

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini informasi menjadi kebutuhan bagi setiap orang, seiring berkembangnya zaman, kemajuan teknologi mendukung khalayak untuk mengakses informasi dengan cepat. Arus informasi yang tersebar kini sudah tidak bisa terbendung lagi, mulai dari media cetak, seperti surat kabar dan majalah, radio, televisi, dan media *online* memudahkan khalayak untuk bisa mengakses informasi kapanpun dan dimanapun, tinggal meng-klik satu kata kita bisa mendapatkan informasi sebanyak yang tersedia.

Melalui media *online* kita bisa menjelajah berita apapun yang kita butuhkan, mulai dari *soft news* hingga *hard news*, setiap saat berita di media *online* disebarluaskan tanpa terkendala ruang dan waktu, dan terus diperbarui setiap detik. Maka dari itu banyak media *online* yang berlomba-lomba menyajikan berita dengan menggunakan bahasa yang menarik, agar menarik perhatian pembaca, dengan menghadirkan kata kunci yang kerap tidak sesuai dengan kaidah bahasa jurnalistik.

Perkembangan media *online* yang terjadi begitu cepat, menyebabkan munculnya fenomena '*clickbait*' yang artinya dimana wartawan media *online* membuat judul sesuka mereka, seperti membuat judul-judul yang fantastis dengan tujuan untuk memancing pembaca agar mengklik berita tersebut sehingga rating media *online* menjadi naik, tentu saja hal itu dilakukan untuk mendapatkan profit dan rating media. Penggunaan judul *clickbait* terjadi dimungkinkan karena

wartawan tidak memahami betul pentingnya penggunaan bahasa jurnalistik pada penulisan berita. Seperti yang dilaporkan oleh BBC News dalam tulisan berjudul *Clickbait: The changing face of online journalism*, mengutip *Columbia Journalism Review* ada media yang sangat memperhatikan aspek keterbacaan sebuah artikel. Misalnya media *online* bernama Slant. Slant menggaji penulisnya hanya \$100 perbulan. Mereka memberikan insentif sebesar \$5 setiap 500 klik di artikel yang mereka tulis, untuk memperoleh insentif itu, *clickbait* adalah caranya.

Clickbait merupakan judul berita yang secara sengaja memaksa atau menjebak pembaca agar mau membaca atau mengklik berita tersebut. Banyak dari judul berita yang dibuat dengan judul yang cukup fantastis bahkan kontroversial, tetapi ketika pembaca mengklik berita tersebut, isi dari berita tidak sesuai dengan judul yang disajikan.

Seperti yang diungkapkan oleh Fandi Sido (2014) dalam *kompasiana.com*, judul berita *clickbait* memiliki ciri-ciri tersendiri. Pertama, menggunakan judul mencengangkan atau sensasioal, judul seperti ini bertujuan agar semata-mata berita tersebut heboh, padahal isinya biasa saja. Kedua, menggunakan judul yang tidak sesuai dengan isi, ketiga menggunakan kata-kata yang bombastis seperti “Wow, Jangan baca ini, Heboh, Viral, dll” padahal isinya tidak seheboh judul yang disajikan. Keempat judul berita sangat panjang dan terakhir penggunaan tanda baca Elipsis, seperti “Aher setuju jadi cagub, asal...” judul-judul tersebut bermaksud untuk menjebak pembaca agar penasaran dan mau membaca berita tersebut.

Meningkatnya judul berita ‘*clickbait*’ yang hadir di media *online* salah satunya yaitu soal statistik jumlah pembaca suatu berita. Di zaman web, setiap tulisan baik itu berita atau artikel memiliki statistik pengunjung pembaca masing-masing, sehingga untuk memaksimalkan jumlah pembaca, banyak media *online* yang akhirnya menggunakan judul berita yang ‘*clickbait*’, sebab semakin banyak pembaca yang mengklik berita tersebut, maka semakin menggelembung *page view*

sebuah media, sehingga hal itu sangat menguntungkan bagi sebuah media, yaitu bisa berpeluang untuk mendapatkan iklan.

