

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Saat ini belantara media sosial menyuguhkan segala informasi termasuk berita-berita lengkap dengan judul dari yang biasa-biasa saja sampai bombastis. Seringkali judul-judul berita yang tampil bisa membuat dahi mengernyit, tapi tak jarang "sukses" membawa pembaca hanyut untuk meng-klik. Fenomena ini sering disebut *clickbait*. *Clickbait* merupakan istilah untuk judul berita yang dibuat untuk menggoda pembaca. Biasanya menggunakan bahasa yang provokatif dan menarik perhatian. (Ankesh Anand, 2017)

Berita-berita dengan judul fantastis mulai bermunculan demi menggaet banyaknya viewer yang akan berdampak pada trafik media pemberitaan online tersebut. Tragisnya judul- judul fantastis yang mereka suguhkan tidak sesuai dengan konten beritanya. Tujuan utama dari proposal penelitian ini adalah untuk mengetahui fenomena *clickbait* di media pemberitaan kompa.com ditinjau dari kode etik jurnalistik Indonesia periode Oktober – November 2020

Fenomena *clickbait* mencuat dalam dunia digital khususnya media *online*, tujuannya hanya satu untuk menarik pembaca atau warganet masuk ke sebuah situsweb dan mendulang apa yang disebut sebagai *page view* atau jumlah klik yang masuk. Jurnalis merupakan sebuah pekerjaan, dan sebuah pekerjaan tentu mendapatkan penghasilan. Seorang jurnalis online biasanya dapat menghasilkan

uang tergantung dari banyaknya klik dan pembaca yang mengunjungi artikel/halaman berita pada website yang disajikannya.

Berbagai cara media berita online untuk membuat pembaca melihat halaman berita online yang dimuat. Mulai dari membagikan halaman berita tersebut menjadi bentuk berupa link laman (halaman utama dari suatu situs web) ke jejaring sosial media, atau dijadikan sebagai iklan di sebuah website populer berbayar.

Halaman website yang dibagikan hanya memperlihatkan judul beritanya saja sebagai *highlights*, sehingga diperlukan klik untuk membaca isinya. Cara tersebut merupakan hal yang umum dalam jurnalistik online untuk untuk mendapatkan pengunjung dan berangsur lambat dikarenakan persaingan media-media berita online yang juga turut berlomba-lomba untuk mendapatkan klik pengunjung. Clickbait tidak terjadi begitu saja, namun merupakan upaya dari penulis/editor untuk membuat judul yang mampu menarik perhatian dan memanipulasi emosi hingga pembaca tidak mampu melewatkan judul tersebut. Hal ini terjadi karena ada kesenjangan informasi (*information gap*) antara yang hal yang diketahui dan hal yang ingin diketahui oleh pembaca. Loewenstein (1994) mengemukakan Teori Information Gap yang pada dasarnya menyatakan bahwa setiap kali kita melihat celah “antara apa yang kita ketahui dan apa yang ingin kita ketahui,” kesenjangan itu memiliki konsekuensi emosional. Kesenjangan informasi semacam itu menghasilkan perasaan kehilangan sesuatu. Individu yang ingin tahu termotivasi untuk mendapatkan informasi yang hilang untuk mengurangi atau menghilangkan perasaan kekurangan.

Semakin banyak klik dan pembaca ataupun pengunjung halaman media berita yang dimuat, maka semakin banyak pula penghasilan yang didapatkan oleh jurnalis dan perusahaan media tersebut. Berbagai metode dikerahkan oleh para jurnalis online hingga sampai kepada metode yang cukup terbilang sangat efektif namun penuh dengan pro dan kontra pada penggunaannya, yaitu dengan metode Umpan Klik atau biasa disebut 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.

Umpan Klik pada umumnya bertujuan untuk mengeksploitasi “kesenjangan keingintahuan” (*curiosity ago*) dengan memberi informasi yang cukup membuat pembaca penasaran ingin tahu, tetapi tidak cukup untuk memenuhi rasa ingin tahu tersebut tanpa menekan klik pada tautan atau pranala yang diberikan. Tujuan umpan klik adalah untuk menarik sebanyak mungkin orang, memungkinkan website tertentu memiliki sebanyak mungkin pengunjung. Adapun kontra penggunaan metode umpan klik ini antara lain banyak para jurnalis-jurnalis online yang individual sering menyalahgunakan metode ini, mereka hanya membuat judul yang sangat menumbuhkan rasa ingin tahu ke pembaca tanpa menyesuaikan ekspektasi dari judul tersebut pada isi beritanya. Sehingga pembaca merasa hanya membaca berita palsu karena tidak memenuhi ekspektasi mereka dan merasa dirugikan. Sedangkan pro dari metode umpan klik ini adalah metode ini dapat menumbuhkan minat pembaca para pembaca dan mengurangi rasa malas membaca penduduk di Indonesia. Jurnalis-jurnalis yang

bekerja pada instansi media terverifikasi Dewan Pers menggunakan metode umpan klik hanya sebagai sebuah teknik dan metode untuk menarik minat pembaca tanpa mengurangi dan memalsukan keselarasan isi berita dengan judulnya.

