

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada Penelitian ini Penulis meneliti Atta Halilintar sebagai sosok yang fenomenal. Alasan Peneliti memilih sosok Atta Halilintar dalam penelitiannya karena di usia yang masih muda, Atta Halilintar sudah meraih kekayaan ratusan bahkan miliaran rupiah melalui profesi yang dilakoninya sebagai seorang Youtuber. Hal ini menjadi fenomena komunikasi karena menyangkut hubungan antar manusia dalam konteks kehidupan sosial. Peneliti memilih chanel youtube Atta Halilintar untuk diteliti karena chanel youtube Atta Halilintar merupakan chanel youtube dengan subscriber terbanyak se Indonesia bahkan se Asia Tenggara. Penulis ingin meneliti apa saja personal branding pada video – video di chanel youtube Atta Halilintar.

Atta Halilintar merupakan sosok yang hampir dikenali oleh seluruh Masyarakat di Indonesia. Pria yang bernama lengkap Muhammad Attamimi Halilintar sudah sukses menjadi Youtuber No.1 se Indonesia di usia yang cukup tergolong muda yakni 25 Tahun. Atta mendapatkan penghasilan yang besar dari pekerjaannya sebagai seorang Youtuber. Selain menjadi Youtuber, Atta Halilintar juga merupakan seorang pengusaha. Semua usahanya dimulai sejak usia muda,

ketika hidupnya masih dalam kesusahan. Namun kini Atta memiliki omzet ratusan hingga miliaran Rupiah sebagai Youtuber No.1 di Indonesia.

Atta Halilintar merupakan anak pertama dari 11 bersaudara yang terkenal dikalangan masyarakat, anak dari pasangan Lenggogeni Faruk dan Halilintar Anofial Asmid. Sebagai Pengusaha Atta memiliki usaha di banyak bidang diantaranya Toko Ponsel Ahha Gadget, Bisnis Kuliner Padang Petir, Binis Fashion Ahha Store, Bisnis Tour and Travel Ahha Trip, dan banyak lainnya.

Berikut pencapaian – pencapaian yang telah diraih oleh Atta Halilintar di usia muda. Youtuber No.1 Indonesia. Per Maret 2020 Chanel youtube Atta Halilintar telah memiliki subscriber sebanyak 21 Juta. Chanel Youtube yang memiliki subscriber terbanyak se Indonesia. Dapat diperkirakan Atta Halilintar memiliki penghasilan lebih dari 8 miliar tiap bulannya. Atta dijuluki King of Youtube se – Asia Tenggara, karena Atta juga menguasai perolehan subscriber Youtube se – Asia Tenggara. Dalam Youtube Rewind 2020 nama Atta Halilintar tercatat sebagai Youtuber pertama di Indonesia yang bisa memperoleh 20 Juta Subscriber. Youtube Rewind merupakan video yang dibuat oleh Youtube yang mencatat prestasi – prestasi para Youtuber. Jika Atta masuk dalam Youtube Rewind berarti ia juga telah dilihat oleh seluruh warga di dunia.

Selain Atta Halilintar terdapat youtuber lain yang mempunyai banyak subscriber. Youtuber tersebut ialah seorang wanita yang bernama Ria Ricis. ia

memiliki 18 Juta subscriber, Per Maret 2020. Ria Ricis selalu menjadi saingan Atta Halilintar dalam perolehan subscriber terbanyak.

Atta Halilintar berjuang dari bawah untuk meraih apa yang ia dapatkan saat ini dan semua yang Atta Halilintar raih membutuhkan proses. Awal mula menjadi Youtuber Atta hanya mempunyai 50.000 - 100.000 subscriber. Saat ia mencapai 500.000 subscriber, ia baru memperoleh penghasilan 1,7 juta per bulan. Atta secara konsisten membuat video hampir setiap hari mulai dari awal perjuangannya menjadi Youtuber hingga sekarang. Atta Halilintar membuat Ahha Management sebagai tim yang membantunya memproduksi Video di Chanel Youtubanya.

Sebagai Pedagang. Kesuksesan Atta Halilintar juga tidak lupa disertai oleh peran ibunya. Lenggogeni Faruk, ibu Atta menulis buku berjudul Kesebelasan Gen Halilintar : My Family My Team. Buku itu menceritakan kisah keluarga Atta Halilintar, ibu dengan 11 anaknya berkeliling dunia. Ibu yang kuat mengurus kesebelas anaknya tanpa bantuan seorang babby sister atau asisten rumah tangga. Dari sanalah nama Atta Halilintar mulai populer.

Buku itu membuat nama Atta Halilintar mulai terdengar ditelinga masyarakat. Atta Halilintar mengatakan bahwa pada awal karirnya ia memiliki passion sebagai seorang pedagang. Ia sendiri tidak pernah mengira bahwa suatu hari nanti ia akan menjadi seorang Youtuber.

Kekayaan yang dimiliki oleh Atta halilintar bukanlah sesuatu yang datang dari langit. Semua perolehannya membutuhkan usaha nyata dan kerja keras yang

tiada hentinya. Atta Halilintar pernah merasakan pahitnya kehidupan bersama keluarganya. Saat Atta berusia 11 tahun, keluarga Atta memiliki usaha berjualan karpet yang tidak berjalan lancar. Kondisi keuangan keluarga Atta saat itu sangat memprihatinkan. Hal itu mendorong Atta mulai belajar untuk berdagang untuk memperoleh uang sakunya sendiri. Atta Haliintar pernah berjualan Koran di lampu merah, menjual mainan dan makanan.

Kehidupan pedagang terus ia lakukan hingga hal yang menakjubkan terjadi, ketika Atta berusia 13 tahun ia sudah memiliki omzet sebesar 1 miliar dari bisnis ponsel yang digelutinya. Dapat dikatakan di usia 13 tahun Atta sudah menjadi miliuner muda. Atta memasarkan ponsel dagangannya melalui blog dan berbagai forum di internet.

Atta halilintar juga memanfaatkan media social untuk menjual ponsel dagangannya. Menurutnya berdagang di media social jauh lebih ekonomis dan hemat jika dibandingkan berdagang dengan memasang iklan apalagi jika berdagang di pinggir jalan.

Membuka Toko Ponsel. Atta Halilintar memberanikan diri untuk membuka Toko Ponsel dengan modal yang ia miliki. Ia memutar otak dan memunculkan kreativitas untuk melanjutkan usahanya. Di tahap ini Atta sudah memulai untuk belajar menjadi seorang Youtuber sambil berdagang.

Atta Halilintar mengatakan jika masalah terbesar dalam menjalani usahanya adalah kompetitor. Kompetitor akan selalu ada untuk bersaing. Atta memikirkan

bagaimana strategi untuk mengatasi permasalahan ini. Ia ingin agar usaha yang ia jalankan selalu menjadi lebih baik dari kompetitornya.

Akhirnya muncullah ide. Atta Halillintar ingin memiliki media yang cakupannya luas dan dapat dilihat oleh hampir semua orang untuk memasarkan produknya. Dan media itu adalah Youtube. Atta melihat bahwa Youtube merupakan media yang tepat untuk memasarkan produknya. Karena Youtube cakupannya luas dan dapat dilihat oleh hampir semua orang. Atta pun masuk ke dunia Youtube dan dari sinilah ia mulai menemukan ide baru untuk menjadi seorang Youtuber.

Membuka Bisnis Kuliner. Pada Tahun 2018 Atta membuka usaha kuliner. Atta menjual roti kekinian yang ia namakan Cake Masa depan. Kekinian merupakan istilah zaman saat ini. Istilah – istilah itu Atta ciptakan agar terlihat keren dan mengikuti perkembangan zaman. Cake Masa Depan memiliki 5 jenis roti cake yakni Oreo Vanilla, Rainbow Chacha, Snicker, Chizy Velvet dan Toblerone. Cake Masa Depan terdapat di Yogyakarta.

Lalu ia membuka usaha kue lagi yang bernama Medan Mulaka. Medan Mulaka memiliki 4 jenis roti cake yakni Mulaka Keju, Mulaka Coklat, Red Velvet dan Tiramisu, Medan Mulaka terdapat di Medan.

Saat ini Atta membuka usaha makanan padang yang ia namakan padang petir. Padang Petir Atta ciptakan karena ia juga menyukai makanan padang dan ia mengatakan bahwa ia hampir setiap hari makan makanan padang. Makanan yang

dijual di padang petir antara lain ayam pop, ayam gulai, rendang, dendeng balado, telur dadar dan kepala ikan kakap.

Menciptakan Bisnis Fashion. Atta Halilintar membuat brand clothing miliknya yang dinamakan AHHA singkatan dari Atta Halilintar Habit. AHHA menjual T-shir, sweater, topi, hoodie dan berbagai macam clothing yang diciptakan ala kreasi khas Atta Halilintar. Atta juga membuat Ahha Hijab bagi para muslimah yang menyediakan busana muslimah. AHHA dapat ditemukan di Pondok Pinang Jakarta selatan dan tahun 2020 Atta membuka lagi di Surabaya.

Membuat Bisnis Publishing. Atta Halilintar juga merintis usaha sebagai penulis, karena ia teringat masa perjuangannya menjadi seorang blogger. Atta menciptakan ATTA Publishing yang mencetak dan mempublikasikan ungkapan dan kalimat bijak yang ia tuliskan sendiri. Ia membuatnya dalam sebuah buku salah satu bukunya berjudul Draw My Life. Atta Halilintar membuatnya karena ia ingin menginspirasi orang lain dan mengubah hidup banyak orang.

Membuka Bisnis Tour and Travel. Atta Halilintar juga membuat bisnis tour dan travel, bisnis yang bergerak dibidang perjalanan ke luar negeri maupun dalam negeri. Atta juga kerap mempromosikan bisnis ini dalam video Youtube yang dibuatnya. Bisnis tour dan travel yang dibuat Atta ini bernama AHHA Trip. Atta pernah mempromosikan AHHA Trip yang melakukan perjalanan ke Jepang dan Korea.

Bisnis Production House. Atta membuat sebuah Production House yang bernama AHHA Production, tempat berbagai konten video Youtubenya dibuat. Video youtube yang dibuat semenarik mungkin dengan kualitas pembuatan yang terbaik, mengingat Atta sudah menjadi Youtuber no.1 di Indonesia. Video Atta selalu diminati banyak iklan dan kerjasama promo. Atta juga kerap melakukan kolaborasi dengan orang – orang terkenal lainnya, artis – artis, pengusaha, gubernur dan banyak lagi.

Masuk dalam Dunia Entertainment. Menjadi Youtuber No.1 di Indonesia membuat Atta Halilintar tidak diragukan lagi untuk mampu memasuki dunia Entertainment. Atta pernah membawakan acara di Trans7 “Wow Banget” yang berkolaborasi dengan Tukul Arwana. Kini Atta membawakan Acara “Cerita Atta” di Trans7. Acara yang membahas tentang pilunya kisah – kisah kehidupan .

Atta juga menciptakan berbagai lagu. Lagu – lagu ciptaan Atta dapat ditemui di chanel Youtubenya. Lagu – lagu ciptaan Atta laris peminat, hingga ia kerap mengadakan konser music miliknya sendiri. Atta juga menjajal dunia perfilman. Berawal dari tawaran pertama Raffi Ahmad, Atta Halilintar setuju untuk membintangi film horror pertamanya yang berjudul The Haunted. Selain itu Atta juga memainkan film yang berjudul Kanan Barcelona.

Dari semua pencapaian – pencapaian yang telah diraihny Atta Halilintar kini menjadi sosok yang disukai oleh masyarakat, dan telah menjadi seorang public figure. Harta Kekayaan dan Gaya hidup mewah menaungi kehidupannya. Atta selalu

memperlihatkan gaya busana yang khas dari kreasinya sendiri. Hal itu menjadi kemenarikan Atta Halilintar. Berbagai barang branded pun dikenakan Atta mulai dari jam tangan bulgari, footwear Gucci, tas pinggang Gucci, kamera Panasonic Lumix GH5.

Semua perolehan Atta Halilintar yang sangat menggiurkan merupakan sesuatu yang membutuhkan usaha. Hal itu tidak jatuh dari langit dan juga bukanlah sesuatu yang dapat diraih dengan mudah. Kesusahan dan penderitaan sudah dijalani oleh Atta Halilintar dan kini ia telah menikmati hasilnya.

(Siti Hadijah , 2019 , <https://www.cermati.com/artikel/fenomenal-kaya-raja-di-usia-muda-begini-cara-atta-halilintar-sukses-jalankan-sederet-usahnya> , 4 Oktober 2019)

Atta Hallintar mengatakan jika media Youtube saat ini telah menjadi tontonan seluruh masyarakat Indonesia bahkan dunia. Penonton Youtube sangat banyak sekali jumlahnya. Atta mengatakan jika seorang Youtuber ingin mendapat viewers dan subscribers yang banyak maka Youtuber itu harus konsisten membuat video yang menarik. Arti konsisten disini ialah secara terus menerus.

Dalam acara konferensi pers Youtube Fan Fest 2018 di Double Tree by Hilton, Jakarta, Kamis 4 oktober 2018, Atta Halilintar mengatakan, creator video di Indonesia sudah sangat banyak. Jika Youtuber upload video hanya 2 bulan sekali, penonton Youtube akan lupa. Tetapi jika Youtuber upload video terus menerus, akan mendapatkan viewers yang banyak sehingga kemungkinan mendapat subscriber akan

lebih cepat. Atta juga mengatakan creator video harus kreatif, tidak membuat tema yang sama terus menerus.

Youtube tidak hanya diisi video music dari para penyanyi dan artis. Ada banyak sekali topic – topic video yang kini dikembangkan oleh para Youtuber. Diantaranya topic video lucu, make up, binatang, bayi, olahraga, pengetahuan dan berbagai macam topic lainnya. Para Youtuber berlomba – lomba untuk mendapat viewers dan subscriber yang banyak.

Andhika Wira dengan nama chanel youtube Skinnyfabs mengatakan bahwa strategi terbaik untuk menambah jumlah viewers dan subscriber adalah personal branding. Jika penonton Youtube mencintai personal branding seorang Youtuber maka penonton itu dapat menjadi fans, penonton setia yang menggemarnya. Chemistry dengan para penonton youtube lah yang membuat chanel Youtube digemari.

Selain itu Nanda Arsyinta seorang beauty vlogger asal Indonesia juga mengatakan untuk menambah jumlah viewers dan subscriber juga harus mengikuti tren yang sedang terjadi saat itu. Ia mengatakan ketika tren wisuda ia membuat make up wisuda, ketika tren anak masuk sekolah ia membuat make up back to school.

(Pernita Hestin , 2018 , <https://techno.okezone.com/read/2018/10/04/207/1959726/fenomena-vlog-atta-halilintar-penonton-youtube-di-indonesia-memasuki-fase-ketagihan> , 04 Oktober 2018)

Content Creator ternama Benakribo membahas mengenai personal branding sebagai content creator dalam acara talkshow INSPIRE (Infinite Potential For The Better Future) Institut Pertanian Bogor (IPB), Dramaga, Kabupaten Bogor, Minggu 31 Maret 2018. Bena membahas sosok Atta Halilintar yang sudah berkali – kali ia bahas dalam berbagai acara talkshow. Ia mengatakan bahwa Atta Halilintar ialah contoh yang bagus.

Ia mengatakan jargon ‘ashiap’ milik Atta Halilintar merupakan ciri khas yang bagus dalam menggambarkan karakter Atta. Karakter penting dalam personal branding agar lebih mudah dikenali orang.

(Naufal Fauzi , 2019 , <https://bogor.tribunnews.com/2019/03/31/bahas-personal-branding-di-depan-mahasiswa-ipb-bena-kribo-puji-atta-halilintar> , 31 Maret 2019)

Dalam video – video di chanel youtubanya Atta Halilintar membangun citra seorang anak muda yang semangat, energik, walaupun terkadang agak ‘gila’. Atta merupakan seorang yang aktif, kreatif, hard worker tetapi tidak lupa dengan Tuhan.

Alasan penulis memilih periode 1 Desember 2019 – 1 Januari 2020 karena pada periode itu Atta meraih 21 Juta Subscriber dan masuk kedalam Youtube rewind 2019. Youtube rewind merupakan penghargaan bagi youtuber – youtuber paling terkemuka di seluruh dunia. Dalam Youtube Rewind disebutkan nama Atta Halilintar sebagai “The first Indonesian creator to hit 20 milion subscriber”.

Permasalahan dalam penelitian ini ialah karena perolehan Atta Halilintar tersebut, sangat spektakuler dan fenomenal di kalangan masyarakat. Bagaimana bisa

ia memperoleh subscriber secepat dan sebanyak itu, dan menjadi Youtuber no. 1 di Indonesia. Perolehan Atta tergolong cepat karena ia memperolehnya di usia yang masih sangat muda, 25 Tahun. Menjadi Youtuber no.1 di Indonesia otomatis menjadikannya seorang jutawan yang pasti bergelimang harta. Penulis ingin meneliti bagaimana personal brand yang digunakan Atta Halilintar hingga ia bisa meraih perolehan yang spektakuler dan fenomenal tersebut.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana personal branding yang ditampilkan Atta Halilintar pada video – video di chanel youtubanya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah :

Untuk menganalisis bagaimana personal branding yang ditampilkan Atta Halilintar pada video – video di chanel youtubanya

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perkembangan Ilmu Komunikasi mengenai analisis personal branding.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan masukan kepada masyarakat untuk menambah pengetahuan tentang personal branding. Untuk mengetahui bagaimana cara membranding diri sendiri dan juga bagaimana membuat personal branding yang benar.