DeeNeen L. Brown dari Washington Post mengatakan, tulisan yang baik mensyaratkan penelitiya menempatkan diri dalam cerita. Jujurlah dalam berbahasa. Suatu berita seharusnya tidak lebih hebat dalam memanipulasi kata-kata daripada kejadiannya sendiri. Jangan mulai menulis dengan gaya, tetapi utamakan informasi (2005:92). Berdasarkan hal tersebut, mengisyaratkan wartawan maupun redaktur diharapkan mampu memberikan judul berita sesuai dengan kaidah dan prinsip menulis bahasa jurnalistik, yaitu menggunakan bahasa yang mudah dipahami (sederhana) dan serasi informasi, sehingga ketika seorang pembaca membaca sebuah judul berita mereka bisa dengan cepat menangkap informasi yang terdapat dalam berita tersebut.

Menurut Robert Gunning, terdapat sepuluh prinsip menulis jurnalistik, yakni kalimat yang digunakan rata-rata pendek, pilihlah kata yang sederhana dari pada yang kompleks, pilihlah kata-kata yang lazim, hindari kata-kata yang perlu, beri kekuatan pada kata kerja, tulislah sebagaimana anda berbicara, gunakan istilah yang bisa di gambarkan oleh pembaca, hubungkan dengan pengalaman pembaca anda, gunakan sepenuhnya variasi dan terakhir menulislah untuk menyatakan, bukan untuk mempengaruhi. Sebuah tulisan dengan menggunakan bahasa yang sesuai dengan kaidah jurnalistik, maka informasi yang disampaikan oleh penulis diharapkan mampu dimengerti dengan mudah oleh pembaca, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman dalam menafsirkan informasi (Diba, 2018:3).

Pentingnya bahasa dalam sebuah tulisan, akan mempermudah pembaca dalam mencerna apa yang dimaksud oleh penulis, sehingga hal ini tidak akan membuat perbedaan persepsi antara seorang penulis dengan seorang pembaca, karena pembaca terdiri dari berbagai kalangan dan memiliki latar belakang yang berbeda-beda, untuk itu menulislah dengan bahasa yang sederhana. Menurut AS. Haris Sumadiria (2006:3) dalam buku *Bahasa Jurnalistik* mengatakan bahwa pembaca berharap, apa yang di bacanya dalam media massa adalah yang bisa dimengerti tanpa bantuan pengetahuan khusus. Pembaca berharap, wartawan dapat menjelaskan ilmu pengetahuan kepada mereka yang bukan ilmuwan.

Zaman sekarang banyak media *online* yang menggunakan judul-judul *clickbait*, seperti halnya pada portal berita *online detik.com* pada rubrik *detiknews* yang mengandung judul berita *clickbait*, seperti ‘Desas Desus Dosen Mesum di Lingkungan Kampus UIN Bandung’ pada Jumat, 16 November 2018, pada rubrik *detikhot* terdapat judul ‘Lihat Bon Belanja Nagita Slavina, Brisia Jodie Sakit Perut’, pada Kamis, 29 November 2018, ‘Alami Kejadian Mistis, Ayu Ting Ting Sempat Takut ke Kamar Mandi’, pada Jumat, 30 November 2018, ‘Seram! Mobil yang Ditumpangi Nagita dan Rafathar Dilempari Sesuatu’, pada Kamis, 22 November 2018.

Penggunaan judul berita tersebut memang merupakan hak dari setiap media, namun penggunaan judul *clickbait* bisa saja mengganggu bagi sebagian pembaca yang ingin mencari berita dengan judul dan isi berita yang sesuai. Bukan hanya *detik.com* saja yang seringkali menggunakan judul *clickbait*, namun saat ini banyak digunakan oleh media *online*, hal tersebut tentunya memang menguntungkan bagi

perusahaan media, namun penggunaan judul *clickbait* bisa jadi mengganggu kenyamanan para pembaca, apalagi jika pembaca memahami betul bagaimana cara menulis yang baik untuk berita *online*.

