

**PENGUNAAN *CLICKBAIT* TERHADAP JUDUL BERITA PADA
MEDIA *ONLINE* EDISI TAHUN 2022-2023
UNTUK MENARIK MINAT PEMBACA**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Makassar

Oleh:

MUSTAKIM

105331100319

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
2023**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi atas Nama **Mustakim**, Nim: **105331100319** diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 175 TAHUN 1444 H/2023 M, Tanggal 30 Mei 2023 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Pendidikan** pada Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar pada hari Selasa 30 Mei 2023

Makassar, 09 Dzulqaidah 1444 H
29 Mei 2023 M

PANITIA UJIAN

- | | | |
|------------------|-----------------------------------|---------|
| 1. Pengawas Umum | : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M. Ag. | (.....) |
| 2. Ketua | : Erwin Akib, M. Pd., Ph. D. | (.....) |
| 3. Sekretaris | : Dr. Baharullah, M. Pd. | (.....) |
| 4. Penguji | : 1. Dr. Andi Adam, M. Pd. | (.....) |
| | 2. Dr. Amal Akbar, M. Pd. | (.....) |
| | 3. Nurcholish, S.S., M. Pd. | (.....) |
| | 4. Muhammad Dahlan, S.Pd., M. Pd. | (.....) |

Disahkan Oleh :
Dekan FKIP Universitas Muhammadiyah Makassar



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : **Mustakim**
Nim : **105331100319**
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Judul skripsi : **Penggunaan *Clickbait* Terhadap Judul Berita pada Media Online Edisi Tahun 2022-2023 untuk Menarik Minat Pembaca**

Setelah diperiksa dan diteliti ulang, Skripsi ini telah diujikan di hadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 29 Mei 2023 M

Disetujui oleh

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Andi Adam, M. Pd.

Dr. Anin Asnidar, S. Pd., M. Pd.

Diketahui oleh

Dekan FKIP
Universitas Muhammadiyah Makassar

Ketua Prodi Pendidikan
Bahasa dan Sastra Indonesia

Erwin Akib, M. Pd., Ph. D

NBM : 860 934

Dr. Andi Pajda, S. Pd., M. Pd.

NBM: 1152 733



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

SURAT PERNYATAAN

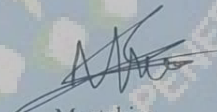
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:


Nama : Mustakim
Nim : 105331100319
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Judul Skripsi : Penggunaan *Clickbait* Terhadap Judul Berita Pada Media
Online Edisi Tahun 2022-2023 Untuk Menarik Minat
Pembaca

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan di depan tim penguji adalah hasil karya saya sendiri dan bukan hasil ciptaan orang lain atau dibuatkan oleh siapapun.

Demikian pernyataan ini saya buat dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 23 Mei 2023
Yang Membuat Pernyataan


Mustakim
NIM. 105331100319


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

SURAT PERJANJIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mustakim
Nim : 105331100319
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Judul Skripsi : Penggunaan *Clickbait* Terhadap Judul Berita Pada Media
Online Edisi Tahun 2022-2023 Untuk Menarik Minat
Pembaca

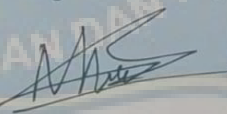
Dengan ini menyatakan perjanjian sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai penyusunan skripsi ini, saya akan menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuatkan oleh siapapun).
2. Dalam menyusun skripsi, saya akan selalu melakukan konsultasi dengan pembimbing yang telah ditetapkan oleh pemimpin fakultas.
3. Saya tidak akan melakukan penjiplakan (Plagiat) dalam penyusunan skripsi.
4. Apabila saya melanggar perjanjian seperti pada butir 1, 2, dan 3, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 29 Mei 2023

Yang Membuat Pernyataan



Mustakim
NIM. 105331100319



KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Mustakim
 Stambuk : 105331100319
 Jurusan : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
 Pembimbing : **1. Andi Adam, S.Pd., M.Pd.**
 2. Dr. Anin Asnidar, S.Pd., M.Pd.
 Judul Skripsi : Penggunaan *Clickbait* Terhadap Judul Berita pada Media Online Edisi 2022-2023 untuk Menarik Minat Pembaca

No	Hari/Tanggal	Uraian Perbaikan	Tanda Tangan
1.	Jakarta 27/5.2023	- revisi dan perbaikan - Kaku penyusunan - Rumus - Bibliografi	
2	Surabaya 29/5.2023	Paragraf Bibliografi	
3	Surabaya 30/5.2023	Dalam penyusunan Bibliografi dan lain	
4			

Catatan:
 Mahasiswa hanya dapat mengikuti seminar Skripsi jika sudah konsultasi ke Dosen Pembimbing minimal 6 kali.

Makassar, 24 Mei 2023
 Ketua Program Studi
 Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Dr. Andi Paida, S. Pd., M. Pd.
 NBM. 1152 733

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Mustakim

NIM : 105331100319

Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	9 %	10 %
2	Bab 2	25 %	25 %
3	Bab 3	8 %	10 %
4	Bab 4	6 %	10 %
5	Bab 5	3 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 28 Mei 2023

Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI

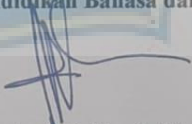
Nama : Mustakim
Stambuk : 105331100319
Jurusan : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Pembimbing : 1. Andi Adam, S.Pd., M.Pd.
2. Dr. Anin Asnidar, S.Pd., M.Pd.
Judul Skripsi : Penggunaan *Clickbait* Terhadap Judul Berita pada Media Online Edisi 2022-2023 untuk Menarik Minat Pembaca

No	Hari/Tanggal	Uraian Perbaikan	Tanda Tangan
4	Sabtu, 27-05-2023	Tambahkan teori dalam pembahasan hasil penelitian	As
5	Ahad, 28-05-2023	- Tota kalimat dalam simpulan dan saran - Lengkapi lampiran	As
6	Senin, 29-05-2023	Ace dan skripsi	As

Catatan:

Mahasiswa hanya dapat mengikuti seminar skripsi jika sudah konsultasi ke Dosen Pembimbing minimal 6 kali

Makassar, 24 Mei 2023
Ketua Prodi
Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia


Dr. Andi Paida, S. Pd., M. Pd.
NBM. 1152 733

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Bertaman, Berkarya dan Bersenang

Kupersembahkan karya ini buat:

Kedua orang tuaku tercinta yang selalu mendukung setiap langkah yang kujalani, Saudara-saudaraku, Keluarga terdekatku, Sahabatku serta orang-orang yang sampai saat ini masih membersamaiku atas doa dan keikhlasannya dalam mewujudkan harapan menjadi sebuah kenyataan.

Dan ku persembahkan Skripsi ini untuk yang sering bertanya

“Kapan skripsimu selesai?”

Terlambat lulus atau tidak tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan, bukan pula sebuah aib. Alangkah kerdilnya jika mengukur kecerdasan seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang selesai?

ABSTRAK

Mustakim, 2023 “Penggunaan *Clickbait* Terhadap Judul Berita Pada Media *Online* Edisi Tahun 2022-2023 Untuk Menarik Minat Pembaca”. Skripsi. Jurusan Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh Andi Adam dan Anin Asnidar.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan *Clickbait* terhadap judul berita di media *online* untuk menarik minat pembaca. Data berupa kalimat judul yang dipublikasikan oleh media di *online*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif data diambil dari media Fajar.co.id, iNews.id, Detik.com, CNN Indonesia, Tribun-Timur.com, Metrosuara.com, dan Tvonenews.com. Data yang diambil berupa judul berita yang dipilih berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang sesuai dengan masalah penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa secara umum, penggunaan judul artikel *clickbait* banyak digunakan oleh media-media *online* untuk menarik minat pembaca dengan mengusik rasa penasaran yang timbul akibat adanya kesenjangan informasi antara apa yang pembaca ketahui dan apa yang ingin pembaca ketahui. Judul artikel *clickbait* banyak yang fokus pada subjek selebritas, rumor, dan akun fiktif bahkan ada yang tidak memiliki nilai berita sama sekali. Tujuan utama penggunaan judul artikel *clickbait* adalah mengarahkan agar kunjungan pengguna media *online* semakin meningkat sehingga pendapatan melalui iklan pun meningkat.

Kata kunci : *Clickbat*, media *Online*, berita *online*, minat baca.

KATA PENGANTAR

BISMILLAHIRRAHMANIRRAHIM

Alhamdulillah puji dan syukur atas izin dan segala petunjuk Allah Swt., Sehingga skripsi dengan judul: “Penggunaan *clickbait* terhadap judul berita pada media *online* edisi tahun 2022-2023 untuk menarik minat pembaca” dapat diselesaikan.

Selawat dan Salam semoga senantiasa tercurah atas junjungan Rasulullah Saw sebagai uswatun hasanah yang telah memberi cahaya kesucian kepada seluruh umat manusia dan semoga keselamatan dilimpahkan kepada seluruh keluarga dan sahabatnya serta pengikutnya yang setia hingga akhir zaman.

Sangatlah tidak mudah bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa sejak penyusunan draft hingga skripsi ini rampung, banyak hambatan, rintangan dan halangan, namun berkat bantuan, motivasi dan doa dari berbagai pihak maka semua ini dapat terselesaikan. Penulis berharap dengan selesainya skripsi ini, bukanlah akhir dari sebuah karya namun merupakan awal dari semuanya, awal dari perjuangan hidup dan awal dari semua doa yang selalu menyertainya.

Terimakasih saya ucapkan kepada Dr. Andi Adam, S.Pd., M.Pd. pembimbing satu dan Dr. Anin Asnidar, S.Pd., M.Pd. pembimbing dua yang senantiasa membimbing peneliti dalam proses penyusunan proposal hingga hasil penelitian.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Prof. Dr. H. Ambo Asse, M, Ag. Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar. Erwin Akib, M. Pd., Ph. D.

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar. Dr. Andi Paida, S. Pd., M. Pd. Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Serta segenap dosen pengajar dan Staf Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar atas ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis selama duduk di bangku kuliah.

Ucapan terima kasih kepada sahabat saya Muh. Irwansyah Saleh yang selalu ada dan memberikan dukungan kepada peneliti. Serta teman-teman kelas A angkatan 2019 Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah berbagi kasih, bantuan, dan telah kebersamai selama ini. Semua pihak yang telah membantu memberikan dukungan kepada peneliti untuk mengerjakan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa sebuah kata sempurna tidak pantas peneliti sandang, skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan banyak kekurangan meski sudah memperoleh dorongan dari banyak pihak. Serta bila terdapat kesalahan yang ada di dalam skripsi ini, seluruhnya jadi tanggung jawab peneliti. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik serta saran yang membangun dari pembaca. Harapan peneliti semoga skripsi ini dapat memberikan ilmu dan manfaat bagi para pembaca dan terkhusus kepada peneliti.

Makassar, 23 Mei 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERSETJUAN BIMBINGAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
SURAT PERJANJIAN	v
KARTU KONTROL I.....	vi
KARTU KONTROL II	vii
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA.....	7
A. Kajian Teori	7
1. Analisis wacana	7
2. Gaya Bahasa	9
3. Diksi	14
4. Pengertian <i>clickbait</i>	17
5. Media <i>online</i> sebagai informasi.....	19
6. Jenis berita.....	24
7. Korelasi minat pembaca dengan berita <i>clickbait</i>	25
B. Penelitian Relevan.....	27
C. Kerangka Pikir	29
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN.....	32

A. Jenis Penelitian.....	32
B. Pendekatan	32
C. Data dan Sumber Data	33
D. Teknik Pengumpulan Data.....	33
E. Validitas Data.....	34
F. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil Penelitian	38
B. Pembahasan.....	51
BAB V.....	53
KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan kerangka pikir	31
Gambar 4.1 <i>Clickbait Exaggeration</i>	39
Gambar 4.2 <i>Clickbait Exaggeration</i>	40
Gambar 4.3 <i>Clickbait Wrong</i>	42
Gambar 4.4 <i>Clickbait Wrong</i>	43
Gambar 4.5 <i>Clickbait Teasing</i>	44
Gambar 4.6 <i>Clickbait Inflammatory</i>	45
Gambar 4.7 <i>Clickbait Formatting</i>	46
Gambar 4.8 <i>Clickbait graphic</i>	47
Gambar 4.9 <i>Clickbait ambiguous</i>	48
Gambar 4.10 <i>Clickbait ambiguous</i>	49



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terpadat di dunia. Dengan adanya dukungan infrastruktur teknologi informasi yang berkembang pesat dan memadai, tidak mengherankan jika masyarakat Indonesia kemudian menjadi pengakses media digital terbesar. Fakta ini berlaku untuk semua bentuk akses media baik melalui komputer, tablet, atau telepon pintar. Saat ini, salah satu strategi yang dilakukan secara intensif para produsen berita media *online* untuk kepentingan media sosial tersebut adalah dengan membuat *headline* yang mencolok dan sensasional. Penggunaan *clickbait* biasanya banyak digunakan dalam penulisan judul berita untuk menarik perhatian pembaca. Tetapi, ternyata setelah dibuka atau diklik berita tersebut isinya tidak sesuai dengan judul yang tertera. *Clickbait* merupakan teknik pembuatan judul konten yang dibuat menarik untuk memancing pembaca untuk mengklik atau membuka konten tersebut. Misalnya dalam judul video, artikel, berita, dan sebagainya. Hal ini semata-mata dilakukan untuk menarik perhatian pembaca, bukan untuk memanipulasi informasi.

Dengan dukungan gambar visual yang juga menarik, diharapkan para pengguna media sosial menjadi tertarik untuk membaca konten berita di media *online*. Berita utama atau *headline* ini kemudian disebut dan lebih dikenal sebagai *Clickbait Headline*. Sederhananya *Clickbait Headline* adalah *headline* yang mampu membuat pengakses media tersebut untuk mengklik berita tautan yang ada

di media sosial ke situs utama mereka. Penggunaan *clickbait* ini menjadi tak terhindarkan lagi di tengah bermunculannya media *online* baru secara masif.

Istilah *clickbait* atau jebakan klik dalam praktik jurnalisme *online* bukanlah hal yang baru. Banyaknya pesaing situs penyedia berita *online* seperti Detik.com, Kompas.com, Liputan6.com, Merdeka.com, Kapanlagi.com, Okezone.com., dan lain sebagainya membuat praktik ini banyak digunakan media daring untuk menarik pembaca membuka sebuah berita dengan membuat judul berita yang menarik. *Clickbait* adalah salah satu teknik yang bisa digunakan untuk meningkatkan jumlah klik pada sebuah konten. Biasanya pembuatan judul yang mengandung unsur *clickbait* akan membuat pembaca mengklik konten tersebut. Tetapi, perlu diketahui dampak *clickbait* bisa membuat pembaca kesal.

Dikutip dari *Oxford Languages*, *clickbait* adalah judul konten yang dibuat untuk menarik perhatian dan mendorong pengunjung untuk mengklik tautan ke halaman web tertentu.

Fenomena semacam itulah yang kita sebut dengan *clickbait headline*. Menurut kamus *Merriam-Webster*, *clickbait headline* adalah *headline* yang dirancang agar pembaca penasaran dan ingin meng-klik *hyperlink* yang terkait dari berita tersebut (Kertanegara, 2018:34)

Kesenjangan informasi ini menghasilkan perasaan keingintahuan atau penasaran (Bloom & Hansen, 2015). Rasa penasaran ini kemudian memotivasi pembaca membuka halaman yang diinginkan dengan klik baru. Dengan harapan bisa mendapatkan informasi yang hilang, seperti yang disampaikan di judul *clickbait*.

Dari sisi jurnalis sendiri, fenomena *clickbait* disebabkan oleh adanya tuntutan bisnis baik dari redaktur maupun pemilik media. *Clickbait* diperlukan untuk menarik perhatian pembaca agar *traffic*-nya menjadi tinggi. Beberapa pemilik media bahkan memberikan insentif bagi jurnalis yang beritanya di klik ratusan kali atau mencapai target tertentu.

Selain itu, pakar teknologi mengatakan, judul *clickbait* dipahami sebagai penggunaan judul yang menyesatkan dengan tujuan menarik pembaca mengklik sebuah tautan berita dimana judul berita atau artikel tersebut terlihat sebagai sesuatu yang luar biasa menjanjikan ataupun sebagai informasi yang sangat bermanfaat. Se jauh penjelasan mengenai *clickbait*, dapat disimpulkan bahwa judul merupakan komponen utama dalam memikat perhatian pembaca, selain penggambaran ciri judul berita *clickbait* di atas, judul yang mengandung unsur *clickbait* juga dapat diidentifikasi sebagai sesuatu yang bersifat hiperbolis atau dibesar-besarkan. Namun kemudian ketika pembaca mengklik berita tersebut isi berita akan menjadi tidak menarik, palsu atau bahkan benar-benar berbeda dengan apa yang tertulis pada judul.

Clickbait seringkali mengecewakan pembaca karena tidak seheboh judul atau isi beritanya tidak seperti yang dibayangkan. Fenomena judul *clickbait* bahkan kini identik dengan jurnalistik dan atau media *online*, termasuk media media *mainstream* yang sebelumnya dikenal sebagai media yang patuh pada kaidah dan prinsip jurnalistik. Hal ini menunjukkan bahwa media yang sebelumnya patuh pada kaidah dan prinsip jurnalistik pun harus berimprovisasi agar tetap berdiri dan tidak tergantikan oleh media-media baru yang menggunakan tren *clickbait* untuk menarik pembaca karena banyaknya media *online* lainnya

yang bermunculan salah satunya adalah media KompasTV dengan judul berita “Mendikbud Nadiem Makarim: Pembelajaran Jarak Jauh akan Jadi Permanen” namun dalam berita tersebut Nadiem Makarim hanya menjelaskan tentang sistem pendidikan *blended learning* dan mengatakan pembelajaran jarak jauh tidak akan dilaksanakan secara permanen tetapi hanya akan dilakukan selama pandemi *covid-19*.

Pada dasarnya dalam dunia pemberitaan *online* setiap media dipaksa berkompetisi dengan banyaknya media *online* lain untuk menarik perhatian pembaca dan menghasilkan uang dari klik yang dilakukan pembaca, dimana *headline* atau judul berita dibuat sedemikian menarik untuk menghasilkan rasa penasaran atau keingintahuan yang cukup di antara pembaca sehingga mereka terdorong untuk mengklik tautan berita untuk mengatasi kesenjangan pengetahuan.

Maraknya penggunaan *clickbait* pada media *online* memang menguntungkan bagi pebisnis di bidang pemberitaan *online* tetapi sangat merugikan pembaca karena dapat menyebarkan berita palsu dan tidak jarang judul menyampaikan sesuatu yang sensasional, tapi penulis tidak mampu menjelaskan kesesuaian peristiwa yang terjadi di isi berita. Sehingga, isi berita tidak semenarik judulnya karena adanya ketidaksesuaian. Oleh karena itu, penulis terdorong untuk meneliti tentang penerapan *clickbait* pada media *online* sebagai bahan penelitian. Maka, berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik mengangkat penelitian ini dengan judul penelitian “*penggunaan clickbait terhadap judul berita pada media online edisi tahun 2022-2023 untuk menarik minat pembaca*”.

B. Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian ini ialah penggunaan *clickbait* terhadap judul berita media *online* dan mengetahui minat pembaca terhadap berita *clickbait*.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dalam penelitian ini yang menjadi rumusan masalah antara lain :

1. Bagaimana penggunaan *clickbait* pada berita di media *online*?
2. Bagaimana respon pembaca terhadap berita *clickbait* di media *online*?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas tujuan dari peneliti adalah untuk mengetahui penggunaan *clickbait* pada judul berita media *online* serta mengetahui bagaimana minat pembaca terhadap berita *clickbait*.

E. Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan maksud dan tujuan penelitian ini.

1. Manfaat teoretis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk pembaca terkait dengan berita *clickbait*
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesadaran bagi pembaca serta bagi portal berita dan media sosial dalam memberikan informasi yang menyebarkan optimisme dan kebanggaan atas bangsanya sendiri.

c. Menjadi bahan masukan untuk kepentingan pengembangan ilmu dalam dunia jurnalis dan menjadi referensi dalam pembelajaran mengenai *clickbait*.

2. Manfaat praktik

Penelitian ini berharap dapat menjadi sumbangan positif untuk masyarakat dan dapat lebih memperhatikan judul berita pada media *online*.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Analisis wacana

Secara etimologi, istilah wacana berasal dari bahasa Sanskerta wac/wak/uak yang memiliki arti 'berkata' atau 'berucap'. Kemudian kata tersebut mengalami perubahan menjadi wacana. Kata 'ana' yang berada dibelakang adalah bentuk sufiks (akhiran) yang bermakna 'membedakan' (nominalisasi). Dengan demikian, kata wacana dapat diartikan sebagai perkataan atau urutan.

Istilah wacana menunjukkan pada kesatuan bahasa yang lengkap yang umumnya lebih besar dari kalimat, baik disampaikan secara lisan maupun tulisan. Wacana adalah rangkaian kalimat yang serasi yang menghubungkan kalimat satu dengan kalimat lainnya sehingga membentuk satu kesatuan

Pemahaman mendasar dari analisis wacana adalah bahwa wacana tidak dilihat secara eksklusif sebagai objek studi bahasa. Bahasa jelas digunakan untuk mengkaji teks. Bahasa tidak dilihat dalam pengertian etimologis konvensional. Bahasa dalam analisis wacana tidak hanya dalam teks tetapi juga berkaitan dengan bahasa sebagai instrumen yang digunakan untuk tujuan dan karya tertentu, termasuk praktik filosofis.

Istilah analisis wacana merupakan istilah keseluruhan yang digunakan dalam banyak disiplin ilmu dan implikasi yang berbeda. Terlepas dari kenyataan bahwa ada banyak sekali definisi yang berbeda, sumbernya adalah analisis wacana mengelola penyelidikan penggunaan bahasa. Bagaimana bahasa dilihat dalam

analisis wacana? Ada beberapa perspektif unik di sini. Ada beberapa perspektif tentang bahasa dalam analisis wacana. Pandangan utama ditangani oleh positivis-observasional. Oleh individu-individu ini, bahasa dipandang sebagai perpanjangan di antara orang-orang dan artikel di luar diri mereka sendiri. Pemahaman manusia dipandang sebagai komunikasi yang lugas dengan menggunakan bahasa tanpa hambatan atau tikungan, asalkan dikomunikasikan dengan menggunakan proklamasi gramatikal yang konsisten, dan memiliki hubungan dengan wawasan yang tepat.

(Nabillah,2020:8) mengemukakan bahwa wacana adalah satuan bahasa yang lebih luas dari kalimat dan klausa, digunakan untuk berkomunikasi dalam konteks sosial serta direalisasikan dalam sebuah karangan yang lengkap. Selain itu pengertian wacana juga di paparkan oleh Van Dijk, wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis teks semata, Karena teks hanya hasil dari suatu proses praktik produksi yang juga harus diamati dan harus dilihat juga bagaimana suatu teks diproduksi, sehingga kita bisa memperoleh suatu pengetahuan kenapa teks bisa semacam itu.

Adanya kebenaran semu dan sejati dalam informasi yang media massa berikan bersangkut paut dengan paradigma analisis wacana kritis (Dianastiti & Mardikantoro, 2016:137). Paradigma analisis wacana kritis menggambarkan bahwa media bukanlah perantara yang bebas dan netral (Eriyanto dalam Arina, 2020). Artinya media massa tidak lagi mencerminkan realita yang ada, namun dapat menciptakan realita yang baru melalui wacana yang disajikan. Menurut Dianastiti & Mardikantoro (2016:137) wacana dalam media massa mengandung

lima karakteristik analisis wacana kritis, yakni 1) tindakan, 2) konteks, 3) historis, 4) kekuasaan, dan 5) ideologi.

Menurut pandangan dari Stubbs (2013:15) analisis wacana adalah merupakan salah satu kajian yang meneliti atau menganalisa bahasa yang digunakan secara alamiah, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan. Stubbs juga mengatakan bahwa analisis wacana menekankan kajian penggunaan dalam konteks sosial, khususnya dalam interaksi antar penutur. Selain itu, Cook juga berpendapat bahwa analisis wacana merupakan kajian yang membahas tentang wacana, dan sedangkan wacana merupakan bahasa yang digunakan berkomunikasi. pengertian analisis wacana secara konseptual adalah merujuk kepada upaya mengkaji pengaturan bahasa atas kalimat. Mengkaji satuan kebahasaan yang lebih luas. Analisis wacana adalah studi tentang struktur pesan dalam komunikasi. Berdasarkan dari beberapa pengertian di atas, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa analisis wacana adalah cara atau metode yang meneliti atau menganalisis bahasa yang digunakan secara alamiah, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan.

2. Gaya Bahasa

Secara singkat (Tarigan,2009:4) mengemukakan bahwa gaya bahasa merupakan bentuk retorik, yaitu penggunaan kata-kata dalam berbicara dan menulis untuk meyakinkan atau mempengaruhi penyimak atau pembaca. Tarigan (2009:4), gaya bahasa merupakan bentuk retorik, yaitu penggunaan kata-kata dalam berbicara dan menulis untuk meyakinkan atau mempengaruhi penyimak atau pembaca.

Menurut Keraf (2010:130-136) gaya bahasa memiliki potensi untuk mengambil perhatian emosi (marah, benci, iba dan cinta), hematnya memiliki fungsi estetika yang dapat menimbulkan reaksi tertentu. Hal itu juga sejalan dengan penggunaan bahasa jurnalistik pada *headline* berita.

Di sisi lain, gaya bahasa atau majas adalah bahasa yang indah yang digunakan untuk meningkatkan efek dengan jalan memperkenalkan serta membandingkan suatu benda atau hal tertentu dengan benda atau hal lain yang lebih umum (Tarigan, 2006:4). Dari penegasan tersebut, jelaslah majas penggunaan bahasanya tidak langsung, tidak sederhana, bersifat kiasan, berbunga-bunga yang tidak cocok digunakan dalam bahasa jurnalistik yaitu menulis berita. Gaya bahasa dan bahasa jurnalistik sangat berkaitan dalam hal menulis judul berita. Bahkan berdasarkan klasifikasi jenis gaya bahasa yang ada semua klasifikasi gaya bahasa digunakan dalam menulis berita yakni gaya bahasa perbandingan, pertentangan, pertautan dan gaya bahasa perulangan. Adapun jenis gaya bahasa yang digunakan yaitu: gaya bahasa perumpamaan, metafóra, personifikasi, antítesis, pleonasmе, hipérbola, litotes, ironi, paradoks, klimaks, antiklimaks, sinisme, sarkasme, metonimia, sinekdoke, alusio, eufemisme, antonomasia, paralelisme, asonansi, dan epizeukis. Jadi sebagian besar penulisan berita menggunakan gaya bahasa.

Adapun fungsi dari gaya bahasa adalah sebagai berikut, Fungsi Gaya Bahasa Gaya bahasa menurut (Tarigan, 2009:4) merupakan bentuk retorik yaitu penggunaan kata-kata dalam berbicara dan menulis untuk mempengaruhi pembaca atau pendengar. Bertolak dari pernyataan tersebut, dapat dilihat fungsi gaya bahasa yaitu sebagai alat untuk meyakinkan atau mempengaruhi pembaca

atau pendengar. Disamping itu, gaya bahasa juga berkaitan dengan situasi dan suasana karangan. Maksudnya ialah bahwa gaya bahasa menciptakan keadaan perasaan hati tertentu, misalnya kesan baik ataupun buruk, senang tidak enak dan sebagainya yang diterima pikiran dan perasaan karena pelukisan tempat, benda-benda, suatu keadaan atau kondisi tertentu. Selain pendapat di atas, Tarigan (2009:4) mengatakan bahwa kadang-kadang dengan kata-kata belum begitu jelas untuk menerangkan sesuatu; oleh karena itu dipergunakanlah persamaan, perbandingan serta kata-kata kias lainnya. Bertolak dari beberapa pendapat di atas, dapat dilihat fungsi gaya bahasa yaitu sebagai alat untuk memperkuat efek terhadap gagasan yang disampaikan, alat untuk memperjelas sesuatu dan alat untuk menciptakan keadaan hati tertentu.

Dalam kaitannya dengan gaya bahasa yang berlaku di Indonesia, gaya bahasa dapat ditinjau dari bermacam-macam sudut pandang. membedakan gaya bahasa menjadi empat, yaitu (1) gaya bahasa perbandingan, (2) gaya bahasa pertentangan, (3) gaya bahasa pertautan, dan (4) gaya bahasa perulangan

a. Ironi

Ironi diturunkan dari kata-kata *eironeia* yang berarti penipuan atau pura-pura. Pendapat ini diperkuat oleh Keraf (2008:143) berikut ini: Ironi atau sindiran adalah suatu acuan yang ingin mengatakan sesuatu dengan makna atau maksud berlainan dari apa yang terkandung dalam rangkaian kata-katanya. Ironi merupakan suatu upaya literer yang efektif karena ia menyampaikan impresi yang mengandung pengekanan yang besar. Entah dengan sengaja atau tidak, rangkaian kata-kata yang dipergunakan itu mengingkari maksud yang sebenarnya.

Menurut Agni (2010:111) majas ironi ialah sindiran dengan menyembunyikan dan menyatakan fakta kebalikan dari apa yang diucapkan. Penggunaan majas ironi atau sindiran halus merupakan suatu fenomena yang tidak mengherankan lagi di kalangan masyarakat Indonesia. Terutama pada zaman saat ini, sindiran halus terlihat semakin bertambah, terutama pada kalangan muda maupun sebagian lapisan masyarakat lainnya.

Berita *online* sebagai media informasi telah ada sejak lama bahkan masih terjaga eksistensinya hingga sekarang. Memuat berbagai informasi, berita dan kejadian aktual yang disampaikan melalui gaya bahasa yang khas. Bahkan sering ditemukan seorang jurnalis dalam menarik perhatian pembaca menggunakan bahasa ironi dalam penyampaiannya. Baik dari segi judul maupun isi berita yang ditampilkan. Pemilihan kata yang tepat dalam sebuah berita sangat penting sebab pembaca tentu akan lebih menghayati berita dalam surat kabar. Penggunaan majas ironi yang berlebihan pada berita di media *online* akan menjadikan masyarakat terdidik dengan bahasa yang ironis. Hal ini menyebabkan pembaca kurang dapat memahami maksud yang ditulis, sehingga sering memancing emosi pembaca lewat sensasi jurnalistik yang ditampilkan. Pembaca akan membuat persepsinya dibalik kata atau makna tersembunyi mengenai arti yang disajikan di dalam surat kabar.

b. Sarkasme

Sarkasme berasal dari bahasa Yunani Sarkasmos yang berarti acuan kasar dari ironi dan sinisme yang menunjukkan kepahitan dan kegetiran yang menyakitkan. Penjelasan ini diperkuat oleh pendapat keraf (2008:143-144) berikut ini. Sarkasme merupakan suatu acuan yang lebih kasar dari ironi dan

sinisme, Ia adalah suatu acuan yang mengandung kepahitan dan celaan yang getir. Sarkasme dapat saja bersifat ironis, dapat juga tidak, tetapi yang jelas adalah bahwa gaya ini selalu akan menyakiti hati dan kurang enak didengar. Kata sarkasme diturunkan dari kata kerja sakasein yang berarti “merobek robek daging seperti anjing”, “menggigit bibir karena marah”, atau “berbicara dengan kepahitan”. Ciri khas ini tentunya juga harus terkait dengan etika komunikasi atau kesantunan dalam berbahasa. Sarkasme merupakan bentuk penggunaan bahasa media massa yang kurang memenuhi prinsip dan etika berbahasa. Sarkasme mengandung celaan dan kegetiran, lebih kasar dari ironi dan sinisme (Keraf, 2001:143) Penggunaan sarkasme yang berlebihan di media massa yang akan membuat masyarakat menjadi terdidik dengan bahasa yang sarkastik. Artinya, media massa ikut memberi contoh buruk terhadap penggunaan bahasa yang tidak santun sehingga dapat mempertajam konflik dan membakar emosi pembaca hanya untuk sekadar melakukan sensasi jurnalistik

c. **Hiperbola**

Hiperbola adalah gaya bahasa yang menyatakan sesuatu secara berlebihan. Hiperbola adalah ucapan (ungkapan, pernyataan) kiasan yang dibesarkan (berlebih-lebihan), dimaksudkan untuk memperoleh efek tertentu, bukan yang sebenarnya". Di dalam hiperbola terdapat dua kata (atau bentuk lain), penanda dari kata pertama tersembunyi (implisit) dan digantikan oleh kata yang kedua, yaitu kata (atau bentuk lain) yang mempunyai intensitas makna jauh melebihi kata yang pertama (yang tersembunyi). Yang penting dalam majas hiperbola adalah fokus perhatian terletak pada kesan intensitas

makna. Judul berita "Banyak yang Syok!...." menimbulkan kesan yang berlebihan atas suatu realitas kejadian. Kata "Syok" dengan tambahan tanda seru adalah sebagai pengganti kata terkejut. Kata "syok" dalam keseharian adalah untuk mengekspresikan sesuatu keterkejutan yang teramat sangat.

Masyarakat saat ini telah dibanjiri oleh informasi yang datang dari segala penjuru. Dengan munculnya media digital *online*, media cetak dan elektronik juga berlomba-lomba menyajikan berita yang menarik perhatian agar tidak ditinggalkan oleh masyarakat.

Simulakra yang terjadi pada berita-berita hiperbola diawali dari (1) tanda yang pada awalnya representasi realitas, yang kemudian (2) mendistorsi realitas. Pada tahap selanjutnya (3) realitas akan semakin kabur dan hilang, sehingga (4) tanda menjadi representasi atas representasi itu sendiri". Maka pada akhirnya, tanda tidak mewakili realitas, namun mewakili imajinasi itu sendiri.

3. Diksi

Diksi adalah pilihan kata dalam tulisan yang biasa digunakan untuk menggambarkan suatu cerita atau memberi makna sesuai dengan keinginan penulis.

Menurut KBBI, diksi adalah pilihan kata yang tepat serta selaras dan bertujuan agar pembaca dapat memahami teks dalam tulisan. Dalam setiap penulisan kalimat, selalu membutuhkan diksi. Pemilihan kata atau diksi ini penting untuk merangkai kata, kesesuaian dalam kalimat serta memberikan ekspresi pada kalimat penulis.

Pemakaian diksi diharapkan mampu membantu pembaca dalam memahami suatu karya. Menurut Sudjiman (1993:22), efek yang dapat ditimbulkan dari pemilihan kata, rangkaian kata, dan pasangan kata adalah menonjolkan bagian tertentu atau *foregrounding*. Menonjolkan bagian tertentu atau *foregrounding* adalah memberi penekanan atau perhatian dalam suatu karya. Gaya bahasa juga dapat menimbulkan reaksi tertentu untuk menggugah tanggapan pikiran pembaca. Menimbulkan pikiran dari pembaca yaitu pembaca dapat menemukan arti atau makna beragam dari penyusunan diksi tersebut. Fungsi lain dari diksi adalah memperjelas maksud yaitu fungsi gaya bahasa berfungsi untuk memperjelas maksud. Maksudnya adalah pembaca akan dimudahkan dalam menangkap maksud penulis dengan dibantu diksi atau pilihan kata yang tepat

Diksi dapat menentukan gaya bahasa pada suatu tulisan. Setiap kalimat, paragraf bahkan wacana membutuhkan gaya bahasa. Gaya bahasa yang dibentuk oleh diksi dapat membentuk kejujuran, kesopanan, tingkat keremisan dari suatu tulisan dan bahkan suasana.

Menurut Keraf (2008:22-23), menyatakan bahwa diksi adalah pilihan kata atau diksi jauh lebih luas dari apa yang dipantulkan oleh hubungan kata-kata itu. Istilah ini bukan saja dipergunakan untuk menyatakan kata-kata mana yang dipakai untuk mengungkapkan suatu ide atau gagasan, tetapi juga meliputi fraseologi, gaya bahasa, dan ungkapan. Pendapat lain dikemukakan oleh Widyamartaya (1990:45) mengatakan bahwa diksi yaitu kemampuan seseorang membedakan secara tepat nuansa-nuansa makna sesuai dengan gagasan yang ingin disampaikannya dan kemampuan tersebut hendaknya disesuaikan dengan

situasi dan nilai rasa yang dimiliki oleh sekelompok masyarakat dan pendengar atau pembaca.

Bahasa yang digunakan dalam sebuah berita juga cenderung singkat, jelas, padat, dan tidak berbelit-belit. Hal tersebut memudahkan dalam pembaca dalam memahami dan menangkap isi berita yang ada didalamnya dengan mudah. Dalam memudahkan pembaca untuk memahami bahasa yang digunakan dalam berita tersebut perlu adanya pemilihan diksi yang tepat.

Pemilihan diksi pada suatu media sangatlah penting. Beberapa media mengalami ketidakefektifan dalam penggunaan kata pada suatu berita. Banyak juga di beberapa media mengalami ketidaktepatan dalam memilih pilihan kata, sehingga membuat pembaca kesulitan dalam memahami maksud atau makna yang ada dalam suatu media atau berita. Pemilihan diksi dipergunakan yang digunakan untuk menyampaikan suatu ide atau gagasan seperti ungkapan makna kata , gagasan, serta gaya bahasa yang digunakan pada kata tersebut. Tidak hanya dari pemilihan kata, gaya bahasa yang digunakan dalam suatu media atau berita juga sama pentingnya. Gaya bahasa sendiri termasuk dalam bagian pemilihan kata atau diksi dengan ungkapan-ungkapan yang dapat menjadikan kata tersebut memiliki nilai artistik yang tinggi.

Di bawah ini akan dipaparkan beberapa jenis diksi, sebagai berikut: pemakaian Makna Denotatif dan Makna Konotatif . Makna denotatif adalah makna kata yang tidak mendapat tambahan makna atau perasaan tambahan sedikit pun, atau disebut pula makna denotasi ini adalah makna yang sebenarnya. Makna konotasi adalah kata yang memiliki nilai rasa baik positif atau negatif. makna konotasi mengacu pada makna kias atau makna bukan sebenarnya. konotasi

memiliki beberapa dimensi yaitu: (1) lebih luas dari arti sentral dan arti utamanya: (2) merupakan arti tambahan : (3) bersifat tambahan atau subjektif emotif, dan menggambarkan sifat penggunaanya: (4) dilatarbelakangi oleh pengalaman. Jadi makna denotasi makna mengacu pada makna sebenarnya sedangkan makna konotasi mengacu pada makna kiasan atau tidak sebenarnya.

4. Pengertian *clickbait*

Umpan klik (*clickbait*) merupakan sebuah istilah yang merujuk kepada konten web bisa berupa berita, iklan maupun jasa yang tujuan utamanya adalah untuk menarik perhatian dan mendorong pengunjung untuk mengklik tautan ke halaman web tertentu. Beberapa tahun terakhir ini, penggunaan judul dan konten *clickbait* terus naik daun. Dikenal juga dengan sebutan umpan klik, ketika seseorang membuat judul artikel atau video dengan gaya *clickbait*, maka dia akan membuatnya dengan rangkaian kata yang bombastis.

Menurut Romli A.S (2002:4) tren *clickbait* memiliki tujuan untuk menarik perhatian dan keingintahuan pembaca untuk mengunjungi situs guna meningkatkan jumlah klik atau *view page*. Hal ini berdampak negatif ketika *clickbait* ini menjadi “jebakan klik” bagi publik dengan *headline* bersifat “menyimpan rahasia” sehingga menimbulkan penasaran untuk melihat.

Menurut urban Dictionary *clickbait* adalah sebuah *website (link)* yang menangkap perhatian pembaca melalui mata website (melalui *link* yang menonjol). Kemudian minat masyarakat umum untuk mendorongnya dan membukanya serta membacanya. *Adsense* (iklan *online*) biasanya menggunakan *clickbait* berdasarkan klik tayangnya. Judul untuk konten yang mengkonsumsi *clickbait*, lebih banyak iklan daripada kontennya itu sendiri.

Menghadapi situasi *attention economy* yang demikian, media berita lantas mengubah model bisnisnya dengan menerapkan berbagai strategi. Salah satunya, dengan memproduksi berita *clickbait*. *Clickbait* merupakan berita dengan judul yang menyesatkan, serta melebih-lebihkan isi konten guna menarik perhatian pembaca agar mengklik judul tersebut. Dalam penerapannya, terdapat delapan jenis *clickbait* yang mampu menggugah rasa penasaran pembaca

Menurut Small Biz Trends, bisa dibilang *clickbait* adalah konten yang di mana isinya dengan sengaja dibuat seperti mengumbar janji dan disajikan dengan *headline* atau judul yang sensasional, tetapi di satu sisi gagal menyampaikan ekspektasi implisit dari para pembacanya. Memang sebuah konten atau judul yang *clickbait* itu bisa mengundang perhatian masyarakat, tetapi juga perlu dibuat dengan sangat hati-hati. Karena seringnya, *clickbait* malah membuat kekacauan dan menghilangkan kepercayaan masyarakat pada suatu *brand*.

Fenomena *clickbait* berdampak buruk pada praktik jurnalistik (Kraca,2019:2).Jurnalisme yang seharusnya mengutamakan kepentingan publik, kini justru bekerja dengan prinsip logika jangka pendek (Ciptadi & Armando, 2018:2). Logika jangka pendek dinilai bertanggung jawab atas keputusan media yang hanya memprioritaskan *clickers* dan *viewers* sebanyak mungkin demi keuntungan korporat. Akibatnya, produk jurnalistik yang dihasilkan kerap mengesampingkan prinsip dan kaidah jurnalistik, seperti nilai berita, kepentingan publik, verifikasi, dan *cover both sides*. Hal ini sejalan dengan penelitian García Orosa yang menyatakan *clickbait* merugikan nilai jurnalistik tradisional. Bagaimana tidak, judul berita yang mestinya berfungsi memberikan gambaran informasi, kini malah berorientasi pada diksi yang menarik, provokatif, dan

sensasional guna mempertahankan pembaca pada web *pages* selama mungkin. *Clickbait* yang demikian nyatanya dapat menurunkan kepercayaan pembaca (Indrajaya & Lukitawati, 2019). Hal ini dikarenakan strategi yang bekerja dengan cara rasa keingintahuan manusia itu tidak menampilkan informasi yang merepresentasikan isi berita pada judul, bahkan kerap melebih-lebihkan berita, sehingga menciptakan kesalahpahaman yang akhirnya tidak memenuhi ekspektasi pembaca

Clickbait adalah istilah yang mendeskripsikan sebuah judul berita yang terlihat menjanjikan dan provokatif untuk menarik perhatian pembaca, padahal isi dari berita tersebut seringkali tidak sesuai dengan apa yang ditulis di judul (Beleslin, Ratkovic Njegovan, & S. Vukadinovic, 2017). Anand, Chakraborty, & Park (2017) menjelaskan bahwa *clickbait* bekerja dengan cara mengeksploitasi rasa keingintahuan manusia yang sejatinya tidak akan pernah bisa terpenuhi.

Henry Subiakto menjelaskan media Sosial menjadi sumber disinformasi. Hoax memunculkan banyak gaduh. Sebab, publik cenderung memilih *clickbait* serta membaca dan menyimpulkan cepat dan membuat confirmatory bias karena percaya prasangka.

Clickbait merupakan judul sebuah konten yang secara sengaja dibuat lebih menarik dengan tujuan untuk memancing rasa penasaran orang lain hingga akhirnya mengklik judul konten tersebut. Tentu saja, semakin banyak orang yang mengklik judul, maka strategi yang digunakan berhasil.

5. Media *online* sebagai informasi

Media *online* ialah segala jenis atau format media yg hanya bisa diakses melalui koneksi internet yg berisikan teks, foto, video, serta bunyi (audio).

Dengan istilah lain Media *online* bisa diartikan menjadi media yang diakses melalui internet.

jurnalis media daring akan melakukan berbagai cara demi mendapatkan *clickers* dan *viewers* yang tinggi, di antaranya adalah menggunakan *clickbait*

Clickbait menurut Romli media *online* merupakan generasi ketiga setelah media cetak dan elektronik. Media *online* merupakan penyederhanaan terhadap bentuk media konvensional dimana merujuk pada perkembangan teknologi digital yang mengubah teks, grafik, gambar, dan video menjadi data-data digital berbentuk *byte* (Romli, 2012:30-31)

Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media *online* menjadi objek kajian teori “media baru” (*new media*), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses pada konten yang berupa isi atau informasi (Romli, 2012:31).

Menurut M.Romli (2012:34) Pengertian media daring secara umum adalah segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto ,video dan suara, sebagai sarana komunikasi secara daring, sedangkan pengertian khusus media daring dimaknai sebagai sebuah media dalam konteks komunikasi massa.

Sedangkan menurut (Pendidikan Administrasi Perkantoran et al., 2020:498) pembelajaran daring merupakan sistem pembelajaran yang dilakukan dengan tidak bertatap muka secara langsung, tetapi menggunakan platform yang dapat membantu proses belajar mengajar yang dilakukan meskipun jarak jauh

Menurut (Adhe, 2018:27) pembelajaran daring merupakan metode pembelajaran yang efektif, seperti berlatih dengan adanya umpan balik terkait menggabungkan kolaborasi kegiatan dengan belajar mandiri.

Kemunculan dari portal berita versi *online* ini sebagai salah satu usaha yang dilakukan oleh media konvensional dalam melakukan konvergensi media. Konvergensi media didefinisikan dengan mengkombinasikan tulisan, gambar, suara dan video dalam media *online* untuk menghasilkan sebuah bentuk dan metode baru dalam berkomunikasi dengan publik.

Adapun beberapa jenis-jenis *clickbait* media *online* antaranya yaitu:

1) *Exaggeration*

Tipe ini mengandalkan judul artikel yang berlebihan pada halaman url. Salah satu contoh judul tipe ini misalnya: “Dianggap Tak Layani Warganya, Wali Kota Ini Dihukum Pancung”. Setelah peneliti menelaah judul tersebut ditemukan bahwa judul dan isi berita tidak nyambung dan sangat berlebihan. Informasi berita ini tentang wali kota di Bolivia dipermalukan oleh warganya dengan cara mengikat kakinya di tiang gantungan model lama. Walikota tersebut dihukum karena dianggap tidak dapat melayani warganya dengan baik.

2) *Teasing*

Jenis *clickbait* ini biasanya membuat judul untuk mengolok-olok atau memprovokasi seseorang dengan cara menyenangkan. Contoh judul artikel ini misalnya: “Raisa Dihadirkan Di Sidang PK Ahok, Suaranya Bubarkan Pendemo”. Raisa yang dimaksudkan di sini bukanlah seorang penyanyi, melainkan sebuah mobil polisi. Raisa ini singkatan dari Pengurai Massa. *Hehehe, ada-ada saja.*

3) *Inflammatory*

Judul jenis ini bertujuan untuk membangkitkan perasaan marah atau penuh kekerasan dengan menggunakan ungkapan kata-kata yang tidak tepat atau vulgar. Contohnya: “Bendera China Dikibarkan di GBK Saat Closing Asian Games”. Judul ini sangat membangkitkan emosi yang membaca apalagi situasi politik antara Indonesia dan China saat itu sedang tegang. Judul seperti ini sebenarnya tidak tepat dan tidak utuh. Kejadian sebenarnya adalah dikibarkannya bendera China karena China akan menjadi tuan rumah Asian Games selanjutnya. Lalu, judul artikel ini akhirnya diganti menjadi “Tuan Rumah 2022, Bendera China Dikibarkan di *Closing Asian Games*”.

4) *Formatting*

Judul artikel *formatting* sering menggunakan tanda baca atau huruf kapital. Misalnya “*Gile, Luhut The Real President Ngamuk!*” Isi artikel sebenarnya adalah pernyataan Luhut Binsar Pandjaitan yang menanggapi kritik Amien Rais terhadap kinerja pemerintah.

5) *Graphic*

Kalau jenis ini biasanya menggunakan judul agak cabul, menjijikkan, malah kadang-kadang tidak dapat dipercaya. Misalnya “Cerita Dewi Pakai Alat Bantu Seks, Awalnya Merasa Geli Lalu Terasa Begini”. Artikel ini menceritakan tentang seorang perempuan yang berjauhan dengan suaminya, lalu menggunakan alat bantu seksual untuk memuaskan dirinya sendiri.

6) *Bait and Switch*

Clickbait seperti ini judulnya tidak ditemukan di url, sehingga memerlukan klik tambahan atau sama sekali tidak ada. Sebuah judul artikel

dengan *clickbait* seperti ini akan dialihkan ke situs web lainnya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan trafik pengunjung ke situs web yang telah dialihkan tersebut.

7) *Ambiguous*

Judul artikel jenis ini sangat ambigu sekali, membingungkan, tidak jelas, hanya untuk mengundang keingintahuan pembaca. Contohnya seperti ini, “Disebut Istri Berbakti, Ini yang dilakukan Putri Marino dengan Chicco di Kamar”. Judul ini memang mengundang keingintahuan pembaca. Mereka penasaran apa *sih* yang mereka lakukan di kamar. Berita-berita gosip biasanya sering menggunakan trik ini. Makanya, berita gosip sering dicari oleh para netizen.

8) *Wrong*

Clickbait jenis ini paling berbahaya, lho! Kenapa demikian? Judul dan isi artikel salah, fakta yang disajikan pun tidak benar. Akibatnya apa? Berita-berita *hoax* banyak muncul dari *clickbait* jenis ini. Contohnya “Hamil Setelah Terkena Sperma di Kolam Renang, Terlalu!” Memang keterlaluhan sekali judul artikel ini. Karena menurut penulisnya, judul artikel yang ingin mengklarifikasi berita *hoax*, tapi isi beritanya sendiri tidak mengandung klarifikasi tersebut.

Secara umum, penggunaan judul berita *clickbait* banyak digunakan oleh media-media *online* untuk menarik minat pembaca dengan mengusik rasa penasaran yang timbul akibat adanya kesenjangan informasi antara apa yang pembaca ketahui dan apa yang ingin pembaca ketahui. Penggunaan judul dengan strategi naratif dengan memberikan informasi yang tidak utuh atau bahkan ambigu untuk meningkatkan rasa penasaran yang kemudian menuntun pembaca agar mengklik judul berita untuk membaca lebih lanjut artikel tersebut untuk

memenuhi rasa ingin tahu. Judul berita *clickbait* banyak yang fokus pada subjek selebritis, rumor, dan akun fiktif bahkan ada yang tidak memiliki nilai berita sama sekali.

6. Jenis berita

Berita adalah informasi yang terpercaya dan tercepat dengan fakta dan ide terbarunya yang menarik, melalui media *online* seperti radio, televisi dan portal berita *online* yang ada di internet. Adapun jenis-jenis berita yang dikenal dalam dunia jurnalistik antara lain adalah sebagai berikut:

a. *Straight News* (Berita langsung)

Apa adanya, ditulis secara singkat dan lugas. Sebagian besar halaman depan surat kabar atau yang menjadi berita utama (*headline*) merupakan berita jenis ini, jenis berita *straight news* dipilih lagi menjadi dua macam yaitu :

1) *Hard News* yakni berita yang memiliki nilai lebih dari segi aktualitas dan kepentingan atau amat penting segera diketahui pembaca.

2) *Soft News*

Nilai beritanya di bawah *hard news* dan lebih merupakan berita pendukung. Contohnya adalah “Pasar Sentral Makassar Terbakar Setelah Muncul Rencana Revitalisasi” berita tersebut berita yang sedang berlangsung dan menjadi berita utama di portal berita TribunMakassar.com

b. *Depth News*

Berita mendalam, dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan. Merupakan berita yang mendalam, beritanya ini dikembangkan secara mendalam dan tujuannya untuk lebih mengangkat suatu permasalahan secara lebih mendalam. Misalnya “Polisi Selidiki Kasus Tarik

Tambang Maut yang Tewaskan Satu Orang di Makassar” berita ini adalah sebuah berita yang masih belum selesai pengungkapannya dan akan dilanjutkan penyelidikan dengan mencari informasi tambahan dari narasumber atau berita terkait.

c. *Investigation News.*

Berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber. Merupakan berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian ataupun penyelidikan yang dilakukan dari berbagai macam sumber. *Investigation news* hamper mirip *depth news*, bedanya pada *depth news* hanya melaporkan peristiwa yang terjadi secara mendalam saja. Contohnya yaitu ”Kemenkumham Sulsel Melakukan Investigasi Dugaan Pungli Di Dua Lapis” berita ini disebut investigasi sebab kasus pungli ini akan ditelusuri secara panjang dan mendalam terhadap sebuah kasus yang dianggap memiliki kejanggalan. Selain itu, investigasi merupakan penelusuran terhadap kasus yang bersifat rahasia

d. *Opinion News*

Berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, sarjana, ahli, atau pejabat mengenai suatu hal, peristiwa, kondisi dan sebagainya. Misalnya berita tentang banjir yang diungkapkan oleh Syamril sebagai Rektor Kalla Institute, yang berpendapat mengenai hujan yang terus turun hampir sepekan dan mengakibatkan banjir di sejumlah daerah yang ada makassar, unungkapannya dalam portal berita Tribun-Timur.com.

7. Korelasi minat pembaca dengan berita *clickbait*

Menurut penelitian Etnanta & Irhandayaningsih (2017), minat adalah salah satu faktor psikis berupa rasa atau kecenderungan yang dapat membuat seseorang

mengingat dan memperhatikan suatu kegiatan sehingga membuatnya terbantu dan terdorong dalam memberi stimulus pada kegiatan tersebut untuk mencapai tujuannya. Minat seseorang dapat ditunjukkan melalui partisipasinya dalam kegiatan tersebut. Sedangkan, menurut Santoso, Pitoewas, & Nuralisa (2018), minat adalah dorongan terhadap suatu aktivitas yang diperlihatkan dengan tendensi untuk mengamati aktivitas tersebut secara sukarela dan penuh rasa senang.

Minat baca masyarakat Indonesia sangat memprihatinkan, Tingkat minat baca masyarakat menurut beberapa hasil survei juga masih menunjukkan fakta yang memprihatinkan. Suatu hal yang sangat kontradiktif jika dibandingkan dengan laju penggunaan internet dan media sosial yang trennya justru semakin menaik.

Bertumbuhnya media *online* tidak dibarengi dengan perkembangan minat membaca. Membaca ialah sesuatu aktivitas menguasai wujud catatan yang diinformasikan oleh pengarang dalam wujud bacaan, bagan, lukisan, ataupun campuran dari seluruhnya yang bermaksud untuk memperoleh informasi terkini.

Beberapa hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti seberapa tinggi minat baca peserta didik terhadap berita *online* yang menggunakan *clickbait*. Penelitian ini didasari oleh rendahnya minat baca masyarakat serta rendahnya pengetahuan dalam mengelola informasi. Walaupun masyarakat sudah paham akan penggunaan teknologi dan sudah memiliki *smartphone* sendiri serta aktif dalam sosial media. Namun hampir sebagian tidak pernah membaca sebuah berita di internet.

Clickbait pada judul berita yang mampu meningkatkan keingintahuan pembaca ditunjukkan dengan indikator *incomplete information*, yakni berupa penggunaan nomor atau daftar dari sebuah topik (*listicles*) serta penggunaan kata-kata yang tidak pasti atau ambigu. Tidak hanya itu, indikator menari ekspresi juga mengindikasikan hal serupa melalui penggunaan tanda seru dan kalimat imperatif. Sejalan dengan indikator *appealing expression*, karakteristik *clickbait* dari indikator berlebihan juga dapat menarik perhatian pembaca melalui penggunaan kata-kata hiperbola, serta kata-kata superioritas dan superlatif.

Adanya pengaruh *clickbait* jurnalis terhadap minat baca membuktikan bahwa teori kesenjangan informasi. penelitian ini juga mengindikasikan bahwa *clickbait* jurnalis berhasil menjadi strategi media dalam beradaptasi di era *attention economy*. Penelitian ini hanya berfokus pada minat seseorang dalam membaca berita *clickbait*, namun tidak membahas tentang kepuasan pembaca setelah membaca berita tersebut. Maka dari itu, penelitian selanjutnya dapat menelaah tentang pengaruh *clickbait* jurnalis terhadap tingkat kepuasan pembacanya. Selain itu, juga dapat dilakukan penelitian dengan menyempurnakan konsep yang ada dalam penelitian ini, seperti karakteristik *clickbait* jurnalis dan hubungannya dengan *attention economy*.

B. Penelitian Relevan

Adapun penelitian yang relevan pada penelitian ini yang dilakukan oleh Hidayat (2019) yang berjudul "*clickbait* di media *online* Indonesia". Peneliti menyimpulkan bahwa bagaimana cara media *online* mengemas judul-judul artikel yang mengandung *clickbait*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan objek penelitian. Relevansi penelitian yang dilakukakan oleh

Hidayat dengan penelitian ini adalah penggunaan *clickbait* pada judul berita di media *online*. Perbedaan penelitian Hidayat terletak pada apa yang dilakukan oleh penulis hanya terfokus untuk mendapatkan gambaran cara-cara media *online* dalam melakukan *clickbait* dalam pemberitaan, dan penelitian *clickbait* ini fokus pada subjek selebritas, rumor, dan akun fiktif bahkan ada yang tidak memiliki nilai berita sama sekali sedangkan pada peneliti ini untuk mengetahui penggunaan *clickbait* terhadap judul berita di media *online* yang ada di makassar dan menjadi acuan bagi pembaca terkait berita *online* di makassar.

Kedua yang relevan penelitian yang dilakukan oleh Sukmoni (2021) yang berjudul “*clickbait* judul berita *online* dalam pemberitaan *covid-19*” berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada *clickbait* berita *covid-19* penulis hanya terfokus pada berita *covid-19* dan Peneliti terfokus pada segi *exaggeration, teasing, inflammatory, formatting, ambiguous, dan wrong*. Keenam hal tersebut secara pengertian memiliki dampak langsung kepada pembaca saat membaca. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah analisis penggunaan *clickbait* pada berita di media *online*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada subjek penelitian yang dilakukan hanya terfokus pada pada berita *covid-19* sedangkan penelitian saat ini berfokus pada bagaimana penerapan *clickbait* pada judul berita yang banyak dibicarakan saat ini baik berita pendidikan ataupun berita sosial yang ada di Sulawesi Selatan dan bagaimana respon pembaca.

Ketiga yang relevan pada penelitian ini ialah penelitian yang dilakukan oleh Rahmatika dan Hidayanto (2020) yang berjudul “pengaruh *clickbait* terhadap minat baca generasi Z”. Berdasarkan pada Penelitian yang dilakukan ini terfokus

pada minat baca pada generasi Z di Jakarta dengan cara berita *clickbait* menjadi bahan acuannya. Metode yang digunakan adalah paradigma positivis dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Sumber data dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria responden adalah generasi Z yang berdomisili di Jakarta dan pernah membaca berita *online*. Persamaan dari penelitian ini yaitu ingin mengetahui ketertarikan masyarakat pada berita *clickbait*, Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada respon pembaca terhadap berita *clickbait* pada media *online* yang berdomisili di Makassar dan mengetahui bagaimana pengaruh *clickbait* terhadap masyarakat.

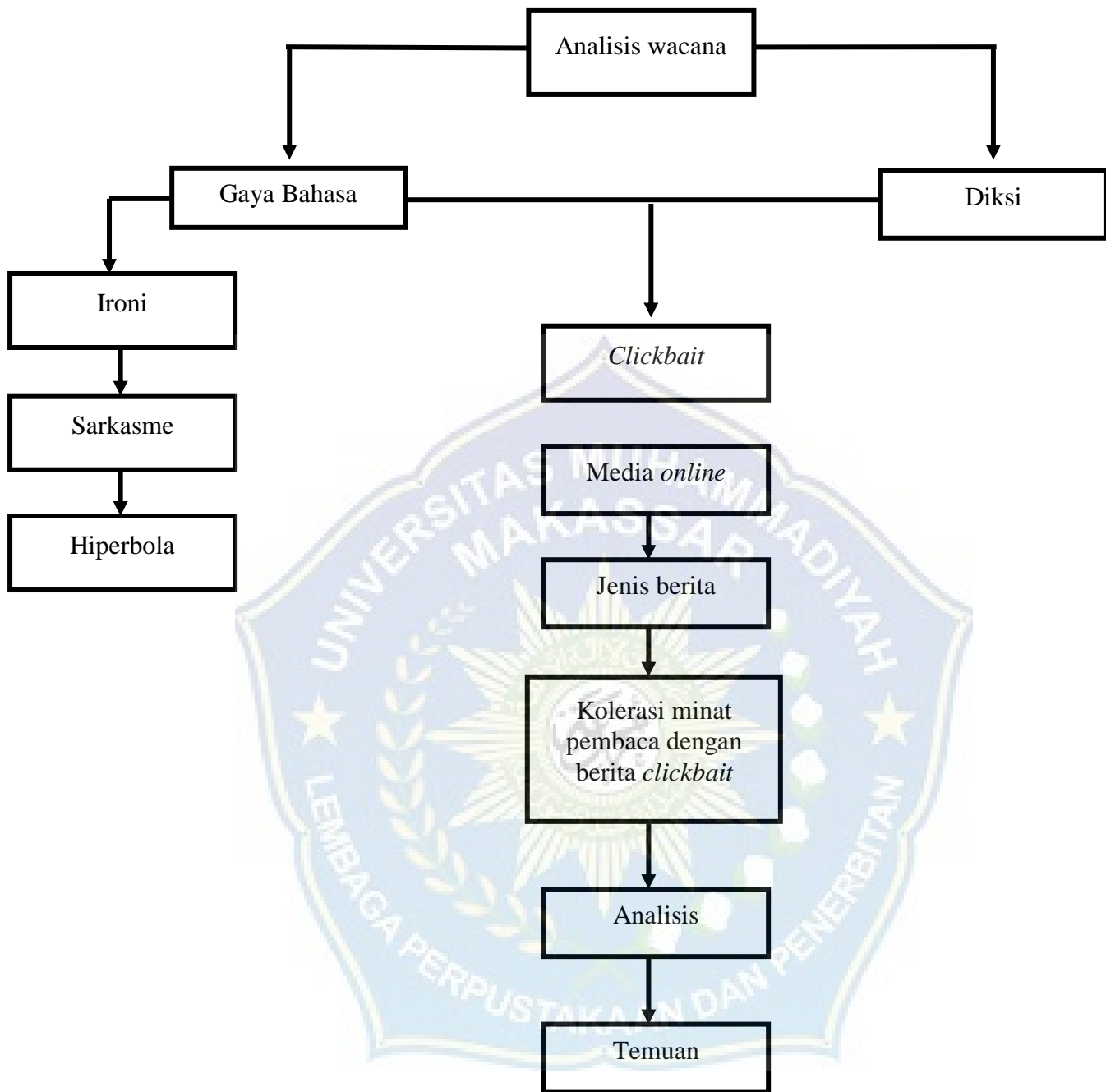
C. Kerangka Pikir

Telah dibahas pada kajian pustaka bahwa istilah wacana berasal dari bahasa Sanskerta wac/wak/uak yang memiliki arti 'berkata' atau 'berucap'. Kemudian kata tersebut mengalami perubahan menjadi wacana. Kata 'ana' yang berada dibelakang adalah bentuk sufiks (akhiran) yang bermakna 'membedakan' (nominalisasi). Dengan demikian, kata wacana dapat diartikan sebagai perkataan atau urutan.

Analisis wacana yang menjadi fokus kajian pada peneliti ini ialah gaya bahasa dan diksi pada berita *clickbait* di media *online*. Gaya bahasa merupakan gaya bahasa merupakan bentuk retorik, yaitu penggunaan kata-kata dalam berbicara dan menulis untuk meyakinkan atau mempengaruhi penyimak atau pembaca. Adapun beberapa gaya bahasa yang dianalisis ialah ironi, sarkasme, dan sinisme. Adapun diksi merupakan pilihan kata dalam tulisan yang biasa digunakan untuk menggambarkan suatu cerita atau memberi makna sesuai dengan keinginan penulis.

Untuk dapat mengetahui gaya bahasa dan diksi, peneliti menganalisis pada berita *clickbait* di media sosial. Adapun kerangka pikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada bagan di bawah ini.





Gambar 2.1 bagan kerangka pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah jenis deskriptif kualitatif yang mempelajari masalah-masalah yang ada serta tata cara kerja yang berlaku. Menurut Creswell, J. W mengartikan penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti masalah manusia dan sosial. Peneliti akan melaporkan dari hasil penelitian berdasarkan laporan pandangan data dan analisa data yang didapatkan di lapangan, kemudian di deskripsikan dalam laporan penelitian secara rinci.

Penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku di dalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis dan menginterpretasikan kondisi yang ada sekarang ini terjadi atau ada. Dengan kata lain penelitian deskriptif kualitatif dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan keadaan nyata sekarang yang sementara berlangsung.

B. Pendekatan

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dalam penerapannya, pendekatan kualitatif menggunakan metode pengumpulan data dan metode analisis melalui wawancara mendalam dan pengamatan.

Pendekatan jenis ini akan membantu peneliti untuk mengkaji penggunaan *clickbait* berita pada media *online*. Dengan melakukan wawancara dan observasi pada media *online*.

C. Data dan Sumber Data

1. Data

Data yang digunakan penelitian ini yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber data yaitu informan yang dianggap berpotensi dalam memberikan informasi yang relevan. Dan data yang diperoleh dari sumber kedua yaitu data yang sudah ada dan dapat diperoleh oleh peneliti dengan cara membaca, melihat dan mendengar.

2. Sumber

Sumber data ialah situs portal berita media *online* yang ada di Indonesia diantaranya Fajar.co.id, Metrosuara.com, Inews.com, Tvonenews.com, Tribun-timur.com, Detik.com. dari 6 portal berita edisi tahun 2022 sampai 2023 tersebut peneliti mengambil beberapa sampel berita dengan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan berita menggunakan *clickbait* pada judul berita.

D. Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan data yang ditempuh untuk mengumpulkan data melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi penelitian berupa jepretan layar berita *online* untuk mendapatkan data yang valid.

1. Wawancara

Wawancara dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi secara langsung dari masyarakat untuk mendapatkan data baru dari narasumber yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

2. Observasi

Observasi dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi atau data dilakukan setiap saat dengan menggunakan penglihatan yang dimiliki. Kegiatan mengamati secara langsung objek penelitian dalam hal ini judul berita *clickbait* pada portal berita media *online*.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data baik itu bersifat teoretik maupun faktual yang ada hubungannya dengan penelitian selain itu dokumentasi ialah sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian yang berupa sumber tertulis, gambar, dan foto. Dalam hal ini penelitian menggunakan dokumentasi berupa jepretan layar judul berita *clickbait* media *online*.

