

ABSTRAK

Zaira Farah Diba. NIM 1144050149, Bahasa Jurnalistik Dalam Headline Berita Online (Studi Fenomenologi Terhadap Praktisi Jurnalis Anggota AJI di Kota Bandung Tentang Clickbait).

Perkembangan teknologi membuat siapa saja akan mudah mengakses informasi yang tak terbatas dengan satu kali klik saja, seiring berkembangnya zaman yang didukung dengan kemajuan teknologi membuat banyak media memanfaatkan media online untuk mempublikasikan berita, sehingga banyak dari mereka berlomba-lomba untuk menarik pembaca dengan membuat judul yang menarik tak jarang pula dengan judul bombastis seperti judul berita *clickbait* atau jebakan klik.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana praktisi jurnalis di Kota Bandung memahami bahasa jurnalistik yang baik dan benar, juga mengetahui pemahaman praktisi jurnalis tentang judul berita yang baik namun tidak mengecoh pembacanya, namun masih tetap mengedukasi dengan judul berita yang di publikasikan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori fenomenologi menurut Alferd Schutz yang digabungkan dengan konsep Bahasa Jurnalistik menurut Haris Sumadiria.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari gabungan dua konsep, yakni konsep bahasa jurnalistik menurut Haris Sumadiria dan Teori Fenomenologi Alferd Schutz. Konsep ini dipilih karena mampu mengkonstruksikan secara holistic mengenai Bahasa Jurnalistik Dalam Headline Berita Online tentang Clickbait.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme yang bertujuan untuk memaknai makna- makna yang diungkapkan informan yang tidak dapat digeneralisir. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang bertujuan memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara utuh dan menyeluruh. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi fenomenologi untuk mempelajari bagaimana fenomena di alami dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan tersebut bernilai diterima secara estetis. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahasa jurnalistik yang baik dan benar telah dipahami oleh praktisi yang dulunya menempuh pendidikan pada jurusan yang sama, mereka tahu betul bagaimana seharusnya membuat judul berita yang baik dan benar, dalam hasil penelitian menunjukkan, bukan tidak mengetahuinya para praktisi mengenai bahasa jurnalistik yang sesuai dengan kaidah jurnalistik dan karakteristiknya, namun tuntutan beberapa media lah yang mengharuskan mereka menggunakan judul berita yang mampu menarik perhatian pembaca. Ada pula media yang tetap konsisten untuk terus mengolah dan mempublikasikan berita yang sesuai dengan kaidah dan bahasa jurnalistik namun tetap mendapatkan pembaca yang konsisten, yanpa membuat judul yang heboh dan bombastis .

Kata Kunci:

Bahasa Jurnalistik, Headline, Berita Online, Clickbait



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG