ABSTRAK

Balqis Salma Suryana (1224050026). *Kebijakan Redaksional dalam Penyusunan Judul Berita Berpotensi Clickbait di Media Online Pikiran Rakyat Media Network.*

Perkembangan media digital mendorong media online bersaing menarik perhatian pembaca melalui penggunaan judul berita yang menarik. Kondisi tersebut memunculkan praktik clickbait yang berpotensi menyesatkan publik apabila tidak disertai kebijakan redaksional yang sesuai dengan etika jurnalistik. Oleh karena itu, media perlu menerapkan kebijakan redaksional yang mampu menjaga keseimbangan antara daya tarik judul dan tanggung jawab penyampaian informasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebijakan redaksional Pikiran Rakyat Media Network dalam penyusunan judul berita berpotensi clickbait, yang meliputi upaya memastikan judul tidak menyesatkan publik, menjaga akurasi dan verifikasi informasi, serta menyeimbangkan kepentingan bisnis dan kepentingan publik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan paradigma konstruktivisme. Landasan teori yang digunakan adalah Teori Tanggung Jawab Sosial Pers dari Hutchins Commission (1947). Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan empat informan dan studi dokumentasi terhadap Buku Putih Redaksi. Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pikiran Rakyat Media Network menerapkan kebijakan redaksional yang terstruktur melalui Buku Putih Redaksi, mekanisme verifikasi berlapis, strategi *running news*, serta prinsip *firewall* antara divisi redaksi dan bisnis. Kebijakan tersebut memastikan judul berita tetap menarik tanpa mengabaikan akurasi, kesesuaian dengan isi berita, dan etika jurnalistik.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kebijakan redaksional Pikiran Rakyat Media Network mencerminkan implementasi prinsip-prinsip Teori Tanggung Jawab Sosial Pers. Kebebasan dalam menyusun judul berita dipahami sebagai kebebasan yang disertai tanggung jawab untuk menyajikan informasi yang akurat, berimbang, dan tidak menyesatkan publik.

Kata Kunci: kebijakan redaksional, judul berita, *clickbait*, media online, tanggung jawab sosial pers

ABSTRACT

The growth of digital media has driven online outlets to compete for reader attention through the use of compelling headlines. This environment has given rise to "clickbait" practices, which risk misleading the public unless accompanied by editorial policies aligned with journalistic ethics. Consequently, media organizations must implement editorial policies that strike a balance between a headline's appeal and the responsibility to convey information accurately.

This study aims to examine the editorial policies of Pikiran Rakyat Media Network regarding the crafting of headlines with clickbait potential. It focuses on efforts to ensure headlines do not mislead the public, to maintain information accuracy and verification, and to balance business interests with the public interest.

The study employs a qualitative approach using a descriptive method and a constructivist paradigm. The theoretical framework is based on the Social Responsibility Theory of the Press, as articulated by the Hutchins Commission (1947). Data were gathered through in-depth interviews with four informants and a documentary analysis of the network's Editorial White Paper. Data analysis followed the Miles, Huberman, and Saldaña model, comprising data condensation, data display, and conclusion drawing/verification.

The findings indicate that Pikiran Rakyat Media Network implements structured editorial policies through its Editorial White Paper, multi-layered verification mechanisms, a "running news" strategy, and a firewall principle separating the editorial and business divisions. These policies ensure that headlines remain engaging without compromising accuracy, alignment with the news content, or journalistic ethics.

The study concludes that Pikiran Rakyat Media Network's editorial policies reflect the implementation of the principles of the Social Responsibility Theory of the Press. Freedom in crafting headlines is understood as a liberty accompanied by the responsibility to present information that is accurate, balanced, and not misleading to the public.

Keywords: editorial policy, news headlines, clickbait, online media, social responsibility of the press

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG