

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Clickbait* merupakan suatu istilah atau jebakan klik pada situs berita, dalam praktik jurnalisme online *clickbait* bukanlah perkara yang baru saat ini. Banyaknya kompetitor situs penyedia berita online membuat praktik ini banyak digunakan media daring untuk memikat pembaca meng klik sebuah berita, dengan menampilkan judul berita yang menarik. Ketatnya persaingan saat ini untuk menyajikan informasi atau berita kepada masyarakat membuat praktik ini menjadi tren untuk menarik pembaca sebanyak mungkin.

AyoJakarta.com, media online yang satu ini memang belum seterkenal media-media online lainnya. Namun seiring berjalannya waktu media online ini sering memasukkan unsur-unsur umpan klik pada judul beritanya. Berbeda dengan media-media besar lainnya seperti detik.com, Kompas.com, dan Tribunnews yang sudah tidak lagi menggunakan *clickbait* dalam penulisan pada judul beritanya dikarenakan media tersebut berada pada Perusahaan besar dan dikenal banyak kalangan masyarakat dalam mencari berita dan menjadikannya memiliki banyak pembaca.

AyoJakarta.com tidak lagi hanya menyuguhkan berita yang benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat, akan tetapi mulai memuat berita-berita yang tidak penting untuk sekedar mendapatkan klik dari pada pembacanya. Media ini

selalu menampilkan beberapa halaman untuk satu berita yang dimana isi dari setiap halamannya hanya penjelasan yang berlarut-larut dan tidak penting, disamping itu halaman demi halaman yang ditampilkan oleh AyoJakarta.com didominasi oleh iklan di tiap sudutnya, serta foto dan juga video beserta sedikit kalimat.

Penjelasan diatas membuktikan bahwasanya AyoJakarta.com sengaja untuk menuliskan beritanya kedalam beberapa halaman agar pembaca melakukan klik berkali-kali dan itu akan meningkatkan jumlah *page views* mereka. Hal seperti ini pihak akan diuntungkan oleh AyoJakarta.com tapi tidak untuk para pembaca yang justru dirugikan dengan ketidakpuasan terhadap berita yang mereka dapatkan. Mereka juga telah membuang-buang waktu hanya untuk berita yang tidak diharapkan.

Saat ini media online merupakan fenomena baru dalam dunia jurnalistik. Jurnalisme online ialah “*New Media*” yang mengalihkan peran jurnalisme konvensional (media cetak). Dibandingkan dengan media konvensional, media online memiliki kemampuan penyebaran informasi yang lebih luas, dan cepat. Media online kini mulai mengalihkan peran media cetak yang kini makin menurun pasca meningkatnya pemakaian internet.<sup>1</sup>

Media online berusaha membuat strategi dengan menggunakan judul *clickbait* agar para pengguna internet memiliki rasa penasaran untuk mengklik

---

<sup>1</sup> Yayat D. Hadiyat, “*Clickbait On Indonesia Online Media*”, Jurnal Pekommas, Vol. 4 No.1.

tautan beritanya dan membaca keseluruhan berita. Judul *clickbait* disebut juga sebagai judul yang bombastis, membuat penasaran, atau membingungkan yang mampu menggugah pembaca untuk mengklik tautan berita tersebut. *Clickbait* biasanya menggunakan bahasa yang provokatif dan menarik perhatian.

kini, salah satu strategi yang dapat dilakukan secara intensif para media online bagi berita media online untuk kebutuhan media sosial tersebut yaitu dengan membuat headline yang menarik dan sensasional. Dengan dukungan gambar visual yang juga menarik, diharapkan mereka yang mengonsumsi media sosial akan lebih tertarik untuk membaca berita online. Berita utama, atau headline, kemudian dideskripsikan dan menjadi lebih sering dikenal sebagai *Clickbait* Headline. Sederhananya *Clickbait* Headline merupakan headline yang mampu membuat pengakses media tersebut untuk mengklik berita tautan yang ada di media social ke situs utama mereka. Penggunaan *clickbait* ini menjadi tak terhindarkan lagi di saat munculannya media online baru secara masif.

Judul *clickbait* disebut juga sebagai umpan klik yang berkontribusi pada peningkatan jumlah pengunjung ke portal berita. Tak salah bila media online berusaha menggunakan strategi *clickbait* untuk mengejar jumlah klik. Namun, media online harus berhati-hati dalam menggunakan judul *clickbait*. Paling tidak judul *clickbait* harus memiliki kesesuaian dengan isi beritanya. Yang menjadi permasalahan utama adalah ketika pembaca merasa dibohongi dan

terbuang waktunya karena telah membuka tautan judul *clickbait* yang tidak sesuai dengan isi beritanya.

Penerapan *Clickbait* pada judul berita sangatlah efektif untuk memperbanyak pembaca, hal ini dikarenakan pembaca memuali dengan membaca judul. Karena rasa ingin tahu yang tinggi itu dan kebutuhan akan pengetahuan di antaranya audiens target, pemasaran *Clickbait* menjadi sukses. Ketika strategi ini dilakukan, secara otomatis akan memperbanyak pembaca dengan cepat, serta akan menghasilkan keuntungan dari iklan yang ditampilkan di berita yang dibaca. Oleh karena itu, ada saling menguntungkan antara praktek *Clickbait*, pembaca, pengiklan dengan saling menguntungkan secara bersamaan.

*Clickbait* pada judul juga akan membuat rasa penasaran serta dapat membentuk opini baru yang mampu memancing emosi pembaca terhadap berita yang disebarkan. Hal seperti ini dikarenakan berita yang disajikan tidak sinkron antara judul dengan isi berita sehingga terjadi kesenjangan informasi antara judul dan isi.

Budaya penerapan judul berita yang mengandung unsur *Clickbait* di media online tentu menjadikan bahan yang objektif untuk diteliti, karena saat ini penulisan judul yang mengandung *Clickbait* seperti suatu hal yang lumrah pada media online. Padahal penerapan *Clickbait* di media online merugikan pembaca, dikarenakan membuat pembaca dirugikan karena berita yang disampaikan tidak sesuai yang diharapkan pada judul, serta dapat mengubah

opini dan sudut pandang pembaca dari berita yang dibaca. Oleh karena itu penulis memilih penerapan praktek *Clickbait* di media online sebagai bahan penelitian.

Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan penulis bahwa judul-judul yang mengarah pada *clickbait* menjadi sulit untuk dideteksi apakah judul suatu berita tersebut mengandung unsur *clickbait*? Dikarenakan penulis melihat bahwa penulisan berita *clickbait* menggunakan pemilihan kata yang halus, oleh karenanya ketika melihat judul tidak diketahui bahwa berita yang diklik adalah berita *clickbait*. Praktik *clickbait* yang digunakan yakni dengan menggunakan judul-judul yang bombastis.

Dalam penelitian ini, pemberitaan terhadap kasus Mario Dandy dipilih sebagai objek penelitian dikarenakan kasus tersebut sedang ramai diperbincangkan oleh warganet. Kasus Mario Dandy ini merupakan kasus penganiayaan terhadap David yang berusia 17 tahun pada malam tanggal 20 Februari 2023. Berita penganiayaannya tersebar luas di internet, hal tersebut menjadi perbincangan hangat oleh warganet. Berita di media online pun mulai ramai memberitakan tentang kasus Mario Dandy ini.

Pemberitaan penganiayaan yang dilakukan oleh Mario Dandy ini memang sedikit membuat kegaduhan di kalangan masyarakat, hal ini dikarenakan Mario Dandy merupakan seorang anak dari seorang pejabat tinggi dari lingkungan kementerian keuangan yaitu Rafael Alun Trisambodo yang menjabat sebagai Direktorat Jendral Pajak (DJP) Jakarta Selatan.

Pada pemberitaan kasus Mario Dandy penulis menemukan sekitar 14 berita periode 15 maret sampai 31 maret 2023 diantaranya berita yang disajikan tertadapt judul - judul berita yang menggunakan unsur-unsur *clickbait*.

Maraknya penerapan *clickbait* pada berita di media online memang menguntungkan bagi pebisnis di bidang pemberitaan online, akan tetapi hal ini dapat merugikan pembaca. Maka dari itu, penulis tertarik untuk meneliti tentang penggunaan *Clickbait* pada judul berita Mario Dandy dan mengetahui kesesuaian isi berita dengan judul tersebut sebagai bahan penelitian.

Selain itu, terdapat delapan unsur *Clickbait* yang sering muncul di media online, yaitu *exaggeration* (berlebihan), *teasing* (ejekan), *inflammatory* (menghasut), *formatting* (pemformatan), *graphic* (grafis), *bait-and-switch* (umpan dan beralih), *ambiguous* (ambigu), dan *wrong* (salah). Maka, beberapa aspek di atas juga akan menjadi rujukan dalam menentukan jenis *clickbait* pada judul berita Mario Dandy.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang masalah yang dikemukakan di atas, maka dapat ditentukan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana unsur-unsur *clickbait* pada berita Mario Dandy di AyoJakarta.com?
2. Bagaimana kesesuaian *clickbait* dengan isi berita di AyoJakarta.com?

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat menarik rumusan masalah yang akan diteliti. Adapun rumusan masalah tersebut yaitu **mengetahui kesesuaian *clickbait* pada berita Mario Dandy di AyoJakarta.com?**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Kesesuaian *clickbait* pada berita Mario Dandy di AyoJakarta.com”**

### 1.4 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah **“Mengetahui Kesesuaian *clickbait* pada berita Mario Dandy di AyoJakarta.com”**

#### **Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian dan wawasan pada bidang Jurnalistik, khususnya tertuju dalam penerapan *Clickbait* pada pemberitaan di media online. Dan untuk perusahaan media online AyoJakarta.com, hasil dari penelitian ini bisa dijadikan bahan evaluasi

perusahaan dalam memberitakan pemberitaan yang dimuat di laman media online.

### **Secara Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan bacaan bagi mahasiswa bahwa *Clickbait* tidak sekedar fenomena yang ada saat ini, tetapi juga sebuah budaya atau kebiasaan baru dalam dunia jurnalistik yang bertujuan untuk meningkatkan pembaca media online. Serta diharapkan hasil penelitian ini bisa dijadikan bahan tambahan kajian yang berkaitan dengan *Clickbait*.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Supaya mendapatkan gambaran yang jelas dalam penelitian ini, dengan ini penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

**BAB I Pendahuluan:** Bab ini adalah awalan dari keseluruhan yang berisikan, yaitu: Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian dan Kegunaan penelitian, dan Sistematika Penulisan.

**BAB II Kerangka Teori:** Bab ini akan terlampir penelitian yang relevan, teori-teori sebagai pendukung untuk menjadi dasar pemikiran, dan juga untuk keperluan menganalisis beberapa uraian mengenai tema yang teradapat dalam bab ini.



**BAB III Metodologi Penelitian:** Bab ini yang berisikan tentang pemaparan metodologi penelitian yang menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian bersifat deskriptif.

**BAB IV Hasil dan Pembahasan:** Bab ini akan menampilkan gambaran media, analisis Judul Clickbait pada Berita Mario Dandy di Ayojakarta.com dan juga hasil dan pembahasan dari hasil penelitian.

**BAB V Kesimpulan:** pada bab ini akan berisikan kesimpulan berdasarkan hasil yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya sebagai studi dalam menjawab rumusan masalah.

