

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana personal branding yang ditampilkan Atta Halilintar pada video – video di chanel youtubanya, sesuai dengan teori delapan konsep pembentukan personal branding. Peneliti menganalisa video – video di chanel youtube Atta Halilintar mulai perioder 1 Desember 2019 hingga 1 Januari 2020 yang berjumlah 28. Dalam melakukan penelitiannya, peneliti menggunakan menggunakan metode analisis isi deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Berikut merupakan kesimpulan hasil penelitian mengenai personal branding Atta Halilintar melalui chanel youtubanya, Atta Halilintar :

1. Hasil tabel distribusi frekuensi menunjukkan Kategori Personal Branding Kepribadian memiliki persentase tertinggi dari semua kategori yakni 71,4% , karena terdapat 20 video yang masuk dalam kategori kepribadian.
2. Kategori Spesialisasi ditampilkan dalam video Atta yang membuat para penontonnya mendapat identifikasi instant, bahwa Atta ialah seorang Youtuber Terkenal no 1, dengan kemewahan. Kategori Kepemimpinan ditampilkan dalam video Atta yang memperlihatkan wibawanya sebagai seorang pemimpin yang memutuskan sesuatu dalam suasana penuh ketidakpastian dan memberikan suatu

arahan yang jelas. Kategori Kepribadian ditampilkan dalam video Atta yang memperlihatkan Kepribadiannya yang energik, menyenangkan, menghibur, peduli, mengambil hikmah. Menampilkan Kepribadian dari Atta apa adanya. Kategori Perbedaan ditampilkan dalam video Atta yang diekspresikan dengan cara yang unik, berbeda dari kompetitor.

3. Kategori Terlihat ditampilkan dalam video Atta yang mempromosikan dirinya pada publik, menggunakan setiap kesempatan untuk membuat dirinya terlihat. Kategori Kesatuan ditampilkan dalam video Atta yang memperlihatkan cerminan etika moral & sikap dalam kehidupan pribadinya. Kategori Keteguhan ditampilkan dalam video Atta yang mengikuti trend dalam Masyarakat & memperlihatkan tahapan karirnya. Kategori Nama Baik ditampilkan dalam video Atta yang membuat sesuatu yang positif dan bermanfaat bagi publik, bagi masyarakat umum.

4. Uji Reliabilitas ke delapan konsep personal branding menunjukkan korelasi kesepakatan yang tinggi sekali / sangat kuat

5. Konsep Atta Halilintar dalam membentuk Personal Branding lebih dominan menggunakan Konsep Kepribadian, dengan persentase 71,4%. Sesuai dengan Teori Personal Branding Kepribadian, Atta Halilintar dominan memperlihatkan kepribadian yang apa adanya. Kepribadian yang Energik, menyenangkan & menghibur.

## **5.2 Saran**

Dari Hasil Penelitian, Peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Untuk selanjutnya , diharapkan penelitian ini dapat diteruskan dengan menganalisis bagaimana penerimaan audience terhadap personal branding Atta Halilintar di chanel youtubanya, agar temuan menjadi lebih komprehensif dan lengkap.