E. Validitas Data

Validitas data atau pengujian data, validitas yang peneliti digunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasi data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu sendiri, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Triangulasi ada beberapa macam yaitu :

1. Triangulasi data

Triangulasi data adalah menggali kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang

dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda. Tentu masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insights*) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti.

2. Triangulasi peneliti

Triangulasi antar-peneliti dilakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu orang dalam pengumpulan dan analisis data. Teknik ini diakui memperkaya khasanah pengetahuan mengenai informasi yang digali dari subjek penelitian, Karena masing-masing peneliti mempunyai gaya, sikap dan persepsi yang berbeda dalam mengamati suatu fenomena maka hasil pengamatan dapat berbeda dalam mengamati fenomena yang sama.

3. Triangulasi teori

Memanfaatkan dua teori atau lebih untuk dipadu. Untuk itu, diperlukan rancangan penelitian, pengumpulan data dan analisis data yang lebih lengkap dengan demikian akan memberikan hasil yang lebih komprehensif

4. Triangulasi metode

Triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Sebagaimana dikenal, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur. Atau, peneliti menggunakan wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi

tersebut. Melalui berbagai perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran.

Triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multi metode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Ide dasarnya adalah bahwa fenomena yang diteliti dapat dipahami dengan baik sehingga diperoleh kebenaran tingkat tinggi jika didekati dari berbagai sudut pandang. Memotret fenomena tunggal dari sudut pandang yang berbeda-beda akan memungkinkan diperoleh tingkat kebenaran yang handal. Karena itu, triangulasi ialah usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif, menyajikan data dalam bentuk pertanyaan atau kalimat untuk menjelaskan permasalahan sehingga diperoleh gambaran yang jelas tentang proses penerapan *clickbait* judul berita media *online*.

Menurut Miles dan Humberman (Kurniawan, 2018:16), secara umum aktivitas analisis data penelitian kualitatif terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yakni reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu dan

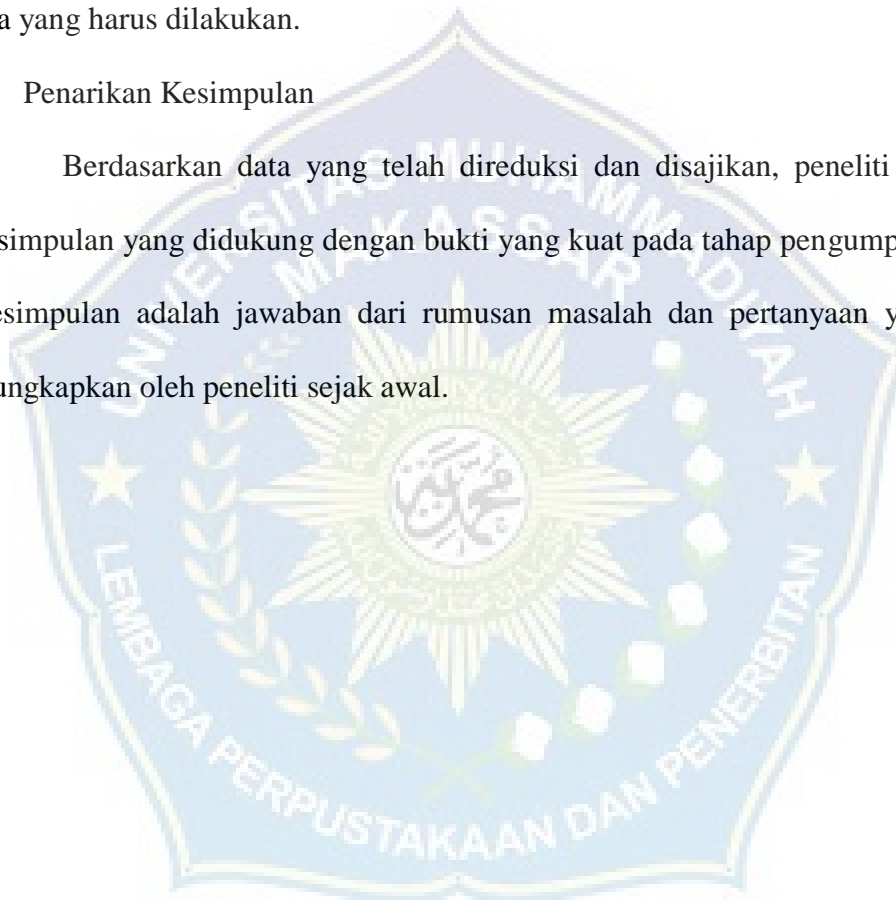
pengorganisasinya. Data pada penelitian ini merupakan data perihal judul berita *clickbait* pada media *online* dalam menarik minat pembaca.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan mencermati penyajian data, peneliti lebih mudah memahami apa yang terjadi dan apa yang harus dilakukan.

3. Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah direduksi dan disajikan, peneliti membuat kesimpulan yang didukung dengan bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data. Kesimpulan adalah jawaban dari rumusan masalah dan pertanyaan yang telah diungkapkan oleh peneliti sejak awal.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Pada bab ini akan diuraikan hasil analisis penggunaan *clickbait* di media *online*. Deskripsi hasil penelitian disesuaikan dengan tujuan penelitian yaitu, bagaimana penggunaan *clickbait* pada media *online* dan mengetahui bagaimana respon pembaca terhadap berita *clickbait* yang ada di media *online*.

Data dalam penelitian ini adalah pemberitaan mengenai berita *clickbait* pada media *online* dalam kurun waktu 2022 hingga 2023. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada berita di media *online* terdapat beberapa tipe *clickbait* yang digunakan menurut Biyani, Tsioutsoulis, dan Blackmer (2016) yaitu *exaggeration, teasing, inflammatory, formatting, graphic, ambiguous, dan wrong*.

Merujuk pada penelitian *clickbait* yang dikemukakan oleh Beleslin, Ratkovic Njegovan, & S. Vukadinovic, (2017) *Clickbait* adalah istilah yang mendeskripsikan sebuah judul berita yang terlihat menjanjikan dan provokatif untuk menarik perhatian pembaca, padahal isi dari berita tersebut seringkali tidak sesuai dengan apa yang ditulis di judul. Deskripsi penggunaan *clickbait* di media *online*. Hal tersebut melanggar kode etika jurnalistik oleh karena itu data yang didapatkan oleh penulis sangatlah terbatas.

1. Deskripsi penggunaan *clickbait* di media *online*

Pada deskripsi data ini penulis menjelaskan data yang diperoleh di media *online* di antaranya Fajar.co.id, Metrosuara.com, Inews.com, Tvonenews.com, Tribun-timur.com, Detik.com.. Peneliti mencoba untuk memaparkan hasil temuan terhadap penggunaan judul berita *clickbait* di media *online* bawah ini.

a. *Exaggeration*

Data Pertama dengan *clickbait Exaggeration*, *Exaggeration* adalah Tipe ini mengandalkan judul artikel yang berlebihan pada halaman url. Contohnya (Berita diambil dari Fajar.co.id) “Siap-siap! Beli BBM Tidak Boleh Pindah-Pindah SPBU, Warganet: Kalau Kehabisan di Tengah Jalan, Gimana?”. Judul berita mengenai pemberitaan ekonomi yang diterbitkan pada tanggal , 8 Januari 2023.



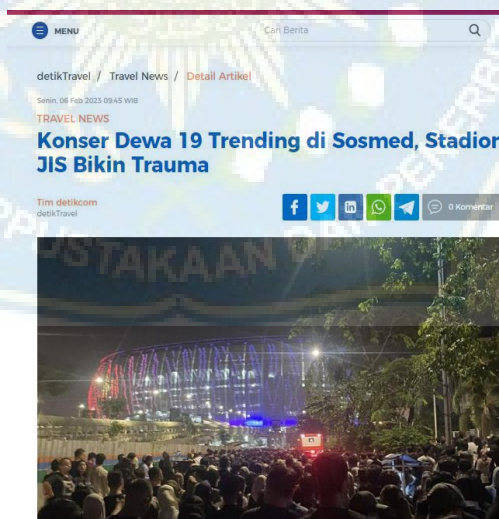
(Gambar 4.1 *clickbait Exaggeration* yang dimuat di portal berita Fajar.co.id)

Berita di atas mengandung judul *clickbait* karena judul berita dan isinya tidak sesuai, dan membuat masyarakat merasa khawatir akan pengisian BBM tidak boleh berpindah-pindah SBPU. Penggunaan kata “siap-siap!” yang ditulis menggunakan tanda seru memberikan penanda seruan atau perintah yang menggambarkan kesungguhan, ketidakpercayaan, atau rasa emosi yang kuat, dan menggunakan redaksi kata “pembelian BBM tidak boleh pindah-pindah SPBU” masyarakat yang membaca judul tersebut menjadi khawatir sehingga banyak warganet menanyakan kalau kehabisan di

tengah jalan, bagaimana?. Penggunaan judul berita tersebut menggunakan gaya bahasa hiperbola, gaya bahasa yang menyatakan sesuatu yang berlebihan dengan maksud untuk memperoleh efek tertentu.

Namun isi berita tersebut mengenai pembelian sistem digital melalui aplikasi MyPertamina, maka diharapkan pembelian BBM bersubsidi akan lebih terintegrasi menggunakan sistem IT dan setiap SPBU mempunyai kuota maksimal pembelian BBM dan mencegahnya adanya penjualan BBM secara eceran.

Data kedua yang didapat menggunakan *clickbait exaggeration*, judul berita yang berlebihan atau hiperbola. Dengan judul “Konser Dewa 19 Trending di Sosmed, Stadion JIS Bikin Trauma”. yang diterbitkan pada tanggal , 6 Februari 2023.



Semerawatnya akses di JIS usai konser Dewa 19 (dok Adriansyah Yasin Sulaeman)

(Gambar 4.2 *clickbait Exaggeration* yang dimuat di portal berita Detik.com)

Data di atas dengan judul berita “Konser Dewa 19 Trending di Sosmed, Stadion JIS Bikin Trauma”. pada dasarnya setiap konser yang diadakan akan berdesak-desakan apalagi konser yang dihadiri lebih dari 75 ribu penonton, konser yang diadakan Band Dewa 19 sebenarnya berjalan aman dan tertib namun pintu akses keluar kurang dan transportasi jauh dari tempat parkir membuat penonton menjadi kewalahan.

Dengan menggunakan kata “trauma” pada judul berita terkesan lebay atau hiperbola dan penggunaan kata trauma tidak tepat, merujuk pada KBBI V kata trauma adalah tingkah laku yang tidak normal sebagai akibat dari tekanan jiwa atau cedera jasmani, namun pada saat konser di adakan berjalan dengan baik. Penonton mengeluh bukan karena konser melainkan karena lokasi Jakarta International Stadion (JIL) yang berada di Tanjung Priok, Jakarta Utara kerap dikeluhkan penikmat konser karena lokasi yang sulit dijangkau transportasi umum dan stadion JIL hanya menyediakan 1.200 kantong parkir untuk kendaraan pribadi.

b. Wrong

Clickbait Wrong, Wrong adalah Judul dan isi artikel salah, fakta yang disajikan pun tidak benar. Contohnya (Berita diambil dari Metrosuara.com) “CEK FAKTA: Rafi Ahmad Meninggal dalam keadaan Sujud, Nagita Slavina Syok, Benarkah?”. Judul berita mengenai pemberitaan *entertainment* yang ditayangkan pada tanggal , 8 April 2023.



(Gambar 4.3 *clickbait Wrong* yang dimuat di portal berita MetroSuara.com)

Dari judul ini sangat berlebihan karena berbeda dari isi berita. penulis berusaha untuk menarik perhatian dengan *Headline* beserta gambar visual yang digunakan sebagai elemen penting untuk menarik perhatian pembaca.

Penggunaan kata “CEK FAKTA” yang ditulis menggunakan huruf kapital secara keseluruhan memberikan penanda penekanan bahwa informasi penting dalam berita ini berkaitan dengan artis Raffi Ahmad, namun dalam isi berita tersebut sama sekali tidak menguraikan dan memberikan bukti valid terkait klaim yang telah ditulis di bagian judul. Pasalnya, tayangan ini pun berisi beberapa slide foto dan video Raffi Ahmad dan Nagita Slavina. Dalam unggahan berdurasi 8 menit 3 detik tersebut sama sekali tidak menguraikan dan memberikan bukti valid terkait klaim yang telah ditulis di bagian judul video. Pasalnya, tayangan ini pun berisi beberapa slide foto dan video Raffi Ahmad dan Nagita Slavina.

Data selanjutnya juga di ambil dari Metro.suara dengan judul “CEK FAKTA: AHY Lunasi Utang Anies Rp 50 M di Depan Publik, Sandiaga Auto Dibikin Malu, Benarkah?” Judul berita mengenai pemberitaan politik yang diterbitkan pada tanggal , 10 Februari 2023.



(Gambar 4.4 *clickbait Wrong* yang dimuat di portal berita Metrosuara.com)

Jenis *clickbait* ini adalah *clickbait wrong* yang merupakan judul maupun isi berita salah tau mengandung kata tidak benar, namun dalam penulisan judul berita di atas menggunakan kata “CEK FAKTA” yang ditulis menggunakan huruf kapital secara keseluruhan memberikan penanda penekanan bahwa informasi penting dalam berita ini adalah fakta namun faktanya adalah berita ini adalah *hoax* atau tidak benar adanya.

Dalam judul berita tersebut mengatakan Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) yang lunasi hutang Anies Baswedan sebesar Rp50 miliar di muka publik hingga membuat Sandiaga Uno malu. Namun faktanya yang tertulis di dalam isi berita tersebut hanyalah membahas video yang diunggah oleh kanal Youtube REDAKSI TV dan berita tersebut yang telah tersebar luas masuk kedalam hoaks dan menyesatkan pembaca.

c. *Teasing*

Berita *clickbait Teasing*, Jenis *clickbait* ini biasanya membuat judul untuk mengolok-olok atau memprovokasi seseorang dengan cara menyenangkan. Contohnya (Berita diambil dari Inews.com) “Biadab! KKB Bantai 12 Jemaah Masjid yang Sedang Sholat, termasuk Imam”. Judul berita mengenai pemberitaan sosial yang ditayangkan pada tanggal , 4 Desember 2022.



(Gambar 4.5 *clickbait Teasing* yang dimuat di portal berita Inews.com)

Dalam berita tersebut menggunakan *clickbait teasing* karena judul berita tersebut mencoba untuk memprovokasi suatu daerah dan membuang detail dari berita tersebut untuk menimbulkan rasa penasaran, terlihat dari judul berita tersebut menggunakan kata “KKB (Kelompok Kriminal Bersenjata)” istilah ini sering digunakan pada kelompok pro kemerdekaan tanah Papua, yang menjadi *clickbait* oleh Inews berhasil menggiring seseorang yang membaca bahwa seolah berita tersebut terjadi di Papua, namun berita tersebut terjadi di negara Nigeria.

d. *Inflammatory*

Judul berita *inflammatory* jenis *clickbait* ini bertujuan untuk membangkitkan perasaan marah atau penuh kekerasan dengan menggunakan ungkapan kata-kata yang tidak tepat atau vulgar. Contohnya (Berita diambil dari tvonenews.com) “Terkuak, Email Federasi Prancis Bocor Sebut Wasit Tak Boleh Izinkan Pemain Muslim Buka Puasa di Tengah Pertandingan” judul berita mengenai olahraga yang diterbitkan pada 3 April 2023.



Terkuak, Email Federasi Prancis Bocor Sebut Wasit Tak Boleh Izinkan Pemain Muslim Buka Puasa di Tengah Pertandingan

Email tersebut berisi peringatan pada wasit Ligue 1 yang bertugas agar wasit tidak

(Gambar 4.6 *clickbait Inflammatory* yang dimuat di portal berita Tvoneneews.com)

Judul berita *clickbait inflammatory* mengandung provatif dan menimbulkan perasaan marah. Dalam judul berita dapat mengakibatkan disinformasi yang dapat memancing emosi bagi sebagian pembaca. Namun dalam isi berita tersebut sama sekali tidak menguraikan dan memberikan bukti valid terkait klaim yang telah ditulis di bagian judul.

Pasalnya isi berita tersebut berisi peringatan pada wasit *ligue 1* yang bertugas agar wasit tidak menghentikan pertandingan demi pemain bola muslim bisa berbuka puasa. Dilansir dari laman *Daly Mail*, dalam *email*

tersebut, FFF melarang *official* pertandingan untuk menghentikan pertandingan agar pemain bisa mengonsumsi makanan atau minum air di sisi lapangan.

e. *Formatting*

Judul artikel *formatting* sering menggunakan tanda baca atau huruf kapital. Contohnya (berita diambil di tribun-timur.com) “BREAKING NEWS: Terkuak! IRT di Rantetayo Tanah Toraja Ternyata Tewas Dibunuh Suami” diterbitkan pada tanggal 12 agustus 2022



(Gambar 4.7 *clickbait Formatting* yang dimuat di portal berita Tribun-timur.com)

Penggunaan frasa BREAKING NEWS yang ditulis menggunakan huruf kapital sebagai penanda penekanan bahwa berita yang disuguhkan adalah berita terbaru. Penggunaan kata “terkuak!” dengan menggunakan tanda baca seru mengacu pada makna perintah untuk membuka berita tersebut. Dari judul ini penulis berusaha menekankan bahwa berita ini adalah berita terbaru yang amat penting untuk mengetahui terungkapnya pembunuhan di Rantetayo Tanah Toraja.

f. Graphic

Judul berita *clickbait graphic* jenis ini biasanya menggunakan judul agak cabul, menjijikkan, malah kadang-kadang tidak dapat dipercaya. Contohnya (berita diambil di Detik.com) "Iyuhh! Netizen Ini Temukan Kondom dalam Kari Ayam Pesanannya" diterbitkan pada tanggal 2 September 2022.



(Gambar 4.8 *clickbait graphic* yang dimuat di portal berita Detik.com)

Judul berita di atas menggunakan *clickbait graphic* karena mengandung unsur kata yang vulgar dan menjijikkan. Pemberitaan judul dengan *clickbait graphic* yang cabul sangat mengganggu kenyamanan *audiensi*, terlebih jika ada anak di bawah umur yang membacanya.

Dengan menggunakan frasa "Iyuhh!" yang ditulis menggunakan tanda seru yang mengacu pada makna yang sangat menjijikkan dan dengan penulisan seperti itu berhasil mencuri perhatian banyak orang sebanyak, namun kebenaran dari berita tersebut belum pasti.

g. *Ambiguous*

Judul berita jenis *clickbait ambiguous*, jenis berita *clickbait* ini sangat ambigu sekali, membingungkan, tidak jelas, hanya untuk mengundang keingintahuan pembaca. Contohnya (berita diambil dari Cnnindonesia.com) "Jokowi: Saya Menang Pilpres 2 Kali, Setelah Ini Jatahnya Pak Prabowo" berita yang diterbitkan pada tanggal 7 November 2022.



(Gambar 4.9 *clickbait ambiguous* yang dimuat di portal berita Cnnindonesia.com)

Judul berita yang di terbitkan Cnnindonesia.com sangatlah ambigu dan membingungkan dengan menggunakan kata "Jatahnya Pak Prabowo" yang di mana arti dari "jatah" mengacu pada makna telah ditentukan (KBBI V) yang dimana nantinya presiden telah di tentukan dan seakan suara rakyat tidak dibutuhkan lagi dalam pemilu. Redaksi kata yang di gunakan oleh CNN dapat menimbulkan kebingungan dan dapat mengakibatkan disinformasi yang dapat memancing emosi bagi sebagian pembaca, apalagi situasi politik yang sedang panas.

Data selanjutnya berita *clickbait ambiguous* dengan judul berita “Vokalis Coldplay Chris Martin Ngaku Bingung Orientasi Seksualnya Semasa Remajanya, Kini Ia Menjalani Hubungan dengan ...” yang diterbitkan oleh Tvonenews pada tanggal 21 mei 2023.



(Gambar 4.10 *clickbait ambiguous* yang dimuat di portal berita Tvonenews.com)

Judul berita yang di terbitkan Tvonenews.com sangatlah ambigu dan membingungkan dengan menggunakan kata “menjalani hubungan dengan...” Redaksi kata yang di digunakan oleh Tvone dapat menimbulkan kebingungan akibat potongan kata yang sajikan dan dapat mengakibatkan disinformasi yang dapat memancing emosi bagi sebagian pembaca.

Dalam isi berita tersebut Chris Martin menceritakan pengalaman buruknya semasa remaja terkait orientasi seksualnya dan banyak warganet yang berkomentar bahwa vokalis coldplay Chris Martin adalah homo dan sering mendukung kaum LGBT namun faktanya Chris Martin tidak homo dan telah menikah pada tahun 2003 dengan aktris Gwyneth Palrow dan telah dikaruniai dua orang anak.

Judul berita tersebut berhasil mengundang keingintahuan pembaca dan dapat menggiring opini miring terhadap orang-orang yang hanya membaca judul tersebut dan malas membaca isinya.

2. Deskripsi respon pembaca mengenai berita *clickbait*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada 20 orang responden untuk mengetahui bagaimana respon masyarakat mengenai berita *clickbait* yang ada di media *online* menunjukkan beberapa pemahaman dilihat dari bagaimana masyarakat yang sering menggunakan media *online* dan mengetahui apa itu berita *clickbait* dan juga bisa mengerti apa itu berita *clickbait* itu. Sebagian masyarakat mengatakan berita *clickbait* menarik untuk dibaca dikarenakan judulnya yang menarik namun setelah melihat isinya dan membacanya menjadi tidak menarik untuk dibaca.

Dalam hal ini masyarakat harus lebih mengerti dan memahami seperti apa itu berita *clickbait* tersebut. Kebanyakan masyarakat yang diwawancarai oleh peneliti mengatakan bahwa berita *clickbait* sangat merugikan karena hanya judulnya saja yang menarik namun isinya tidak relevan dengan judul tersebut sehingga menimbulkan rasa kecewa dan membuat kesal kepada pembaca.

Masyarakat sebagai pembaca berita di media *online* memberikan arti atau makna dari judul berita *clickbait*. Dan dari masyarakat yang diwawancarai mengatakan mereka mengatakan bahwa mengetahui berita *clickbait* di media *online* yaitu menjebak atau judul tidak sama dengan isi berita, bahkan yang hanya menarik perhatian dari pembaca sebagai pengguna namun karena rasa penasaran yang tinggi untuk membuka berita tersebut menjadikannya terkecoh dan terjebak dalam berita *clickbait*.

Sebagian masyarakat mengatakan berita *clickbait* bermanfaat untuk lebih teliti membaca berita yang ada di media *online* dan tidak hanya membaca judulnya saja namun harus membaca isinya dengan teliti agar mengetahui maksud berita tersebut, dan beberapa masyarakat mengatakan bahwa berita *clickbait* tidak bermanfaat karena tidak sesuai harapan dan tujuan awal membaca dan berita *clickbait* sulit untuk di pahami.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa secara umum penggunaan judul *clickbait* di media *online* banyak digunakan oleh media-media *online* untuk menarik minat pembaca dan mengusik rasa penasaran yang timbul akibat kesenjangan informasi antara apa yang pembaca ketahui dan apa yang ingin pembaca ketahui. Dilihat dari data di atas menunjukkan bahwa judul *clickbait* yang ditampilkan oleh media dengan gaya bahasa yang digunakan sangatlah mempengaruhi pembaca namun membuat pembaca menjadi kesal dan kecewa karena isi dan berita tersebut tidaklah relevan.

Dari beberapa media di atas memiliki ciri khas pada penggunaan bahasa, yaitu penggunaan huruf kapital sebagai penekanan dan kata yang berikan tanda baca seru “!” menandakan sebuah peringatan/perintah. Hal ini dapat diartikan sebagai perintah/peringatan kepada pembaca bahwa isi dalam berita erat kaitannya dengan makna dari tanda seru. dan beberapa media *online* menggunakan bahasa hiperbola yang berlebihan agar masyarakat tertarik untuk membaca berita yang disajikan.

Temuan dilapangan menunjukkan bahwa penggunaan *clickbait* pada judul berita di media *online* sudah dirancang agar pembaca penasaran dan ingin

membaca berita tersebut. Kesenjangan informasi ini menghasilkan perasaan keingintahuan atau penasaran (Bloom & Hansen,2015) rasa penasaran ini kemudian memotivasi pembaca untuk membuka halaman berita *clickbait* berita tersebut dengan harapan mendapatkan informasi yang hilang seperti yang disampaikan di judul berita tersebut, penggunaan judul *clickbait* menarik perhatian responden melalui penggunaan kata-kata hiperbola,serta kata-kata *superioritas* dan *superlatif*

Temuan di atas tentu sangat menarik, karena meskipun menurut (Kraca, 2019) produk jurnalistik yang menggunakan strategi *clickbait* merupakan konten sampah, nyatanya strategi tersebut mampu meningkatkan minat baca seseorang. Di sisi lain strategi *clickbait* ini digunakan untuk menghasilkan keuntungan, . Meningkatnya minat responden untuk membaca berita *clickbait* mengindikasikan keberhasilan media dalam mendapatkan perhatian responden. Hal ini dikarenakan ketika seseorang memiliki minat baca, maka ia akan memfokuskan perhatiannya pada bacaan tersebut. Perhatian ini lah yang menjadi tujuan utama jurnalis dalam membuat *clickbait* journalism, yaitu untuk mendapat keuntungan. Dengan kata lain, semakin tinggi minat membaca berita *clickbait*, semakin tinggi pula keuntungan yang akan diperoleh media yang mempublikasikan berita tersebut.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan serta hasil yang terdapat pada bab IV maka penelitian menyimpulkan bahwa judul berita terdapat tujuh jenis *clickbait* yang sering digunakan dalam pembuatan judul berita di media *online*. Ketujuh jenis *clickbait* tersebut adalah *exaggeration* ialah *clickbait* yang menggunakan gaya bahasa hiperbola, *teasing* ialah *clickbait* yang memprovokasi, *inflammatory* ialah berita *clickbait* yang menggunakan kata-kata kasar atau kata-kata vulgar, *formatting* ialah berita yang mengandalkan huruf kapital pada judul berita, *ambiguous* ialah berita dengan judul tidak jelas dan membingungkan, *graphic* ialah menggunakan judul dengan kata cabul dan tidak dapat dipercaya dan *wrong* adalah berita yang salah dan tidak dapat dipercaya.

