

## ABSTRAK

**Tanti Sugiharti**, Pemahaman Wartawan Tentang Bahasa Jurnalistik Pada Judul *Clickbait* (Studi Deskriptif Pandangan Wartawan *Detik.com*).

Dewasa ini perkembangan media *online* terjadi begitu cepat, pada tahun 2017 terhitung 966 juta media *online* yang tersebar di seluruh dunia. Angka tersebut tentu tidaklah kecil, sehingga hal inilah yang menjadi salahsatu alasan munculnya fenomena *clickbait*. Setiap media bersaing untuk menarik perhatian pembaca, karena tidak dapat dipungkiri bahwa sebuah media *online* tentu saja membutuhkan pembaca. Salah satunya adalah media *online Detik.com* merupakan sebuah media nasional yang selalu menyuguhkan informasi hampir setiap detik kepada khalayak. Media Detik hadir untuk memberikan informasi yang beragam, mulai dari berita politik, ekonomi, pendidikan, daerah, hingga berita internasional. Sebagai sebuah media *online* di tengah ketatnya persaingan media, tidak jarang dalam pemberitannya detik mau tidak mau harus menggunakan strategi *clickbait* untuk tetap mempertahankan eksistensinya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah wartawan media *online detik.com* sudah memahami tentang fenomena judul *clickbait* serta pemahaman mengenai penggunaan bahasa jurnalistik. Secara lebih rinci, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemahaman wartawan Detik Kota Bandung dalam menerjemahkan kata *clickbait*, pemahaman wartawan Detik Kota Bandung dalam menafsirkan atau menginterpretasikan bahasa jurnalistik ke dalam penggunaan judul *clickbait*, dan pemahaman wartawan Detik Kota Bandung dalam mengeksplorasi bahasa jurnalistik ke dalam judul *clickbait*.

Penelitian ini didasarkan pada konsep Pemahaman dari Nana Sudjana. Konsep Pemahaman berdasar pada tiga poin, yaitu bahwa tingkat pemahaman seseorang terbagi menjadi tiga yaitu pemahaman menerjemahkan, pemahaman menginterpretasikan, dan pemahaman mengeksplorasi.

Metode yang digunakan yaitu deskriptif dengan pendekatan penelitian kualitatif dan paradigma konstruktivis, yakni melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu dan mengetahui realitas berdasarkan sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung.

Hasil peneltian menunjukkan bahwa pemahaman seorang wartawan Detik Kota Bandung mengenai fenomena *clickbait* adalah sama, hanya saja penyampaiannya yang berbeda. *Clickbait* merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan media dengan cara memainkan kata atau memasukan *keyword* untuk menarik perhatian pembaca. Saat ini, judul *clickbait* sudah menjadi kebutuhan pembaca dan *google search engine*. Ketika sebuah media tidak memakai judul yang sesuai dengan selera *google* maka media tersebut akan sepi dari pembaca, sehingga mau tidak mau sebuah media memakai strategi *clickbait*.

**Kata Kunci** : Bahasa Jurnalistik, *Detik.com*, Judul *Clickbait*