

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi di era globalisasi memudahkan dan mempengaruhi segala bentuk. Hal ini disebabkan banyaknya kebutuhan informasi yang dibutuhkan bagi masyarakat untuk di konsumsi. Media massa pun menjadi tombak yang penting dalam menyajikan informasi, karena media sebuah saluran dalam proses komunikasi massa yang artinya komunikasi yang diarahkan untuk khalayak luas.

Kini media massa pun mengalami kemajuan. Ketika dahulu kita hanya mengenal media cetak dan elektronik saja, namun seiring berkembangnya teknologi muncullah media telekomunikasi atau yang sering kita sebut media daring. Media daring kini memudahkan kita dalam mengakses berita tanpa ada batas ruang dan waktu, serta dapat tersebar secara luas dan cepat.

Mudahnya dalam penggunaan media daring, tentu saja hal tersebut dimanfaatkan dalam memikat pembaca sebanyak-banyaknya. Maka muncullah sebuah strategi *clickbait* pada judul berita yang sering digunakan untuk mendapatkan perhatian terhadap pembaca. *Clickbait* sendiri dikemukakan awal mulanya oleh Amerika Serikat dikarenakan adanya isi berita tipuan diakibatkan persaingan jurnalis waktu itu. Adapun tujuan dari *clickbait* sendiri yaitu sebagai trick untuk membuat pembaca penasaran dalam berita yang disajikan dengan masuk atau mengklik ke tautan berita tersebut.

Adapun menurut Biyani, Tsioutsoulouklis, dan Blackmer (2019:3-6),

mengatakan dalam praktik *clickbait* terbagi menjadi delapan aspek seperti, *Exaggeration*, *Teasing*, *Inflammatory*, *Formatting*, *Graphic*, *Bait-and-switch*, *Ambiguous*, dan *Wrong*. Praktik *clickbait* pada judul berita dapat membuat pembaca tertarik untuk membaca isi beritanya, dan biasanya judul menggunakan bahasa provokatif untuk pembaca semakin tertarik. Namun judul *clickbait* juga tidak terlepas dari norma media daring. Adapun kesuksesan media daring pada berita atau artikel yang menggunakan *clickbait* dapat di hitung dengan berapa banyak pembaca yang mengklik link tersebut.

Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan penulis bahwa judul-judul yang mengarah pada *clickbait* menjadi sulit untuk dideteksi apakah judul suatu berita tersebut mengandung unsur *clickbait* atau tidak. Maka dari itu penulis melihat bahwa penulisan berita *clickbait* menggunakan pemilihan kata yang halus, oleh karenanya ketika melihat judul tidak diketahui bahwa berita yang diklik adalah berita *clickbait*. Penulis melihat bahwa adanya kehati-hatian dalam penulisan judul, secara khusus dalam pemberitaan dengan sifat *hardnews*. Namun untuk judul berita *clickbait* dalam bidang hiburan masih kental unsur *clickbait* dengan judul yang bombastis.

Adapun artikel dan berita yang menggunakan *clickbait* pada judul beritanya, seperti pada portal berita media Tribunjabar.id dengan judul "*Rekrut David da Silva dan Bruno yang Ternyata Zonk, Viking Girls: Persib Bandung Kena Prank*" pada Senin 7 Februari 2022, "*Briptu C Polwan Cantik yang Menghilang Itu Tersangkut Kasus Video Asusila? Ini Penegasan Polisi*" pada Senin 7 Februari 2022. Selain Tribunjabar.id adapun di portal media Radarbandung.id "*Miris , Gadis Belia di*

Majalengka Dicekoki Miras Lalu Di gilir 11 ABG” pada Rabu 2 Februari 2022, *“PILU Bocah 6 Tahun Digagahi Tetangga, darah dari Organ Intim Diminum*” pada Senin 31 Januari 2022.

Beberapa judul yang di jelaskan di atas adalah sebuah praktik dari *clickbait*. Judul tersebut pun di buat untuk memikat pembaca agar lebih penasaran yang akhirnya tertarik untuk membaca isi dari berita tersebut. Adapun beberapa berita atau artikel yang tidak sesuai dengan isinya, yang mengakibatkan rasa penyesalan pembaca saat membuka berita atau artikel tersebut. Seperti yang dijelaskan dari hasil penelitian Jenetia Nikita Pangarepan dengan judul *“Persepsi Mahasiswa Tentang Kepala Berita Clickbait Media Online Instagram”*.

Nikita menjelaskan dari hasil penelitiannya bahwa penggunaan *clickbait* sangat merugikan bagi pembaca yang khususnya pengguna media Instagram, karena *clickbait* hanya sebuah judul jebakan untuk menaikkan rating berita tersebut (Pangarepan, 2020).

Adapun menurut Haris Sumadira (62-69, 2014), berita yang baik harus memenuhi tujuh syarat yakni, Provokatif, Singkat dan padat, Relevan, Fungsional, Formal, Representative, serta merujuk pada Bahasa Baku. Namun, ada pula pada kode etik jurnalistik cara pemberitaan Bab II pasal 9 yang menjelaskan bahwa *“Wartawan Indonesia menulis judul yang mencerminkan isi berita”*.

Fenomena tentang praktik *clickbait* menjadi sebuah perhatian khusus bagi peneliti. Peneliti ingin mengetahui persepsi wartawan mengenai *clickbait*. Maka dari itu peneliti tertarik mengambil penelitian yang berjudul **“Persepsi Wartawan Mengenai Penggunaan *Clickbait* Pada Judul Berita di Media Daring** (Studi

Deskriptif pada Wartawan Aliansi Jurnalis Independen (AJI Bandung)”. Alasan Wartawan AJI Bandung sebagai informan yaitu karena wartawan yang tergabung dalam AJI Bandung berasal dari berbagai media seperti *Tempo.co*, *Pikiran Rakyat*, *Kabar Kampus*, dan *Deutsche Welle*. Maka dengan penelitian ini berharap mengetahui bagaimana persepsi dari wartawan terhadap *clickbait* pada judul berita di media daring.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang di paparkan diatas, fokus penelitian ini yaitu “Persepsi Wartawan Mengenai Penggunaan *Clickbait* pada Judul Berita di Media daring”. Fokus penelitian ini agar mengetahui persepsi wartawan AJI Bandung tentang *Clickbait* di media daring. Berdasarkan fokus tersebut dapat dirumuskan pernyataan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana atensi wartawan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Bandung dalam penggunaan *Clickbait* pada judul berita media daring?
- 2) Bagaimana seleksi wartawan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Bandung dalam penggunaan *Clickbait* pada judul berita media daring?
- 3) Bagaimana interpretasi wartawan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Bandung dalam penggunaan *Clickbait* pada judul berita media daring?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui atensi wartawan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Bandung dalam penggunaan *Clickbait* pada judul berita media daring?

- 2) Bagaimana seleksi wartawan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Bandung dalam penggunaan *Clickbait* pada judul berita media daring?
- 3) Bagaimana interpretasi wartawan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Bandung dalam penggunaan *Clickbait* pada judul berita media daring?

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

a. Kegunaan Akademis

Penulis berharap dari hasil penelitian ini dapat membantu dan memberikan sumbangsih pemikiran cabang ilmu komunikasi khususnya pada *Clickbait* dan juga dapat sebagai rujukan untuk peneliti selanjutnya dalam penelitian *Clickbait* pada media daring.

b. Kegunaan Secara Umum

Penulis berharap dari hasil penelitian ini masyarakat secara umumnya bisa lebih memilih dan memilah mana berita *Clickbait* maupun tidak di media daring.

c. Kegunaan Pengajaran

Penulis berharap dari hasil penelitian ini bisa menjadi rujukan dalam pembelajaran untuk terus di kembangkan kembali.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penulis dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat untuk lebih memperhatikan judul berita yang di sajikan oleh media daring dan juga berharap penelitian ini bermanfaat sebagai referensi mengenai *Clickbait*.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Penelitian yang Relevan

Penelitian ini merujuk pada skripsi-skripsi yang terlebih dahulu yang relevan atau sesuai dengan penelitian ini tentang *Clickbait*, sebagai berikut:

Pertama, hasil penelitian Hilmi Ananda Robianes (2021) dengan judul “*Persepsi Wartawan Mengenai Penggunaan Clickbait (Umpan Balik) Pada Judul Berita Di Media Siber (Studi Deskriptif pada Anggota Persatuan Wartawan Indonesia di Kabupaten Purwakarta)*”. Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik. Perbedaan dari penelitian ini hanya di informan nya saja. Namun, metode yang gunakan sama menggunakan teori persepsi mengenai penggunaan *Clickbait* pada judul berita pada media daring.

Kedua, hasil penelitian Jenetia Nikita Pangarepan (2020) dengan judul “*Persepsi Mahasiswa Tentang Kepala Berita Click Bait Media Daring Instagram (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Konsentrasi Jurnalistik)*”. Mahasiswa Universitas Sam Ratulagi Manado Sulawesi Utara, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi. Perbedaan dari penelitian ini hanya media dan informan nya. Namun, metode yang digunakan sama membahas tentang teori persepsi mengenai penggunaan *Clickbait* pada judul berita.

Ketiga, hasil penelitian Ridha Achmad Maulud (2019) dengan judul

“Fenomenologi Wartawan Mengenai Bahasa Jurnalistik di Media Daring (Studi pada wartawan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Bandung)”.

Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik. Perbedaan penelitian ini di teori dan fokus penelitian lebih ke bahasa jurnalistik. Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti *Clickbait* dan informan yaitu wartawan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Bandung.

Keempat, hasil penelitian Yoseva Yamlean (2019) dengan judul *“Clickbait Journalism Dan Pelanggaran Etika Jurnalistik (Studi Kasus Pelanggaran etika Jurnalistik Dalam Praktik Clickbait Pada Media Daring JOgja.tribunnews.com Periode 1 Maret 2019 – 30 April 2019)”*. Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Jurusan Ilmu Komunikasi. Perbedaan penelitian ini di teori dan fokus penelitian lebih ke pelanggaran kode etik jurnalistik. Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti *Clickbait* dan menggunakan metode kualitatif.

Keempat, hasil penelitian Yoseva Yamlean (2019) dengan judul *“Clickbait Journalism Dan Pelanggaran Etika Jurnalistik (Studi Kasus Pelanggaran etika Jurnalistik Dalam Praktik Clickbait Pada Media Daring JOgja.tribunnews.com Periode 1 Maret 2019 – 30 April 2019)”*. Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Jurusan Ilmu Komunikasi. Perbedaan penelitian ini di teori dan fokus penelitian lebih ke pelanggaran kode etik jurnalistik. Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti *Clickbait* dan menggunakan metode kualitatif.

Kelima, hasil penelitian Zaira Farah Diba (2018) dengan judul “*Bahasa Jurnalistik dalam headline berita daring studi fenomenologi terhadap jurnalis anggota AJI di Kota Bandung tentang clickbait*”. Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik. Perbedaan penelitian ini di teori dan fokus penelitian lebih ke Bahasa jurnalistik. Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti *Clickbait* dan informan yaitu wartawan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Bandung.



Tabel 1.1
Hasil Penelitian yang Relevan

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	<p>Hilmi Ananda Robianes (2021)</p> <p><i>“Persepsi Wartawan Mengenai Penggunaan Clickbait (Umpan Balik) Pada Judul Berita Di Media Siber (Studi Deskriptif pada Anggota Persatuan Wartawan Indonesia di Kabupaten Purwakarta)”</i></p>	<p>Teori pada penelitian ini menggunakan Teori Persepsi.</p> <p>Metode Deskriptif Kualitatif.</p>	<p>Persepsi wartawan PWI Kabupaten Purwakarta mengenai <i>clickbait</i> di lihat dari (1) Atensi, bahwa wartawan memperhatikan <i>clickbait</i> dalam pembuatan judul berita, (2) Seleksi , wartawan tetap memilih kata saat pembuatan judul <i>clickbait</i> sesuai dengan aturan dan kode etik jurnalistik, (3) Interpretasi, diperbolehkan namun tetap jangan mengabaikan kode etik jurnalistik serta tetap sesuai antara judul dan isi berita.</p>	<p>Objek penelitian yang membahas tentang <i>Clickbait</i> dan teori yang digunakannya Teori persepsi.</p>	<p>Informan penelitian ini PWI Purwakarta, sedangkan informan penulis AJI Bandung.</p>

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
2	<p>Jenetia Nikita Pangarepan (2020)</p> <p><i>“Persepsi Mahasiswa Tentang Kepala Berita Click Bait Media Daring Instagram (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Konsentrasi Jurnalistik)”</i></p>	<p>Teori pada penelitian ini menggunakan Teori Persepsi.</p> <p>Metode Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Persepsi mahasiswa terhadap penggunaan <i>clickbait</i> kepala berita media daring instagram merugikan pihak pembacasebagai pengguna instagram. Dikarenakan <i>clickbait</i> yang digunakan adalah jebakan di pembuat berita untuk menaikkan rating berita tersebut.</p>	<p>Objek penelitian yang membahas tentang <i>Clickbait</i> dan teori yang digunakannya Teori persepsi.</p>	<p>Fokus penelitiannya ke mahasiswa serta media yang diteliti yaitu media instagram.</p>

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3	Ridha Achmad Maulud(2019) <i>“Fenomenologi Wartawan Mengenai Bahasa Jurnalistik di Media Daring (Studi pada wartawan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Bandung)”</i>	Teori pada penelitian ini menggunakan Teori Fenomenologi. Metode Deskriptif Fenomenologi.	Pemaknaan AJI Bandung menghasilkan dua kategori, pertama bahasa jurnalistik sebagai edukasi dan kedua bahasa jurnalistik menjadi kejelasan komunikasi.	Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti <i>Clickbait</i> dan informan yaitu wartawan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Bandung.	Perbedaan penelitian ini di teori dan fokus penelitian lebih ke bahasa jurnalistik.

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil 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 Daring Jogja.tribunnews.com Periode 1 Maret 2019 – 30 April 2019)”</i></p>	<p>Teori pada penelitian ini menggunakan Teori Studi Kasus</p> <p>Metode pendekatan kualitatif.</p>	<p>Hasil dari penelitian ini terdapat tujuh praktik <i>clickbait</i> yang di terapkan pada jogja.tribunnews.comserta ada empat poin dalamkode etik jurnalistik yang dilanggar.</p>	<p>Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti <i>Clickbait</i> dan menggunakan metode kualitatif.</p>	<p>Perbedaan penelitian ini di teori dan fokus penelitian lebih ke pelanggaran kode etik jurnalistik.</p>

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5	Zaira Farah Diba(2018) <i>“Bahasa Jurnalistik dalam headline berita daring studi fenomenologi terhadap jurnalis anggotaAJI di Kota Bandung tentang clickbait”</i>	Teori pada penelitian ini menggunakan Teori Fenomenologi. Metode Kualitatif.	Hasil penelitian ini bahwa bukan tidak mengetahui praktik mengenai bahasa jurnalistik namun tuntunan dari media itu sendiri yang mengharuskan membuat judul yang mampu menarik minat perhatian pembaca.	Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti <i>Clickbait</i> dan informan yaitu wartawan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Bandung.	Perbedaan penelitian ini di teori dan fokus penelitian lebih ke bahasa jurnalistik.

1.5.2 Landasan Teoritis

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

Menurut Markus Utomo Sukendar pada judul buku “Psikologi Komunikasi: Teori dan Praktik” (2017:39) menjelaskan, bahwa persepsi ialah sudut pandang terhadap stimulus yang diterima. Persepsi juga berkaitan erat sensasi. Proses terjadinya stimulus yaitu sensasi yang di respon oleh panca indera dalam menerima stimulus. Sebaliknya persepsi terjadi ketika penilaian terhadap stimulus sesudah terjadinya sensasi.

Menurut Kenneth K, Sereno, Edward M. Bodaken, Judy C. Pearson, serta Paul E. Nelson pada buku Mulyana (2007:181) menyatakan bahwa persepsi dibagi menjadi tiga elemen aktivitas yakni: seleksi, organisasi, interpretasi. Maka dari itu seleksi mencakup sensasi, atensi, serta organisasi yang melekat kepada interpretasi.

1.5.1.1 Antensi

Atensi menurut kamus istilah psikologi psikologi ialah proses yang memfokuskan kepada sumber daya mental guna menyeleksi informasi serta meningkatkan proses terjadinya kognitif (Aksara, 2020). Seperti yang di sampaikan oleh Kenneth E. Andersen pada buku Sukendar yang menjelaskan, yakni:

“Perhatian yaitu sebuah proses mental ketika stimulus atau rangkaian

stimulus menjadi menonjol di dalam kesadaran pada saat stimulus lainnya lemah”

Adapun dibagi menjadi dua faktor, meliputi faktor eksternal dan internal yang menarik perhatian yakni:

1. Faktor Eksternal

a. Gerakan

Manusia lebih tertariknya dengan berbagai bentuk sesuatu atau objek yang bergerak dibanding yang pasif.

b. Intensitas Stimulus

Manusia cenderung memperhatikan stimulus yang unggul dibandingkan stimulus lainnya.

c. Kebaruan

Manusia cenderung lebih tertarik dengan hal baru yang tidak ada sebelumnya.

d. Pengulangan

Manusia sering memperhatikan sesuatu yang diulang-ulang, dikarenakan manusia akan mulai mengingat sesuatu yang sering di ulang.

2. Faktor Internal

a. Faktor Biologis

Faktor ini kita bisa contoh kan seperti sedang merasa haus perhatian yang menonjol dan pikirannya hanyalah ingin minum. Saat merasa mengantuk, yang terpikirkan dan menarik perhatiannya hanyalah tidur.

b. Faktor Sosiopsikologis

Faktor ini dipengaruhi oleh motif sosiogenis yang berupa sikap, kebiasaan, serta kemauan untuk mempengaruhi sesuatu yang di perhatikan. (Jalaludin Rakhmat, 2018:67)

1.5.1.2 Seleksi

Seleksi sebuah proses dimana pemilihan atau penyaringan rangsangan dari luar dan dalam, meliputi:

1. Faktor seleksi dari luar
 - a. Intensitas
 - b. Ukuran
 - c. Berlawanan
 - d. Pengulangan
 - e. Gerakan
2. Faktor seleksi dari dalam
 - a. Belajar dan persepsi
 - b. Motivasi dan persepsi
 - c. Kepribadian dan persepsi



1.5.1.3 Interpretasi

Interpretasi merupakan sebuah pesan yang di dapat oleh seseorang melalui beberapa indera nya, merupakan proses tahapan terpenting dalam persepsi. Namun, tidak semua pesan dapat di interpretasikan. Ada beberapa alasan sebuah pesan tidak dapat di interpretasikan, yakni pesan yang tidak sesuai kepentingannya, terbatasnya kemampuan panca indera, serta tidak menarik bagiorang tersebut.

Seperti yang dijelaskan oleh Mulyana (2007:181), bahwa terdapat tiga elemen

persepsi yakni sensasi, atensi, dan interpretasi atau seleksi (termasuk sensasi dan atensi), organisasi serta interpretasi yang pada dasarnya sama.

Maka dari itu, 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.

1.6 Kerangka Konseptual

1.6.1 Pengertian Pesepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang Persepsi merupakan suatu proses yang di dahului oleh proses diterimanya stimulus melalui panca indera, lalu stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Dari segi psikologis, tingkah laku seseorang merupakan fungsi dari cara dia memandang. Dalam proses persepsi, terdapat tiga komponen:

- a. Atensi, yaitu proses penyaringan oleh indera terhadap rangsangan dari luar.
- b. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang, iterpretasi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, motivasi, kepribadian dan kecemasan.
- c. Reaksi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi.

Jadi proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembulatan terhadap informasi yang sampai. Proses terjadi persepsi yaitu saat informasi dari luar individu melalui panca indera, kemudian rangsangan diterima, lalu di interpretasikan, setelah itu baru dilakukan proses penyadaran oleh individu tersebut. Setiap individu mempunyai pengalaman dan latar belakang yang berbeda-beda terhadap rangsangan yang diterimanya, sehingga hasil persepsinyapun akan berbeda.

1.6.2 Pengertian dan Karakteristik *Clickbait*

Clickbait atau umpan umpan balik adalah istilah konten web bisa berupa berita, iklan maupun jasa yang tujuan utamanya adalah untuk menarik perhatian pembaca agar mengklik tautan ke halaman web.

Clickbait umumnya memiliki tujuan untuk mengeksploitasi dengan sengaja membuat pembaca penasaran. *Clickbait* merupakan manipulasi dan mengeksploitasi sisi kognitif manusia yang disebut curiosity gap atau yang disebut perbedaan rasa ingin tahu. Judul berita yang digunakan memberikan referensi yang memancing dan menghasilkan rasa ingin tahu yang besar kepada para pembaca sehingga mereka terpaksa untuk mengklik tautan tersebut untuk mengisi rasa penasarannya.

