

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan menjamurnya industri media saat ini, para wartawan online mulai menggunakan strategi baru untuk menarik perhatian pembacanya, salah satunya dengan praktik *clickbait*. Hal tersebut dikarenakan media online saat ini semakin tumbuh subur perkembangannya dan belum ada media yang bisa menandingi jumlah keberadaannya. Tujuan wartawan online melakukan *clickbait* ini agar mendapatkan *traffic* yang tinggi karena berita yang ditulisnya.

Jumlah perusahaan media di Indonesia yang terhitung hingga Januari 2023 menurut Data Dewan Pers (2023) menyebutkan bahwa tercatat sebanyak 1.711 yang sudah terverifikasi. Dari semua itu tercatat 902 perusahaan media yang mendominasi (Rufaidah, 2023: 2). Hal itu sudah bisa membuktikan bagaimana ketatnya persaingan industri media yang semakin beragam dan kompleks. Semuanya berlomba-lomba supaya unggul dalam persaingan ini dan mendapatkan perhatian penuh para masyarakat sebagai pembacanya.

Menurut penelitian yang dilakukan Wardani, dkk (2021) yang dikutip oleh Rufaidah (2023: 4), ada pernyataan dari seorang wartawan Tribunnews.com sebagai informan penelitiannya menyebutkan bahwa strategi *clickbait* ini digunakan bertujuan agar para pembacanya tidak merasa bosan. Berita yang disajikan dengan judul menarik tetap menyampaikan informasi sesuai dengan data dan fakta di lapangan. Jika isi beritanya dirasa *clickbait* maka itu kembali ke asumsi dan pendapat para masyarakat pembacanya masing-masing.

Para wartawan media online dalam pekerjaannya harus memperhatikan beberapa hal supaya produksi berita yang dibuatnya setiap hari mendatangkan banyak klik dari pembaca. Mulai dari kualitas isi, kuantitas tulisan, judul yang menarik, Kode Etik Jurnalistik, hingga penerapan kaidah SEO (*Search Engine Optimization*) yang harus optimal dalam setiap satu berita yang dibuatnya. Nilai-nilai yang dikedepankan oleh media online saat ini lebih banyak mengacu pada nilai komersial daripada prinsip jurnalistik yang beretika dan idealis (Wibawa, 2020: 186).

Tuntutan mengenai jumlah tulisan yang harus banyak setiap harinya menjadi salah satu penyebab menurunnya kualitas tulisan wartawan online dengan harapan agar setiap bulan media yang menaunginya mendapatkan pendapatan yang besar. Jumlah tulisan yang harus dicapai oleh penulis sebagai *output* dari jurnalisme ini adalah 10 tulisan per hari disesuaikan dengan KPI (*Key Performance Indicator*). Jumlah tulisan tersebut merupakan salah satu strategi yang dibuat oleh perusahaan media online agar performanya efektif dalam mencapai tujuan utama yaitu mendapatkan penghasilan dengan *traffic* yang tinggi, sehingga wartawan online akan berusaha mengandalkan berbagai cara supaya tulisannya selalu banyak tanpa memperdulikan kualitas dari isi berita yang ditulisnya.

Polemik ini cukup menarik untuk dibahas karena dampak dari berita yang kualitasnya kurang akan membuat masyarakat mudah terprovokasi. Dampak lebih jauhnya, para pembaca khususnya yang masih awam akan mudah terjaring berita hoaks karena terjebak dalam rasa penasaran untuk mengklik sebuah berita online.

Praktik *clickbait* merupakan salah satu pelanggaran Kode Etik Jurnalistik karena isi beritanya yang menipu dalam memberikan informasi. Salah satu pemicu dari adanya fenomena ini adalah persaingan ketat yang terjadi pada setiap portal media yang ada. Mereka berlomba-lomba agar mendapatkan *traffic* dan pendapatan yang tinggi karena banyak masyarakat penasaran dengan judul maupun *headline* bombastis yang dibuat wartawan online sehingga mereka tertarik untuk membaca hingga *klik* berita dari portal mereka. Judul atau *headline* berita dalam media online yang bombastis, membingungkan, hingga membuat penasaran masyarakat tetapi setelah diklik dan dibaca isinya tidak ada kesesuaian sehingga terkesan menipu itu disebut dengan *clickbait* (Anand, et al., 2017).

Biasanya berita online dengan praktik *clickbait* selalu menggunakan bahasa yang provokatif untuk mengundang rasa penasaran masyarakat karena jika setiap individu mengklik berita, maka akan mendatangkan keuntungan bagi media tersebut termasuk untuk para wartawan online tersebut. *Clickbait* merupakan sebuah strategi yang dilakukan oleh para penulis berita online agar mampu menarik perhatian dan mengundang masyarakat agar mau membaca berita yang ditulisnya sehingga karena rasa penasaran tersebut masyarakat menjadi tidak mampu untuk melewati judul maupun *headline* berita yang ditemukannya (Hadiyat, 2019).

Clickbait banyak dijadikan topik besar dalam sebuah penelitian sehingga topik ini bukanlah topik yang baru muncul belakangan ini. Banyak peneliti yang sudah melakukan penelitian terhadap *clickbait*. Contohnya ada dari Yayat D.Hadiyat (2019) meneliti tentang *Clickbait* di Media Online yang ada di seluruh Indonesia. Ada Desi Saputri (2022) meneliti tentang penerapan *clickbait* pada *headline* berita

situs Fixpekanbaru.com. Disamping itu ada juga dari Yoseva Yamlean (2019) meneliti *clickbait* yang menjadi pelanggaran dalam berita media online.

Semua penelitian yang disebutkan di atas rata-rata hanya berfokus pada analisis hasil berita yang ditulis oleh para wartawannya saja, seperti judul dan *headline* berita yang menjadi pelanggaran Kode Etik Jurnalistik dalam media online. Pada penelitian kali ini ada perbedaan yang unik karena didalamnya akan membahas bagaimana persepsi dan pemahaman para wartawan yang memproduksi langsung berita online. Penelitian ini fokus menganalisis sejauh mana pemahaman wartawan media online terhadap *clickbait* di portal media online Urban Media Network Bekasi.

Penelitian ini akan mengambil beberapa informan wartawan yang aktif bekerja di portal media online Urban Media Network Bekasi. Persepsi dan pemahaman yang dihasilkan nantinya akan berbeda karena beberapa informan tersebut memiliki pengalaman hingga latar belakang yang berbeda-beda. Prinsip saturasi atau kejenuhan data menjadi patokan dalam menentukan jumlah informan yang diteliti. Jumlah informan ditentukan sampai seluruh data yang digunakan sudah tercukupi dan sesuai. Keberagaman persepsi mengenai *clickbait* dari para informan ini akan menjadi perhatian penulis agar bisa menyimpulkan bagaimana pemahaman fenomena ini yang sebenarnya.

Relevansi penelitian ini dengan jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik sangat berhubungan erat, karena berita online merupakan salah satu produk dari kejournalistikan. Maka dari itu perlu ada peninjauan lebih mendalam terkait kemunculan fenomena *clickbait* yang ada dalam berita online, agar kedepannya

para jurnalis bisa dengan bijak dalam memproduksinya. Para jurnalis harus mempelajari bagaimana dampak penggunaan *clickbait* terhadap para pembaca maupun bagi perusahaan media yang menaunginya.

Pemahaman para wartawan terkait fenomena *clickbait* ini menarik untuk diteliti karena mereka adalah orang-orang yang memproduksi langsung berita yang didapatkan sehingga menjadi produk jurnalistik. Alasan tersebut menjadi penguat penulis untuk mengetahui dan mencari tahu pemahan yang sebenarnya atas kemunculan fenomena *clickbait* dari sumber utama bukan hanya menganalisis hasilnya atau dari media yang menaunginya.

