

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini teknologi informasi dan juga komunikasi sangat berkembang dan semakin canggih. Segala kebutuhan dapat diperoleh dengan mudah, salah satunya kebutuhan informasi. Era digital dengan kondisi masyarakat saat ini sudah menyatu, hal tersebut meringankan masyarakat lebih mudah lagi serta memiliki kesempatan yang lebih besar dalam mencari berbagai kebutuhan informasi, yang dimana hal itu merupakan salah satu manfaat dari teknologi informasi. Teknologi informasi dan komunikasi merupakan dua hal yang sangat bermanfaat untuk mempermudah aspek kehidupan manusia. Percepatan teknologi yang begitu cepat semakin mempermudah masyarakat untuk mengakses teknologi baru, oleh karena itu dari itu penyebaran informasi juga semakin cepat. Saat dulu sumber informasi terbatas hanya dari radio, televisi, dan surat kabar, kini informasi yang tersedia di media online dapat diakses dan dibaca secara mudah oleh masyarakat.

Media online merupakan media yang hingga ini belum ada yang bisa menandingi jumlah pertumbuhan penggunaannya. Hal tersebut bisa dilihat dari banyaknya masyarakat yang memanfaatkan media online tersebut dalam mengakses kebutuhan sehari-hari salah satunya kebutuhan informasi. Dikutip dari *Kompas.com* berdasarkan data hasil survey Reuters, laporan Reuters Institute bekerja sama dengan

Universitas Oxford melakukan survey mengenai pola konsumsi berita dalam Digital News Report Survey (2022). Survey ini melibatkan 93.000 responden di 46 negara termasuk Indonesia melalui kuisisioner daring. Berdasarkan hasil survey masyarakat Indonesia memilih media online sebagai sumber berita. Tercatat sebanyak 88% jumlah pembaca media online lebih banyak dibandingkan dengan media cetak hanya 17%. Dari data tersebut membuktikan bahwa masyarakat Indonesia menggunakan media online untuk memperoleh sumber berita.

Menurut Data Dewan Pers Indonesia (2023) yang tercatat hingga Januari 2023 terdapat sebanyak 1.711 perusahaan media di Indonesia yang sudah terverifikasi. Dari jumlah tersebut, tercatat sebanyak 902 perusahaan media digital yang mendominasi. Saat ini tingginya pengguna internet sangat pesat diiringi dengan banyaknya jumlah media digital. Dari data tersebut bisa dilihat bahwa masyarakat Indonesia lebih sering menggunakan media online untuk memperoleh sumber berita karena gratis dan lebih praktis. Hal ini berbanding terbalik dengan media cetak yang kini mulai ditinggalkan karena beralih ke media online. Tercatat juga Data Dewan Pers terdapat 423 perusahaan media cetak yang terverifikasi di dalam negeri, sedangkan media televisi sebanyak 369 perusahaan, serta 17 perusahaan radio yang terverifikasi

Dengan berkembangnya media online diiringi dengan tingginya penggunaan internet yang begitu pesat, akhirnya banyak media konvensional yang beralih ke media online. Hal ini membuat tingginya persaingan akibat banyaknya media konvensional seperti media cetak yang beralih ke media online. Persaingan media online yang tinggi tersebut tentunya menyebabkan perusahaan media harus memiliki

strategi masing-masing agar tetap eksis dan mampu menarik perhatian minat pembacanya. Salah satu strategi yang dilakukan yaitu dengan adanya praktik *clickbait* yang terletak di judul pada berita. Persaingan media online yang semakin ketat menyebabkan banyak media tidak bisa terhindarkan dari penggunaan praktik *clickbait*.

Clickbait pada judul di media online banyak digunakan untuk menarik perhatian pembaca sehingga jumlah kunjungan pembaca di website akan meningkat begitupun pendapatan perusahaan media terutama dari pengiklanan (Palau & Sampio, 2016: 67 dalam Wahyudi dan Oren, 2021). Fenomena *clickbait* oleh penulis atau editor ini tentunya memiliki maksud dan tujuan tertentu. Adapun fenomena *clickbait* ini sama dengan riset yang telah diteliti oleh Yayat D. Hadiyat yang menyatakan bahwa *clickbait* pada judul berita dibuat agar menarik atensi dan menimbulkan rasa penasaran sehingga pembaca enggan melewati berita tersebut (Hadiyat, 2019: 2). Fenomena penggunaan *clickbait* pada judul berita diibaratkan seperti dua sisi mata uang. Pada satu sisinya, reporter atau pembuat berita dituntut untuk menciptakan artikel-artikel yang memperoleh *Key Performance Indicator* (KPI) tinggi oleh para pemilik media untuk keberlangsungan bisnisnya. Akan tetapi pada satu sisi para wartawan diwajibkan untuk memenuhi standar Kode Etik Jurnalistik.

Banyak media berita online di Indonesia yang menggunakan praktik jurnalistik *clickbait* untuk menarik minat pembaca. salah satunya adalah media Tribunnews.com. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh *similiarweb.com* (2022), media Tribunnews menduduki ranking ke-3 yang paling banyak dikunjungi

oleh pembaca Indonesia. Tribunnews.com menggunakan strategi diferensiasi, dimana menciptakan produk jurnalistik yang tidak sama dengan produk jurnalistik lainnya. Strategi diferensiasi ini dinilai tepat yakni lewat kepala berita *clickbait* berita yang dibuat dengan kalimat sensasional yang bertujuan untuk menarik pembaca dengan mengkil berita tersebut karena penasaran (Wardani, dkk : 2021). Dengan menerapkan praktik jurnalistik *clickbait* sebagai strategi upaya untuk meningkatkan *viewer*, Tribunnews menjadi portal berita peringkat 3 di Indonesia, dan dalam hal ini juga media Tribunnews.com dikenal dan paling menonjol di Indonesia sebagai media yang sering menggunakan *clickbait*.

Dikutip dari penelitian Wardani, dkk (2021) terdapat pernyataan wartawan sebagai informan penelitian tersebut mengatakan bahwa agar pembaca tidak merasa bosan maka Tribunnews.com membuat berita dengan judul semenarik mungkin. Jika merasa isi beritanya sesuai dan beramsumsi *clickbait*, maka hal itu merupakan pendapat masyarakat sendiri. Tribunnews.com hanya menyajikan informasi lewat data yang dilihat dilapangan dan dibuat dengan judul yang menarik. Dengan fenomena tersebut tingkat kepercayaan pembaca berkurang terhadap media online berita yang mengandung *clickbait*, dengan begitu timbul persepsi pembaca bahwa berita yang disajikan pada media online sering menggunakan *clickbait* untuk menarik minat pembaca dan isi informasi yang terkandung dalam media online tidak sesuai dengan judul berita yang disajikan.

Clickbait tentu saja memberikan dampak, tidak hanya kepada media tetapi juga masyarakat sebagai pembaca, salah satunya dengan beritanya yang terpotong –

potong tidak akan mencerdaskan atau menambah pengetahuan pembaca. *Clickbait* juga bisa menimbulkan berita hoaks ketika masyarakat sebagai pembaca memiliki pemahaman berbeda dengan isi berita tersebut yang menyebabkan kekeliruan akan makna berita yang disampaikan sehingga bisa menimbulkan keresahan dalam masyarakat. Pada buku Bahasa Jurnalistik, Haris Sumadiria mengungkapkan terdapat tujuh persyaratan dalam membuat sebuah judul dalam berita yaitu: Provokatif, singkat, dan padat, relevan, fungsional, formal, representative, serta merujuk pada Bahasa baku dan harus sesuai dengan kode etik jurnalistik (Sumadiria, 2017).

Topik tentang *clickbait* dalam kajian jurnalistik bukan merupakan topik yang baru, sebelumnya telah ada penelitian tentang penerapan *clickbait* contohnya penelitian yang dilakukan oleh Hilmi Ananda Robines (2021) yang meneliti tentang persepsi wartawan Purwakarta mengenai *clickbait*. Selanjutnya Dinda Zhalia Kristi (2022) meneliti tentang perpestif jurnlaistik mengenai *clickbait* di portal TribunBanyumas.com. Disamping itu terapat penelitian juga dari Desi Saputri (2022) meneliti tentang penerapan *clickbait* pada situs Fixpekanbaru.com. Namun penelitian tersebut rata-rata berfokus pada perspektif wartawan dan perspektif pembaca, dan sedangkan penelitian ini membahas mengenai *clickbait* dari perspektif pengelola media. Dengan demikian keunikan dari penelitian ini tidak hanya persepsi wartawan saja, tapi bisa redaktur bahkan orang yang mempunyai suatu media tersebut. Penelitian ini berfokus pada pandangan Pengelola Media di Kota Bandung tentang *Clickbait* di Media Online. Selain itu penelitian ini mengambil tiga Informan dari tiga media yang berbeda, yakni media ANTARA Biro Jawa Barat, Media Ayo Bandung,

dan Media Halo Jabar. Dari tiga media yang berbeda tentunya setiap persepsi dari setiap media mengenai *clickbait* juga berbeda karena memiliki pemahaman serta pengalaman serta latar belakang yang berbeda-beda. Oleh karena itu penelitian dalam penelitian ini terdapat persepsi yang beragam dari setiap informan dalam penelitian ini. Dengan adanya Fenomena *clickbait* yang banyak digunakan saat ini, hal tentunya menjadi perhatian penulis untuk mengetahui layak atau tidak berita tersebut untuk dibaca khalayak.

Dengan ini penulis tertarik mengangkat topik tentang pandangan pengelola media terkait fenomena *clickbait*. Alasan penulis memilih pengelola media sebagai subjek penelitian karena pengelola media merupakan orang yang berkecimpung dalam mempertahankan media. Saat ini di era persaingan industri sekarang, setiap media harus mempertahankan medianya agar tetap terlihat, serta menyajikan berita secara cepat serta mendapatkan jumlah pembaca yang banyak. Terkait hal tersebut banyak media yang menerapkan *clickbait* untuk menarik pembaca. Oleh karena itu Penulis ingin mengetahui pandangan pengelola media terkait fenomena *clickbait* yang saat ini banyak diterapkan oleh media massa di Indonesia.

Dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis ini mengamati dan memahami sebuah objektivitas yang menghasilkan ilmu pengetahuan. Peneliti memilih metode kualitatif. Metode kualitatif yang digunakan ditujukan untuk mencari tau dengan banyaknya penggunaan *clickbait* pada berita online tersebut menjadi hal menarik untuk melihat apakah berita tersebut layak atau tidak dibaca. Dengan begitu penelitian ini bermaksud untuk mengetahui

bagaimana persepsi pengelola media terhadap *clickbait* di media online dengan aspek pengetahuan, pengalaman dan pemahaman terhadap *clickbait* pada judul berita media online. Maka penulis mengambil judul Persepsi Pengelola Media Tentang *Clickbait* (Studi Deskriptif Pada Media Online di Kota Bandung).

1.2 Fokus Penelitian

Pada penelitian ini berfokus pada “Persepsi Pengelola Media terhadap *Clickbait* di Media Online” yang dimana fokus penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pengelola media di Kota Bandung tentang penggunaan *Clickbait* pada judul berita di media online. Berdasarkan fokus penelitian tersebut, sehingga rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengetahuan pengelola media tentang *clickbait* di media online?
2. Bagaimana pengalaman pengelola media dalam penggunaan *clickbait* di media online?
3. Bagaimana pemahaman pengelola media tentang *clickbait* di media online?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengetahuan pengelola media tentang *clickbait* di media online.
2. Mengetahui pengalaman pengelola media dalam penggunaan *clickbait* di media online.
3. Mengetahui pemahaman pengelola media tentang *clickbait* di media online.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Dari hasil penelitian ini peneliti diharapkan mampu memberikan kontribusi pada khalayak terhadap pengembangan di bidang disiplin ilmu komunikasi. Serta dapat menjadi pengetahuan tambahan sehingga dijadikan rujukan dalam proses pembelajaran dan juga diharapkan mampu menjadi acuan penelitian lanjutan. Selain itu, penulisan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang konstruktif mengenai *clickbait* di media online.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini berharap dapat membantu pengetahuan dalam penggunaan *clickbait* pada judul berita di media online. Penulis juga berharap penelitian ini dapat bermanfaat dan menjadi referensi dalam pembelajaran khususnya mengenai penggunaan *clickbait* pada judul berita di media online.

1.5 Hasil Penelitian yang relevan

Dibawah ini terdapat paparan dari sejumlah hasil penelitian sebelumnya yang dinilai memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Peneliti sebelumnya masih satu tema dengan penulis, yaitu membahas mengenai *clickbait* pada judul berita.

Pertama, hasil penelitian Hilmi Ananada Robines (2021) dengan judul “Persepsi Wartawan Mengenai Penggunaan *Clickbait* (Umpan klik) Pada Judul Berita Media Online (Studi Deskriptif Pada Anggota Persatuan Wartawan

Indonesia di Kabupaten Purwakarta). Penelitian ini dilakukan untuk Skripsi Program Sarjana (S1), Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Dalam penelitian ini menjelaskan persepsi wartawan terhadap penggunaan *clickbait* pada judul berita di media online di Kabupaten Purwakarta. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa wartawan memperhatikan *clickbait* dalam pembuatan judul dengan memahami arti, fungsi, manfaat dan penggunaan *clickbait*. Wartawan juga menyeleksi dengan cara memiliki kata dalam membuat judul *clickbait* sesuai aturan dan menerapkan kode etik jurnalistik. Dalam penggunaan *clickbait* boleh namun tanpa mengabaikan kode etik jurnlaistik.

Kedua, Hasil Penelitian Desi Saputri (2020) dengan judul “Penerapan *Clickbait* Pada Headline Situs Berita Fixpekanbaru.com”. penelitian ini dilakukan untuk skripsi Program Sarjana (S1), Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kualitatif deskriptif. Tujuan penelitian ini mengetahui bagaimana “ Penerapan *Clickbait* Pada *Headline* Situs Berita Fixpekanbaru.com. penelitian ini menggunakan teori *gatekeeping* untuk proses seleksi sesuai dengan nilai berita atau kriteria yang mempengaruhi pemahaman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan *clickbait* pada *headline* situs Fixpekanbaru menerapkan unsur ambiguous dan unsur formatting

disertai fakta dan tidak mengandung kebohongan.

Ketiga, hasil penelitian Dinda Zhalia Kristi (2022). Penelitian ini dilakukan untuk Skripsi Program Sarjana (SI), Fakultas Dakwa, Jurusan Komunikasi Islam, UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena praktik *clickbait* pada pemberitaan “Ayla tabrak CBR di Purwokerto” pada headline berita online TribunBanyumas.com. penelitian ini menggunakan metode fenomenologi. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa berita dari media TribunBanyumas.com kasus pemberitaan “Ayla Tabrak CBR di Purwokerto” periode November 2020 menggunakan unsur *clickbait* dengan unsur *bait-and-switch*. Hal ini dilakukan untuk menaikkan *traffic*, dengan beberapa indikator seperti penggunaan huruf kapital yang berulang, kalimat yang diletakkan lebih. Serta berdasarkan perspektif jurnalistik TribunBanyumas.com belum sesuai dalam penerapan Kode Etik Jurnalistik dan Pedoman Pemberitaan Media Siber

Keempat, Ahmad Syafieq, Drs. H. Abdul Wahud, M.AP, Risa Dwi Ayuni, S.I. Kom, M.Si. (2017) “Penggunaan Umpan Klik Pada Judul Berita Untuk Menarik Minat Pembaca”. Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Negeri Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui umpan klik pada judul berita dalam media online. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan umpan balik pada judul berita untuk menarik minat pembaca dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi.

Serta umpan balik memeberikan keuntungan kepada media melalui jumlah traffic pembaca. respon pembaca bersifat negative dan positif tergantung ekspetasi dari pembaca berita berjudul umpan balik tersebut.

Kelima, Namira Dewi Trustyanda, Cik Ratu Afni Rizki, Quodvultedeus Okto Sri Dhannurwendo. (2021). Universitas London Shool Of Public Relations (LSPR) Jakarta, Indonesia. Tujuan penelitian ini mengetahui budaya *clickbait* pada judul berita di era digital ini. penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa *clickbait* ini menuai pro dan kontra diantaranya, keuntungan dari *clickbait* dapat meningkatkan rasa penasaran pembaca dari pengunjung, sedangkan kontra dari *clickbait* adanya informasi yang tidak sesuai karena hanya memetingkan jumlah pengunjung halaman berita tetapi tidak meningkatkan minat pembaca dari pengguna internet di Indonesia

Tabel 1.1 Daftar Tabel Penelitian Relevan

No	Nama/Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Hilmi Ananda Robines. 2021. UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Persepsi Wartawan Mengenai Penggunaan <i>Clickbait</i> (Umpan klik) Pada Judul Berita Media Online (Studi Deskriptif Pada Anggota Persatuan Wartawan Indonesia di Kabupaten Purwakarta)	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif.	wartawan memperhatikan <i>clickbait</i> dalam pembuatan judul dengan memahami arti, fungsi, manfaat dan penggunaan <i>clickbait</i> . Dalam menggunakan <i>clickbait</i> Wartawan juga menseleksi dengan cara memilih kata dalam membuat judul <i>clickbait</i> sesuai aturan serta menerapkan kode etik jurnalistik.	Metode penelitian yang akan digunakan sama yaitu deskriptif kualitatif. Sama-sama meneliti tentang persepsi berita <i>clickbait</i> dan medianya sama	Perbedaannya pada Fokus penelitian yang diambil penelitian ini lebih ke pemahaman untuk melakukan <i>clickbait</i> pada wartawan detik.com
2	Desi Saputri . 2022. UIN Sultan Syarif Kasim Riau	Penerapan <i>Clickbait</i> Pada Headline Situs Berita	Metode penelitian yang digunakan pada penelitian 2 yaitu	Hasil yang terungkap dari penelitian 2 ini yaitu penerapan	Metode yang digunakan sama yaitu studi	Penelitian ini menggunakan teori gatekeeper.

		Fixpekanbaru.com	studi deskriptif yang bersifat kualitatif.	<i>clickbait</i> pada headline situs Fixpekanbaru menerapkan unsur ambiguous dan unsur formatting disertai fakta dan tidak mengandung kebohongan .	deskriptif yang bersifat kualitatif.	Media yang digunakan berbeda yaitu fixpekanbaru dan serta focus penelitiannya berbeda. penelitian ini menggunakan teori gatekeeper.
3	Dinda Zhalia Kristi. 2022. UIN Prof. K.H.Saifuddin	<i>Clickbait</i> Perspektif Jurnalistik (Studi Fenomenologi Praktik <i>Clickbait</i> Pemberitaan	Metode yang digunakan yaitu Fenomenologi dengan pendekatan	Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa berita dari media	Persamaanya terletak pada pembahasan mengenai	Perbedaanya terletak pada metode penelitian yang digunakan. Pada penelitian ini

	Zuhri Purwokerto	“Mobil Ayla Cbr di Purwokerto” dalam berita Online (TribunBanyumas.com)	kualitatif	Tribunbanyumas.com kasus pemberitaan “Mobil Ayla Tabrak CBR di Purwokerto” periode November 2020 menggunakan unsur <i>Clickbait</i> dengan unsur Bait-and-switch.Hal ini dilakukan untuk menaikkan Traffic.	fenomena <i>Clickbait</i> pada media online	memnggunakan Fenomenologi.sedangkan peneliti sata menggunakan metode deskriptif
4	Ahmad Syafieq, Drs. H. Abdul Wahud,M.AP,Risa Dwi Ayuni, S.I.Kom,M.Si. 2017. Universitas	Penggunaan Umpan Klik pada judul berita untuk menarik minat pembaca	Metode penelitian ini menggunakan pendekatan ini menggunakan pendekatan Deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan umpan balik pada judul berita untuk menarik minat	Persamaan penelitian 4 dengan penelitian yang akan saya teliti yaitu terletak pada	Perbedaannya terletak pada focus penelitiannya.peneliti ini lebih ke cara penggunaan,Batasan dan respon dari penggunaan

	Islam Kalimantan Muhammad Arsyad AL- Banjary.			pembaca dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Serta umpan balik memberikan keuntungan kepada media melalui jumlah traffic pembaca. respon pembaca bersifat negative dan positif tergantung ekspetasi dari pembaca berita umpan balik tersebut.	metode penelitian. Membahas mengenai <i>clickbait</i> atau umpan balik	umpan balik. Sedangkan penelitian saya lebih ke pemahaman, pengetahuan, dan pandangan <i>clickbait</i> pada berita media online.
5	Namira Dewi Trustyanda,Cik Ratu Afni Rizki, Quodvultedeus Okto Sri	Budaya <i>Clickbait</i> pada judul berita di Era digital 4.0	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.	Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa keuntungan <i>Clickbait</i> dapat meningkatkan rasa	Sama-sama membahas fenomena <i>Clickbait</i> .Metode penelitian yang	Perbedaannya pad focus penelitian, pada penelitian ini berfokus pada budaya <i>Clickbait</i> di era digital sedangkan

	<p>Dhannurwendo. 2021. London School Of Public Relations (LSPR) Jakarta, Indonesia</p>			<p>penasaran pembaca, sedangkan kontak dari <i>Clickbait</i> adanya informasi yang tidak sesuai karena hanya memetingkan jumlah pengunjung halaman berita tetapi tidak meningkatkan minat pembaca dari pengguna internet di Indonesia</p>	<p>digunakan sama.</p>	<p>peneliti saya persepsi terkait penggunaan <i>Clickbait</i> pada media berita online.</p>
--	--	--	--	---	------------------------	---

1.6 Landasan Pemikiran

1.6.1 Landasan Teoritis

Teori memiliki kontribusi yang penting bagi ilmu pengetahuan. Dalam KBBI, teori didefinisikan sebagai keterangan dari pendapat yang disampaikan terhadap suatu peristiwa. Peran teori dalam penelitian ini adalah untuk memperjelas fokus pada permasalahan penelitian, menyusun dan memperbaiki metodologi, memperluas pengetahuan dan landasan teoritis serta menghubungkan dengan pengetahuan terkait.

Dalam penelitian ini menggunakan teori fenomenologi. Fenomenologi mempelajari bagaimana fenomena kejadian yang dirasakan atas dasar kesadaran dalam pikiran, dan tindakan. Manusia secara aktif menjelaskan pengalamannya, dengan begitu mereka dapat memahami lingkungannya lewat pengalaman langsung di lingkungannya. Sehingga dapat dikatakan bahwa fenomenologi lebih memfokuskan pada penekanan persepsi, pengalaman, dan juga pemaknaan dari pengalaman individu manusia.

Fenomenologi secara etimologis berasal dari kata *fenomena* dan *logos*. Fenomena berasal dari kata Yunani yaitu "*phainesthai*" yang berarti menunjukkan, menampakkan dirinya. Fenomena terlihat secara nyata secara sadar dan juga dialami dengan kesadaran. Menurut Moustakas dalam (1994:26) fenomena adalah segala sesuatu yang apapun terjadi dalam kesadaran. Tokoh-tokoh fenomenologi ini diantaranya Edmund Husserl, Alfred Schutz dan Peter. L Berger dan lainnya.

Fenomenologi menerobos fenomena untuk dapat mengetahui makna hakikat terdalam dari fenomena tersebut untuk mendapatkan hakikatnya

Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estesis. Fenomenologi tidak saja mengklasifikasikan setiap tindakan sadar yang harus dilakukan, namun juga meliputi tindakan di masa yang akan datang, dilihat dari aspek-aspek yang terkait dengannya. Semuanya itu bersumber dari bagaimana seseorang memaknai objek dalam pengalamannya. Oleh karena itu, tidak salah apabila fenomenologi juga diartikan sebagai studi tentang makna, di mana makna itu lebih luas dari sekedar bahasa yang mewakilinya. Untuk memahami konsep dari fenomenologi, terdapat beberapa konsep yang perlu dipahami.

Dalam penelitian ini menggunakan teori fenomenologi, teori fenomenologi menurut Alfred Schutz. Menurut Schutz, dunia sosial adalah realitas interpretif (Kuswarno, 2009). Tindakan manusia serta segala peristiwa yang telah terjadi dianggap sebagai sebuah realitas yang bermakna. Individu bisa memberikan makna terhadap realitas tersebut. Makna terhadap sebuah realitas dalam teori ini bukan hanya makna yang berasal dari individu sendiri namun juga bersifat intersubjektif. Individu sebagai anggota masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai realitas melalui interaksi atau sosialisasi mereka dengan anggota masyarakat lainnya (Kuswarno, 2009).

Inti pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari. Intersubjektivitas yang memungkinkan pergaulan sosial itu terjadi, tergantung kepada pengetahuan tentang peranan masing-masing yang diperoleh melalui pengalaman yang bersifat pribadi.

Schutz mengawali pemikirannya dengan mengatakan bahwa objek penelitian ilmu sosial pada dasarnya berhubungan dengan interpretasi terhadap realitas. Orang-orang saling terikat ketika membuat interpretasi ini. Peneliti berusaha untuk menyamakan persepsi dengan informan. Persamaan persepsi dapat terbentuk apabila adanya komunikasi yang terus menerus sehingga peneliti dapat menemukan makna dari informan sebagai objek penelitian.

Peneliti harus menggunakan metode interpretasi yang sama dengan orang yang diamati, sehingga peneliti bisa masuk ke dalam dunia interpretasi dunia orang yang dijadikan objek penelitian. Menurut Schutz, tindakan manusia adalah bagian dari posisinya dalam masyarakat (Kuswarno, 2009). Ada dua aspek yang dibahas dalam teori fenomenologi, yaitu:

1. Aspek intersubjektif, yakni makna subjektif yang terbentuk dalam dunia sosial oleh aktor berupa sebuah “kesamaan dan kebersamaan”. Pembentukan makna

dapat dihasilkan dari proses berbagi makna antar individu. Individu dalam penelitian ini adalah para informan penelitian yang berprofesi sebagai wartawan dan mempunyai pengalaman terkait fenomena *clickbait*.

2. Aspek historis, yaitu tindakan yang berorientasi pada waktu. Ada dua hal yang dilihat dari aspek historis, yaitu motif tujuan (*in order to motive*) dan motif alasan (*because motive*). Motif tujuan merupakan motif yang dimiliki oleh informan untuk mencapai tujuan tertentu ketika mereka menafsirkan dan melakukan sebuah tindakan. Motif alasan merupakan pijakan atau pemahaman yang melatarbelakangi informan sehingga membentuk pemahaman tersendiri dalam menafsirkan tindakan tersebut.

Dalam penelitian ini menggunakan teori Fenomenologi. Teori ini dianggap cocok dalam penelitian ini karena penelitian ini meneliti tentang persepsi pengelola media mengenai *clickbait* di media online. Sebuah persepsi didapat dari seseorang memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Dalam hal tersebut Schutz mengatakan sebuah makna meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif dan jga pengetahuan, terutama ketika mengambil tindakan dan sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari. Untuk ini penelitian ini ingin mengetahui persepsi pengelola media di kota Bandung terhadap *clickbait* yang meliputi pengetahuan, pengalaman, dan pemahaman.

Berdasarkan teori fenomenologi Alfred Schutz, penelitian ini akan menelusuri pengetahuan pemahaman dan juga pengalaman pengelola media mengalami fenomena *clickbait* di berbagai media.

1.6.2 Landasan Konseptual

1.6.2.1 Persepsi

Persepsi dalam arti umum yaitu respon seseorang berupa tindakan atau pandangan dengan menginterpretasikan terhadap sesuatu yang diterima melalui panca indera. Dalam penginderaan persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang. Tindakan manusia yang tampak atau nyata itu dipengaruhi dari persepsinya, ada yang mempersepsikan sesuatu positif ada persepsikan sesuatu itu negative (Fitri 2018: 207). Persepsi biasanya digunakan untuk mengutarakan pengalaman terhadap suatu peristiwa yang dialami. Persepsi merupakan pemberian makna pada stimulus indrawi saat organ-organ ditangkap ketika seseorang menerima stimulus dari dunia luar dan kemudian stimulus tersebut masuk kedalam otak, disitulah terjadi persepsi. Dimana didalamnya terjadi sebuah proses berfikir yang akhirnya terbentuk sebuah pemahaman. Dengan persepsi seseorang dapat mengetahui, dan mengerti tentang lingkungan yang ada disekelilingnya, tentang apa yang dilihat serta tentang diri seseorang yang berkaitan. Persepsi itu akan muncul apabila adanya pancangan dari luar diri seseorang seperti informasi, fenomena, dan lain-lain.

Persepsi memberikan arti pada stimuli inderawi (*sensory stimuli*). Kaitan sensasi dengan persepsi sangat erat. Sensasi merupakan bagian dari persepsi. Dengan

begitu, dapat diartikan bahwa makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, melainkan juga antensi, ekspektasi, motivasi serta memori. Dari pernyataan diatas bisa disimpulkan bahwa persepsi merupakan tindakan berfikir seseorang setelah menerima stimulus dari luar yang dirasakan oleh pancainderanya. Kemudian stimulus tersebut menjadi suatu pemahaman yang akhirnya membuat seseorang mempunyai suatu pandangan terhadap suatu kasus atau fenomena yang sedang terjadi atau sedang dialami. Serta dengan pandangan tersebut terdapat pesan atau tanggapan yang diperoleh dari seseorang tersebut terhadap suatu kasus atau fenomena yang dilihat atau disampaikan.

1.6.2.2 Clickbait

Clickbait memiliki arti yaitu umpan klik, tujuan *clickbait* sendiri untuk menarik agar pengguna internet mengklik judul yang disajikan lalu membacanya. Ketika sebuah konten berita dibuka (diklik), namun isi dari berita tersebut tidak sesuai dengan judul yang disajikan dan tidak sesuai dengan dugaan pembaca. Maka arti *clickbait* menjadi negative yang diartikan sebagai “jebakan klik” karena menjebak pembaca yang melihat berita tersebut. Judul berita yang *clickbait* adalah sebuah strategi media online untuk meningkatkan *traffic* pembaca atau pengunjung. Judul berita yang *clickbait* yang menjebak merupakan gaya jurnalistik masa kini. Penyebab utama banyak *clickbait* di media online adalah adanya persaingan yang ketat antar media untuk mendapatkan views. Namun tidak dibenarkan juga untuk mengatasi persaingan tersebut media menghalalkan segala cara salah satunya dengan

clickbait.

Seperti pisau bermata dua, *clickbait* bisa dijadikan hal positif apabila media menarik perhatian pembaca disertai dengan memberikan isi berita yang menarik juga. Namun kebalikannya juga dijadikan hal negative *clickbait* dipakai untuk menarik perhatian pembaca tetapi isi berita tersebut tidak sesuai dengan judul yang diberikan dengan begitu pembaca kecewa karena tidak sesuai dengan ekspektasi mereka ketika melihat judul yang diberikan (Romeltea dalam susilowati, 2020).

Berita *clickbait* sebenarnya isinya tidak begitu penting, bahkan tidak actual, namun dengan disajikan judul yang *clickbait* maka beritanya tersebut terlihat update dan menarik. Bahkan bisa dibilang judul berita yang *clickbait* itu sampah di media online, selain memanipulasi pembaca berita *clickbait* juga tidak akan membuat orang membagikan lagi berita tersebut di media sosialnya.

1.6.2.3 Media Online

Media online merupakan salah satu jenis media massa yang populer bagi masyarakat luas. Media online disebut juga media digital atau *new media* dimana medianya tersedia secara online melalui jaringan internet. media online juga merupakan media baru yang lahir di era digital dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Media online merupakan penyederhanaan istilah (simplikasi) terhadap bentuk media luar lima media massa konvensional-televisi, radio, majalah, koran, dan film. Sifat *new media* bersifat cair, konektivitas individual, serta menjadi sarana untuk membagi peran kebebasan dan control (Chun dalam

Apriyani :2006). Dengan hadirnya media online masyarakat dengan mudah mendapatkan informasi terbaru. Hal itu di tandai oleh hadirnya *smartphone* dan internet. salah satu model media online yang sering dipakai dalam jurnalistik modern yaitu dengan banyak munculnya situs berita online.

Akibat dari cepatnya dalam menyebarkan informasi, banyak informasi yang keakuratannya kurang di perhatikan, hal ini disebabkan karena media online lebih mementingkan kecepatan dibanding dengan akuratnya informasi tersebut. Dengan begitu banyak informasi hoax yang tersebar dimana-mana. Kita sebagai pembaca harus lebih teliti dalam memilih informasi serta meneliti Kembali kebenarannya.

Terdapat keunggulan media online yaitu :

1. *Up to Date*, Memberikan informasi *up to date* dengan melakukan upgrade suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu.
2. *Real Time*, Media online dapat menyajikan informasi dan berita saat peristiwa berlangsung.
3. Praktis, Media online dapat di akses dimana dan kapan saja sehingga masyarakat bisa mengakses apa saja dengan didukung oleh fasilitas teknologi.

Situs berita dalam media online bisa dibagi menjadi lima kategori:

- a. Situs berita berasal dari media cetak atau majalah berbentuk edisi online, seperti *republika online*, *pikiranrakyat.com*, serta *tribunjabar.com*.
- b. Situs Berita yang berbentuk edisi online dari media penyiaran radio.

- c. Situs berita yang berbentuk edisi online media penyiaran televisi atau disebut dengan streaming. semacam CCN.com, metrotvnnews, serta liputan6.com
- d. Situs berita online “murni” web ini tidak terpaut dengan media elektronik maupun cetak seperti halnya antaranews.com, Detik.com, dan Viva News.
- e. Situs berita “indeks kabar” yang hanya dapat diakses melalui link-link kabar dari web kabar lain, seperti Yahoo! News, Plasa. msn. com, NewNow, dan Google News (layanan kompilasi kabar yang secara otomatis menunjukkan kabar dari berbagai macam media online). (Nurudin, 2007:63)

Dalam kemajuan digital ini Teknologi menjadi factor penentu dalam media online. Kecepatan dalam menyebar informasi serta bisa berubah setiap menitnya disajikan melalui layer computer, dengan pemberitaannya dapat erhubung dengan khalayak melalui link. Dengan begitu mudah untuk ditanggapi langsung oleh khalayak melalui kolom komentar. Hal ini yang membedakan antara wartawan online dengan wartawan media lain.

Dalam penelitian menggunakan situs media online dengan kategori situs berita online “murni” yaitu tidak berpaut dengan media cetak ataupun elektronik.

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di tiga lokasi yaitu:

1. Kantor Berita Nasional ANTARA Biro Jawa Barat, di Jl. Braga No.25, Braga, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40111.

2. Kantor Berita Ayo Bandung, di Jl. Terusan Halimun No.50, Lingkar Selatan, Kecamatan Lengkong, Kota Bandung.
3. Kantor Berita Halo Jabar, Jl. Raya Kopo no 62, Panjunan Astana Anyar Kota Bandung.

1.7.2 Paradigma Penelitian

Paradigma muncul pertama kali oleh Thomas Kuhn, seorang ilmuwan asal Amerika Serikat melalui bukunya yang berjudul *The Structure of Scientific Revolution*. Secara umum paradigma merupakan dasar atau pegangan yang menjadi acuan. Paradigma juga didefinisikan sebagai pandangan atau perspektif yang akan mempengaruhi cara berpikir. Dalam menentukan berbagai macam pandangan manusia, paradigma memiliki kaitan yang erat dengan prinsip dasar sebagai bagian dari *system bricoleur* terhadap dunia.

Dalam suatu penelitian, paradigma merupakan kerangka kerja pengorganisasian umum untuk teori dan penelitian yang mencakup asumsi dasar masalah utama, model penelitian berkualitas, dan metode untuk mencari jawaban (Neuman, 2016: 81).

Pada peneelitan ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Menurut Hidayat yang ditulis Chairul Umanailo paradigama konstruktivisme merupakan pemahaman dari pengamatan suatu objek diletakkan agar menemukan sebuah ilmu pengetahuan. Pemahaman mengenai realita pada suatu penelitian merupakan produk interaksi antara peneliti dengan yang diteliti.

Penggunaan paradigma konstruktivisme didasarkan dengan pengamatan secara langsung. Sehingga adanya penelitian ini memfokuskan bagaimana realita yang terjadi dengan cara pengelola media mengamati dan memberikan persepsinya mengenai penggunaan *clickbait* di media online.

1.7.3 Pendekatan Penelitian

Dalam suatu penelitian, terdapat dua pendekatan yang biasa digunakan yakni pendekatan kualitatif dan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan yakni menggunakan pendekatan kualitatif. Menggunakan latar alamiah merupakan cara dari penelitian kualitatif, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada (Moleong, 2007; 5).

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif ialah penelitian yang bertujuan untuk mendalami fenomena-fenomena mengenai kejadian atau hal yang terjadi oleh subjek penelitian contohnya seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan sebagainya secara menyeluruh serta melalui cara uraian atau eksplanasi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, di suatu konteks khusus yang alamiah dan juga memanfaatkan beraneka ragam metode alamiah (Moleong, 2016: 6).

Sedangkan cara pemahaman dan penemuan yang berlandaskan kepada metode yang menganalisis suatu fenomena sosial atau permasalahan-permasalahan manusia. Dalam penelitian ini, peneliti membentuk suatu konsepsi kompleks, mengobservasi

kata-kata, informasi terperinci dari paham responden dan melaksanakan studi pada fenomena yang dilihat.

Pendekatan kualitatif salah satu metode penelitian yang bisa menghasilkan data deskriptif berupa kalimat, kata-kata, tertulis maupun lisan dari perilaku seseorang yang mengamati suatu fenomena atau kejadian. Pendekatan Kualitatif dalam penelitian ini untuk mengkaji persepsi tentang praktik *clickbait* di media online. dengan melakukan wawancara dengan subjek penelitian ini yaitu pengelola media di Kota Bandung, untuk mengetahui persepsi tentang penggunaan praktik *clickbait* di media online.

1.7.4 Metode Penelitian

Secara Bahasa metode berasal dari Bahasa Yunani yakni *methodos* yang memiliki arti cara atau jalan. Kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan metode sistematis untuk memahami suatu topik penelitian, dan kegiatan untuk menemukan sesuatu yang baru dengan menggunakan informasi, ini adalah studi khusus yang merupakan penyempurnaan dari metodologi suatu prinsip atau solusi. Penelitian kuantitatif ataupun penelitian kualitatif selalu bermula dari suatu masalah. Pada penelitian kualitatif, masalah yang ingin dikaji oleh peneliti masih belum jelas, karena masih bersifat kompleks dan dinamis (Sugiyono, 2013: 205).

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Dalam penelitian deskriptif bertujuan untuk menjelaskan dan menggambarkan fenomena yang ada dengan data apa adanya yang hasilnya lebih menekankan makna.

Metode penelitian deskriptif kualitatif berfokus pada permasalahan yang sesuai dengan fakta serta dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan mempelajari data dokumen. Sementara itu, dalam buku *Konstruksi ke Arah Penelitian Deskriptif* metode deskriptif berfungsi untuk memperjelas gejala-gejala sosial melalui berbagai variabel dalam penelitian yang memiliki keterkaitan satu sama lain (Widodo, et al., 2000: 81).

Berdasarkan penjelasan diatas, maka metode penelitian yang peneliti pilih untuk menjawab penelitian yang diangkat yakni metode deskriptif. Alasan penulis memakai metode deskriptif ini karena metode deskriptif ini dipandang pantas untuk mengkaji topik penelitian ini. serta metode ini merupakan hal yang tepat untuk menjawab pertanyaan peneliti tentang bagaimana persepsi pengelola media mengenai *clickbait* dimedia online. Hal ini meliputi pemahaman, pemaknaan, dan pengalaman yang dialami pengelola media. Dengan fenomena yang dialami peneliti berusaha mendeskripsikan dengan data yang apadanya yang didapat melalui observasi, wawancara, dan dokumen.

1.7.5 Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Penelitian ini Penelitian ini tentunya menggunakan jenis data kualitatif. Data kualitatif adalah jenis data non-numerik atau data yang tidak dapat diproses dalam bentuk angka, hal ini tentunya sangat berbeda dengan tipe data kuantitatif yang biasanya ditujukan untuk mengolah sekumpulan data ke dalam

bentuk angka, data kualitatif justru dapat disajikan melalui sebuah narasi deksriptif. Data kualitatif dapat berbentuk kata, skema, dan gambar (Sugiyono, 2015). Pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, maka jenis data yang akan digunakan adalah data kualitatif, dengan bentuk narasi deksriptif.

b. Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer akan didapatkan langsung oleh peneliti dari hasil wawancara yang dilakukan kepada informan dalam penelitian kali ini. Adapun nantinya wawancara tersebut perihal persepsi mengenai penggunaan *clickbait* di media online dengan pengelola media sebagai orang yang ikut serta dalam mengelola dan memepertahankan media, yang dimana pengelola media tersebut sering membuat suatu berita. Terkait hal ini ingin mengetahui bagaimana pengetahuan, pemaknaan serta pengalaman pengelola media tersebut terkait fenomena *clickbait*, yang jawaban tersebut akan menjadi sumber data penelitian kali ini.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang didapat dari peneliti terdahulu dan sudah diolah sebagai sumber informasi. Data sekunder meliputi hasil observasi, didukung dengan pengumpulan dokumen untuk kekayaan informasi saat proses penelitian, serta kajian pustaka sebelumnya yang dapat dijadikan perbandingan untuk mengevaluasi penelitian ini.

1.7.6 Penentuan Informan

a. Informan

Menurut Pengertian data primer menurut Sugiyono (2015) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data informan penelitian adalah seseorang yang menjadi informan pada penelitian dan paham mengenai objek penelitian juga dapat memberikan penjelasan dari topik penelitian yang dibahas. Informan atau yang dikenal juga dengan sebutan informan harus paham mengenai topik yang akan diangkat, atau dalam kata lain mengetahui informasi dari objek penelitian. Informan dalam penelitian ini yakni orang-orang yang terlibat langsung pada fokus penelitian.

b. Teknik Penentuan Informan

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam penentuan informan penelitian. Pengambilan teknik ini dilakukan dengan pertimbangan tertentu, dengan maksud agar dapat memudahkan peneliti untuk menelisik objek atau situasi sosial yang akan diteliti (Sugiyono, 2012: 54). Hal ini berarti, dalam menentukan informan harus sesuai dengan kriteria informan yang memiliki relevansi dengan permasalahan penelitian.

Maka, kriteria informan yang harus dipenuhi dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Informan mudah dimintai keterangan untuk memberikan informasi dan mudah dihubungi.

- 2) Informan merupakan pengelola media di kota Bandung. (redaktur pelaksana, pimpinan redaksi)
- 3) Informan mengetahui tentang *clickbait*
- 4) Jika diperlukan, informan memberikan kesediaannya secara tertulis untuk dijadikan informan penelitian (Kuswanto, 2009:62)

Informan yang dipilih dalam penelitian kali ini adalah pengelola media di kota Bandung. Dipilihnya 3 informan tersebut karena masing-masing memiliki persepsi yang berbeda mengenai penggunaan *clickbait* di media online.

1.7.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan Langkah yang efektif dalam penelitian, peneliti tidak akan mendapatkan data tanpa mengetahui Teknik dalam pengumpulan data. Karena tujuan utama penelitian untuk mendapatkan data.

Model pengumpulan data dalam penelitian kualitatif berupa hasil observasi dan wawancara secara langsung di lapangan. Berdasarkan pengertian tersebut, pengumpulan data tidak memungkinkan tanpa adanya aktivitas wawancara, pengamatan dan pengalaman langsung. Dalam penelitian kualitatif observasi dengan wawancara sering digabungkan. Selama melaksanakan observasi, peneliti juga melakukan interview atau wawancara ke orang yang ada didalam observasi tersebut (Sugiyono, 2009 :42)

a. Wawancara Mendalam atau Tidak Terstruktur

Wawancara merupakan kegiatan pengumpulan data yang dilakukan oleh penanya dan penjawab melalui komunikasi. Kegiatan wawancara biasanya dilakukan secara tatap muka untuk mengetahui secara langsung data yang akan diperoleh. Wawancara merupakan hal penting untuk pengumpulan data dalam proses penelitian.

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan (Sugiyono, 2008).

Dalam wawancara tidak terstruktur, peneliti belum mengetahui pasti data apa yang akan diperoleh, sehingga peneliti lebih banyak mendengarkan apa yang akan diceritakan oleh responden. Berdasarkan analisis terhadap setiap jawaban dari responden tersebut, maka peneliti dapat mengajukan berbagai pertanyaan berikutnya yang lebih terarah pada satu tujuan.

Peneliti menilai wawancara mendalam dan tidak terstruktur efektif digunakan untuk memperoleh keterangan dan tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dengan tatap muka langsung antara peneliti dengan informannya. Wawancara mendalam dan tidak terstruktur dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan mendalam sesuai dengan ranah penelitian. Peneliti akan

mengajukan pertanyaan-pertanyaan inti yang dijawab oleh informan selanjutnya akan ada pertanyaan susulan atas hasil jawaban informan tersebut sampai ditemukan jawaban yang sudah mencukupi data.

Kegiatan wawancara biasanya didominasi oleh penanya yang kemudian akan dijawab oleh informan atau penjawab secara terperinci agar jelas dan terstruktur. Kegiatan ini baiknya tidak lebih dari 90 menit. Apabila waktu dirasa belum cukup, peneliti dapat meminta waktu lain (Semiawan, 2010: 27).

b. Observasi

Observasi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk bisa memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan guna meneruskan penelitian melalui pemahaman terhadap suatu kejadian yang berdasarkan pengetahuan. Data yang telah dikumpulkan diolah dan dianalisis secara deskriptif-kualitatif, yaitu menyajikan data secara rinci serta melakukan interpretasi teoritis sehingga dapat diperoleh gambaran akan suatu penjelasan dan kesimpulan yang memadai. Melalui observasi peneliti belajar memahami bagaimana perilaku, makna, dari orang yang diobservasi tersebut.

c. Dokumentasi

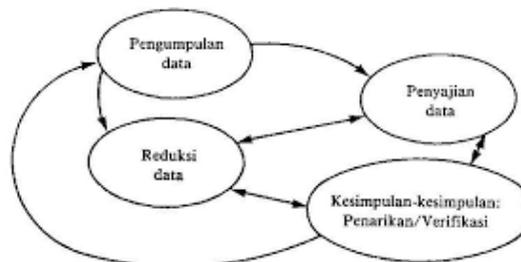
Penulis mengumpulkan beberapa dokumentasi dari informan yaitu pengelola media. Dokumentasi adalah rekaman berbagai tulisan atau pernyataan yang diarsipkan oleh individu untuk kepentingan organisasi.

Dokumentasi digunakan untuk menelusuri data historis karena sejumlah besar fakta dan data sosial tersimpan dalam bahan berbentuk dokumen, rekaman dan sebagainya (Bungin, 2010).

1.7.8 Teknik Analisis Data

Berdasarkan teknik yang telah ditentukan data akan dikumpulkan secara terstruktur. Kemudian peneliti mengumpulkan informasi yang valid dan sesuai fakta lalu selanjutnya diolah menjadi teks deskriptif berbentuk laporan yang rinci dan rapih. Guna menghindari kesalahan dalam pengumpulan data, diperlukan ketekunan dan ketelitian.

Data pada penelitian kualitatif ini peneliti melakukan teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman dalam Firdan (2016). Ada 3 tahapan dari analisis data, yakni *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), dan *verification / conclusion drawing* (penarikan kesimpulan). Berikut penjelasan 3 teknik analisis data:



Gambar 1.1

1. Reduksi Data

Pertama ada reduksi data, yang dimana pada tahap ini merupakan proses pemilihan, penyederhanaan, dan transformasi data kasar yang

berasal dari catatan informasi yang didapat di lapangan. Pada umumnya, mereduksi data berarti meringkas, mengkode, menelusur dan membuat gugus-gugus data sesuai dengan tema atau topiknya.

2. Penyajian data

Arti sederhananya yakni kegiatan dimana data-data yang sudah direduksi atau diolah tadi kemudian disusun secara sistematis untuk bisa dibaca dan dipahami, baik oleh peneliti sendiri maupun pembaca. Bentuk penyajian datanya bisa berbagai macam, diantaranya dalam bentuk teks naratif, grafik, matriks, ataupun bagan.

3. Penarikan Kesimpulan

Setelah data direduksi dan disajikan, upaya selanjutnya yakni dengan menarik kesimpulan. Dari awalnya mengumpulkan data, kemudian dicari makna dari data-data yang ditemukan, kemudian disajikan dengan pola tertentu, hingga nantinya ditemukan sejumlah kesimpulan. Kesimpulan-kesimpulan ini dibuat dengan tetap rinci namun singkat dan harus disajikan sejelas-jelasnya.

1.8 Rencana Jadwal Penelitian

No	Daftar Kegiatan	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Tahap Pertama: Penyusunan Proposal Penelitian							

	Pengumpulan Data Pra Penelitian						
	Penyusunan Proposal Penelitian						
	Bimbingan Proposal Penelitian						
	Revisi Proposal Penelitian						
2	Tahap Kedua: Seminar Usul Proposal Penelitian						
	SUPS						
	Revisi SUPS						
3	Tahap Ketiga: Penyusunan Skripsi dan Pelaksanaan Penelitian						
	Bimbingan Skripsi						
	Pelaksanaan Penelitian						
	Olah Data						

	dan Analisis							
	Penyusunan Skripsi							
	Bimbingan Skripsi							
4	Tahap Keempat: Sidang Skripsi							
	Bimbingan Akhir Skripsi							
	Sidang Skripsi							