Sementara umpan itu dapat menipu pembaca untuk mengklik dalam jangka panjang, *clickbait* biasanya tidak memenuhi harapan pembaca, dan membuat mereka kecewa. Tujuan *clickbait* untuk menarik orang banyak agar memiliki banyak pengunjung pada web. *Clickbait journalism* selalu menggunakan judul yang menarik namun berbagai judul berita yang begitu

menarik selalu membuat banyak orang tertipu.

1.6.3 Media Daring

Media daring didefinisikan sebagai jaringan luas komputer yang dengan perijinan dapat saling saling berkoreksi antara satu dengan yang lainnya untuk menyebarluaskna dan membagikan digital files serta memperpendek jarak antara negara. Tidak seperti radio dan televise yang disirakna dari satu lokasi untuk diterima di daerah sekitarnya, internet mampu mengkoneksikan antara satu komputer lain, sekaligus sebagai broadcaster dan receiver (Perebinosoff dalam Sendiyana, 2013: 18).

Media daring merupakan media yang berbasis teknologi komunikasi dalam halini jaringan komputer, memiliki ciri khas yang tidak dimiliki media lain, diantaranya adalah pemanfaatan internet sebagai wahana media tersebut ditampilkan, sekaligus sarana produksi dan penyebaran infotmasi. Peranan teknologi komunikasi dalam hal ini internet, sangatlah besar dalam mendukung setiap proses penyelenggaraan media daring. Media daring disebut jugacybermedia atau media siber, internet media dan media baru atau *new media*.

Dari semua istilah tersebut media daring dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara daring di situs web internet. Pedoman pemberitaan media siber atauPPMS yang dikeluarkan Dewan Pers mengartikan media siber sebagai salah satu bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers.

“*New Media*” merupakan penyederhanaan istilah (simplifikasi) terhadap bentuk media di luar lima media massa konvensional-televisi, radio, Majalah, 18 koran dan film. Sifat *New Media* merujuk pada perkembangan teknologi digital, namun *new media* sendiri tidak serta merta berate media digital. Video, teks, gambar, grafik, yang diubah menjadi data-data digital berbentuk byte, hanya mmerujuk pada sisi teknologi multimedia, salah satu daro tiga unsur dalam new media, selain ciri interaktif dan intetekstual.” (Romli 2012: 30-31).

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tahap wawancara kepada wartawan yang tergabung dalam Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Bandung. Lokasi penelitian ini berada di Jalan Kayu Agung I No. 43 A, Turangga, Kecamatan Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Menurut Bogdan dan Biklen dalam (Meleong, 1995:30), paradigma suatuprosescara pikir dalam sebuah penelitian dengan beragam asumsi yang dikumpulkandan dipahami bersama melalui konsep atau preposisi yang terarah. Paradigma yang di gunakan dalam penelitian ini ialah paradigma konstruktivisme.

Paradigma konstruktivisme pula melihat ilmu sosial sebagai sebuah analisis sistematis dalam tindakan bermakna secara sosial dengan menggunakan cara pengamatan secara langsung dan terperinci kepada

pelaku, dan menciptakan, memelihara, serta mengelola dunia sosial mereka (Umanailo, 2019).

Berdasarkan pemaparan diatas, bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dimana penelitian ini bersifat interpretif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan lebih banyak cara untuk memeriksa pernyataan penelitian (Mulyana dan Solatum, 2007:5).

Menurut Catherine Marshal yang ditulis oleh Jonathan Sarwono dalam bukunya berjudul *“Metode Penelitian kuantitatif dan Kualitatif edisi 2”* (2018: 189) menyatakan bahwa, kualitatif adalah suatu proses untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik terhadap kompleksitas dalam interaksi manusia.

1.7.3 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.

