

**TAKTIK IMPRESSION MANAGEMENT ATTA
HALILINTAR DALAM AKUN *YOUTUBE* ATTA
HALILINTAR
(STUDI ANALISIS ISI KONTEN DALAM AKUN *YOUTUBE*
ATTA HALILINTAR)**

SKRIPSI

**Oleh:
Samuella Benedicte
201510415119**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : *Taktik Impression Management Atta Halilintar*
Dalam Akun *YouTube* Atta Halilintar
(Studi Analisis Isi Konten Dalam Akun *YouTube*
Atta Halilintar)
Nama Mahasiswa : *Samuella Benedicte*
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415119
Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunkasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian : 28 Januari 2020

Jakarta, 03 Februari 2020

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Dr. Dwinarko, Drs., M.H., M.M

NID. 040503005

Pembimbing II



Saeful Mujab, S.Sos, M.I.Kom

NID. 041310003

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Taktik *Impression Management* Atta Halilintar
Dalam Akun *Youtube* Atta Halilintar
(Studi Analisis Isi Konten Dalam Akun *Youtube*
Atta Halilintar)
Nama Mahasiswa : Samuella Benedicte
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415119
Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian : 28 Januari 2020

Jakarta, 03 Februari 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Nurul Fauziah, S.Sos., M.I.Kom
NID 0041509042

Penguji I : Dr. Drs. Dwinarko, M.H., M.M
NID 040503005

Penguji II : Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom
NID 041310016

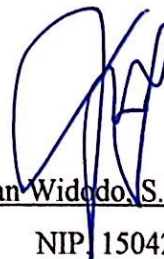
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 1904409

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

“Taktik *Impression Management* Atta Halilintar Dalam Akun *Youtube* Atta Halilintar (Studi Analisis Isi Konten Dalam Akun *Youtube* Atta Halilintar)”

Ini adalah benar-benar merupakan karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 03 Februari 2020

Yang membuat pernyataan,



Samuella Benedicte

201510415119

ABSTRAK

Samuella Benedicte. 201510415119. Taktik *Impression Management* Atta Halilintar Dalam Akun *Youtube* Atta Halilintar (Studi Analisis Isi Konten Dalam Akun *Youtube* Atta Halilintar)

Impression management merupakan upaya individu untuk menciptakan kesan yang diinginkan dari orang lain terhadapnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar taktik *impression managemet* yang paling banyak digunakan oleh Atta Halilintar untuk membangun citra diri melalui video pada akun *youtube* Atta Halilintar. Penelitian ini menggunakan indikator taktik *impression management* yang dipaparkan oleh Jones dan Pittman (1982), dengan menggunakan metode analisis isi. Peneliti melakukan koding terhadap pesan verbal (Pernyataan yang diucapkan oleh Atta Halilintar) dalam 15 video sampel yang diambil acak, pada periode 1 Januari - 30 April 2019, dimana pertumbuhan *subscriber* akun *youtube* Atta mengalami peningkatan paling tinggi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Atta Halilintar menggunakan semua taktik *impression management*, dengan presentase sebesar *ingratiation* 41%, *intimidation* 14%, *self promotion* 22%, *Exemplification* 11%, dan *supplication* 12%. Menariknya hal ini menunjukkan Atta tidak hanya menggunakan taktik *ingratiation* agar terlihat menarik dalam membangun citra diri, namun juga menggunakan taktik yang umumnya berkesan negatif dan tidak digunakan oleh *public figure* seperti *intimidation* dan *supplication*, tetapi tetap dapat menarik perhatian serta diterima oleh orang lain, ditandai dengan meningkatnya *subscriber* akun *youtubenanya*.

Kata kunci (*sentence case*): *impression management*, *youtube*, Atta Halilintar.