Paradigma yang digunakan pada penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis yang menganggap bahwa kebenaran suatu realitas sosial yang diamati tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang karena dibentuk dari lingkungan sosial yang bersifat relatif atau berbeda (multi realitas). Paradigma konstruktivis ini melihat bagaimana sebuah kejadian atau fenomena diproses (konstruk). Metode yang digunakan penulis adalah metode kualitatif untuk mencari tahu bagaimana pemahaman sebenarnya para wartawan yang memproduksi berita di media online tentang fenomena praktik *clickbait* tersebut. Judul yang diambil yaitu Pemahaman Wartawan Urban Media *Network* Bekasi Mengenai *Clickbait* di Media Online (Studi Fenomenologi Mengenai Pemahaman *Clickbait* pada Wartawan Online Urban Media *Network* Bekasi).

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini akan memfokuskan untuk mengetahui bagaimana pemahaman para wartawan media online di Urban Media *Network* Bekasi dalam memahami

praktik *clickbait* dalam artikel berita yang ditulisnya. Sehingga fokus penelitian akan dirinci menjadi beberapa pertanyaan, yaitu:

1. Bagaimana pemahaman wartawan Urban Media *Network* Bekasi tentang definisi, tujuan, jenis dan bentuk *clickbait* di media online?
2. Bagaimana pemaknaan wartawan Urban Media *Network* Bekasi tentang penyebab, pengaruh, dan kewajaran penggunaan *clickbait* di media online?
3. Bagaimana pengalaman wartawan Urban Media *Network* Bekasi tentang dampak dan penggunaan *clickbait* di media online?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seluruh pertanyaan yang telah dirumuskan dalam fokus penelitian, maka dari itu tujuannya adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pemahaman wartawan Urban Media *Network* Bekasi tentang definisi, tujuan, jenis dan bentuk *clickbait* di media online.
2. Mengetahui pemaknaan wartawan Urban Media *Network* Bekasi tentang penyebab, pengaruh, dan kewajaran penggunaan *clickbait* di media online.
3. Mengetahui pengalaman wartawan Urban Media *Network* Bekasi tentang dampak dan penggunaan *clickbait* di media online.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Hasil dari penelitian yang dilakukan ini nantinya diharapkan mampu berkontribusi sebagai disiplin ilmu jurnalistik dalam mengembangkan eksistensi berita online hingga bisa dijadikan pegangan untuk para pembaca khususnya

wartawan online yang tengah memahami praktik *clickbait*. Lebih dari itu, hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi tambahan untuk penelitian kedepannya. Hingga mampu memberikan pengetahuan baru untuk pembaca dalam pembahasan terkait.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini kedepannya mampu memberikan pengetahuan baru yang *update* terhadap para wartawan mengenai bagaimana seharusnya praktik *clickbait* itu digunakan. Kedepannya penulis berharap juga supaya hasil penelitian ini bisa memberikan masukan serta saran khususnya kepada portal media Urban Media Network Bekasi dalam perkembangan informasi di media online sehingga bermanfaat bagi seluruh wartawan online yang ada didalamnya.

E. Hasil Penelitian yang Relevan

Beberapa penelitian dibawah ini memiliki kesamaan dan relevan untuk menunjang penelitian yang akan dilakukan. Hal itu dikarenakan topik besar yang akan dijadikan penelitian ini sama persis yakni mengenai praktik *clickbait*. Berikut sejumlah penelitian yang dijadikan referensi untuk penelitian ini, diantaranya:

Yoseva Yamlean (2019) Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta, melakukan penelitian dengan judul “*Clickbait Journalism* dan pelanggaran Etika Jurnalistik” fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa dan bagaimana praktik *clickbait* pada media online sehingga menjadi pelanggaran. Dalam penelitian yang dilakukannya menggunakan metode kualitatif untuk menggambarkan fenomena yang tengah diteliti. Hingga hasilnya diketahui bahwa ada 7 buah praktik *clickbait* dan 4 buah Kode Etik Jurnalistik yang dilanggar pada media online

jogja.tribunnews.com. Semuanya dijabarkan secara rinci dan mendetail dari setiap *point* pelanggaran hingga praktik *clickbait* yang digunakan oleh media tersebut.

Bayu Aji Prastyo (2021) Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, melakukan penelitian dengan judul “Fenomena *Clickbait Journalism* Pada Media Online Rednews.co.id Pada Periode Bulan Maret 2021 sampai Juni 2021” fokus dari penelitian ini adalah supaya diketahui pelanggaran apa saja yang diterapkan dalam menyampaikan informasi di portal media rednews.co.id. Metode yang digunakan pada penelitiannya yaitu metode analisis isi dengan cara wawancara secara langsung dengan para wartawan yang bekerja di media terkait untuk menggali bagaimana penggunaan *clickbait* didalamnya. Setelah itu dilanjutkan dengan melakukan analisis isi pada berita yang terdapat dalam laman mediana.

Wahyu Abdurrohman (2017) Mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung, melakukan penelitian dengan judul “Judul Berita *Clickbait* Di Media Online detikcom Periode 1 Mei-18 Mei 2017” fokus dari penelitian ini adalah mengungkap alasan media online detik.com menggunakan praktik *clickbait*. Metode yang digunakan untuk mengungkap hasil analisisnya yaitu menggunakan analisis wacana kritis model Norman Fairclough.

Fitri Rufaidah (2019) Mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung, melakukan penelitian dengan judul “Persepsi Pengelola Media Tentang *Clickbait*” fokus dari penelitian ini adalah untuk menjabarkan bagaimana persepsi para pengelola media mengenai *clickbait* secara deskriptif.

Metode yang digunakannya adalah metode deskriptif untuk memperjelas topik penelitiannya.

Yayat D. Hadiyat (2019) Jurnal Balai Besar Pengembangan SDM dan Penelitian Kominfo Makassar (Pekommas), melakukan penelitian dengan judul “*Clickbait* di Media Online Indonesia” fokus dari penelitian ini adalah untuk meneliti judul-judul berita di media online yang terdapat unsur *clickbait*. Metode penelitian yang digunakannya yaitu kualitatif dengan cara observasi hingga wawancara saat pengumpulan data primer dan sekunder (triangulasi).



Tabel 1.1

Tabel Penelitian Terdahulu

Nama dan Judul Penelitian	Pendekatan dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi	
			Persamaan	Perbedaan
Yoseva Yamlean, 2019. <i>Clickbait Journalism dan pelanggaran Etika Jurnalistik</i>	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 7 buah praktik <i>clickbait</i> dan 4 buah Kode Etik Jurnalistik yang dilanggar pada media online jogja.tribunnews.com.	Sama-sama memakai pendekatan kualitatif serta metode deskriptif.	Objek yang dijadikan penelitiannya berbeda
Bayu Aji Prastyo, 2021. <i>Fenomena Clickbait Journalism Pada Media Online Rednews.co.id Pada Periode Bulan Maret 2021 sampai Juni 2021</i>	Kualitatif	Hasil penelitiannya membeberkan seperti apa praktik <i>clickbait</i> pada judul dan <i>headline</i> berita di portal media Rednews.co.id periode bulan Maret 2021 sampai dengan bulan Juli 2021.	Menggunakan pendekatan kualitatif.	Objek yang dijadikan penelitiannya berbeda

<p>Wahyu Abdurohman. 2017. <i>Judul Berita Clickbait Di Media Online detikcom Periode 1 Mei-18 Mei 2017</i></p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitiannya mengungkap alasan dibalik media online detikcom menggunakan judul berita <i>clickbait</i>.</p>	<p>Sama-sama membahas mengenai fenomena <i>clickbait</i> di media online.</p>	<p>Objek yang dijadikan penelitiannya berbeda</p>
<p>Fitri Rufaidah. 2019. <i>Persepsi Pengelola Media Tentang Clickbait</i></p>	<p>Deskriptif, kualitatif</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga informannya ini sependapat bahwa praktik <i>clickbait</i> ini memiliki tujuan untuk menarik perhatian pembaca. Tetapi untuk pengalamannya berbeda-beda. Media ANTARA Biro Jabar tidak pernah menerapkan <i>clickbait</i>, media Ayo Bandung pernah menerapkan <i>clickbait</i> atas unsur kecelakaan atau tanpa sengaja, sedangkan media Halo</p>	<p>Sama-sama membahas mengenai fenomena <i>clickbait</i> di media online.</p>	<p>1.Objek yang dijadikan penelitiannya berbeda 2. Metode yang digunakan dalam penelitiannya berbeda.</p>