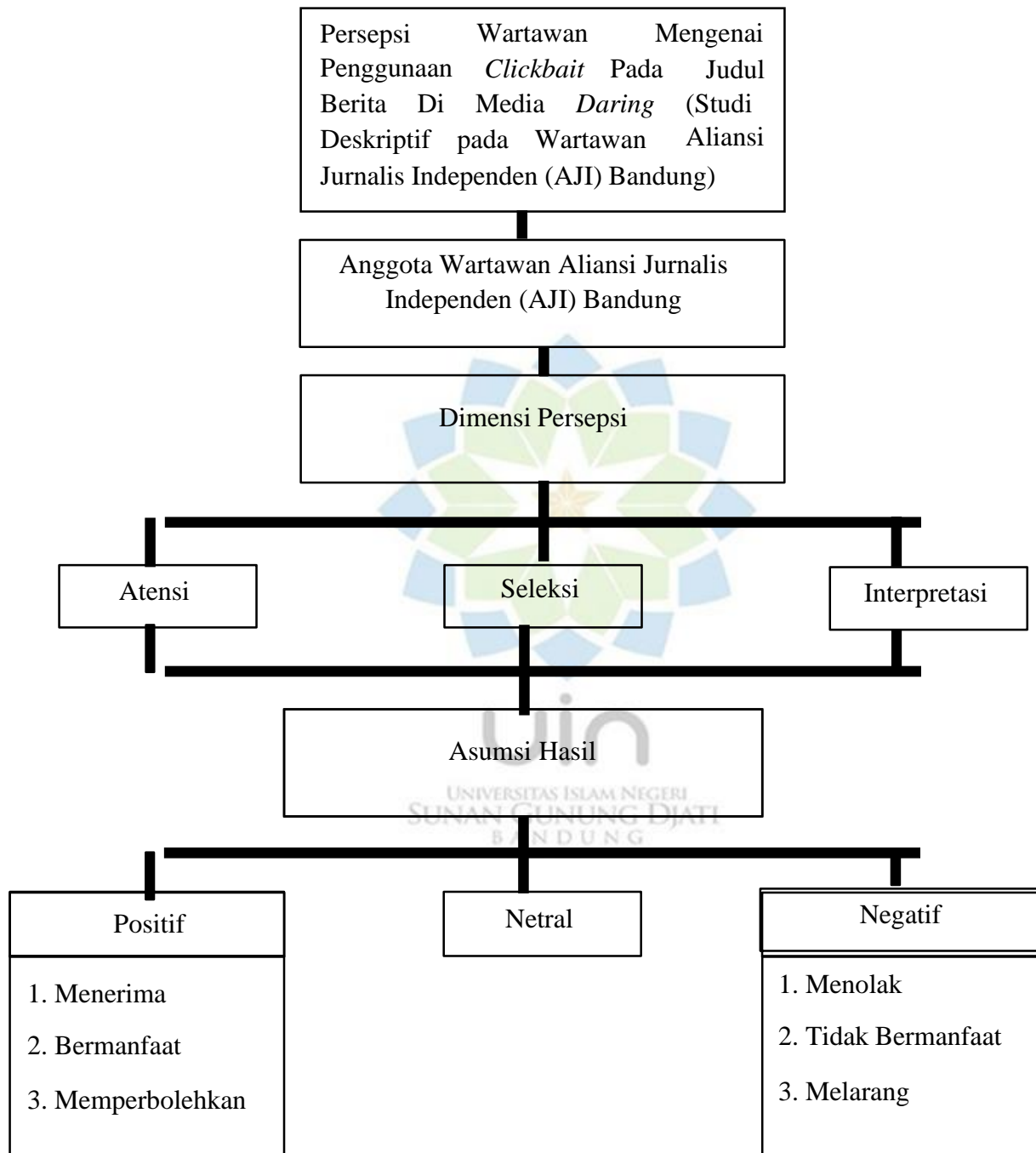
Penelitian ini pun memiliki tujuan khusus, yaitu untuk mengetahui dan mengungkapkan fakta, fenomena, variabel, dan keadaan yang terjadi dengan menyajikan data dengan apa adanya.

Deskriptif kualitatif memiliki tujuan mendeskripsikan 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



Gambar 1.1
Skema Penelitian



1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.7.4.1 Jenis Data

Data adalah bentuk segala informasi yang berkaitan dengan penelitian. Data bisa dalam bentuk kata- kata ataupun tindakan yang berhubungan dengan penelitian. Penelitian ini pun membutuhkan sumber data yang nantinya menjadi materi sebagai sumber analisis.

Menurut Ibrahim dalam bukunya berjudul “*Metode Penelitian Kualitatif*” (2015:65-66) menyatakan bahwa, 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.

