara**

Wawancara yang dilakukan pada penelitian kali ini merupakan data tambahan dan digunakan untuk memperkuat penelitian. Wawancara dilakukan dengan menunjukkan *Instagram* milik Atta Halilintar kepada 6 sampel dengan wawancara santai. Kemudian pertanyaan yang diberikan saat wawancara pada tanggal 13 Desember 2019 hingga 17 Desember 2019 adalah sebagai berikut:

Hasil wawancara pada pertanyaan nomor satu dan dua dapat membuktikan bahwa sebenarnya publik hanya mengetahui sekilas mengenai *sensationism* serta *narcisism* itu sendiri, dengan dibuktikan dari hasil wawancara kepada 6 sampel, yang ternyata rata-rata dari ke 6 sampel tersebut hanya sekedar mengetahui bahwa narsis dan sensasi merupakan suatu sifat untuk mencari perhatian agar lebih dikenal.

Hasil dari wawancara yang menanyakan mengenai siapa Atta dan dimana mengetahuinya, ternyata semua mengetahui dan paham tentang Atta. Sehingga dapat diartikan bahwa Atta telah berhasil untuk memperkenalkan dirinya dengan membangun image sebagai seorang *content creator* atau seorang *influencer* pada *Youtube* dan *Instagram* miliknya, selain itu Atta berhasil menampilkan citra yang diinginkan (*wish image*) sebagai pebisnis muda yang sukses.

Hasil dari wawancara mengenai apa yang dilakukan Atta ternyata ada yang biasa-biasa saja dan ada yang mengagumi, namun jawaban sampel ketika ditanya dari sisi konten yang disajikan Atta Halilintar pada akun *Instagramnya*, ternyata memberikan berbagai reaksi, diantaranya ada yang mengelak untuk di beri pertanyaan tersebut dengan mengaku belum pernah melihat kontennya, ada yang merasa terhibur dan ada yang kurang setuju.

Hasil dari wawancara mengenai bagaimana yang harus dilakukan sebagai seorang *publik figure* atau *influencer* dan *netizen* adalah keseluruhannya mengarah kepada perbuatan yang harus positif sehingga tidak terjadi dampak buruk bagi siapapun. Kemudian hasil dari wawancara keseluruhan, sebenarnya menunjukkan bahwa konten yang disajikan Atta hanya sekedar hiburan, kurang adanya muatan lain seperti pendidikan dan informasi selain bisnis maupun konten *Youtube* miliknya. Sebagian besar hanya untuk membangun citra diri dan bisnis yang digeluti.

### C. Penemuan dari Analisis

Proses komunikasi menjadi suatu citra diri dari simbol yang disampaikan.<sup>1</sup> Sedangkan citra yang disampaikan Atta dilakukan dengan menyampaikan pada media sosial *Instagram* bahwa dia merupakan *youtuber* nomer 1 di Asia yang selalu giat bekerja keras hingga mencapai kekayaan yang sekarang dimilikinya. Selain itu tampil keren dengan barang-barang *branded* atau kendaraan mewah menjadi andalan Atta. Dari penelitian diatas juga dapat ditemukan ternyata banyaknya *subscriber* pada *Youtube* Atta tidak mempengaruhi banyaknya *followers* pada *Instagram* Atta dilihat dari banyaknya jumlah *followers Instagram* Atta yang jauh lebih sedikit dari pada *subscriber* pada *Youtubanya*. Namun *subscribarnya* bertambah karena promosi yang dilakukan Atta di media sosial.

Selain temuan mengenai banyaknya *followers* dan *subscribers*, ternyata masyarakat Indonesia lebih menyukai konten hiburan dan tidak mementingkan konten yang mengangkat tentang pengetahuan. Sehingga pencitraan yang dilakukan Atta pada media sosialnya ternyata mengkhawatirkan dikarenakan konten yang dibagikan di *Instagram* banyak berupa konten *prank* yang dapat ditiru begitu saja oleh pengikutnya, sebab pengikutnya rata-rata adalah usia remaja, dimana usia anak-anak hingga remaja hingga usia remaja akhir menuju dewasa atau disebut dengan fase *emerging adulthood* menurut Kandell.<sup>2</sup> Masih dalam masa usia yang sangat rentan terhadap pengaruh negatif karena selain masih belum bisa menyaring

---

<sup>1</sup> A. B Susanto, *Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis*, (Jakarta: Kompas, 2001), Hlm. 10

<sup>2</sup> J. J. Kandell, loc. cit.

perilaku yang benar-benar boleh dicontoh atau perilaku yang hanya digunakan untuk konten hiburan semata usia tersebut masih suka meniru atau ingin terlihat sama seperti yang dilihat. Sedangkan khusus untuk usia anak-anak menurut Abu Ahmadi ketika anak terjerumus kepada lingkungan yang buruk maka anak akan ikut menjadi anak yang nakal juga.<sup>3</sup>

Pengaruh negatif di atas menjadi sedikit dari pengaruh negatif yang akan terjadi. Namun masih terdapat pengaruh negatif di atas terdapat pengaruh negatif lain seperti pada konten Atta yang diunggah dan ditambah dengan caption yang kurang baik dalam artian memberikan peluang kepada orang lain untuk menghujat dan menghujat adalah perbuatan yang dapat berdampak buruk apalagi disampaikan di media sosial yang siapapun dapat mengakses. Untuk memberikan sesuatu kepada orang lainpun seharusnya tidak perlu untuk dijadikan konten, karena dikhawatirkan akan merubah hikmah dari memberi itu sendiri. Penemuan lain dari citra negatif yang dibuat Atta dalam *Instagramnya* adalah penemuan Atta menolak untuk menerima tamu di rumahnya, dibuktikan dengan *Instastory* Atta yang merepost dari *Instastory* milik @ariefmuhammad ini yang menyatakan tidak akan menerima tamu.

---

<sup>3</sup> Abu Ahmadi, *Psikologi Sosial*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2007), Hlm. 230

**Gambar 18.4 Atta Merepost Story Arief Muhammad**



Screenshot dari *Instastory* Akun Atta Halilintar

(diambil pada tanggal 17 Desember 2019)

Pernyataan yang disampaikan Atta maupun *publik figure* lain dalam media sosial *Instagram* ini dapat menurunkan rasa simpati yang dimiliki orang lain terhadapnya. Sehingga dapat menurunkan citra diri yang ramah dan terbuka pada masyarakat, sebab dalam masyarakat telah diyakini bahwa seseorang yang dikenal masyarakat luas harus memiliki sikap yang ramah dan terbuka, namun hal ini tidak dapat dipaksakan lagi karena sudah menjadi hak masing-masing individu untuk menentukan keinginannya.

#### D. Keterkaitan Hasil Penelitian dengan Teori

Penelitian kali ini menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure, seorang ahli linguistik yang lahir di Jenewa tahun 1857.<sup>4</sup> Menjelaskan bahwa tanda berupa suatu bunyi atau gambar disebut *signifier* atau penanda, dan konsepnya disebut pertanda atau *signified*. Saussure menyebut objek sebagai *referent* yang merupakan unsur tambahan dari penandaan. seperti yang telah dijabarkan pada bab empat bagian A dengan 10 konten yang dianalisis. Pada konstruksi sosial, menurut Peter L. Berger terdapat tahap eksternalisasi dan objektivasi yaitu tahap dimana seseorang akan berusaha untuk membangun atau mendapatkan tempat dalam lingkup masyarakat. Teori tersebut tercermin pada perilaku Atta yang menunjukkan citra pada media sosial *Instagram* bahwa dia merupakan *youtuber* nomer 1 di Asia yang selalu giat bekerja keras hingga mencapai kekayaan yang sekarang dimilikinya.

Membangun citra diri ini juga sejalan dengan teori yang telah dijelaskan oleh Mappieare yang menjelaskan bahwa citra diri merupakan pandangan terhadap dirinya sendiri.<sup>5</sup> Sedangkan menurut Ardiyanto citra berupa gambaran atau kesan yang sengaja diciptakan.<sup>6</sup> Selain itu tampil keren dengan barang-barang *branded* atau kendaraan mewah menjadi andalan Atta. Perilaku narsistik menurut pelakunya merupakan perilaku yang mengasyikkan. Pada perilaku ini ada yang melakukannya untuk

---

<sup>4</sup> Alex Sobur, 2003, loc. cit.

<sup>5</sup> Andi Mappieare, loc.cit.

<sup>6</sup> Elvinaro Ardiyanto, loc. cit.

mempertahanan suatu ketenaran, ada pula yang melakukan untuk ajang pengembangan diri untuk terus kreatif dan positif.<sup>7</sup>

Penelitian diatas juga ditemukan bahwa ternyata banyaknya *subscriber* pada *Youtube* Atta tidak mempengaruhi banyaknya *followers* pada *Instagram* Atta dilihat dari banyaknya jumlah *followers Instagram* Atta yang jauh lebih sedikit dari pada *subscriber* pada *Youtubanya*. Namun *subscribarnya* bertambah karena promosi yang dilakukan Atta di media sosial. Seperti yang dijelaskan oleh M. Nisrina yang menyebutkan bahwa kepopuleran *Instagram* membuat banyak pengguna mempromosikan berbagai macam produk melalui *Instagram*.<sup>8</sup> Sudah menjadi rahasia umum bahwa keunggulan yang dimiliki *Instagram* dalam bidang promosi sangat menguntungkan. Dari sini promosi yang dilakukan Atta dari media sosial *Instagram* berhasil sehingga publik banyak yang *mensubscribe* channel *Youtube* miliknya.

Selain temuan mengenai banyaknya *followers* dan *subscribers*, ternyata masyarakat Indonesia lebih menyukai konten hiburan dan tidak mementingkan konten yang mengangkat tentang pengetahuan. Sehingga pencitraan yang dilakukan Atta pada media sosialnya ternyata mengkhawatirkan dikarenakan konten yang dibagikan di *Instagram* banyak berupa konten *prank* yang dapat ditiru begitu saja oleh pengikutnya, sebab pengikutnya rata-rata adalah usia remaja, dimana usia anak-anak hingga remaja hingga usia remaja akhir menuju dewasa atau disebut dengan fase

---

<sup>7</sup> Muhammed Samil Ushain, loc. cit.

<sup>8</sup> M. Nisrina, *Manfaat Media Sosial Dalam meraup uang*, (Yogyakarta: Kobis, 2015), Hlm. 137

*emerging adulthood* menurut Kandell.<sup>9</sup> Masih dalam masa usia yang sangat rentan terhadap pengaruh negatif karena selain masih belum bisa menyaring perilaku yang benar-benar boleh dicontoh atau perilaku yang hanya digunakan untuk konten hiburan semata usia tersebut masih suka meniru atau ingin terlihat sama seperti yang dilihat.

Sedangkan khusus untuk usia anak-anak menurut Abu Ahmadi ketika anak terjerumus kepada lingkungan yang buruk maka anak akan ikut menjadi anak yang nakal juga.<sup>10</sup> Fenomena dimasyarakat ini sejalan dengan teori yang telah dijelaskan oleh Berger dan Luckman yang menjelaskan mengenai setiap individu manusia berinteraksi dan menciptakan suatu masyarakat, dan masyarakat sendiri akan menciptakan individu, dan proses ini terjadi dengan adanya eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi.<sup>11</sup> Dan pada temuan kali ini sampai pada tahap internalisasi seseorang yang sangat membutuhkan pranata sosial atau aturan dalam kegiatan sosial dan berhubungan dengan masyarakat itu sendiri agar tidak berdampak buruk dalam kehidupan sehari-hari.

Pengaruh negatif di atas menjadi sedikit dari pengaruh negatif yang akan terjadi. Namun masih terdapat pengaruh negatif lain seperti pada konten Atta yang diunggah dan ditambah dengan caption yang kurang baik dalam artian memberikan peluang kepada orang lain untuk menghujat dan menghujat adalah perbuatan yang dapat berdampak buruk apalagi disampaikan di media sosial yang siapapun dapat mengakses. Hal ini menjadi

---

<sup>9</sup> J. J. Kandell, loc. cit.

<sup>10</sup> Abu Ahmadi, loc. cit.

<sup>11</sup> Burhan Bungin, 2008. Loc. cit.

dampak dari perilaku *sensationism* yaitu perilaku yang dilakukan merujuk pada sesuatu yang fenomenal bertujuan untuk menarik perhatian khalayak dan membangkitkan emosi manusia. Selain perilaku tersebut Atta Halilintar juga diyakini oleh banyak orang bahwa Atta sering menuai sensasi dengan gaya hidup mewah dan kerap memamerkan barang-barang mewah miliknya di akun *Instagram*, memberikan sesuatu kepada orang lainpun seharusnya tidak perlu untuk dijadikan konten pada media sosial, karena dikhawatirkan akan merubah hikmah dari memberi itu sendiri.

Pada sisi *narcisism* teori psikoanalisis milik Sigmund Freud yang menurutnya cinta terhadap diri sendiri yang cenderung mementingkan diri sendiri.<sup>12</sup> atau gangguan kepribadian narsistik (*narcissistic personality disorder*) menurut Gillian A. Russell merupakan pemujaan terhadap diri sendiri dengan menolak adanya orang lain.<sup>13</sup> Temuan mengenai menolak adanya orang lain ini muncul ketika Atta menolak untuk menerima tamu di rumahnya. Pernyataan yang disampaikan Atta maupun *publik figure* lain dalam media sosial *Instagram* ini dapat menurunkan rasa simpati yang dimiliki orang lain terhadapnya. Sehingga dapat menurunkan citra diri yang ramah dan terbuka pada masyarakat, sebab dalam masyarakat telah diyakini bahwa seseorang yang dikenal masyarakat luas harus memiliki sikap yang ramah dan terbuka, namun hal ini tidak dapat dipaksakan lagi karena sudah menjadi hak masing-masing individu untuk menentukan keinginannya.

---

<sup>12</sup> Alwisol, loc. cit.

<sup>13</sup> Gillian A. Russell, loc. cit.

Hal ini sesuai dengan teori dari Philip Kotler yang menyatakan bahwa sikap dari seseorang akan ditentukan oleh citra obyek tersebut.<sup>14</sup> Pencitraan atau pembentukan citra sendiri pada akhirnya menghasilkan pendapat atau kesan dari orang lain dengan menanggapi citra seseorang tersebut, citra diri yang positif maupun citra diri yang negatif.

---

<sup>14</sup> Philip Kotler *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:PT Prenhallindo,200), Hlm. 18