		Jabar selalu menggunakan <i>clickbait</i> hingga saat ini.		
Yayat D. Hadiyat. 2019. <i>Clickbait</i> di Media <i>Online</i> Indonesia	Kualitatif	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa penggunaan <i>clickbait</i> pada bagian judul berita di media online ini banyak diterapkan sebagai strategi menarik minat pembaca melalui rasa penasarannya antara informasi yang sudah diketahui dengan informasi yang ingin diketahui.	Sama-sama meneliti tentang <i>clickbait</i> yang terjadi pada media online.	Objek yang dijadikan penelitiannya berbeda

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Pada proses penyusunan penelitian ini menggunakan teori agar penelitian ini memiliki arah yang jelas karena ada yang mendasarinya serta memperluas pengetahuan supaya lebih jauh memahami topik yang akan dijadikan penelitian. Penulis menggunakan teori fenomenologi dari Alfred Schutz, yakni menggali dan mempelajari suatu kejadian atas dasar pengalaman, kesadaran pikiran, dan tindakan pada realitas yang tengah terjadi di kehidupan. Alfred Schutz mengaitkan antara filsafat sosial dan psikologi dengan ilmu sosial dalam pendekatan teori fenomenologi. Hasil pemikirannya ini disusun secara komprehensif, praktis, dan sistematis sehingga mampu menggambarkan berbagai fenomena dalam dunia sosial (Nindito, 2005: 80).

Realitas berangkat dari sebuah peristiwa yang terjadi maupun setiap tindakan yang dilakukan oleh manusia. Teori fenomenologi ini menggali makna dari setiap realitas tersebut, baik melalui individu masing-masing ataupun dengan adanya sebuah interaksi antar subjek. Pada akhirnya realitas tersebut bisa dipahami oleh setiap individu yang mengalaminya (Kuswarno, 2009:38).

Teori fenomenologi cocok digunakan pada penelitian ini karena akan meneliti bagaimana pemahaman wartawan online *Urban Media Network* Bekasi atas fenomena *clickbait* yang marak digunakan dalam media online. Pemahaman para wartawan ini berangkat dari pengalaman yang berbeda-beda karena setiap wartawan memiliki latar belakang yang berbeda melalui metode fenomenologi yang peneliti gunakan. Pemahaman yang diteliti dalam penelitian ini mulai dari

definisi, tujuan, penyebab dari munculnya *clickbait* dan lain sebagainya yang berhubungan dengan perilaku *clickbait* saat ini. Apakah para wartawan yang dijadikan informan ini juga menggunakan strategi *clickbait* dalam proses produksi beritanya atau tidak menggunakannya sama sekali disertai alasan yang menjadi patokannya. Seluruh pemahaman para wartawan tersebut nantinya akan diolah dan disimpulkan menjadi kesatuan yang utuh yang akan memunculkan persamaan dan perbedaan. Hasil penelitian pemahaman terkait *clickbait* ini juga akan memunculkan pandangan baru sebagai bagian dari interpretasi para wartawan yang bekerja dalam media online.

2. Landasan Konseptual

1) Media Online

Media online lahir untuk memudahkan masyarakat untuk berinteraksi maupun dalam mendapatkan informasi. Penyebaran informasi menjadi mudah bahkan bisa mengefisienkan biaya distribusi sehingga lebih murah. Pengaruhnya sangat berdampak kompleks pada kehidupan sosial masyarakat, entah itu positif maupun negatif. Bahkan pola perilaku masyarakat saat ini pun sangat dipengaruhi oleh kehadiran media online yang masuk dalam kesehariannya (Cahyono, 2016).

Keunggulan dari media online ini cukup banyak, mulai dari *up to date*, *real time*, dan juga praktis. Sehingga informasi yang ada akan mudah menyebar dan akan cepat diketahui oleh banyak orang dari segala penjuru. Namun, keakuratan fakta dalam informasi tersebut kurang diperhatikan sehingga sering muncul *hoax* atau berita bohong. Maka dari itu, jadilah pembaca yang bijak dengan meneliti dan memfilter semua informasi yang masuk agar tidak terjaring berita bohong.

