

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi saat ini semakin pesat sehingga dengan berkembangnya teknologi mempengaruhi segala hal. Teknologi juga menciptakan internet yang saat ini sangat digemari oleh penduduk dunia, semuanya pasti mengetahui apa itu internet dan mengetahui cara menggunakannya, bahkan anak kecil pun rasanya mengetahui apa itu internet. Internet adalah system komunikasi yang menghubungkan antar computer di seluruh dunia dan dapat saling berkomunikasi. Internet menggunakan protocol standar TCP/IP (*transmission control protocol/ internet protocol*) untuk menghubungkan semua jenis computer yang ada di dunia. (Educom, 2019). Internet muncul pada tahun 1960 an dan mulai dipakai oleh univeristas yang populer di Amerika pada tahun 1980 an. Internet secara terus menerus berkembang seperti saat ini sehingga membuat pekerjaan praktis, mulai dari informasi, berita, pelajaran, game, media social, mencari pekerjaan, apapun ada didalamnya. Semakin hari teknologi informasi berkembang sangat pesat, cara manusia berkomunikasi pun menjadi berubah. Pada jaman dahulu ketika ingin mengobrol harus bertemu secara langsung atau mengirim surat melalui pos, saat ini hanya perlu membuka *gadget* dan seketika terhubung dengan teman atau kerabat yang jauh bahkan juga dapat terhubung dengan seseorang yang berada di luar negeri.

Perkembangan peradaban tidak akan terlepas dari bidang komunikasi, dengan hadirnya internet maka muncullah media online. Hal ini membuat media konvensional atau media cetak memiliki tantangan untuk menghadapi hadirnya media online, karena media online tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Pada survei tahun 2017 Nielsen Media Research menyatakan jumlah pembaca di media online lebih banyak 6 juta orang dari jumlah pembaca di media cetak, peminat media cetak sebanyak 4.4 juta pembaca dan media online 9.5 juta pembaca. (Reily, 2017). Media online digemari oleh banyak orang karena dapat mengakses apapun hanya dalam hitungan detik, Menurut Ashadi Siregar media online yaitu sebuah sebutan untuk media telekomunikasi seperti komputer dan juga internet, dengan populernya media berbasis online saat ini banyak beralihnya ke media online maka banyak perusahaan yang memaksimalkan media online. Tak terkecuali juga seperti media cetak yang dahulu banyak digemari oleh pembaca dan sangat dibutuhkan dalam mendapatkan informasi maupun berita, dengan kecanggihan teknologi media cetak juga harus berkembang agar tidak kehilangan pembacanya, maka media cetak beralih ke media *online*.

Segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers di media *online* dinamakan media siber (Dewanpers, 2012). Media siber sama seperti media massa lain, yaitu melaporkan berbagai peristiwa penting yang terjadi kepada masyarakat. Kelebihannya media siber ini dapat memungkinkan melaporkan peristiwa kepada masyarakat dengan cepat dan dapat memudahkan masyarakat.

Namun dengan mudahnya penggunaan media online, tidak serta merta mudah untuk mendapatkan perhatian pembaca atau pengunjung begitu saja, hal ini dikarenakan banyaknya jumlah media online yang ada dan persaingan antar media. Hal ini membuat media online harus memiliki strategi untuk menarik pembaca agar mengunjungi *web* nya. Maka dari itu muncullah strategi yang banyak digunakan yaitu penggunaan *clickbait* pada judul berita. *Clickbait* pertama ditemukan di Amerika Serikat banyak berisi mengenai berita tipuan karena diakibatkan ketatnya persaingan dalam dunia jurnalis saat itu. Tujuan *Clickbait* yaitu untuk membuat pembaca penasaran dan mampu menggugah pembaca untuk mengklik atau masuk ke tautan tersebut. Judul yang menggunakan *clickbait* yaitu judul yang mampu menggoda pembaca dan judul ini biasanya menggunakan bahasa provokatif agar menarik perhatian. Penggunaan judul *clickbait* itu tidak terlepas dari format media *online*. Cara media *online* melihat ukuran kesuksesan artikel di media *online* yaitu dengan jumlah klik yang masuk. Dengan penggunaan *clickbait* pada media *online* akan mempengaruhi seseorang untuk masuk ke dalam web, walaupun hanya dengan mengklik saja tetapi tetap terhitung jumlah pengunjung yang masuk.

Dengan alasan tersebut maka banyak artikel dan berita ditulis menggunakan *clickbait* pada judul tersebut. Seperti pada portal berita kompas dengan judul *20 Negara dengan kematian tertinggi covid-19, Indonesia nomor 17* Pada Kamis 15 Oktober 2020, *Polda Metro: 10 Pendemo yang ditangkap Positif Covid-19* pada Rabu 14 Oktober 2020, *Biarkan Orang Sakit nanti kebal sendiri semuanya, enggak boleh....* Pada Kamis 15 Oktober 2020. *Dokter Kandungan: Tak ada rekomendasi persalinan aman cegah penularan Covid19* Pada Rabu 14 Oktober 2020.

Berkeliaran dengan status positif Covid- 19, seorang warga kelurahan Malaka Jaya dijemput tim gugus tugas Pada Jumat 16 Oktober 2020. 123 demonstran reaktif Covid19 setelah ikuti aksi Tolak UU Cipta Kerja Pada Selasa 13 Oktober 2020. Di portal berita Liputan6 Remdesivir Obat Corona hanya ada 200 ribu di dunia, siapa yang berhak dapat? Pada 11 Mei 2020. Donald Trump sebut 2 obat ini ampuh sembukan Corona Covid 19, benarkah? Pada 22 Maret 2020.

Judul-judul tersebut adalah praktik *clickbait* yang dilakukan di media siber, judul dibuat agar pembaca penasaran dan ingin membaca kelanjutannya. Tetapi banyak sekali berita saat ini yang tidak sesuai dengan isinya, sehingga menimbulkan rasa menyesal pada masyarakat telah membuka *page* tersebut. Seperti pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Jenetia Nikita Pangarepan yang berjudul Persepsi Mahasiswa Tentang Kepala Berita Click Bait Media Online Instagram, yaitu penggunaan *clickbait* sangat merugikan pembaca yang menggunakan media online instagram. Karena *clickbait* hanyalah judul jebakan yang tujuannya hanya untuk menaikkan rating berita tersebut. (Pangarepan, 2020)

Ada beberapa dampak dari penggunaan judul berita yang menggunakan *clickbait* ini, yaitu tidak mencerdaskan saat beritanya terpotong potong (jurnalisme mutilasi), munculnya hoaks di masyarakat dan lebih jauhnya adalah terjadi keresahan dalam masyarakat. Padahal pada pembuatan judul berita ada syaratnya, menurut Haris Sumadiria judul harus memenuhi tujuh syarat: Provokatif, Singkat dan padat, Relevan, Fungsional, Formal, Representative, dan Merujuk pada Bahasa Baku (Sumadiria A. S., 2017). Selain itu juga pada kode etik jurnalistik cara pemberitaan

pada bab II pasal 9 disebutkan bahwa “*Wartawan Indonesia menulis judul yang mencerminkan isi berita*”.

Pada penelitian sebelumnya sudah ada penelitian mengenai *clickbait* ini, seperti yang ditulis oleh Yoseva Yamlean yang berjudul *Clickbait Journalism Dan Pelanggaran Etika Jurnalistik* (Studi Kasus Pelanggaran Etika Jurnalistik Dalam Praktik Clickbait Pada Media Online Jogja.tribunnews.com Periode 1 Maret 2019 - 30 April 2019). Pada penelitian ini menjelaskan praktik *clickbait* dengan pelanggaran kode etik jurnalistik, tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui praktik *clickbait* Jogja.Tribunnews.com, dan mengetahui pelanggaran kode etik pada *clickbait* yang dilakukan dalam pemberitaan di Tribun Jogja.

Perbedaan antara penelitian yang ditulis dengan sebelumnya yaitu penelitian ini yaitu penelitian ini lebih berfokus kepada pandangan wartawan karena peneliti ini ingin mengetahui bagaimana persepsi wartawan mengenai penggunaan *clickbait*. Apakah penggunaan *clickbait* ini sangat penting bagi wartawan, apakah ada keuntungan dengan menggunakan *clickbait*, dan apakah penggunaan *clickbait* selalu mengabaikan relevansi judul dengan isi berita sehingga dapat menimbulkan hoaks. Pengambilan tema mengenai *clickbait* karena praktik penggunaan *clickbait* sudah menjadi hal umum dan dianggap biasa. Sehubungan dengan hal tersebut maka peneliti mengangkat penelitian yang berjudul **”PERSEPSI WARTAWAN MENGENAI PENGGUNAAN *CLICKBAIT* (UMPAN KLIK) PADA JUDUL BERITA DI MEDIA SIBER** (Studi Deskriptif pada Anggota Persatuan Wartawan Indonesia di Kabupaten Purwakarta)”. Dengan banyaknya penggunaan praktik *clickbait* menjadi sebuah perhatian bagi peneliti apakah berita tersebut dikatakan layak untuk dibaca

oleh khalayak. Maka dengan penelitian ini peneliti bermaksud untuk mengetahui bagaimana persepsi dari sudut pandang wartawan terhadap *clickbait* pada judul berita di media siber.

1.2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian pada penelitian ini yaitu “Persepsi wartawan mengenai penggunaan *clickbait* (umpan klik) pada judul berita di media siber”. Fokus penelitian ini agar dapat mengetahui persepsi wartawan anggota Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) di Kabupaten Purwakarta tentang *clickbait* di media siber. Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana atensi Wartawan Kabupaten Purwakarta dalam penggunaan *clickbait* pada judul berita di media siber?
- 2) Bagaimana seleksi Wartawan Kabupaten Purwakarta dalam penggunaan *clickbait* pada judul berita di media siber?
- 3) Bagaimana interpretasi Wartawan Kabupaten Purwakarta dalam penggunaan *clickbait* pada judul berita di media siber?

1.3. Tujuan Penelitian

- 1) Mengetahui atensi Wartawan Kabupaten Purwakarta dalam penggunaan *clickbait* pada judul berita di media siber.
- 2) Mengetahui seleksi Wartawan Kabupaten Purwakarta dalam penggunaan *clickbait* pada judul berita di media siber.

- 3) Mengetahui interpretasi Wartawan Kabupaten Purwakarta dalam penggunaan *clickbait* pada judul berita di media siber.

1.4. Kegunaan Penelitian

1) Kegunaan Akademis

Hasil dari penelitian ini penulis berharap bisa membantu memberikan sumbangsih pemikiran ilmu pengetahuan di bidang ilmu komunikasi khususnya pada *clickbait*. Diharapkan juga dapat menjadi sebuah contoh rujukan penelitian selanjutnya dalam *clickbait* di media online.

2) Kegunaan Praktis

Peneliti berharap dapat memberikan sumbangan positif untuk masyarakat agar lebih memerhatikan judul berita pada media online. Dan juga penulis berharap agar penelitian ini bermanfaat dan menjadi referensi dalam pembelajaran mengenai *clickbait*.

1.5. Landasan Pemikiran

1) Penelitian yang Relevan

Agar menghindari dari plagiarisme atau kesamaan penelitian dengan yang sebelumnya, maka dibawah ini adalah penelitian yang relevan atau sesuai dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Pertama, Jenetia Nikita Pangarepan (2020) “*Persepsi Mahasiswa Tentang Kepala Berita Click Bait Media Online Instagram* (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Unsrat Konsentrasi

Jurnalistik)”. Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Univeristas Sam Ratulagi Manado Sulawesi Utara. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi mahasiswa tentang penggunaan *clickbait* pada kepala berita di Instagram. Menggunakan metode kualitatif dengan analisis data model analisis interaktif. Hasil pada penelitian ini yaitu persepsi mahasiswa terhadap *clickbait* sangat merugikan pengguna, karena *clickbait* hanyalah judul yang menjebak agar menaikkan rating berita.

Kedua, Zaira Farah Diba (2018) “*Bahasa jurnalistik dalam headline berita online studi fenomenologi terhadap praktisi jurnalis anggota AJI di Kota*”. Ilmu Komunikasi Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Tujuan dari penelitian ini yaitu bisa mengetahui praktisi jurnalis dalam memahami Bahasa Jurnalistik dalam headline berita online, cara praktisi jurnalis dalam memaknai Bahasa Jurnalistik dalam headline berita online, dan cara praktisi jurnalis dalam mengkontruksi Bahasa Jurnalistik dalam headline berita online. Penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif dengan teori fenomenologi.

Ketiga, Muhammad Rizky Kertanegara (2018) “*Penggunaan Clickbait Headline pada Situs Berita dan Gaya Hidup Muslim Dream.co.id*”. Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung. Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui strategi dalam penggunaan *headline* Dream. co.id, macam-macam teknik yang digunakan *clickbait headline* di Dream.co.id dalam menarik perhatian pembaca, dan apakah *clickbait headline* yang digunakan di

Dream.co.id berpedoman pada Kode Etik Jurnalistik. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian pendekatan analisis isi kuantitatif deskriptif.

Keempat, Yoseva Yamlean (2019) "*Clickbait Journalism Dan Pelanggaran Etika Jurnalistik*". Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu mengetahui model praktik clickbait yang digunakan di media online Jogja.Tribunnews.com, dan mengetahui pelanggaran kode etik jurnalistik dalam penerbitan berita di media Tribun Jogja dalam pemberitaan clickbait. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif.

Kelima, Wiji Agustin Sasmita (2019) "*Strategi Redaksi Tirto.Id Dalam Penyajian berita di Media Online*". Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Tujuan dari penelitian ini yaitu bagaimana strategi redaksi media Tirto.id dalam menyajikan berita di media online. Pada penelitian ini menggunakan teori ekologi media dan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Tabel. 1.1 Hasil Penelitian Terdahulu

| NO | NAMA PENELITI DAN JUDUL PENELITIAN | TEORI DAN METODE PENELITIAN | HASIL PENELITIAN | PERSAMAAN | PERBEDAAN |
|----|---|---|--|---|--|
| 1. | <p>Jenetia Nikita Pangarepan</p> <p>2020</p> <p><i>Persepsi Mahasiswa Tentang Kepala Berita Click Bait Media Online Instagram (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Unsrat Konsentrasi Jurnalistik)</i></p> <p>Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Univeristas Sam Ratulagi Manado Sulawesi Utara</p> | <p>Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu Teori Persepsi.</p> <p>Metode Kualitatif.</p> | <p>Persepsi mahasiswa terhadap kepala berita clickbait media online instagram sangat merugikan pembaca sebagai pengguna media online instagram. Karena clickbait itu hanyalah judul jebakan yang dibuat oleh si pembuat berita atau pengguna instagram lainnya dan tujuannya hanya untuk menaikkan rating berita tersebut. Karena ketika banyak orang mengklik suatu berita maka rating berita tersebut akan semakin naik. Dan dari masukan serta saran delapan informan mengatakan pentingnya kepala berita atau judul dari suatu berita.</p> | <p>Persamaan antara penelitian Jenetia dan penelitian ini sama sama meneliti mengenai <i>Clickbait</i>.</p> <p>Teori yang digunakan penelitian ini juga sama sama menggunakan teori persepsi.</p> <p>Persamaan penelitian ini juga sama sama meneliti judul berita atau kepala berita yang menggunakan clickbait.</p> | <p>Penelitian yang dilakukan Jenetia fokuskan hanya mahasiswa saja, sedangkan pada penelitian saya dilakukan pada wartawan.</p> <p>Perbedaan media yang di teliti, media yang dilakukan pada penelitian Jenetia menggunakan media Instagram, sedangkan pada penelitian ini menggunakan media siber atau media massa daring (online).</p> |

| NO | NAMA PENELITI DAN JUDUL PENELITIAN | TEORI DAN METODE PENELITIAN | HASIL PENELITIAN | PERSAMAAN | PERBEDAAN |
|----|---|--|--|--|---|
| 2. | <p>Zara Farah Diba 2018</p> <p><i>Bahasa jurnalistik dalam headline berita online studi fenomenologi terhadap praktisi jurnalis anggota AJI di Kota Bandung tentang clickbait.</i></p> <p>Ilmu Komunikasi Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung</p> | <p>Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teori Fenomenologi menurut Alferd Schutz yang digabungkan dengan konsep Bahasa jurnalistik oleh Haris Sumadiria</p> <p>Metode Kualitatif.</p> | <p>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. Hasil penelitian menunjukkan, bukan tidak mengetahuinya para praktisi mengenai bahasa jurnalistik yang sesuai dengan kaidah jurnalistik dan karakteristiknya, namun tuntutan beberapa media yang mengharuskan menggunakan judul berita yang mampu menarik perhatian pembaca. Ada pula media yang tetap konsisten mengolah dan mempublikasikan berita sesuai kaidah tetap mendapatkan pembaca tanpa membuat judul yang heboh dan bombastis</p> | <p>Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama sama meneliti mengenai <i>Clickbait</i>.</p> <p>Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama sama menggunakan metode kualitatif.</p> | <p>Perbedaan dengan penelitian ini yaitu tidak terfokus pada membahas mengenai Bahasa jurnalistik.</p> <p>Perbedaan dengan penelitian ini yaitu tidak menggunakan teori fenomenologi.</p> |

| NO | NAMA PENELITI DAN JUDUL PENELITIAN | TEORI DAN METODE PENELITIAN | HASIL PENELITIAN | PERSAMAAN | PERBEDAAN |
|----|--|--|--|---|---|
| 3. | <p>Muhammad Rizky Kertanegara</p> <p>2018</p> <p><i>Clickbait Headline pada Situs Berita dan Gaya Hidup Muslim Dream.co.id.</i></p> <p>Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung</p> | <p>Analisis Isi Kuantitatif Deskriptif</p> | <p>Hampir setengah dari sampel artikel yang paling banyak dilihat (most viewed) oleh para pembacanya menggunakan teknik clickbait headline. Hal ini menunjukkan keberhasilan penggunaan clickbait headline dalam menarik keingintahuan pembaca untuk mendapatkan isi berita secara lengkap. Tidak ditemukan penggunaan nama-nama terkenal atau familiar dalam artikel situs Dream.co.id seperti yang penulis temukan sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa tim redaksi dari situs Dream.co.id sudah menerapkan pedoman media cyber dan Kode Etik Jurnalistik dalam headline.</p> | <p>Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama sama meneliti mengenai <i>Clickbait</i>.</p> <p>Persamaan dengan penelitian ini yaitu meneliti headline atau kepala berita.</p> | <p>Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dan pada penelitian ini lebih focus kepada masyarakat, bukan kepada media.</p> <p>Perbedaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan metode analisis isi kuantitatif deskriptif.</p> |

| NO | NAMA PENELITI DAN JUDUL PENELITIAN | TEORI DAN METODE PENELITIAN | PERTANYAAN PENELITIAN | PERSAMAAN | PERBEDAAN |
|----|--|---|---|--|--|
| 4. | <p>Yoseva Yamlean 2019</p> <p><i>Clickbait Journalism Dan Pelanggaran Etika Jurnalistik (Studi Kasus Pelanggaran Etika Jurnalistik Dalam Praktik Clickbait Pada Media Online Jogja. tribunnews.com Periode 1 Maret 2019 - 30 April 2019)</i></p> <p>Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta</p> | <p>Penelitian ini menggunakan teori studi kasus.</p> <p>Penelitian ini menggunakan metode Pendekatan Kualitatif</p> | <p>Dalam penelitian ini ingin melihat bagaimana praktik clickbait di media online dilakukan dan bagaimana pelanggaran etika jurnalistik dari praktik clickbait ini. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan studi kasus sebagai strategi dalam menjelaskan fenomena. Hasil dari penelitian ini ada 7 praktik clickbait yang diterapkan pada jogja.tribunnews.com dan 4 poin dalam kode etik jurnalistik yang dilanggar.</p> | <p>Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama sama meneliti mengenai <i>Clickbait</i>.</p> <p>Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama sama menggunakan metode kualitatif.</p> | <p>Dalam penelitian ini tidak terfokus kepada pelanggaran kode etik jurnalistik.</p> <p>Perbedaan dengan penelitian ini yaitu tidak terfokus pada satu media saja.</p> <p>Perbedaan dengan penelitian ini yaitu tidak menggunakan teori studi kasus.</p> |