ABSTRACT

Samuella Benedicte. 201510415119. Atta Halilintar Impression Management Tactics in Atta Halilintar Youtube Account (Study of Content Analysis in Atta Halilintar Youtube Account)

Impression management is an individual effort to create the impression that he wants from others for him. This study aims to find out how much impression management tactics most widely used by Atta Halilintar to build self-image through video on Atta Halilintar's YouTube account. This study uses the impression management tactics indicator presented by Jones and Pittman (1982), using the content analysis method. Researchers coding verbal messages (statements made by Atta Halilintar) in 15 video samples taken randomly, in the period from January 1 to April 30, 2019, where the growth of Atta's YouTube account subscriber experienced the highest increase. The results of this study found that Atta Halilintar used all impression management tactics, with a percentage of ingratiation 41%, intimidation 14%, self promotion 22%, Exemplification 11%, and supplication 12%. Interestingly this shows Atta not only uses ingratiation tactics to make it look attractive in building self-image, but also uses tactics that are generally negative and are not used by public figures such as intimidation and supplication, but can still attract attention and be accepted by others, characterized by increased YouTube subscriber account.

Key Word (sentence case): impression management, youtube, Atta Halilintar.

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkah dan rahmat-Nya, juga penulis ucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang tua yang senantiasa selalu memberikan doa, dorongan dan semangat kepada penulis selama menjalankan kuliah. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Taktik *Impression management* Atta Halilintar Dalam Akun *Youtube* Atta Halilintar (Studi Analisis Isi Konten Dalam Akun *Youtube* Atta Halilintar)**" Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan serta arahan dari berbagai pihak oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini, diantaranya :

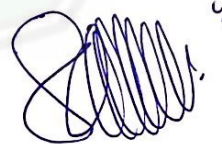
1. Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Dr. Dwinarko, Drs., M.H, M.M., selaku Dosen Pembimbing pertama penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Saeful Mujab, S.Sos, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing kedua penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Segenap staff fakultas ilmu komunikasi yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
7. Ratna Puspita yang telah banyak memberikan masukan serta saran dalam menyusun skripsi ini.
8. Brenda Aurellia yang tidak lelah meluangkan waktu untuk mendengarkan keluh kesah penulis, serta memberikan semangat dan dukungan selama penulis menyusun skripsi ini.
9. Alm. Mamaani Mercedes Condiosa yang telah percaya bahwa penulis bisa kuliah dan menyelesaikan perkuliahan ini dengan baik.

10. Apri, Indah, Devie yang senantiasa mendukung, memberikan semangat, serta sedia mendengar keluh kesah penulis sejak awal perkuliahan.
11. Melly, Lina, Rani, Jean yang senantiasa memberikan semangat, dukungan serta tidak pernah bosan selalu mendengarkan keluh kesah penulis semoga kalian berbahagia selalu.
12. Surya, Rais, Aris dan teman-teman Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2015 khususnya kelas non regular yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan sejak awal perkuliahan semoga kalian segera menyelesaikan skripsi.
13. Pak Imam, Tante Rosa, Alvi, Ka Anna, Anggarda yang banyak membantu pekerjaan penulis serta memberikan izin untuk penulis leluasa ke kampus semoga sukses selalu.
14. Do Kyungsoo, Suho, Xiumin, Lay, Baekhyun, Chen, Chanyeol, Kai, baby Sehun yang lewat lagunya memberikan penulis semangat untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini, semoga kalian bahagia selalu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca guna memperbaiki skripsi di masa yang akan datang.

Jakarta, 03 Februari 2020

Penulis



(Samuella Benedicte)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I LATAR BELAKANG	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5.1 Kegunaan Teoritis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kerangka Konsep	10

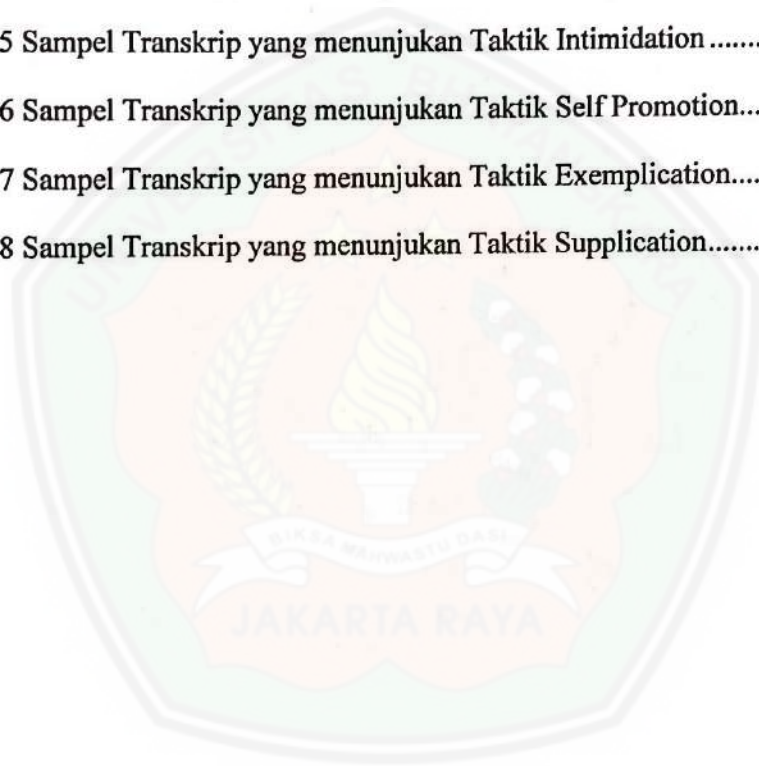
2.2.1 <i>Impresion Management</i>	10
2.2.2 Media Sosial.....	10
2.2.3 <i>Youtube</i>	11
2.3 Kerangka Teori.....	11
2.3.1 Taktik <i>Impresion management</i>	11
2.4 Kerangka Pemikiran.....	13
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	15
3.1 Jenis Penelitian.....	15
3.2 Metode Penelitian.....	15
3.3 Variabel dan Operasional Variabel.....	16
3.3.1 Variabel.....	16
3.3.2 Operasional Variabel.....	16
3.4 Objek dan Subjek Penelitian.....	17
3.5 Populasi Dan Sampel.....	18
3.5.1 Populasi.....	18
3.5.2 Sampel.....	19
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.7 Validitas dan Realibilitas.....	20
3.7.1 Validitas.....	20
3.7.2 Reliabilitas.....	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Hasil Penelitian.....	22
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian.....	22
4.1.2 Akun <i>Youtube</i> Atta Halilintar.....	23
4.1.3 Deskripsi Data Penelitian.....	24

4.2 Hasil Uji Reliabilitas	27
4.3 Temuan Data	27
4.3.1 Taktik <i>Ingratiation</i>	28
4.3.2 Taktik <i>Intimidation</i>	29
4.3.3 Taktik <i>Self Promotion</i>	29
4.3.4 Taktik <i>Exemplification</i>	30
4.3.5 Taktik <i>Supplication</i>	30
4.4 Pembahasan	31
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	35
5.1 Kesimpulan	35
5.2 Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Operasional Variabel	17
Tabel 4.1 Data Sampel Penelitian.....	26
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Taktik Impression Management Atta Halilintar	27
Tabel 4.3 Taktik Impression Management Atta Halilintar	28
Tabel 4.4 Sampel Transkrip yang menunjukkan Taktik Ingratiation	29
Tabel 4. 5 Sampel Transkrip yang menunjukkan Taktik Intimidation	29
Tabel 4. 6 Sampel Transkrip yang menunjukkan Taktik Self Promotion.....	30
Tabel 4. 7 Sampel Transkrip yang menunjukkan Taktik Exemption.....	30
Tabel 4. 8 Sampel Transkrip yang menunjukkan Taktik Supplication.....	31



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Persentase Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Capture Akun <i>Youtube</i> Atta Halilintar.....	3
Gambar 1. 3 Peringkat youtuber berdasarkan <i>subscriber</i> terbanyak	4
Gambar 1. 4 Capture Pertumbuhan <i>Subscriber</i> Akun <i>Youtube</i> Atta Halilintar	5
Gambar 1. 5 Capture Pertumbuhan <i>Subscriber</i> Akun <i>Youtube</i> Raditya Dika	5
Gambar 4. 1 Capture Akun <i>Youtube</i> Atta Halilintar.....	22
Gambar 4. 2 Capture Hasil Pengambilan Unit Sampel Secara Acak	23



DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran	13
Bagan 4. 1 Presentase Taktik Impression Management Atta Halilintar	32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 : Lembar Coding N1

Lampiran 3 : Lembar Coding N2

Lampiran 4 : Lembar Coding N3

Lampiran 5 : Form Perbaikan

Lampiran 6 : Kartu Bimbingan