2) Kode Etik Jurnalistik Online

Kode Etik Jurnalistik Online harus diterapkan oleh wartawan dalam menyajikan informasi pemberitaan. Kode Etik Jurnalistik merupakan landasan atau pedoman wartawan yang sudah ditetapkan oleh Dewan Pers dalam memproduksi berita. Dalam pekerjaannya, wartawan akan tunduk dan patuh pada koridor-koridor aturan yang sudah ditetapkan (Christi, et al., 2020).

Fungsi Kode Etik Jurnalistik Online ini bukan hanya sebagai aturan dalam pekerjaan jurnalis saja. Lebih dari itu, etika jurnalistik ini menghindari dan melindungi para masyarakat pembacanya dari tindakan merugikan yang dilakukan oleh wartawan. Para wartawan dalam pekerjaannya harus menerapkan seluruh pedoman yang ada dalam Kode Etik Jurnalistik karena sudah termasuk ke dalam aturan yang ditetapkan oleh Dewan Pers Indonesia.

3) *Clickbait*

Clickbait kini marak digunakan oleh para pengusaha media terutama oleh para wartawan online agar mendulang *traffic* yang tinggi karena menarik perhatian masyarakat akan judul berita yang bombastis dan tidak utuh (Rinaldi, 2023). Hal ini merupakan salah satu trik yang fenomenal dan gencar dilakukan oleh para wartawan online saat ini dalam produksi tulisan beritanya.

Salah satu contoh *clickbait* jebakan yang marak digunakan dalam berita online adalah dengan menyajikan judul yang menarik perhatian pembaca tetapi ketika di klik isi beritanya tidak sesuai dengan judul yang terpampang sebelumnya. Biasanya pembaca akan merasa kesal dan kecewa sehingga terkadang berimbas pada hilangnya kepercayaan terhadap media online tersebut.

Pada sisi yang lain, *clickbait* akan mendatangkan *traffic* tinggi dari pengunjung karena banyaknya orang yang penasaran sehingga mengklik judul berita bombastis tersebut. Penyebab dari kemunculan strategi praktik *clickbait* ini karena ketatnya persaingan industri media saat ini dalam mendapatkan *pageviews* tertinggi. Para jurnalis media daring saat ini dalam menyajikan beritanya lebih banyak bersinggungan dengan praktik jurnalisisme yang seharusnya, terutama dalam hal profesionalisme, idealisme, hingga etika (Yuniat, et al., 2019:18).

G. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor *Urban Media Network* Bekasi yang berada di Jalan Gandu N0.3 RT003/001, Desa Sukamulya, Kecamatan Sukatani Kabupaten Bekasi. Pemilihan lokasi penelitian ini berdasarkan pertimbangan mengingat media online ini merupakan media besar sehingga sangat menarik untuk diteliti.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma dalam sebuah penelitian sangat diperlukan karena didalamnya sangat menentukan logis dan tidaknya beberapa pandangan. Paradigma yang digunakan untuk penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Dimana pada proses analisisnya mencoba memahami berbagai pengalaman atau kenyataan dari sudut pandang orang-orang yang didalamnya (Haryono, 2020).

Paradigma konstruktivisme melihat suatu kebenaran berpijak pada makna sosial yang dianutnya sehingga hasil analisis tiap individu terhadap kejadian akan berbeda pandangan karena tergantung pada pengamatannya masing-masing. Ilmu

sosial dalam paradigma ini sangat penting karena menjadi tolak ukur pertimbangan suatu kebenaran.

Paradigma konstruktivisme sangat relevan dengan penelitian ini karena akan meneliti bagaimana pemahaman para wartawan terhadap praktik *clickbait* sesuai dengan pandangannya masing-masing. Hasilnya akan beragam karena konstruksi dari setiap wartawan akan berbeda dalam memaknainya. Para wartawan online ini sangat berperan aktif dalam memahami atau memaknai setiap kejadian atau fenomena, hal tersebut disetujui oleh paradigma konstruktivisme.

Sedangkan untuk pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kualitatif. Maka dari itu, dalam memproses hasil penelitiannya harus memiliki pemahaman yang mendalam pada seluruh objek-objek yang nantinya akan diteliti. Pada akhirnya akan didapatkan hasil dan kesimpulan yang relevan dengan kumpulan data utuh yang diperoleh mulai dari observasi lapangan hingga wawancara.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemahaman wartawan online terkait fenomena praktik *clickbait*, maka dari itu pendekatan kualitatif cukup relevan untuk dijadikan pendekatan penelitiannya. Pada akhirnya penelitian ini akan mendapatkan pemahaman yang lebih kompleks dan lebih baik terkait praktik *clickbait* yang gencar dilakukan wartawan pada media online.

3. Metode Penelitian

Metode yang penulis gunakan untuk penelitian ini yaitu menggunakan metode fenomenologi. Metode ini fokus dalam mempelajari berbagai fenomena yang terjadi dan mengikuti perkembangan zaman tanpa adanya pengaruh dari hal lain.

Nantinya akan diidentifikasi bagaimana sebuah fenomena yang terjadi ini berdampak pada masyarakat banyak.

Secara etimologis, istilah fenomena atau *phaenesthai* artinya menunjukkan dirinya sendiri, meninggikan, atau memunculkan. Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani. Penulis menggunakan teori fenomenologi dari Alfred Schutz, yakni menggali dan mempelajari suatu kejadian atas dasar kesadaran pikiran serta tindakan pada realitas yang tengah terjadi di kehidupan.

Objek yang dijadikan penelitian dalam metode ini adalah orang-orang yang terlibat langsung terhadap fenomena ini, bersedia memberikan data secara akurat dan langsung pada peneliti. Penelitian ini juga nantinya akan membantu para wartawan dalam memahami bagaimana sesungguhnya pemahaman wartawan terhadap *clickbait* di media online. Sehingga teori fenomenologi ini sangat sesuai dengan penelitian yang akan digarap oleh penulis kedepannya.

4. Jenis dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data yang digunakan untuk penelitian ini menggunakan data deskriptif. Seluruh data yang relevan untuk menganalisis praktik *clickbait* dalam portal media Urban Media Network Bekasi ini dikumpulkan lalu nantinya dianalisis agar bisa menjelaskan gambaran mengenai fenomena yang kini tengah terjadi di akhir penelitiannya.

2) Sumber Data

Sumber data yang dijadikan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini didapatkan dari hasil wawancara kepada objek penelitian yang relevan. Data primer ini berupa informasi mengenai sejauh mana pemahaman wartawan media online *Urban Media Network* Bekasi mengenai praktik *clickbait* yang sering digunakan serta sederet pertanyaan lainnya yang menunjang untuk dijadikan data primer. Informan yang dijadikan sebagai objek penelitian ini adalah orang-orang yang aktif bekerja di media online *Urban Media Network* Bekasi. Selain itu, informan yang dipilih ini adalah orang yang relevan dan terlibat langsung dengan fokus penelitian penulis, memiliki data yang dibutuhkan, serta bersedia memberikan data secara akurat pada peneliti.

b. Data Sekunder

Data sekunder atau data tambahan dalam penelitian ini dihasilkan dari berbagai literatur seperti artikel jurnal, buku, dokumen, majalah dan lain sebagainya yang relevan dengan fokus penelitian. Semua data sekunder tersebut akan dijadikan sebagai referensi tambahan agar memperoleh hasil penelitian dan pengetahuan mendalam terkait topik yang diteliti.

5. Informan atau Unit Analisis

1) Informan

Informan yang dijadikan sebagai objek penelitian ini adalah orang-orang yang terlibat langsung dalam fenomena yang tengah terjadi dan bersedia memberikan data secara akurat. Informan dalam penelitian ini adalah para wartawan aktif yang ada di media online *Urban Media Network* Bekasi.

2) Teknik Penentuan Informan

Pada penelitian kali ini menggunakan teknik penentuan informannya menggunakan teknik *snowball*. Menurut Sugiyono (2017: 218-219), teknik *snowball sampling* adalah pengambilan sumber data dengan teknik bertahap, mulai dari jumlahnya sedikit kemudian bertambah banyak dikarenakan data yang didapatkan dari sumber data sebelumnya belum memuaskan dan kompleks.

6. Teknik Pengumpulan Data

Beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Observasi

Observasi adalah sebuah metode pengumpulan data dilihat dari hasil pengamatan pada keadaan maupun pada objek yang dijadikan penelitian. Observasi mengenai fenomena yang tengah terjadi sehingga akhirnya penulis memahami dan menguraikan fenomena tersebut ke dalam penelitian ini.

Observasi yang dilakukan pada penelitian ini mulai dari menggali sejauh mana pemahaman para wartawan media online terhadap praktik *clickbait*. Akhirnya penelitian ini menganalisis hasil produksi berita online yang telah tayang di portal media Urban Media *Network* Bekasi.

2) Wawancara

Teknik pengumpulan data selanjutnya yaitu dengan menggunakan wawancara atau tanya jawab langsung bersama objek yang diteliti. Kegunaannya untuk menggali pemahaman lebih mendalam terkait fenomena praktik *clickbait* yang sering digunakan oleh wartawan media online. Wawancara ini akan dilakukan pada

wartawan media online *Urban Media Network* Bekasi yang masih aktif dan terpercaya agar keabsahan datanya dapat dipertanggungjawabkan.

3) Dokumentasi

Dalam pengumpulan data, dokumentasi sangat penting untuk menunjang proses dan kelancaran penelitian. Kegunaannya cukup banyak selain untuk bukti konkret kemurnian data, mulai dari menghindari hal-hal yang tidak diinginkan seperti kehilangan, kerusakan, dan juga kesalahpahaman akibat dari salah mempersepsikan hasil dari wawancara yang telah dilakukan.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Penentuan keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Caranya yaitu mengecek data yang diperoleh kemudian diuji kredibilitas kebenarannya dengan melakukan wawancara atas hasil observasi dan pengamatan yang dilakukan.

Menurut Sugiyono (2010: 331), menyatakan bahwa teknik triangulasi adalah teknik untuk menggabungkan data-data yang telah diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada. Teknik triangulasi ini merupakan salah satu teknik penentuan keabsahan data yang diperoleh pada penelitian kualitatif.

1) Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman, sehingga ada 3 tahapan dalam analisisnya:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan data yang sudah terkumpul untuk dijadikan pemusatan dalam penelitian agar lebih mengerucut sehingga hasil

akhirnya bisa disimpulkan dengan jelas dan detail (Agusta I, 2023: 10). Dalam prosesnya ada beberapa data yang dihilangkan jika dirasa tidak terlalu penting dan menunjang penelitian hingga menyederhanakan pengumpulan data selanjutnya.

b. Penyajian atau *Display Data*

Dalam penyajian data ini bertujuan agar peneliti mampu mengambil keputusan untuk langkah penelitian selanjutnya setelah datanya sudah disajikan. Semua informasi disusun sedemikian rupa untuk dijadikan kesimpulan fenomena yang tengah terjadi dilapangan saat diteliti (Agusta I, 2023: 10).

c. Verifikasi Data atau Kesimpulan

Setelah itu dilakukan penarikan kesimpulan dari setelah semua teknik analisis data dikumpulkan. Kesimpulan pada proses ini terus menerus dilakukan dari awal hingga akhir penelitian saat berada di lapangan untuk verifikasi data agar selalu *update* karena selalu ditinjau secara terus menerus (Agusta I, 2023: 10).

H. Rencana Jadwal Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan selama kurang lebih 6 bulan dari mulai tahapan persiapan, pelaksanaan, hingga pelaporan yang terhitung dari mulai bulan Oktober 2023. Seluruh proses penelitian ini selesai pada bulan Juni 2024.

Tabel 1.2

Jadwal penelitian

No.	Daftar Kegiatan	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1.	Tahap Penyusunan Proposal Penelitian									