| NO | NAMA PENELITI DAN JUDUL PENELITIAN | METODE PENELITIAN | PERTANYAAN PENELITIAN | PERSAMAAN | PERBEDAAN |
|----|---|--|---|---|--|
| 5. | <p>Wiji Agustin Sasmita</p> <p>2019</p> <p><i>Strategi Redaksi Tirto.Id Dalam Penyajian berita di Media Online</i></p> <p>Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya</p> | <p>Teori yang digunakan yaitu teori Ekologi Media.</p> <p>Metode Kualitatif.</p> | <p>Strategi yang dilakukan diantaranya, kecepatan bukan utama dalam hal jurnalisme online, pentingnya penerapan cover both side, kedalaman berita lebih penting daripada banyaknya jumlah perhari, dan iklan bukan target utama. Strategi tersebut tercermin dari visi Sapto Anggoro sebagai pemimpin redaksi, untuk membangun peradaban baru jurnalisme online di Indonesia. Selain itu, strategi redaksi Tirto.id dalam penyajian berita diimplementasikan dengan mengemas berita menjadi infografik dan videografik dan memaksimalkan saluransaluran media sosial.</p> | <p>Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama sama meneliti mengenai <i>Clickbait</i>.</p> <p>Persamaannya yaitu sama sama menggunakan metode kualitatif.</p> | <p>Tidak membahas mengenai redaksi suatu media.</p> <p>Perbedaannya yaitu tidak menggunakan teori ekologi media.</p> |

2) Landasan Teoritis

Persepsi adalah suatu pandangan terhadap stimuli yang diterima, persepsi sangat erat dengan sensasi, sensasi ialah respons indera dalam menerima stimuli sedangkan persepsi penilaian terhadap stimuli setelah adanya sensasi (Sukendar, 2017:39).

Persepsi meliputi penginderaan (sensasi) yaitu melalui alat-alat indra kita, atensi, dan interpretasi. Sensasi merujuk kepada pesan yang dikirimkan melalui otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecap. Penglihatan menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk diinterpretasikan. Menurut Kenneth K, Sereno, dan Edward M. Bodaken, juga Judy C. Pearson, dan Paul E. Nelson, persepsi terdiri dari tiga aktivitas, yaitu : seleksi, organisasi, dan interpretasi. Seleksi mencakup sensasi dan atensi, organisasi melekat pada interpretasi (Mulyana, 2007:181).

a. *Atensi (Perhatian)*

Dalam kamus istilah psikologi atensi yaitu memfokuskan sumber daya mental untuk menyeleksi informasi dan meningkatkan proses kognitif. (Aksara, 2020) Menurut Kenneth E. Andersen yang ditulis oleh Sukendar dalam bukunya menjelaskan bahwa “perhatian yaitu sebuah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol didalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah”.

Faktor eksternal yang menarik perhatian yaitu:

1. Gerakan

Manusia tertarik dengan sesuatu atau objek yang bergerak, manusia lebih tertarik dengan sesuatu yang aktif daripada yang pasif.

2. Intensitas stimuli

Manusia akan lebih memerhatikan stimuli yang lebih unggul daripada stimuli yang lain. Seperti hal hal yang berbeda dengan yang lainnya.

3. Kebaruan

Manusia akan lebih tertarik dengan hal yang baru atau yang belum ada sebelumnya, seperti *handphone* iphone yang sedang *trending*, iphone ini pertama mengeluarkan HP yang memiliki kamera tiga dan hal ini membuat banyak perhatian khalayak.

4. Pengulangan

Sesuatu hal yang diulang ulang akan membuat perhatian manusia, karena semakin lama ia akan mulai mengingat hal tersebut.

Faktor Internal penarik perhatian adalah:

1. Faktor Biologis

Saat dalam keadaan mengantuk, biasanya yang terpikirkan dan yang menarik perhatannya hanyalah tidur. Saat sedang haus perhatian dan pikirannya hanyalah ingin minum.

2. Faktor Sosiopsikologis

Faktor sosiopsikologis dipengaruhi oleh motif sosiogenis. Sikap, kebiasaan dan kemauan memengaruhi sesuatu yang diperhatikan. (Jalaludin Rakhmat, 2018:67)

b. Seleksi

Seleksi adalah suatu proses pemilihan atau penyaringan rangsangan dari luar. Faktor-faktor seleksi dari luar:

1. Intensitasi

Semakin besar intensitasi stimulus dari luar, semakin besar juga hal itu dapat dipahami.

2. Ukuran

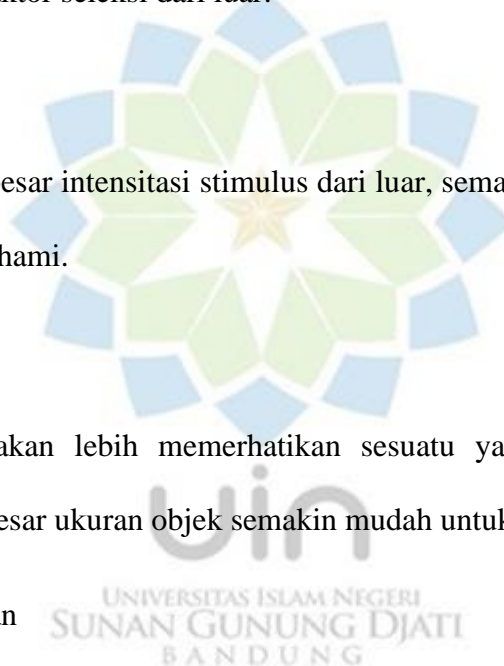
Manusia akan lebih memerhatikan sesuatu yang menonjol. Maka semakin besar ukuran objek semakin mudah untuk diketahui.