1.7.4.2 Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer penelitian ini dengan cara langsung dengan sumber aslinya atau sumber pertama dengan cara wawancara. Maka data primer pada penelitian ini yaitu wartawan anggota Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Bandung 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 lain mengenai *clickbait*.

1.7.5 Informan

1) Informan

Burhan Bungin (2007: 76) menerangkan bahwa informan adalah orang yang mengetahui informasi tentang suatu objek penelitian. Creswell pun menyatakan yang dikutip buku Deddy Mulyana, penentuan dalam informan untuk suatu penelitian berjumlah 10 orang, namun Dukes merekomendasikan hanya 3 sampai 10 orang.

Adapun Informan dalam penelitian ini adalah wartawan Kota Bandung sebanyak 3 orang dari berbagai media daring yang terhimpun dalam Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Bandung. Unit penelitian adalah batasan suatu objek yang dianalisis sesuai dengan fokus penelitian, karena topik penelitian yang dipilih adalah penggunaan *Clickbait* pada judul berita media daring menurut wartawan AJI Bandung.

2) Teknik Penentuan Informan

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam memilih informan. Dalam buku metodologi penelitian komunikasi karya Jalaludin Rahmat (2016:139) menyatakan bahwa *purposive sampling* yaitu memilih orang atau informan tertentu yang dianggap dapat mewakili.

Kriteria Informan yang diperlukan dalam penelitian ini yakni:

- a. Anggota Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Bandung.
- b. Berprofesi sebagai wartawan dengan minimal 2 tahun.
- c. Menetap di Bandung
- d. Berusia minimal 20 tahun sampai 60 tahun.

- e. Mengetahui tentang *clickbait*.

1.7.6 Teknik Pengambilan Data

1) Wawancara

Wawancara kualitatif yaitu peneliti menanyakan beragam pertanyaan yang bersifat terbuka kepada partisipan dan mencatat jawabannya kemudian mentranskrip kan 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.

1.7.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Beberapa teknik dalam penentuan keabsahan data menurut Moloeng, yakni:

1) Perpanjangan Keikutsertaan

Peneliti sebagai instrumen dalam penelitian ini. Peneliti terutama dalam pengumpulan data serta mengikuti semua proses yang meliputi bersama, mengamati, melihat, memahami serta tinggal bersama objek.

2) Ketekunan Pengamatan

Dalam proses ini peneliti harus memahami keadaan objek tersebut dengan caramempelajari situasi dan ditafsirkan menjadi sebuah data penelitian. Hal 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.

Moleong menyatakan bahwa triangulasi memiliki tiga jalan yang bisa dilakukan oleh peneliti, yakni:

- a. Mengajukan pernyataan berbagai macam variasi.
- b. Mengecek dengan beberapa macam sumber data
- c. Memanfaatkan macam-macam metode supaya dapat melakukan

pengecekan kepercayaan data.

Namun Patton memaknai triangulasi yang harus dilakukan peneliti yakni:

- a. Menyandingkan data pengamatan dengan hasil wawancara.
- b. Membandingkan antar kata yang disebutkan di depan umum dengan kata yang telah diucapkan secara pribadi.
- c. Membandingkan perkataan yang diungkapkan seseorang dalam suatu waktu tertentu dengan yang dikatakan seseorang tersebut sepanjang waktu.
- d. Membandingkan segala persepsi dengan berbagai pendapat serentah sudut pandang masyarakat biasa.
- e. 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.

1.7.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sarwono (2018:56) menyatakan bahwa, analisis data yaitu proses untuk mencari sebuah data yang kemudian menyusunnya dengan sistematis, agar menjadi lebih dipahami dengan mudah. Penelitian ini menggunakan analisis data model Miles & Huberman (Sugiyono, 2013:246) ada tiga analisis, yakni:

1) Redaksi Data

Reduksi data sebuah rangkuman catatan di lapangan dan dipilah hal-hal pokok yang memiliki hubungan dengan penelitian. Kemudian disusunlah 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

Model penyajian data Miles & Huberman mengungkapkan bahwa, penyajian data sebagai sekumpulan informasi yang tersusun untuk memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif dalam penyajian data dilakukan dengan menguraikan dengan singkat, bagan, dan lainnya.

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

Menurut Miles & Huberman tentang kesimpulan atau verifikasi sebagai salah satu 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)