

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pesatnya perkembangan teknologi telah membawa perubahan besar pada masyarakat, termasuk dalam cara mengkonsumsi informasi dari media massa. Media massa saat ini tidak hanya berbentuk cetak dan elektronik saja, tetapi juga berkembang menjadi media *online* yang dapat diakses dengan mudah dan cepat melalui internet. Media *online* kini telah menjadi sumber informasi utama bagi banyak orang, terutama bagi generasi muda, karena menyediakan informasi yang aktual dan faktual tanpa batasan ruang dan waktu.

Kemajuan media *online* ini memudahkan masyarakat untuk mencari informasi apapun, mulai dari *soft news* hingga *hard news*. Akibatnya, banyak media *online* di Indonesia berlomba-lomba untuk menarik perhatian pembaca dengan menyajikan informasi dengan bahasa yang menarik, meskipun dengan menggunakan kata kunci yang tidak sesuai dengan kaidah bahasa jurnalistik. Persaingan antar media *online* semakin ketat seiring dengan bertambahnya jumlah platform informasi digital. Hal ini juga mendorong praktik-praktik tertentu dalam penyajian berita, termasuk penggunaan judul *clickbait* untuk menarik perhatian pembaca.

Clickbait adalah judul berita yang dibuat untuk menarik klik tanpa memperhatikan kualitas isi berita. Judul *clickbait* ini sengaja dibuat secara berlebihan dan menjebak agar menarik perhatian pembaca dan meningkatkan jumlah klik. Kerap kali media *online* menggunakan judul berita dengan menggunakan kata atau kalimat yang cukup sensasional bahkan kontroversial.

Namun, ketika pembaca mengklik berita itu, banyak judul berita yang tidak sesuai dengan isi berita yang disajikan.

Clickbait pertama kali muncul di Amerika Serikat sebagai respon terhadap persaingan di antara para jurnalis, yang saat itu memicu hadirnya berita-berita yang menyesatkan. Tujuan dari *clickbait* ini adalah untuk menarik perhatian pembaca dengan cara membuat mereka penasaran, sehingga mereka tertarik untuk membuka atau mengklik tautan berita yang disajikan (Abidin *et al.*, 2021:484).

Dalam media *online* di Indonesia, banyak portal berita yang mulai menggunakan strategi *clickbait*, termasuk *Tvonenews.com*. *TvOne* adalah salah satu portal berita di Indonesia yang telah berdiri sejak tanggal 14 Februari 2008 yang kemudian melakukan konvergensi ke media *online* pada bulan Juni 2008 tetapi secara resmi diperkenalkan kepada publik pada tanggal 14 Agustus 2008. *Tvonenews.com* sebagai salah satu portal berita besar di Indonesia yang juga menggunakan judul *clickbait* pada beberapa kontennya. Portal berita ini menghadirkan berita, video, hingga live streaming yang bisa diakses dengan mudah. Masyarakat dapat mengakses berbagai informasi mulai dari news nasional, internasional, ekonomi bisnis, gaya hidup, bola, sport dan religi. Namun, *Tvonenews.com* dalam menyajikan berita di dalamnya seringkali menggunakan judul *clickbait*. Penggunaan judul yang sensasional seringkali ditemukan dalam portal berita ini.

Berdasarkan observasi di laman *website Tvonenews.com* pada hari Minggu, tanggal 13 Oktober 2024 pukul 16.11 WIB. Judul *clickbait* yang digunakan oleh media *Tvonenews.com* pada kanal gaya hidup yaitu dengan judul '*Tangis Ruben*

Onsu Pecah Ungkap Kedekatan Sarwendah dan Bertrand Peto, Katanya... pada Sabtu, 12 Oktober 2024, *'Bertrand Peto Masih Butuh 'Sentuhan' Sarwendah, Ruben Onsu Biarkan Mantan Istri Tinggal dengan Anak Angkatnya: Saya Gak Mau Lagi...* pada Sabtu, 12 Oktober 2024, *'Pinkan Mambo Berani Bicara Jujur soal Hubungan Rahasiannya dengan Ahmad Dhani, Siapa Sangka Ia Pernah...* pada Rabu, 9 Oktober 2024, *'Blak-blakan Maia Estianty Singgung Rumah dengan Ahmad Dhani, Akui Masih Punya Kuasa untuk Usir Mulan Jameela'* pada Minggu, 6 Oktober 2024.

Judul-judul seperti ini adalah contoh dari praktik *clickbait* yang sering dilakukan di media daring. Judul dibuat semenarik mungkin untuk menarik minat pembaca dan membuat mereka penasaran untuk membaca lebih lanjut. Namun, seringkali isi berita tidak sesuai dengan judulnya, yang pada akhirnya membuat pembaca merasa kecewa dan merasa tertipu.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pangarepan dkk dalam karyanya yang berjudul *Persepsi Mahasiswa Tentang Kepala Berita Click Bait Media Online Instagram*, menunjukkan bahwa penggunaan *clickbait* terbukti merugikan pembaca di platform media sosial seperti instagram. *Clickbait* pada dasarnya hanyalah judul yang menipu dengan tujuan hanya untuk meningkatkan jumlah pembaca atau peringkat berita tersebut.