3. Berlawanan

Prinsip berlawanan dengan sekelilingnya ini akan menarik banyak perhatian.

4. Pengulangan

Stimulus dari luar yang di lihat, di dengar berulang akan membuat perhatian yang lebih besar daripada yang sekali dilihat atau didengar.



5. Gerakan

Manusia tertarik dengan sesuatu atau objek yang bergerak, manusia lebih tertarik dengan sesuatu yang aktif daripada yang pasif.

Faktor-faktor seleksi dari dalam:

1. Belajar dan persepsi
2. Motivasi dan persepsi
3. Kepribadian dan persepsi

c. *Interpretasi*

Interpretasi adalah pesan yang diperoleh seseorang melalui salah satu atau lebih indera orang tersebut merupakan tahap terpenting dalam proses persepsi. Tetapi tidak semua pesan dapat diinterpretasikan, karena ada beberapa alasan untuk tidak menginterpretasikan pesan, diantaranya: pesan tidak sesuai kepentingannya, terbatasnya kemampuan panca indera, dan tidak menarik bagi orang tersebut.

Tiga komponen persepsi yaitu sensasi, atensi dan interpretasi atau seleksi (termasuk sensasi dan atensi), organisasi dan interpretasi pada dasarnya adalah sama. (Mulyana, 2007).

1.6. Langkah Langkah Penelitian

1.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dilakukan pada penelitian ini yaitu di Purwakarta. Penelitian dilakukan dengan cara melakukan wawancara kepada wartawan yang menjadi anggota Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) di Kabupaten Purwakarta.

1.6.2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, menurut Hidayat yang ditulis Chairul Umanailo paradigma konstruktivisme yaitu paradigma antitesis dari paham yang pengamatan dan objektivitas tersebut diletakkan agar menemukan sebuah realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma konstruktivisme melihat bahwa ilmu sosial adalah sebuah analisis yang sistematis mengenai tindakan bermakna secara sosial dengan cara pengamatan yang dilakukan secara langsung dan juga dengan rinci kepada pelaku dan menjadi menciptakan, memelihara dan mengelola dunia sosial mereka (Umanailo M. C., 2019).

Berdasarkan pada paradigma yang digunakan, pendekatan dari penelitian ini yaitu pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Catherine Marshal yang ditulis oleh Jonathan Sarwono pada bukunya, kualitatif adalah suatu proses untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik terhadap kompleksitas dalam interaksi manusia (Sarwono, 2018:189).

Menurut Moleong penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud memahami sebuah fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti

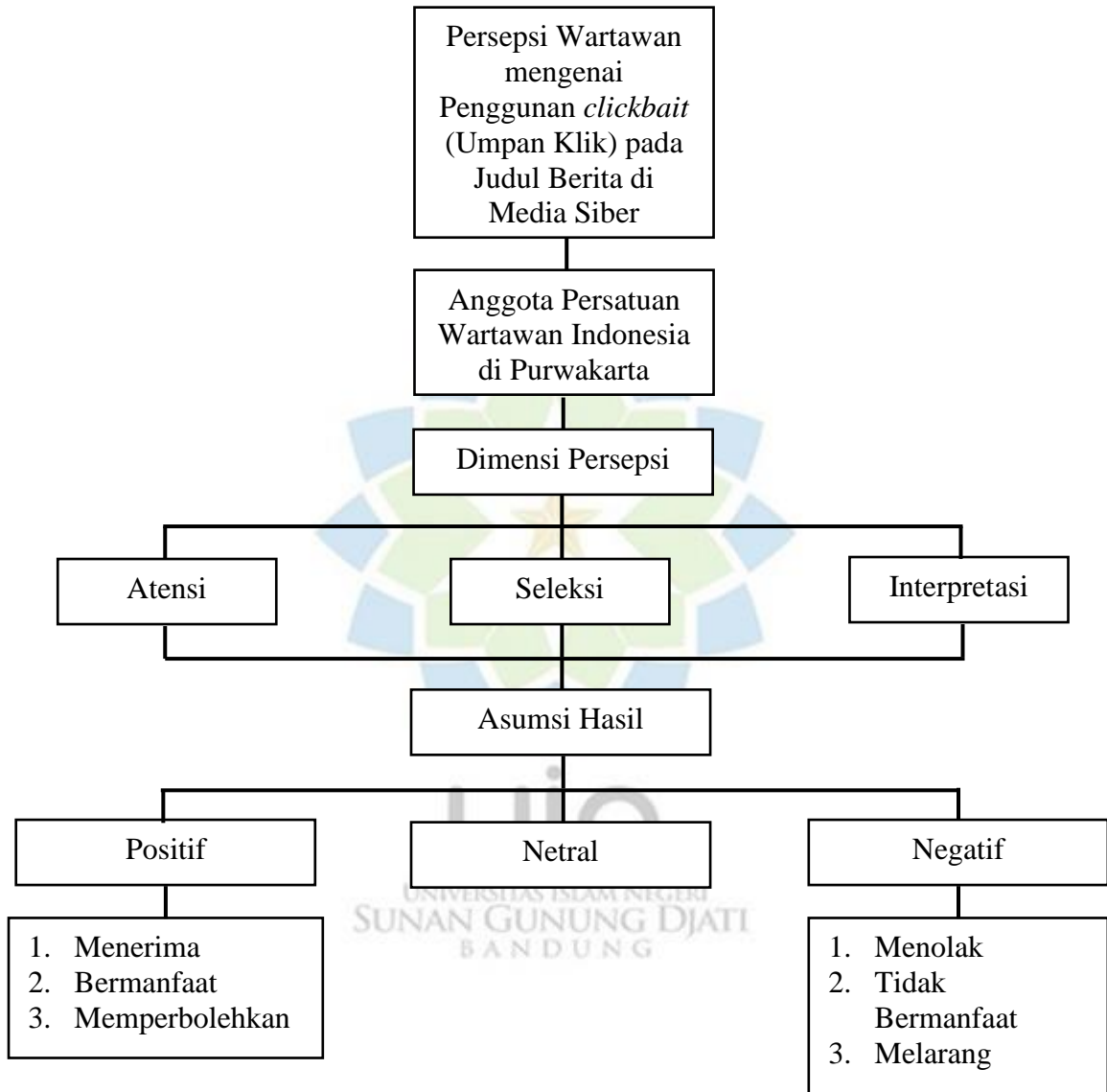
perilaku subjek, persepsi, motivasi, tindakan dan mendeskripsikan dengan kata-kata.

1.6.3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif yaitu penelitian dengan cara mempelajari sebuah masalah dengan cara kerja yang diberlakukan. Penelitian deskriptif hadir karena peristiwa yang menarik perhatian peneliti, tapi belum tercipta kerangka teoritisnya. Penelitian ini memiliki tujuan khusus, yaitu untuk mengetahui dan mengungkapkan fakta, fenomena, variable, dan keadaan yang terjadi dengan menyajikann data dengan apa adanya.

Deskriptif kualitatif memiliki tujuan mendeskripsikan hal hal berlaku dan juga berupaya mendeskripsikan, menganalisis dan menginterpretasikan sebuah kondisi yang ada. Dengan kata lain penelitian yang menggunakan deskriptif kualitatif dibuat untuk mengumpulkan sebuah informasi mengenai keadaan nyata pada saat sekarang yang sedang sementara berlangsung.

Skema Penelitian



1.6.4. Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Data adalah bentuk segala informasi yang berkaitan dengan penelitian. data bisa dalam bentuk kata- kata ataupun tindakan yang berhubungan dengan penelitian. (Ibrahim, 2015:65-66) Jenis data disesuaikan dengan metode penelitiannya yaitu dengan menggunakan data kualitatif yakni data berbentuk deskriptif. Data-data yang diperoleh tersebut berupa catatan, hasil wawancara, dan dokumen yang bersangkutan dengan penelitian.

2) Sumber Data

(1) Sumber Data Primer

Sumber data primer yang diperoleh yaitu dengan cara langsung dari sumber aslinya atau sumber pertama dengan cara wawancara, ataupun hasil dari observasi suatu objek.

Maka data primer pada penelitian ini yaitu wartawan anggota Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) di Purwakarta dengan wawancara melalui jarak jauh atau dengan wawancara langsung.

(2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data penelitian yang didapat dengan cara melewati perantara atau disebut tidak langsung seperti buku, catatan, makalah, jurnal, artikel atau dokumen dokumen lain mengenai *clickbait*.

1.6.5. Informan

1) Informan

Menurut Moeloeng, informan adalah seseorang yang digunakan untuk memberikan informasi mengenai hal yang memiliki sangkut paut dengan penelitian. Informan yang akan digunakan adalah wartawan anggota Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) di Kabupaten Purwakarta.

2) Teknik Penentuan Informan

Pemilihan informan penelitian kualitatif ditentukan oleh peneliti, peneliti memilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam buku metodologi penelitian komunikasi karya Jalaludin Rahmat, *purposive sampling* yaitu memilih orang atau informan tertentu yang dianggap dapat mewakili. Informan yang dipilih adalah yang memberikan informasi sesuai kebutuhan peneliti. (Jalaludin Rahmat, 2016:139).

Maka, banyaknya jumlah informan yang akan dipilih tergantung dengan kebutuhan peneliti. Kriteria Informan yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Anggota Persatuan Wartawan Indonesia.
- b. Berprofesi sebagai wartawan dengan minimal 2 tahun.
- c. Menetap di Kabupaten Purwakarta.
- d. Berusia minimal 20 tahun sampai 60 tahun.
- e. Mengetahui tentang *clickbait*.

Tabel. 1.2 Data Informan

| No | Nama | Lama Bekerja | Alamat | Usia |
|----|----------------|--------------|-------------------------|----------|
| 1. | Dicky Julkifli | 5 Tahun | Kabupaten Purwakarta | 28 Tahun |
| 2. | Sakip Mahmud | 15 Tahun | | 52 Tahun |
| 3. | Gigin Ginanjar | 8 Tahun | | 32 Tahun |
| 4. | Yuslipar | 4 Tahun | | 43 Tahun |
| 5. | Adam | 11 Tahun | | 37 Tahun |

1.6.6. Teknik Pengambilan Data

1) Wawancara

Wawancara kualitatif yaitu peneliti menanyakan beragam pertanyaan yang bersifat terbuka kepada partisipan dan mencatat jawabannya kemudian mentranskripkan data yang diperoleh untuk di analisis. Pada proses ini berguna untuk mendapatkan informasi yang bersangkutan dengan penelitian.

2) Observasi

Observasi adalah aktivitas atau kegiatan yang bertujuan untuk bisa merasakan dan memahami suatu kejadian yang berdasarkan suatu pengetahuan yang sudah diketahui dan agar bisa memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk meneruskan sebuah penelitian. Prof. Sofyan menjelaskan bahwa Observasi berarti sebuah pengamatan dengan cara yang dilakukan secara partisipan dan non partisipan.

3) Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dokumentasi yaitu mencari data- data yang bersangkutan dengan penelitian yang berupa catatan, buku, jurnal, laporan, makalah, notulensi dan sumber lainnya. Hasil dokumentasi ini digunakan agar penelitian mendapatkan kredibilitas dengan dokumen pendukung.

1.6.7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Ada beberapa Teknik penentuan keabsahan data menurut Moloeng, yaitu :

1) Perpanjangan Keikutsertaan

Instrumennya adalah peneliti, peneliti menentukan proses penelitian, terutama dalam pengumpulan data. Peneliti mengikuti proses dan aktivitas bersama, mengamati, melihat, memahami bahkan tinggal bersama objek.

2) Ketekunan Pengamatan

Peneliti dapat memahami keadaan dari objek tersebut dengan cara mempelajari situasi dan ditafsirkan menjadi sebuah data penelitian. Hasil dari pengamatan bergantung keadaan peneliti, kondisi psikologis ataupun kondisi objek. Maka, pengamatan harus dilaksanakan dengan tekun, agar dapat memperoleh data yang akurat.

3) Triangulasi

Triangulasi adalah pemeriksaan data penelitian dengan membandingkan sumber, teori, dan metode penelitian. Pada teori triangulasi seorang peneliti dapat berasumsi jika analisis sudah menguraikan pola, hubungan, dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis, maka harus mencari tema atau penjelasan pembanding.

Menurut Moleong, pada triangulasi memiliki tiga jalan yang bisa dilakukan oleh peneliti, yaitu:

- 1) Mengajukan pertanyaan berbagai macam variasi.
- 2) Mengecek dengan beberapa macam sumber data.
- 3) Memanfaatkan bermacam metode agar dapat melakukan pengecekan kepercayaan data.

Menurut Patton, triangulasi memiliki tiga jalan yang bisa dilakukan peneliti, yakni:

- 1) Menyandingkan data pengamatan dengan hasil wawancara.
- 2) Memandingkan antara kata yang disebutkan di depan umum dengan kata yang diucapkan secara pribadi.
- 3) Membandingkan perkataan yang diungkapkan seseorang dalam suatu waktu tertentu dengan yang dikatakan seseorang tersebut sepanjang waktu.

- 4) Membandingkan berbagai perspektif dengan bermacam pendapat dan pandangan masyarakat biasa, orang yang berpendidikan, orang kaya, pemerintah, dan lain sebagainya.
- 5) Membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang berkaitan.

4) Uraian Rinci

Uraian rinci adalah teknik penelitian kualitatif yang menuntut peneliti untuk melaporkan hasil penelitian dengan rinci dan teliti agar supaya bisa menggambarkan penelitian dengan baik.

1.6.8. Teknik Analisis Data

Analisis data yaitu proses untuk mencari sebuah data yang kemudian menyusunnya dengan sistematis, agar menjadi lebih dipahami dengan mudah. (Sarwono, 2018) Menurut Yusuf, analisis data adalah proses mereview, pemeriksaan data, menyintesis dan menginterpretasikan data yang terkumpul kemudian bisa menggambarkan sebuah fenomena atau situasi sosial yang ditelitinya.

Penelitian ini menggunakan analisis data model Miles & Huberman (Sugiyono, 2013:246) ada tiga analisis, yaitu:

1) Reduksi Data

Reduksi data adalah rangkuman catatan di lapangan dan dipilah hal pokok yang memiliki hubungan dengan penelitian kemudian disusun secara sistematis agar mudah saat mencari kembali saat sewaktu-waktu data

diperlukan. Penggunaan reduksi data bertujuan untuk memudahkan dalam pengumpulan data di lapangan. (Sugiyono, 2013:247).

2) Penyajian Data

Penyajian data pada model Miles & Huberman mengungkapkan bahwa penyajian data sebagai sekumpulan informasi yang tersusun untuk memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan, penyajian yang bagus adalah cara utama untuk kevalidan analisis kualitatif, seperti: matrik, grafik, jaringan dan bagan. Dalam penelitian kualitatif maka penyajian data dilakukan dengan menguraikan dengan sigkat, bagan, dan lainnya.

Dengan begitu penganalisis bisa melihat kejadian yang berlangsung, dan kemudian memutuskan untuk mengambil kesimpulan yang benar atau untuk melangkah melakukan analisis yang disarankan atau dikisahkan oleh penyajian sebagai sesuatu yang mungkin berguna (Sugiyono, 2013:249).

3) Kesimpulan atau Verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi menurut Miles & Huberman adalah kegiatan konfigurasi yang utuh. Pada analisis ini melakukan penarikan kesimpulan dan diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi yaitu tinjauan ulang catatan lapangan dan harus diuji kebenarannya (Sugiyono, 2013:252).