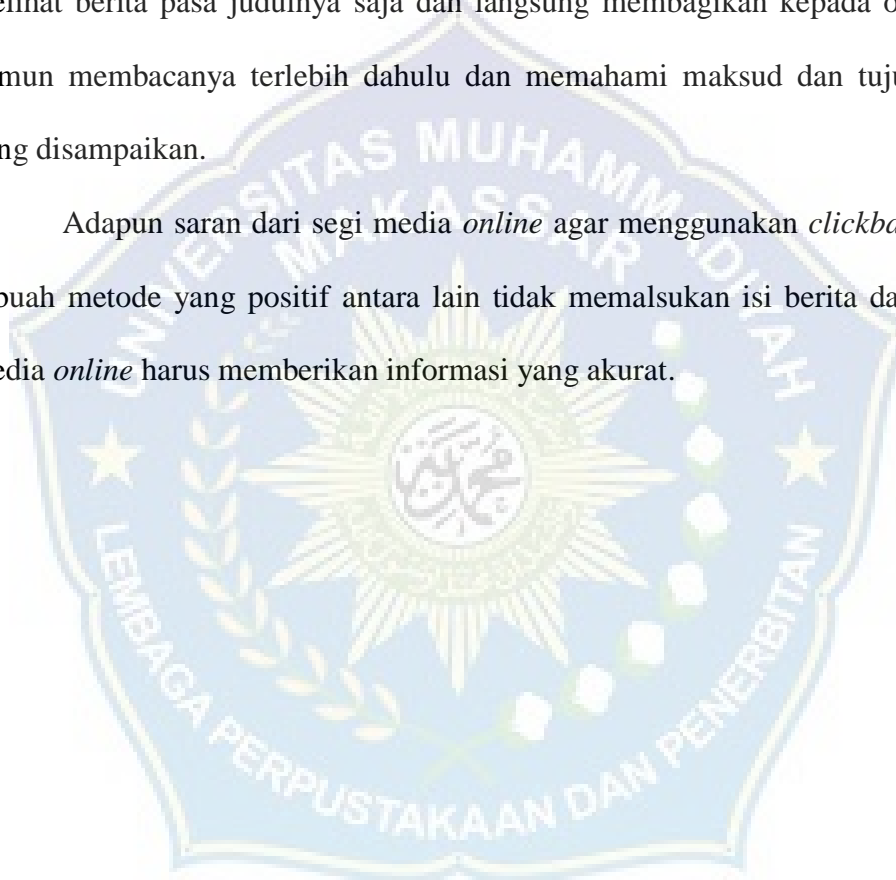
Dengan berita *clickbait* dapat mempengaruhi pembaca dan memicu rasa penasaran pembaca terhadap suatu berita, namun sangat merugikan para pembaca sebagai penggunaan media *online* karena isi berita dengan judul berita *clickbait* itu sangat berbeda.

Dari segi pemahaman dari hasil wawancara antara peneliti dan masyarakat menjelaskan bahwa *clickbait* adalah berita yang dibuat oleh suatu media yang tidak bertanggung jawab hanya mementingkan diri sendiri tapi tidak mementingkan para pembaca sebagai penggunaan media *online* sehingga merugikan pembaca, dan dari segi media dapat meningkatkan keuntungan dari hasil memanfaatkan perhatian masyarakat di era *attention economy*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari data-data lapangan disarankan perlunya sebuah pemahaman terhadap judul berita *clickbait* yang ada di media *online* agar pembaca lebih bijak untuk memilih berita yang berkualitas serta penggunaan jejaring sosial maupun penggunaan internet yang baik seharusnya menggunakan internet sebagai sarana informasi yang baik tidak hanya melihat berita pada judulnya saja dan langsung membagikan kepada orang lain, namun membacanya terlebih dahulu dan memahami maksud dan tujuan berita yang disampaikan.

Adapun saran dari segi media *online* agar menggunakan *clickbait* sebagai sebuah metode yang positif antara lain tidak memalsukan isi berita dan sebagai media *online* harus memberikan informasi yang akurat.



DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, B. (2021). Siberkreasi: Hindari *Clickbait* dengan Membaca Informasi Secara Lengkap.
- Arifuddin, Ruslan, H., & Haslinda. (2022). Struktur Wacana Mikro Situs Berita *Online Liputan6.Com*. *Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Badara, A. (2012). *Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*. Jakarta: Kencana Prenasa media group.
- Bangun, E. P., Koagouw, F. V., & Kalangi, J. (2019). Analisis Isi Unsur Kelengkapan Berita Pada Media *Onlinemanadopostonline.com*. *ejournal.unsrat.ac.id*, 1-13.
- Beleslin, I., Ratkovic Njegovan, B., & S. Vukadinovic, M. (2017). Clickbait titles: Risky formula for attracting readers and advertisers. XVII International Scientific Conference on Industrial Systems, 17, 364–369.
- Hadiyat, Y. D. (2019). *Clickbait di Media Online Indonesia*. *Balai Besar Pengembangan SDM dan Penelitian Kominfo Makassar*, 1-10.
- Handayani, D. A. (2018). Hiperbola dan Hiperrealitas Media Analisis Judul Berita Hiperbola di Situs Berita *Online*. *SMAN 5 Purwokerto Indonesia*, 1-15.
- Heru, A. (2018). Gaya Bahasa Sindiran Ironi, Sinisme Dan Sarkasme Dalam Berita Utama Harian Kompas. *Universitas PGRI Palembang*, 1-12.
- Indrajaya, S. E., & Lukitawati, L. (2019). Tingkat Kepercayaan Generasi Z terhadap Berita Infografis dan Berita Ringkas di Media Sosial. *Universitas Diponegoro*, 1-14.
- Kertanegara, M. R. (2018). Penggunaan *Clickbait Headline* pada Situs Berita dan Gaya Hidup Muslim *Dream.co.id*. *Politeknik Negeri Media Kreatif*, 1-13.
- Keraf, Gorys. 2009. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Mahmuda. (2012). Sarkasme Judul Berita Surat Kabar Nasional. *Fakultas Bahasa dan Sastra, Universitas Negeri Makassar*, 8 nomor 2, 1-5.
- Nailufar, N.N.(<https://www.kompas.com/skola/read/2020/08/05/140759669/jenis-jenis-berita?page=all>). enis-jenis Berita Halaman all - Kompas.com. KOMPAS.com. *Published August 5, 2020. Accessed December 18, 2022.*
- Rahmatika, N., & Hidayanto, S. (2020). Pengaruh *Clickbait Journalism* Terhadap Minat Baca Generasi Z. *Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi*, 1-21.
- Rahmatika, N., & Prisanto, G. F. (2022). Pengaruh Berita *Clickbait* Terhadap Kepercayaan Pada Media Di Era Attention Economy. *Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi*.

- Riadi, A. (2012). Karakteristik Gaya Bahasa Judul-Judul Berita Pada Media *Online Detik.Com. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA.*
- Saputri, D. (2022). Penerapan *Clickbait* Pada *Headline* Situs Berita *Fixpekanbaru.Com. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.*
- Sukmono, D. N. (2021). *clickbait* judul berita *online* dalam pemberitaan *covid-19*. 1-13.
- Tarigan, Henry Guntur. 2009. Pengajaran Gaya Bahasa. Bandung: Penerbit. Angkasa
- Wendra, W., & Putrayasa, I. B. (2014). Penggunaan Gaya Bahasa Dalam Bahasa Jurnalistik(Penelusuran Kontradiksi Persepsi Dalam Penulisan Berita). *Universitas Muhammadiyah Makassar.*
- Zaenudin, A. (2018). *Clickbait*, Jebakan Judul Berita yang Menipu Pembaca. <https://tirto.id/clickbait-jebakanjudul-berita-yang-menipu-pembaca-cF7b>.
- Zahara, E., Yakob, M., & Hidayat, M. T. (2020). Analisis Majas Ironi Pada Surat Kabar Prohaba. *Jurnal Samudra Bahasa*, 4 nomor 1, 1-8. Retrieved from <https://www.ejurnalunsam.id/index.php/JSB/article/view/3330/2272>



L

A

M

P

I

R

A

N



Dokumentasi penelitian

Metro ENTERTAINMENT

Entertainment News Komunitas Olahraga

CEK FAKTA: Raffi Ahmad Meninggal dalam Keadaan Sujud, Nagita Slavina Syok, Benarkah?

Beredar kabar Raffi Ahmad meninggal dunia. Benarkah?
Tata Sabtu, 08 April 2023 | 14:14 WIB



INFORMASI SELEBRITI
RAFFI AHMAD DIKABARKAN MENINGGAL DLM KEADAAN SUJUD
TANGIS NAGITA SLAVINA TAK TERBENDUNG
8.02

Metro NEWS

Entertainment News Komunitas Olahraga

CEK FAKTA: AHY Lunasi Utang Anies Rp 50 M di Depan Publik, Sandiaga Auto Dibikin Malu, Benarkah?

Dalam thumbnail video tampak Sandiaga Uno sedang digiring oleh beberapa aparat.
Tata Jum'at, 10 Februari 2023 | 07:50 WIB



BREAKING NEWS
AHY LANGSUNG LUNASI HUTANG ANIES

MENU Cari Berita

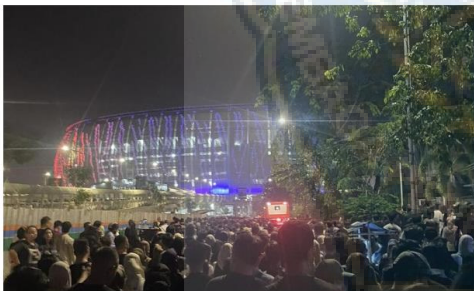
detikTravel / Travel News / Detail Artikel

Senin, 06 Feb 2023 09:45 WIB

TRAVEL NEWS

Konser Dewa 19 Trending di Sosmed, Stadion JIS Bikin Trauma

Tim detikcom
detikTravel



Semerautnya akses di JIS usai konser Dewa 19 (dok Adriansyah Yasin Sulaeman)

FAJAR.CO.ID *Seluruh Dunia Membacanya*

Baca berita apa hari ini?

BERANDA POPULER EPAPER NASIONAL POLITIK KRIMINAL EKONOMI HIBURAN

Beranda » Nasional

Siap-siap! Beli BBM Tidak Boleh Pindah-Pindah SPBU, Warganet: Kalau Kebiasaan di Tengah Jalan, Gimana?

Muhammad Nursam - Nasional
Minggu, 8 Januari 2023 14:10 PM



Berita membahas BBM di SPBU Permana (Intomawa)

CNN Home Nasional Internasional Ekonomi Olahraga Teknologi Otomotif Hiburan Gaya Hidup

Pemilu 2024 Timnas Indonesia Juara Sea Games Sea Games 2023 Johnny Plate Tersangka

Jokowi: Saya Menang Pilpres 2 Kali, Setelah Ini Jatuhnya Pak Prabowo

CNN Indonesia
Senin, 07 Nov 2022 16:50 WIB

Bagikan:  



Presiden Joko Widodo (kiri) dengan Menteri Pertahanan (Menhan) Prabowo Subianto (kanan). (ANTARA FOTO/Lukas)

Jakarta, CNN Indonesia -- Presiden **Joko Widodo** menyebut pemilihan presiden hari-tujuh adalah...

jetikfood Home Resep Resep Pembaca Tempat Makan **Kabar Kuliner** Anak Sehat Fo

detikFood > Info Kuliner

Iyuhh! Netizen Ini Temukan Kondom dalam Kari Ayam Pesanannya

Yenny Mustika Sari - detikFood
Jumat, 02 Sep 2022 18:00 WIB



Foto: Facebook Singapore Incidents



Terkuak, Email Federasi Prancis Bocor Sebut Wasit Tak Boleh Izinkan Pemain Muslim Buka Puasa di Tengah Pertandingan

Email tersebut berisi peringatan pada wasit Ligue 1 yang bertugas agar wasit tidak

tvonenews.com

Sumatera Jabar Banten Jateng Di Yogya Jatim




Vokalis Coldplay Chris Martin Ngaku Bingung Orientasi Seksualnya Semasa Remajanya, Kini Ia Menjalinkan Hubungan dengan ...

Tribun-Timur.com Kamis, 18 Mei 2023 Cari Net

Home Travel Otomotif Techno Kesehatan TribunTim

Travel Akomodasi Kuliner Destinasi Shopping Ticketing

Home Toraja

Pembunuhan di Rantetayo

BREAKING NEWS: Terkuak! IRT di Rantetayo Tana Toraja Ternyata Tewas Dibunuh Suami

Jumat, 12 Agustus 2022 15:55

Penulis: Tommy Paseru | Editor: Hasriyani Latif



lihat foto

Facebook Twitter WhatsApp LinkedIn Email Print

Sudharto - Terkuak pembunuhan seorang ibu rumah tangga (IRT) di Pradang Bing, Kecamatan Rantetayo, Kabupaten Tana Toraja, Sulawesi Selatan, Jumat (12/8/2022). IRT bernama Zulwanita, 60, tewas di tangan suaminya sendiri.

close [X]

Biadab! KKB Bantai 12 Jemaah Masjid yang Sedang Sholat, termasuk Imam

Ahmad Islamy Jamil - Minggu, 04 Desember 2022 - 20:00:00 WIB



KKB di Nigeria kerap kali berulah dan menyebabkan jatuhnya korban jiwa. (Foto: Reuters)

RIWAYAT HIDUP



Mustakim lahir pada tanggal 22 maret 1999 di Makassar. Anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan orang tua, Ayah Dahlan dan ibu Lebbi. Penulis memulai pendidikan di SD Inpres Sudiang dan tamat pada tahun 2011, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 25 Makassar dan tamat pada tahun 2014, setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di SMK Mutiara Ilmu pada tahun 2014 dan tamat pada tahun 2017. Kemudian pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi yakni Universitas Muhammadiyah Makassar dengan memilih program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Penulis saat ini sedang dalam proses penyelesaian studi dengan judul skripsi **“Penggunaan *Clickbait* Terhadap Judul Berita Pada Media *Online* Edisi Tahun 2022-2023 Untuk Menarik Minat Pembaca”**