Penggunaan judul berita *clickbait* memiliki beberapa dampak, seperti tidak memberikan informasi yang mendidik karena berita menjadi terpotong potong (jurnalisme mutilasi), munculnya hoax di masyarakat dan bahkan menimbulkan keresahan di masyarakat. Padahal, dalam penulisan judul berita ada syarat-syarat

yang harus dipenuhi. Menurut Haris Sumadiria, judul berita harus mematuhi tujuh kriteria, yaitu Singkat dan padat, Provokatif, Fungsional, Relevan, Formal, Representative, dan Menggunakan Bahasa Baku. Selain itu, dalam Kode Etik Jurnalistik, tepatnya pada Bab II Pasal 9, disebutkan bahwa “*Wartawan Indonesia menulis judul yang mencerminkan isi berita*” (Robianes, 2021:17).

Setiap media memiliki hak untuk menggunakan judul yang akan disajikan dalam berita nya, tetapi dengan menggunakan judul *clickbait*, pembaca bisa merasa terganggu ketika akan mencari berita tetapi isi berita tidak sesuai dengan judul yang disajikan. Bukan hanya *Tvonenews.com* saja yang seringkali menggunakan judul *clickbait*, tetapi kini penggunaan judul *clickbait* banyak digunakan oleh media *online*. Penggunaan judul *clickbait* pastinya akan menguntungkan bagi sebuah perusahaan media. Dengan menggunakan *clickbait*, sebuah perusahaan media dapat memiliki banyak jumlah pembaca sehingga menyebabkan rating media *online* tersebut menjadi naik, yang hal itu dilakukan agar mereka mendapatkan profit dan rating media. Namun, penggunaan *clickbait* dapat juga merugikan dan mengganggu kenyamanan bagi pembaca, terutama bagi pembaca yang paham bagaimana cara menulis yang benar dan baik bagi berita *online*.

Tvonenews.com dipilih sebagai objek penelitian karena platform ini merupakan salah satu portal berita digital dari TV One, stasiun televisi berita terkemuka di Indonesia yang memiliki pengaruh besar di dunia penyiaran. Pemilihan *Tvonenews.com* juga didasarkan pada popularitas dan jangkauan media ini yang cukup luas di kalangan pengguna internet Indonesia. *Tvonenews.com* menjadi menarik untuk diteliti karena posisinya sebagai bagian dari media

mainstream yang seharusnya menjaga standar jurnalistik, namun terlibat dalam praktik *clickbait* demi bersaing di ranah media digital.

Di sisi lain, mahasiswa sebagai bagian dari konsumen media secara tidak langsung harus sadar pada perkembangan teknologi dan informasi. Terutama bagi mahasiswa jurnalistik terkhusus yang bergabung dan aktif dalam *Jurnalposmedia*, pastinya anggota pers mahasiswa tidak luput dari membaca media *online* sebagai referensi atau acuan dalam memenuhi kebutuhan yang akan menunjang aktivitasnya dalam kegiatan jurnalistik. Dalam *Jurnalposmedia*, mahasiswa yang bergabung harus dituntut untuk memiliki keterampilan dalam berbagai bidang aktivitas atau kegiatan kejournalistikan mulai dari pencarian, pengumpulan, penulisan, sampai penyebaran informasi yang disebarkan kepada khalayak luas. Peneliti menetapkan anggota pers mahasiswa *Jurnalposmedia* menjadi objek penelitian karena peneliti menganggap anggota *Jurnalposmedia* memiliki pengetahuan tentang fenomena *clickbait*.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Penggunaan Judul *Clickbait* di Media *Online Tvonenews.com* (Studi Deskriptif Tentang Persepsi Pengelola Pers Mahasiswa *Jurnalposmedia*)”.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini berfokus pada bagaimana persepsi anggota pers mahasiswa *Jurnalposmedia* pada suatu berita yang menggunakan judul *clickbait* di media *online Tvonenews.com*.

Selanjutnya supaya penelitian ini menjadi lebih terarah, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana sensasi pengelola *Jurnalposmedia* tentang penggunaan judul *clickbait* di media online *Tvonenews.com*?
- 2) Bagaimana atensi pengelola *Jurnalposmedia* tentang penggunaan judul *clickbait* di media online *Tvonenews.com*?
- 3) Bagaimana interpretasi pengelola *Jurnalposmedia* tentang penggunaan judul *clickbait* di media online *Tvonenews.com*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus dan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Mengetahui sensasi pengelola *Jurnalposmedia* tentang penggunaan judul *clickbait* di media online *Tvonenews.com*.
- 2) Mengetahui atensi pengelola *Jurnalposmedia* tentang penggunaan judul *clickbait* di media online *Tvonenews.com*.
- 3) Mengetahui interpretasi pengelola *Jurnalposmedia* tentang penggunaan judul *clickbait* di media online *Tvonenews.com*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Secara akademis

Dari hasil penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang fenomena *clickbait* di media online dan bagaimana persepsi calon jurnalis, seperti mahasiswa yang bergabung dalam pers mahasiswa terhadap penggunaan *clickbait*. Selain itu, penelitian ini bisa menjadi bahan bacaan

atau referensi yang berguna bagi penelitian selanjutnya yang ingin meneliti isu-isu terkait *clickbait*.

1.4.2 Secara praktis

Secara praktis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang terlibat. Terutama bagi pers mahasiswa, penelitian ini dapat membantu mereka untuk menilai kembali bagaimana mereka menulis berita terutama dalam penggunaan judul yang dapat menarik perhatian pembaca. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat membantu media untuk memperbaiki kualitas konten untuk disajikan kepada khalayak luas.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Hasil penelitian sebelumnya

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti merujuk pada penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang sedang diteliti. Peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang cukup relevan dengan judul penelitian yang diangkat saat ini. Dimana terdapat beberapa peneliti yang membahas tentang persepsi atau pandangan terhadap judul *clickbait*. Berikut ini ada beberapa hasil penelitian yang cukup relevan dengan penelitian yang peneliti lakukan.

Pertama, hasil penelitian yang dilakukan oleh Ashfia Kafiati (2022) dengan judul “*Persepsi Remaja Terhadap Judul Berita Clickbait pada Media Hipwee.com dan Brilio.net*” penelitian ini dilakukan untuk Skripsi Program Sarjana (S1), Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi anak muda dalam menanggapi judul berita *clickbait* pada

media hipwee.com dan brilio.net. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kualitatif deskriptif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori persepsi. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa persepsi remaja terhadap penggunaan judul berita *clickbait* di media hipwee.com dan brilio.net berbeda-beda ada yang positif maupun negatif.

Kedua, hasil penelitian yang dilakukan oleh Hilmi Ananda Robianes (2021) dengan judul “*Persepsi Wartawan Mengenai Penggunaan Clickbait (Umpan Balik) Pada Judul Berita di Media Siber (Studi Deskriptif pada Anggota Persatuan Wartawan Indonesia di Kabupaten Purwakarta)*”. Penelitian ini dilakukan untuk Skripsi Program Sarjana (S1), Program Studi Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui atensi, seleksi, interpretasi wartawan kabupaten purwakarta dalam penggunaan *clickbait* pada judul berita di media siber. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kualitatif deskriptif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori persepsi. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa seluruh wartawan memperhatikan *clickbait* dalam pembuatan judul berita, wartawan juga melakukan seleksi dengan memilih kata-kata dalam membuat judul *clickbait*.

Ketiga, hasil penelitian yang dilakukan oleh Ummu Nabiela Qurrota Aini, Sri Mustika, Andys Tiara (2025) dengan judul “*Clickbait dalam Pemberitaan Penyusunan Kabinet Prabowo-Gibran pada Media Siber Tribunnews)*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana penggunaan *clickbait* pada berita politik di media siber Tribunnews. Penelitian ini menggunakan pendekatan

kualitatif dengan metode analisis isi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah model komunikasi Harold Lasswell. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa meskipun penggunaan clickbait dapat meningkatkan keuntungan media melalui jumlah kunjungan pembaca, tetapi penggunaan yang berlebihan juga bisa mengurangi kredibilitas terhadap suatu media.

Keempat, hasil penelitian yang dilakukan oleh Tanti Sugiharti (2019) dengan judul “*Pemahaman Wartawan Tentang Bahasa Jurnalistik Pada Judul Clickbait (Studi Deskriptif Pandangan Wartawan Detik.com)*”. Penelitian ini dilakukan untuk Skripsi Program Sarjana (S1), Program Studi Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan apakah wartawan media *online* detik.com sudah memahami fenomena judul *clickbait* dan memahami penggunaan Bahasa jurnalistik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa wartawan Detik.com memiliki pemahaman yang sama mengenai fenomena *clickbait*, meskipun cara penyampaianya yang berbeda.

Kelima, hasil penelitian yang dilakukan oleh Jenetia Nikita Pangerapan, Antonius Boham, dan Julius L. K Randang (2020) dengan judul “*Perspektif Mahasiswa Tentang Kepala Berita Click Bait Media Online Instagram (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Konsentrasi Jurnalistik)*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan perspektif mahasiswa mengenai kepala berita *clickbait* di media *online* Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menyimpulkan

bahwa mahasiswa memandang kepala berita *clickbait* di media *online* Instagram sebagai sesuatu yang merugikan bagi pembaca.

Table 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Ashfia Kafiati 2022 Persepsi Remaja Terhadap Judul Berita <i>Clickbait</i> pada Media Hipwee.com dan Brilio.net	Kualitatif	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa persepsi remaja terhadap penggunaan judul berita <i>clickbait</i> di media hipwee.com dan brilio.net berbeda-beda. Berdasarkan persepsi positif, para remaja menyadari bahwa media tersebut memberikan judul <i>clickbait</i> untuk meningkatkan jumlah pembaca dan mendapatkan penghasilan dari iklan. Sedangkan persepsi negatif bahwa mereka melihat judul berita <i>clickbait</i> pada media tersebut terkadang tidak sesuai dengan isinya sehingga membuat pembaca kecewa.	Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang <i>clickbait</i> . Teori yang digunakan pada penelitian ini juga sama-sama menggunakan teori persepsi.	Perbedaan dari penelitian ini adalah media yang di teliti, media pada penelitian ini yaitu pada media Hipwee.com dan Brilio.net, sedangkan peneliti nantinya akan melakukan penelitian pada media <i>Tvonenews.com</i> .

2.	<p>Hilmi Ananda Robianes</p> <p>2021</p> <p>Persepsi Wartawan Mengenai Penggunaan <i>Clickbait</i> (Umpan Balik) Pada Judul Berita di Media Siber (Studi Deskriptif pada Anggota Persatuan Wartawan Indonesia di Kabupaten Purwakarta).</p>	Kualitatif	<p>Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa seluruh wartawan memperhatikan <i>clickbait</i> dalam pembuatan judul berita dengan mengetahui arti, fungsi, manfaat, serta penggunaan <i>clickbait</i> di media <i>online</i>. Wartawan juga melakukan seleksi dengan memilih kata-kata dalam membuat judul <i>clickbait</i> yang sesuai dengan aturan dan menerapkan kode etik jurnalistik. Dalam penggunaan <i>clickbait</i> diperbolehkan, tetapi tetap harus memperhatikan kode etik jurnalistik</p>	<p>Persamaan dengan penelitian ini yaitu penelitian ini sama-sama membahas mengenai penggunaan <i>clickbait</i> di media siber.</p> <p>Teori yang digunakan pada penelitian ini juga sama-sama menggunakan teori persepsi</p>	<p>Perbedaan dari penelitian ini adalah subjek yang dijadikan penelitian berbeda, penelitian Hilmi difokuskan hanya pada wartawan aja, sedangkan peneliti nantinya akan dilakukan pada anggota pers mahasiswa.</p>
3.	<p>Ummu Nabiela Qurrota Aini, Sri Mustika, Andys Tiara.</p> <p>2025</p> <p><i>Clickbait</i> dalam Pemberitaan Penyusunan Kabinet</p>	Kualitatif	<p>Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan <i>clickbait</i> pada media siber Tribunnews terkhusus dalam berita politik, cenderung lebih memfokuskan pada elemen sensasional agar</p>	<p>Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai fenomena</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian Aini dkk memfokuskan pada analisis penggunaan <i>clickbait</i> pada</p>

	Prabowo-Gibran pada Media Siber Tribunnews.		menarik perhatian pembaca. Judul yang menggunakan <i>clickbait</i> memang efektif untuk meningkatkan trafik pembaca, tetapi jika judulnya tidak relevan dengan isi berita, ini menyebabkan menurunnya kredibilitas media dan memicu kekecewaan pembaca.	<i>clickbait</i> pada media <i>online</i>	judul berita politik di Tribunnews. Perbedaan selanjutnya yaitu penelitian Aini dkk menggunakan model komunikasi Harold Lasswell, sedangkan penelitian ini menggunakan konsep persepsi.
4.	Tanti Sugiharti 2019 Pemahaman Wartawan Tentang Bahasa Jurnalistik Pada Judul <i>Clickbait</i> (Studi Deskriptif Pandangan Wartawan Detik.com).	Kualitatif	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa wartawan Detik.com memiliki pemahaman yang mendalam tentang <i>clickbait</i> , baik dalam menerjemahkan istilah <i>clickbait</i> , menafsirkan bahasa jurnalistik dalam judul berita, maupun mengeksplorasi bahasa jurnalistik berdasarkan pengalaman dan pendidikan	Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai <i>clickbait</i> .	Perbedaan dari penelitian ini adalah subjek yang dijadikan penelitian berbeda, penelitian Tanti difokuskan hanya pada wartawan aja, sedangkan peneliti nantinya akan dilakukan pada anggota pers mahasiswa.

5.	<p>Jenetia Nikita Pangerapan, Antonius Boham, dan Julius L. K Randang</p> <p>2020</p> <p>Perspektif Mahasiswa Tentang Kepala Berita Click Bait Media <i>Online</i> Instagram (Studi pada Mahasiwa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Konsentrasi Jurnalistik)</p>	Kualitatif	<p>Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa memandang kepala berita <i>clickbait</i> di media <i>online</i> Instagram sebagai sesuatu yang merugikan bagi pembaca, terutama pengguna platform instagram. <i>Clickbait</i> dianggap sebagai judul yang sengaja dirancang oleh pengguna instagram untuk menarik perhatian dengan tujuan meningkatkan peringkat berita tersebut.</p>	<p>Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang <i>clickbait</i>.</p>	<p>Perbedaan dari penelitian ini adalah media yang diteliti, penelitian Jenetia dilakukan pada media sosial yaitu Instagram, sementara penelitian ini dilakukan pada media daring atau media <i>online</i>.</p>
----	--	------------	--	---	---

1.5.2 Landasan Teoritis

Dalam proses penyusunan penelitian ini, digunakan teori agar penelitian ini mempunyai arah yang jelas, karena ada yang mendasari dan memperluas pengetahuan untuk memahami lebih dalam topik yang akan dijadikan penelitian. Peneliti menggunakan konsep persepsi, persepsi merupakan tahap dari suatu proses yang pada akhirnya menghasilkan reaksi atau respon setelah seseorang menerima rangsangan. Proses persepsi dimulai dari pengenalan, diikuti dengan perasaan, dan diakhiri dengan penalaran. Dari perspektif psikologis, perilaku individu adalah fungsi dari salah satu cara pada saat memandang suatu hal. Oleh karena itu, untuk

dapat mengubah perilaku seseorang, perlu dimulai dengan mengubah persepsinya terlebih dahulu.

Dalam sudut pandang ilmu komunikasi, persepsi dianggap sebagai inti komunikasi, sedangkan penafsiran atau interpretasi adalah inti dari persepsi, yang identik dengan penyajian balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Persepsi dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti, proses belajar, pengalaman, dan pengetahuan. Menurut Deddy Mulyana (2007;181) dalam buku *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* menjelaskan bahwa proses persepsi terdiri dari tiga proses, yaitu pengindraan (sensasi) melalui alat-alat indra kita yaitu, indra peraba, penciuman, pengecap, penglihatan, dan pendengaran, kemudian perhatian atau atensi, dan interpretasi.

Sensasi merujuk pada informasi yang dikirimkan oleh otak lewat penglihatan, penciuman, sentuhan, pendengaran, dan pengecap. Reseptor indra seperti mata, hidung, kulit, telinga, dan lidah merupakan perantara antara otak dan lingkungan di sekitar kita.

Perhatian (atensi) sangat penting karena sebelum kita bisa menanggapi atau memahami suatu kejadian atau rangsangan, kita harus terlebih dahulu memberi perhatian pada hal tersebut. Dengan kata lain, persepsi hanya bisa terjadi jika ada sesuatu yang diperhatikan, baik itu objek di orang lain maupun diri sendiri.

Interpretasi adalah bagian penting dalam proses persepsi. Ini adalah proses memahami informasi yang diterima oleh indra kita. Namun, kita tidak bisa langsung memahami makna suatu objek, melainkan menafsirkan makna informasi yang kita yakini mewakili objek tersebut. Pengetahuan yang kita peroleh dari persepsi

bukanlah tentang objek itu sendiri, melainkan bagaimana objek itu tampak atau terkesan bagi kita.

Peneliti memilih konsep persepsi ini untuk menganalisis masalah yang sedang diteliti, yaitu Persepsi Pengelola Pers Mahasiswa Pada Judul Berita *Clickbait* di Media Online *Tvonenews.com*. peneliti berpendapat bahwa konsep ini relevan dengan isu yang diteliti, karena konsep ini menjelaskan bagaimana pandangan, perhatian, dan penafsiran pengelola pers mahasiswa *Jurnalposmedia* terhadap judul *clickbait* di media *online*. Dalam hal ini, persepsi mahasiswa terhadap penggunaan judul *clickbait* ini dipengaruhi oleh pengetahuan jurnalistik mereka, nilai-nilai pribadi, serta pengalaman mereka sebagai jurnalis mahasiswa.

1.5.3 Kerangka Konseptual

1.5.3.1 Persepsi

Persepsi adalah aspek psikologis penting yang mempengaruhi cara manusia menanggapi berbagai hal dan fenomena di sekelilingnya. Persepsi pada dasarnya memiliki arti yang sama dan telah didefinisikan oleh banyak ahli yang berbeda. Persepsi menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* adalah reaksi atau respons langsung terhadap sesuatu. Proses dimana seseorang memahami beberapa hal melalui pancaindranya.

Slamento mendefinisikan persepsi sebagai proses masuknya informasi atau pesan ke dalam otak dan terus berhubungan dengan lingkungannya melalui indra penglihatan, penciuman, pendengaran, perasa, dan peraba. Persepsi sangat penting dalam menafsirkan situasi sekitar kita karena masing-masing dari kita mempersepsikan, tetapi kita memiliki cara pandang yang berbeda-beda mengenai

situasi yang sama. Meskipun persepsi merupakan proses yang hampir otomatis dan cara kerjanya hampir serupa pada setiap orang, namun persepsi yang dihasilkan seringkali berbeda-beda (Handayani dalam Wirawan, 2015:13).

Sukendar (2017:39) menjelaskan bahwa persepsi adalah cara seseorang memandang dan menilai suatu rangsangan yang diterima. Persepsi berkaitan erat dengan sensasi, di mana sensasi merupakan respon indra dalam menangkap rangsangan, sedangkan persepsi adalah proses menafsirkan dan memberikan makna terhadap rangsangan tersebut setelah sensasi terjadi (Robianes *et al.*, 2021:19).

Menurut Jalaluddin Rahmat (2013:50) dalam bukunya *Psikologi Komunikasi* mengatakan bahwa persepsi merupakan suatu pengalaman tentang peristiwa, objek, atau hubungan yang diperoleh dengan menafsirkan pesan dan menyimpulkan informasi serta memberikan makna pada stimuli indrawi (*sensory stimuli*). Sedangkan menurut Deddy Mulyana persepsi adalah inti komunikasi, disebut inti komunikasi karena tanpa persepsi yang akurat, kita tidak akan mampu berkomunikasi dengan efektif. Persepsi menentukan pesan mana yang kita pilih untuk dipahami dan pesan mana yang kita abaikan. (Vebrynda, 2015:6).

1.5.3.2 Pers mahasiswa

Kata “Pers” berasal dari bahasa belanda, yaitu “*pers*” yang berarti menekan atau mengepres, dan dalam bahasa inggris, dikenal sebagai “*press*” dengan makna yang sama. Secara harfiah, pers diartikan sebagai bentuk komunikasi yang dilakukan melalui media cetak. Namun, dalam perkembangannya, istilah pers kini mencakup semua kegiatan jurnalistik, seperti mengumpulkan berita, mencari berita,

mencari fakta, dan menyampaikan informasi baik melalui media cetak maupun media elektronik (Kusumaningrat dalam Khorida, 2017:45).

Menurut yang disusun oleh Dendy Sugono dkk (2008), mahasiswa diartikan sebagai seseorang yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Maka, pers mahasiswa dapat dipahami sebagai media komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik, dengan jurnalisnya terdiri dari mahasiswa dan berada di lingkungan kampus (Khorida, 2017:47).

Pers mahasiswa adalah organisasi mahasiswa yang bergerak di bidang jurnalistik dan keberadaannya dapat ditemukan di hampir setiap kampus. Organisasi ini memiliki peran penting dalam kehidupan kampus, terutama sebagai sumber berita yang meliput berbagai aktivitas di lingkungan kampus. Selain itu, pers mahasiswa juga berfungsi sebagai media kontrol sosial yang kritis dan objektif, memberikan pengawasan terhadap kebijakan kampus yang dianggap tidak tepat atau kurang berpihak pada kepentingan mahasiswa (Paujiah, 2017:1).

Pers kampus adalah media terbitan yang dibuat oleh mahasiswa dan ditujukan untuk mahasiswa dalam lingkungan perguruan tinggi. Di Amerika dan Eropa, media seperti ini dikenal sebagai *student newspapers* atau *student publications*, bukan *campus press*. Sementara di Indonesia, istilah pers mahasiswa mengacu pada media massa yang dikelola oleh mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi, baik berupa jurnal, majalah, buletin, maupun surat kabar, dengan target pembaca utamanya adalah kalangan mahasiswa (Supriyanto dalam Madini, 2019:15).

