

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Impression management yang merupakan sebuah upaya individu untuk menciptakan kesan yang diinginkannya dari orang lain terhadapnya. terbukti juga dilakukan oleh Atta Halilintar melalui video yang diunggah pada akun sosial media *youtube* dengan user Atta Halilintar. Berdasarkan klasifikasi taksonomi taktik *impression management* yang dipaparkan oleh Jones dan Pittman (1982), dan menggunakan metode analisis isi. Peneliti melakukan koding terhadap pesan verbal (Pernyataan yang diucapkan oleh Atta Halilintar) dalam 15 video sampel yang diambil acak. Dari hasil perhitungan pada penelitian ini 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 youtubanya.

5.2 Saran

Saran peneliti untuk penelitian selanjutnya yaitu, dapat dilakukan dengan pendekatan berbeda, seperti pendekatan kualitatif sehingga didapatkan hasil yang lebih mendalam berdasarkan wawancara kepada komunikator atau Atta Halilintar . Dapat juga dilakukan dengan metode lain seperti analisis semiotika atau representasi dengan subjek penelitian adalah komunikator atau penonton dari video *youtube* Atta Halilintar sehingga dapat menemukan bagaimana penonton memaknai konten video Atta Halilintar.