Minat pembaca atau *readers interest* merupakan perpaduan antara keinginan, kemauan, dan motivasi. Motivasi membaca mengandung pengertian kekuatan dalam diri yang mampu menarik perhatian individu untuk melakukan aktivitas, memahami informasi dan makna yang terkandung dalam bahasa tertulis. Minat berperan dalam keputusan untuk membaca, dalam tingkat keterlibatan dengan teks dalam membaca, dan demikian juga dalam produk yang dibuat oleh pembaca dalam pemahaman teks dan pembelajaran dari teks (McKenna, dalam syafiiq 2018).

Maraknya budaya baru yang dilakukan ini seakan menjadi hal yang biasa dan dianggap sebagai kesatuan dari karya jurnalistik itu sendiri, sehingga bukan menjadi hal yang dianggap perlu untuk dikhawatirkan atas esensi yang diterima dan merugikan bagi publik atas praktik yang dilakukan. Artinya, hak masyarakat dalam mendapatkan informasi yang akurat menjadi diabaikan. Keakuratan menjadi penting diperoleh publik, karena setiap pengunjung media online yang membaca berita menginginkan informasi yang utuh, tidak basa basi langsung pada inti masalah yang diangkat. Publik dalam membaca media online, disetiap judulnya memiliki ekspektasi yang tinggi untuk mendapatkan kejelasan dari judul yang dibaca, maka bagaimana jadinya jika antara judul dan isi tidak sesuai, tidak adanya kejelasan yang diperoleh. Hal ini akan merugikan khalayak dengan

penyampaian informasi yang seharusnya memberi kejelasan bukan membingungkan publik. Selain itu, dengan pemilihan kata dari judul-judul clickbait yang seringkali menyulut emosi pembaca, namun ketika judul diklik dan diperoleh informasi yang bertolak belakang dengan judul. Hal ini menjadi salah satu yang merugikan khalayak atas informasi yang diperoleh, dimana dikhawatirkan akan berujung dengan perspektif negatif, jika setiap pengunjung media online hanya membaca judul dan tidak membaca keseluruhan informasi, ini akan memancing penyebaran informasi yang tidak benar dikhalayak luas. Lalu, dengan munculnya sistem baru yaitu *page view*, masyarakat membutuhkan waktu yang lama untuk melakukan kesimpulan informasi dari setiap klik di setiap halaman dalam satu berita karena panjangnya informasi yang disampaikan yang bahkan membingungkan inti dari pokok informasi, akibat dari pencampuran beragam informasi yang disatukan dalam setiap halamannya. Dimana pada hakikatnya informasi yang efektif hanya berupa satu halaman yang menjelaskan secara detail informasi yang dimaksud.

Tema penelitian ini penulis pilih sebagai rencana penelitian skripsi karena masih minimnya penggunaan tema-tema berikut. Faktor yang mendasari minimnya penelitian dengan tema clickbait, karena clickbait menjadi budaya yang baru, dan karenanya masih awam dan dianggap sebagai hal yang biasa. Sehingga diharapkan dari penelitian ini dapat menjadi suatu informasi baru bagi masyarakat luas, khususnya perusahaan media yang akan memulai menggunakan atau telah menggunakan budaya baru ini sebagai keharusan untuk selalu digunakan dalam pemberitaan di media online-nya, sehingga mulai

mempertimbangkan hak kepentingan publik dalam memperoleh informasi berita yang akurat

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana Praktik Clickbait di Rednews.co.id periode bulan Maret 2021 sampai bulan Juli 2021?
2. Apa saja unsur clickbait dalam pemberitaan periode bulan Maret 2021 sampai Juli 2021

C. TUJUAN PENELITIAN

Setiap penelitian yang dilakukan pasti memiliki tujuan dan manfaat yang ingin dicapai, dalam penelitian ini terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh penulis, yaitu;

1. Mengetahui bagaimana Praktik Clickbait di Rednews.co.id periode bulan Maret 2021 sampai bulan Juli 2021
2. Mengetahui unsur clickbait dalam pemberitaan periode bulan Maret 2021 sampai bulan Juli 2021

D. MANFAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis
 - a. Menambah kajian ilmu bidang jurnalistik khususnya praktik clickbait di media online.

- b. Pengetahuan baru bagi masyarakat luas pada umumnya dan pada khususnya bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Ponorogo terhadap fenomena clickbait.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat menjadi input yang positif bagi perusahaan media dalam menerapkan praktik clickbait di media online, sehingga tidak hanya mengejar target pengunjung yang memberikan *income materil*, namun perusahaan media juga perlu memperhatikan hak pembaca atau pengunjung media online dalam menerima informasi berita yang akurat.
- b. Memahami bahwa clickbait bukan fenomena biasa tetapi budaya baru dalam dunia jurnalistik yang dianggap sebagai bagian dari dinamika perusahaan media, namun adanya celah dalam praktik clickbait ini yang dapat menjadi pelanggaran etika jurnalistik karena menampilkan judul dan isi yang kurang sesuai.
- c. Mengetahui bahwa clickbait menjadi strategi bagi perusahaan media dalam menarik pengunjung untuk mengklik judul, mengklik setiap page view yang ada, untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan keuntungan disetiap halamannya