Jurnalposmedia adalah lembaga pers mahasiswa yang bernaung dibawah Himpunan Mahasiswa (HIMA) Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Sebagai redaksi, *Jurnalposmedia* menyajikan informasi terkait jurnalistik di UIN Bandung dan menyampaikan informasi, baik yang berasal dari lingkungan kampus (internal) maupun dari luar kampus dan berita umum (eksternal) melalui portal berita jurnalpomediamedia.com.

1.5.3.3 Clickbait

Umpan Balik (*Clickbait*), istilah ini sering disebut sebagai jebakan klik, karena kebanyakan judul tersebut tidak sesuai dengan isi konten yang sebenarnya. Menurut *The Oxford English Dictionary*, istilah *clickbait* mengacu pada konten internet yang dibuat dengan tujuan untuk menarik perhatian dan mendorong orang agar mengklik tautan tertentu¹. Menurut Romeltea, judul *clickbait* biasanya dirancang untuk memanfaatkan “kesenjangan keingintahuan” (*curiosity gap*) dengan memberikan informasi yang membuat penasaran, namun tidak cukup memuaskan rasa ingin tahu tersebut kecuali jika mereka mengklik tautan yang disediakan².

Menurut Biyani *et al* (2016:96), ada delapan tipe *clickbait* negatif yang sering kali digunakan dalam media *online*, yaitu: *exaggeration* (berlebihan), *teasing* (menggoda), *inflammatory* (menghasut), *formatting* (penataan), *graphic*

¹ Romeltea. (2019). 'Pengertian Jurnalisme Umpan Klik: Jurnalistik Mancing Mania!'. *Romeltea.Com*. Diakses pada 10 November 2024, dari <<https://romeltea.com/pengertian-jurnalisme-umpan-klik-jurnalistik-mancing-mania/>>.

² Romeltea. (2015). 'Jangan Klik *Clickbait* - Judul Berita Yang Menjebak!'. *Romelteamedia.Com*. Diakses pada 10 November 2024, dari <<https://www.romelteamedia.com/2015/04/jangan-klik-clickbait-judul-berita-jebakan.html>>.

(grafis), *bad and switch* (umpan dan beralih), *ambiguous* (ambigu), dan *wrong* (salah).

Penggunaan *clickbait* pada judul berita bertujuan untuk menarik perhatian pembaca agar membuka dan membaca isi berita. Judul biasanya dibuat dengan bahasa yang provokatif agar pembaca semakin penasaran. Namun, penggunaan judul *clickbait* tetap harus sesuai dengan norma media daring. Keberhasilan media daring dalam menarik minat melalui berita atau artikel berjudul *clickbait* dapat diukur dari jumlah pembaca yang mengklik tautan tersebut. Menurut Syafieq dalam Abidin *et al.*, (2021:485) tujuan utama dari *clickbait* adalah untuk menarik sebanyak mungkin orang, sehingga sebuah *website* bisa mendapatkan jumlah pengunjung yang tinggi.

1.5.3.4 Media online

Media *online* telah menjadi salah satu sumber utama informasi di zaman sekarang. Kehadirannya memudahkan setiap orang untuk mengakses berbagai informasi, bahkan dari tempat yang jauh sekalipun. Dengan kecepatan dan kemudahan akses membuat media *online* semakin populer di era sekarang.

Media *online* adalah jenis media yang menggunakan teknologi komunikasi berbasis jaringan komputer. Ciri khas media ini berbeda dari media lainnya, terutama dalam penggunaan internet sebagai platform untuk menampilkan konten. Internet tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana produksi dan menyebarkan informasi. Dengan demikian, keberadaan internet sangat penting dalam mendukung semua aktivitas yang dilakukan oleh media *online*.

Pengertian media *online* dibagi menjadi dua yaitu: secara umum dan khusus. Secara umum, media *online* merujuk pada berbagai jenis atau format media yang hanya dapat di akses melalui internet. Media ini mencakup teks, foto, video, suara, dan dapat berfungsi sebagai sarana komunikasi secara *online*. Dengan pengertian ini, maka email, milis (mailing list), situs web, blog, whatsapp, dan platform media sosial termasuk dalam kategori media *online*. Sementara itu, dalam pengertian yang lebih khusus, media *online* merujuk pada media dalam konteks komunikasi massa. Dalam bidang keilmuan komunikasi massa, media memiliki karakteristik tertentu seperti publisitas dan terbit secara periodisitas. Media *online* merupakan istilah yang digunakan untuk jenis media berbasis telekomunikasi dan multimedia, seperti situs web (Pangerapan *et al.*, 2020:5).

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Peneliti mengacu pada subjek yang akan diteliti untuk menentukan lokasi penelitian. Peneliti akan melakukan penelitian terhadap Mahasiswa Jurnalistik yang bergabung pada pers mahasiswa *Jurnalposmedia*. Sehingga untuk lokasi penelitian utama adalah Kampus 1 UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang berlokasi di Jl. A.H. Nasution Nomor 105, Cipadung Wetan, Kecamatan Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat, 40614. Peneliti memilih lokasi ini karena informan yang dijadikan subjek penelitian merupakan mahasiswa yang masih aktif menjalani perkuliahan di lingkungan kampus.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma pertama kali diperkenalkan oleh Thomas Kuhn, seorang ilmuwan asal Amerika Serikat dalam bukunya yang berjudul *The Structure Of Scientific Revolution*. Paradigma secara umum merupakan pegangan atau dasar yang digunakan sebagai acuan. Paradigma juga dapat diartikan sebagai perspektif atau pandangan yang akan mempengaruhi cara berpikir seseorang. Menurut (Neuman dalam Sulistyawati, 2023:3), paradigma adalah kerangka kerja umum yang berkaitan dengan teori dan fenomena, yang mencakup asumsi dasar, isu utama, desain penelitian, serta metode yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme. Peter L. Berger dan Thomas Luckman yang pertama kali memperkenalkan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai sistematis yang terstruktur terhadap tindakan atau perilaku yang melalui penelitian memiliki makna sosial. Paradigma ini menjelaskan secara detail bagaimana pengamatan terhadap pelaku sosial yang dilakukan dalam konteks sehari-hari yang alami, dengan tujuan untuk menafsirkan dan memahami cara para pelaku sosial mengelola atau menciptakan dunia sosial mereka.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme karena peneliti ingin mendapatkan persepsi dari anggota pers mahasiswa *Jurnalposmedia* UIN Sunan Gunung Djati Bandung terkait berita yang mengandung fenomena *clickbait* di media *online*. Hal ini didasarkan pada pengetahuan dan pemahaman anggota pers mahasiswa *Jurnalposmedia* yang menjadi informan dalam penelitian ini.

Dalam pendekatan penelitian, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena-fenomena yang berkaitan dengan kejadian atau peristiwa yang terjadi dengan subjek penelitian secara menyeluruh, seperti tindakan, perilaku, motivasi, persepsi, dan sebagainya, yang kemudian diuraikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

Penelitian kualitatif dapat bersifat subjektif karena tidak bebas nilai dan berfokus pada penjelasan interpretasi atau pendapat dari informan. Dalam penelitian ini, peneliti tidak memaksakan nilai-nilai tertentu pada informan, sehingga penelitian ini dan kapasitas peneliti bersifat pasif. Tujuannya adalah untuk menentukan pendapat orang lain tentang peristiwa atau gejala yang mereka alami tanpa perlu mencari hubungan antara gejala sosial yang satu dengan gejala yang lainnya. Ini karena tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mendefinisikan perspektif orang lain tentang peristiwa atau gejala yang diamati. Oleh karena itu, penelitian kualitatif sangat relevan dengan penelitian ini karena menggunakan persepsi dari seorang individu (pengelola pers mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung) terhadap suatu objek yang dipilih (penggunaan judul *clickbait*).

Penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang fenomena. Kemudian, salah satu metode dalam penelitian kualitatif dapat berupa data deskriptif baik lisan maupun tertulis termasuk, kalimat dan kata-kata dari perilaku maupun pandangan informan yang mengamati suatu fenomena yang nantinya dapat ditarik kesimpulan.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis atau menggambarkan hasil penelitian namun tidak digunakan untuk menarik kesimpulan yang lebih umum atau luas (Sugiyono, 2005:21). Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakteristik subjek yang sedang diteliti baik itu organisasi, individu, atau masyarakat, untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai suatu fenomena (Sugiyono, 2018).

Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan langsung dari informan. Setelah semua data yang diperlukan terkumpul, peneliti akan menyusun data tersebut untuk menggambarkan bagaimana persepsi anggota *Jurnalposmedia* tentang penggunaan judul *clickbait* di media *online*.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif. Data kualitatif berupa penjelasan atau uraian tanpa melibatkan perhitungan statistik. Data ini dikumpulkan melalui berbagai metode, seperti dokumentasi, wawancara, dan observasi. Data kualitatif berfungsi untuk memahami kualitas dari objek yang diteliti.

Data penelitian ini dikumpulkan melalui berbagai teknik, termasuk wawancara dan observasi pada anggota *Jurnalposmedia* UIN SGD Bandung. Selain itu, dilakukan juga studi dokumen atau penggalian informasi yang bersumber dari berita, jurnal, hingga foto. Setelah data terkumpul, selanjutnya data tersebut akan

dijelaskan secara deskriptif dan naratif, karena penyajiannya menggunakan kata-kata untuk mengulas fakta dan fenomena yang dikumpulkan.

1.6.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan untuk penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti, sementara sumber data sekunder berasal dari sumber yang sudah ada sebelumnya.

1) Sumber Data Primer

Data primer adalah jenis data yang menjadi bahan kajian awal atau dasar penelitian. Sumber dari data primer ini berasal dari informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti dari informan terkait (Waluya, 2007:79). Maka, data primer dalam penelitian ini yaitu anggota pers mahasiswa *Jurnalposmedia* dengan wawancara langsung.

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui perantara atau dengan kata lain tidak secara langsung. Seperti mencari melalui dokumen, seperti buku, artikel, maupun jurnal. Pada penelitian ini, data sekunder berupa artikel dan juga berita dari halaman resmi pada media online *Tvonenews.com*.

1.6.5 Penentuan informan atau unit penelitian

1.6.5.1 Informan dan Unit Analisis

Informan penelitian merupakan orang-orang yang memiliki pengetahuan mengenai informasi terkait objek penelitian. Menurut Creswell yang dikutip buku Deddy Mulyana pun menyatakan penentuan jumlah informan yang diperlukan

untuk penelitian adalah 10 orang. Namun, Dubes menyarankan antara 3 hingga 10 orang. Dalam penelitian ini, peneliti memilih 6 informan yang merupakan anggota pers mahasiswa *Jurnalposmedia*. Mereka merupakan mahasiswa aktif dari Unit Kegiatan Jurusan (UKJ) Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN SGD Bandung.

1.6.5.2 Teknik Penentuan Informasi

Pemilihan informan ditentukan oleh peneliti, dalam penelitian ini peneliti memilih menggunakan Teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016:289) dalam karyanya yang berjudul *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*, *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih sumber data berdasarkan pertimbangan tertentu. Misalnya, seseorang dipilih karena dianggap memiliki pengetahuan yang paling relevan dengan penelitian, atau karena posisinya yang berpengaruh sehingga dapat membantu peneliti dalam memahami objek atau situasi sosial yang sedang dikaji. Maka, peneliti memiliki kriteria untuk menentukan informan dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) Informan merupakan mahasiswa aktif jurnalistik UIN SGD Bandung
- 2) Informan merupakan anggota aktif *Jurnalposmedia*
- 3) Informan mengetahui tentang *clickbait*.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian terpenting dalam penelitian, karena inti dari penelitian adalah memperoleh data. Jika peneliti tidak memahami cara mengumpulkan data dengan benar, maka data yang diperoleh mungkin tidak sesuai dengan standar yang ditetapkan. (Sugiyono, 2016:296). Pengumpulan data dibutuhkan untuk mendukung dan melengkapi penelitian yang dapat membantu

kelancaran penelitian ini. Teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

1.6.6.1 Wawancara

Wawancara atau *interview* adalah salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung, baik melalui tatap muka maupun perantara seluler. Peneliti akan melakukan wawancara dengan anggota *Jurnalposmedia* untuk mendapatkan jawaban atas sejumlah pertanyaan yang akan diajukan. Dalam wawancara ini, peneliti akan menyiapkan beberapa pertanyaan yang telah disusun sebelumnya terkait persepsi pers mahasiswa mengenai judul berita *clickbait* yang dikategorikan melalui proses sensasi, atensi, dan interpretasi.

1.6.6.2 Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mencari data yang berkaitan dengan penelitian, seperti jurnal, buku, makalah, laporan, dan sumber-sumber lainnya. Hasil dokumentasi digunakan untuk meningkatkan kredibilitas penelitian dengan dukungan dari dokumen pendukung. Dokumen yang diperlukan pada penelitian ini yaitu sejumlah berita yang dipublikasikan oleh media *online Tvonenews.com*. berita tersebut diperlukan sebagai bahan penelitian untuk menganalisis fenomena *clickbait* di media *online Tvonenews.com*.

1.6.6.3 Observasi

Teknik ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung, yang berkaitan dengan fenomena *clickbait* khususnya pada berita di media *Tvonenews.com*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana anggota

Jurnalposmedia dalam memahami informasi tentang media *online* dan cara kerja *Jurnalposmedia* dalam mempublikasikan berita ataupun informasi untuk khalayak.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Pengabsahan data adalah untuk memastikan bahwa semua hasil yang telah diamati dan diteliti benar-benar sesuai dengan fakta yang ada dan memang terjadi. Langkah ini dilakukan agar data yang diperoleh peneliti tetap akurat dan dapat dipercaya, baik oleh pembaca maupun subjek penelitian. peneliti untuk memelihara dan menjamin bahwa data tersebut benar.

Teknik penentuan keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Menurut Susan Stainback (1988), tujuan dari triangulasi bukan untuk menemukan atau mencari kebenaran tentang suatu fenomena, melainkan untuk memperdalam pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan (Sugiyono, 2016:316).

1.6.8 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis berdasarkan hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Tujuannya adalah agar data lebih mudah dipahami, dan hasilnya dapat disampaikan kepada orang lain (Sugiyono, 2016:319). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data model Miles & Huberman yang terdiri dari tiga tahapan analisis, yaitu:

1.6.8.1 Reduksi data

Reduksi data adalah proses menyaring, merangkum, dan memilih informasi utama dengan fokus pada hal-hal yang penting. Dalam proses ini, peneliti mencari pola dan tema yang relevan. Dengan mereduksi data, informasi menjadi lebih jelas,

sehingga memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data berikutnya atau menemukan kembali data jika diperlukan.

1.6.8.2 Penyajian data

Model penyajian data yang dikemukakan oleh Miles & Huberman menjelaskan bahwa penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang disusun untuk memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dengan cara merangkum informasi secara singkat, menggunakan bagan, dan metode lainnya.

Dengan demikian penganalisis dapat mengamati peristiwa yang sedang terjadi dan mengambil keputusan untuk menarik kesimpulan yang tepat atau melanjutkan melakukan analisis lanjutan yang disarankan oleh penyajian sebagai sesuatu yang mungkin bermanfaat.

1.6.8.3 Penarikan kesimpulan

Menurut Miles & Huberman, kesimpulan atau verifikasi merupakan kegiatan konfigurasi yang utuh. Dalam analisis ini, kesimpulan ditarik dan diverifikasi selama berlangsungnya penelitian. Verifikasi dilakukan melalui peninjauan kembali catatan lapangan dan harus dipastikan kebenarannya.

1.6.9 Lokasi dan Rencana Jadwal Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan dari bulan Oktober 2024 sampai dengan bulan April 2025. Rencana lokasi penelitian akan dilaksanakan di kampus 1 UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang berlokasi di Jalan A.H. Nasution Nomor 105, Cipadung Wetan, Kecamatan Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat, 40614. Rencana jadwal penelitian akan dilaksanakan setelah seminar proposal.