

ABSTRAK

Wahyu Abdurohman. Judul Berita *Clickbait* Di Media Online (Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough Pada Judul Berita *Clickbait* Di Media Online *Detikcom* Periode 1 Mei-18 Mei 2017).

Ruang redaksi bukan hanya ruangan kosong tempat berkumpul seorang redaktur dengan bawahannya, didalamnya terdapat pendapat-pendapat yang bertebaran sebelum melakukan produksi. Hasilnya adalah muncul judul berita *clickbait* yang membuat pembaca atau khalayak penasaran. *Clickbait* juga terkesan mengganggu pembaca. Terkadang apa yang ada didalam judul tidak sesuai dengan apa yang diberitakan. Hal ini berkaitan dengan keuntungan media *online* yang seakan-akan memanfaatkan pengunjung untuk mengklik berita mereka agar memperoleh jumlah pengunjung *website* menjadi banyak. Semakin banyak penunjung maka akan semakin banyak keuntungan.

Berangkat dari permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan menjelaskan bagaimana representasi *teks*, *discourse practice*, dan *sociocultural practice* pada judul berita *clickbait* di media *online detikcom*. Tujuan utama penelitian ini adalah mengungkap kenapa media *online detikcom* menggunakan judul berita *clickbait*.

Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana kritis model Norman Fairclough yang berfokus pada analisis *teks*, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*. Objek analisisnya adalah teks berita pada judul berita *clickbait* di media *online detikcom* periode 1 Mei – 18 Mei 2017 dan hasil wawancara dari pihak *detikcom*.

Hasil penelitian ini menunjukkan, dari level analisis *teks*, menemukan bagaimana partisipan seseorang, kelompok, situasi, institusi, relasi wartawan dan identitas wartawan digambarkan di dalam teks. Meskipun begitu, partisipan tersebut hanya digambarkan secara deskriptif dan detail, teks tidak menunjukkan keberpihakan media kepada partisipan. Pada level *discourse practice*, menemukan bahwa yang menentukan judul berita *clickbait* adalah seorang redaktur dan verifikator. *detikcom* juga mengaku sengaja menggunakan judul berita *clickbait* karena media *online* adalah media gratisan, sehingga untuk mendapat keuntungan salah satunya adalah dengan menggunakan judul berita *clickbait*. Pada level *sociocultural practice*, menemukan bahwa media *online detikcom* mengaku tidak ada partisipan tertentu yang menyuruh agar menggunakan judul berita *clickbai*. *Detikcom* menggunakannya karena menyesuaikan dengan berita yang akan dipublikasikan. Kemudian, dalam penggunaan judul berita *clickbait*, di media *online detikcom* tidak ada SOP baku atau peraturan khusus yang membahas tentang penggunaan *clickbait*, sehingga *clickbait* jelas sebagai strategi memperoleh keuntungan.

Kata kunci:

(*Clickbait*, Media Online, Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough)