

## ABSTRAK

**Nurhalimah, Pemahaman Wartawan Urban Media Network Bekasi Mengenai Clickbait di media online (Studi Fenomenologi Mengenai Pemahaman Clickbait pada Wartawan Online Urban Media Network Bekasi).**

Perkembangan teknologi yang semakin canggih banyak memunculkan industri baru dalam perusahaan media online. Untuk mempertahankan medianya, setiap perusahaan membutuhkan strategi agar menjaga eksistensinya. Salah satu strategi yang banyak digunakan saat ini adalah dengan fenomena *clickbait*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman para wartawan media online terkait fenomena *clickbait* yang tengah marak digunakan. Hal tersebut dikarenakan fenomena *clickbait* berpengaruh terhadap kualitas tulisan berita dan Kode Etik Jurnalistik. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengetahui pemahaman para wartawan terhadap fenomena *clickbait* dalam mempengaruhi perhatian pembaca.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori fenomenologi dari Alfred Schutz. Teori ini fokus dalam menggali dan mempelajari bagaimana suatu kejadian terjadi melalui kesadaran pemikiran individu atas dasar lingkungannya. Pemahaman, pemaknaan dan pengalaman orang-orang yang terlibat langsung dalam fenomena ini akan diteliti untuk menarik kesimpulan yang jelas.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menguraikan seluruh data dari para informan yang dirangkum menjadi fokus penelitian. Metode yang digunakannya metode fenomenologi untuk mempelajari bagaimana pengalaman para individu yang mengalami suatu kejadian secara langsung dan berfokus pada pengalamannya tersebut agar fokus penelitian yang bersangkutan menjadi lebih jelas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman para wartawan sepakat bahwa *clickbait* merupakan umpan judul dalam berita online untuk menarik perhatian pembaca dan kebanyakan tidak sesuai antara judul yang ditampilkan dengan isinya. Pemaknaan lain dari para wartawan sependapat bahwa penyebab dari munculnya *clickbait* ini karena ketatnya persaingan media dan tuntutan dari pemilik media atas target jumlah artikel yang harus dicapai setiap bulannya. Pengalaman para wartawan cukup berbeda karena ada dua informan yang sering menggunakan *clickbait*, satu informan yang medianya pernah mengalami kecelakaan atas penggunaan *clickbait*, dan ada juga dua informan yang tidak pernah menggunakannya sama sekali dalam proses produksi artikel berita media online.

**Kata Kunci:** Pemahaman, *Clickbait*, media online

## **ABSTRACT**

**Nurhalimah**, *Understanding of Urban Media Network Bekasi Journalists Regarding Clickbait in online media (Phenomenological Study Regarding Understanding of Clickbait in Online Journalists of Urban Media Network Bekasi).*

*The development of increasingly sophisticated technology has given rise to many new industries in online media companies. To maintain its media, every company needs a strategy to maintain its existence. One strategy that is widely used today is the clickbait phenomenon.*

*This research aims to determine the understanding of online media journalists regarding the clickbait phenomenon which is currently being widely used. This is because the clickbait phenomenon affects the quality of news writing and the Journalistic Code of Ethics. Therefore, researchers want to know journalists' understanding of the clickbait phenomenon in influencing readers' attention.*

*The theory used in this research uses the phenomenological theory of Alfred Schutz. This theory focuses on exploring and studying how an event occurs through an individual's awareness of thinking based on their environment. The understanding, meaning and experiences of people directly involved in this phenomenon will be researched to draw clear conclusions.*

*The approach used in this research uses a qualitative approach to describe all the data from the informants which is summarized as the focus of the research. The method used is the phenomenological method to study the experiences of individuals who experience an event directly and focus on their experiences so that the focus of the research in question becomes clearer.*

*The results of this research show that journalists agree that clickbait is a title bait in online news to attract readers' attention and that most of the time the title displayed does not match the content. Journalists agree that the cause of the emergence of clickbait is due to intense media competition and demands from media owners regarding the target number of articles that must be achieved each month. The journalists' experiences were quite different because there were two informants who often used clickbait, one informant whose media had experienced an accident due to the use of clickbait, and there were also two informants who had never used it at all in the process of producing online media news articles.*

**Keywords:** *Understanding, Clickbait, online media*