Setiap pekerjaan tentu memiliki etikanya masing-masing, sama halnya dengan seorang jurnalis atau wartawan di media *online*, mereka memiliki etika jurnalistik yang harus ditaati dalam menjalankan tugasnya. Etika jurnalistik menjadi penting karena berkaitan dengan tolak ukur kegiatan jurnalistik yang baik dan tidak baik, jurnalistik yang dapat diterima atau tidak dapat diterima oleh masyarakat. Etika jurnalistik haruslah di terapkan, sebab media massa memiliki peranan dan pengaruh yang besar dalam membentuk opini publik melalui berita yang disajikannya. Pengaruh yang ditimbulkan media massa dapat berdampak positif, namun dapat pula berdampak negatif, untuk menghindari dampak yang negatif, media massa diharapkan tidak memberikan informasi yang salah. Jika suatu media memberikan informasi yang salah, maka media massa atau insan pers akan kehilangan kepercayaan dari masyarakat.

Kesalahan persepsi antara wartawan dan pembaca yang dapat menimbulkan terjadinya kerancuan informasi, untuk menghindarinya, maka seorang wartawan haruslah mematuhi etika jurnalistik salah satunya dengan menggunakan bahasa jurnalistik yang baik dan benar agar tidak menimbulkan kerancuan makna. Buku *Jurnalistik Terapan* (Yunus, 2010:108) menyebutkan, bahwa salah satu etika jurnalistik yaitu wartawan harus memiliki kemampuan memilih dan menggunakan bahasa yang tepat dalam penulisan berita sehingga tidak menimbulkan kerancuan makna.

Fenomena penggunaan judul berita *clickbait* nampaknya bertentangan dengan kaidah penulisan bahasa jurnalistik sehingga persoalan ini akan cukup menarik untuk dibahas, oleh karena itu peneliti ingin mengetahui lebih dalam apakah dalam penggunaan judul berita *clickbait*, wartawan sudah mengetahui pentingnya penggunaan bahasa jurnalistik dalam menulis judul berita *clickbait*. Dewasa ini ada sebagian wartawan yang tidak mematuhi dan menerapkan bahasa jurnalistik, padahal penggunaan bahasa jurnalistik sangat penting diterapkan oleh wartawan ketika membuat sebuah berita, memang untuk mematuhi etika penulisan judul sesuai bahasa jurnalistik tidaklah semudah membalikan telapak tangan, banyak hambatan yang harus dilalui, salah satunya yaitu kebijakan redaksi dari media.

Wartawan dalam teknis pelaksanaannya, diharapkan patut terhadap etika bahasa jurnalistik, oleh karena itu pemahaman etika bahasa jurnalistik harus dipastikan benar, sebab ini akan menjadi pedoman bagi mereka dalam menjalankan tugasnya sebagai kuli tinta atau penulis berita. Salah satu Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI) yang ditetapkan di Bandung tanggal 6 Agustus 1999, poin pertama menyebutkan, wartawan Indonesia menghormati hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar. artinya, wartawan Indonesia melaporkan dan menyiarkan informasi secara faktual dan jelas sumbernya, tidak menyembunyikan fakta serta pendapat penting dan menarik yang perlu diketahui publik sehingga hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar dan akurat.

Pentingnya penggunaan bahasa jurnalistik dalam membuat karya jurnalistik yaitu untuk menghindari adanya kesalahan persepsi antara penulis dan pembaca.

Bahasa jurnalistik aturannya jelas yaitu ditulis dalam bahasa yang sederhana, singkat, dan langsung sehingga akan memudahkan pembaca dalam menangkap informasi yang disampaikan oleh penulis. Sedangkan penggunaan judul berita *clickbait*, kebutuhan informasi tidak akan terpenuhi karena judul berita *clickbait* kerap hanya memancing pembaca untuk mengklik berita tersebut tanpa memenuhi kebutuhan informasi yang diharapkan.

Berdasarkan data dan fakta yang diuraikan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk membuat sebuah penelitian terhadap salah satu media *online* yaitu *Detik.com*, dengan judul : *Pemahaman Wartawan Tentang Bahasa Jurnalistik Pada Judul Clickbait. Wartawan Detik.com* dipilih sebagai subjek penelitian karena *Detik.com* merupakan salah satu media *online* yang cukup besar dan populer. Selain itu, media *Detik.com* hampir setiap hari membuat judul berita yang bombastis atau *clickbait*. Berdasarkan pengamatan peneliti di portal media *online detikcom*, pada Selasa, 26 Februari 2019 *Detik.com* memposting judul berita *clickbait* sebanyak 30 berita pada rubrik *detiknews* dalam waktu 24 jam. Sedangkan media *online* lainnya seperti *pikiranrakyat.com* hanya memposting judul berita *online* sebanyak 3 dalam waktu 24 jam. Penelitian ini akan menggunakan paradigma konstruktivis, paradigma ini lahir untuk memandang realitas kehidupan social bukanlah realitas yang natural, tetapi terbentuk dari hasil konstruksi.

Peneliti memilih metode studi deskriptif digunakan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta tentang suatu fenomena atau peristiwa. Menurut buku Jalaludin Rakhmat *Metode Penelitian Komunikasi* (2004:25), bahwa penelitian deskriptif

ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, dan membuat perbandingan atau evaluasi. Peneliti bertujuan mencari tau fenomena tersebut kepada wartawan atau praktisi jurnalis yang sudah berkecimpung di dunia jurnalistik atau yang sudah memiliki pengalaman, terutama dalam membuat berita *online*. Berdasarkan hal tersebut, dalam penelitian ini dikemukakan fakta-fakta tentang penggunaan judul berita *clickbait* yang digunakan oleh wartawan *detik.com*.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti akan mengambil tiga poin yang menjadi fokus permasalahan dalam penelitian ini. Adapun yang menjadi fokus penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana wartawan *Detik.com* Kota Bandung dalam menerjemahkan kata *clickbait*?
2. Bagaimana wartawan *Detik.com* Kota Bandung dalam menafsirkan atau menginterpretasikan Bahasa Jurnalistik ke dalam penggunaan judul berita *clickbait*?
3. Bagaimana wartawan *Detik.com* Kota Bandung dalam mengeksplorasi Bahasa Jurnalistik dalam judul berita *clickbait* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti bermaksud untuk mengetahui tiga poin yang menjadi tujuan penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana wartawan *Detik.com* Kota Bandung dalam menerjemahkan kata *clickbait*
2. Untuk mengetahui bagaimana wartawan *Detik.com* Kota Bandung dalam menafsirkan atau menginterpretasikan Bahasa Jurnalistik dalam penggunaan judul berita *clickbait*
3. Untuk mengetahui bagaimana wartawan *Detik.com* Kota Bandung dalam mengeksplorasi Bahasa Jurnalistik dalam judul berita *clickbait*

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian meliputi sumbangan hasil penelitian, baik secara teoritis maupun secara praktis. Secara lebih jelas dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Adapun kegunaan teoritis hasil dari penelitian yang berjudul *Pemahaman Wartawan Detik.com Tentang Bahasa Jurnalistik dalam Penggunaan Judul Berita Clickbait* yaitu :

- a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran dan menjadi bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kontribusi pemikiran untuk pengembangan Ilmu Komunikasi Kons.Jurnalistik khususnya dalam penggunaan Bahasa Jurnalistik.

2. Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis dari hasil penelitian ini diharapkan :

- a. Diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif bagi praktisi jurnalis maupun perusahaan media *online* di Kota Bandung dalam meningkatkan kualitas berita yang disajikan kepada masyarakat.
- b. Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada media *online* khususnya dalam penggunaan judul berita.

1.5 Landasan Pemikiran

Landasan pemikiran merupakan uraian pemikiran mendalam yang didasarkan pada hasil penelusuran terhadap hasil penelitian serupa dan relevan yang telah dilakukan sebelumnya, serta uraian teori yang dipandang relevan dan akan dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penelitian.

1.5.1 Hasil Penelitian Sebelumnya

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menemukan beberapa kajian pustaka yang didasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang masih berkaitan dengan judul yang akan diteliti oleh penulis, serta didasarkan pada teori-teori dari sumber kepustakaan yang dapat menjelaskan perumusan masalah yang telah ditetapkan oleh penulis.

Di bawah ini adalah uraian dari beberapa hasil penelitian sebelumnya yang dianggap relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Penelitian sebelumnya masih satu tema dengan penulis, yaitu membahas mengenai media *online* dan judul berita *clickbait*.

Pertama, hasil penelitian Wahyu Abdurrohman (2017) dengan judul “*Berita Clickbait di Media Online*”. Penelitian ini dilakukan untuk Skripsi Program Sarjana (S1), Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi Kons

Jurnalistik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Peneliti bertujuan menjelaskan bagaimana representasi *teks*, *discourse practice*, dan *sociocultural practice* pada judul berita *clickbait* di media online *detik.com*. Tujuan utama adalah mengungkap kenapa media online *detik.com* menggunakan judul berita *clickbait*. Penelitian tersebut menggunakan metode analisis wacana kritis model Norman Fairclough. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa menemukan bagaimana partisipasi seseorang, kelompok, situasi, institusi, relasi wartawan dan identitas wartawan digambarkan dalam teks. Kemudian tidak ada SOP baku atau peraturan khusus yang membahas tentang penggunaan *clickbait*.

Kedua, hasil penelitian Zaira Farah Diba (2018) dengan judul “*Bahasa Jurnalistik dalam Headline Berita Online*”. Penelitian ini dilakukan untuk skripsi, Program Sarjana (S1), Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi Kons Jurnalistik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui praktisi jurnalis di Kota Bandung memahami bahasa jurnalistik yang baik dan benar. Paradigma yang digunakan peneliti yaitu konstruktivisme yang bertujuan untuk memaknai makna-makna yang diungkapkan informan yang tidak dapat digeneralisir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahasa jurnalistik yang baik dan benar telah dipahami oleh praktisi yang dulunya menempuh pendidikan pada jurusan yang sama, mereka tahu betul bagaimana membuat judul berita yang baik dan benar.

Ketiga, hasil penelitian Seruni Mega Yuliani (2015) dengan judul “*Bahasa Jurnalistik Media Online*”. Penelitian ini dilakukan untuk Skripsi Program Sarjana (S1), Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi Kons

Jurnalistik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Peneliti bertujuan untuk mengetahui keakuratan berita, keefektifan kalimat, dan ketepatan ejaan pada rubrik *news* dan *lifestyle* di situs Okezone.com. Peneliti menggunakan metode analisis isi yang bersifat kuantitatif deskriptif yang digunakan untuk membedah muatan teks komunikatif yang bersifat manifest (nyata). Hasil penelitian menunjukkan bahwa berita yang diposting Okezone.com dinilai memiliki tingkat keakuratan yang sangat tinggi, kalimat yang disusun memiliki tingkat keakuratan yang sangat tinggi, dan memiliki tingkat ketepatan ejaan yang sangat tinggi.

Keempat, hasil penelitian Amalia Ilmasani (2017) dengan Judul “*Penerapan Bahasa Jurnalistik Pada Soft News di Media Online*”. Penelitian ini dilakukan untuk Skripsi Program Sarjana (S1), Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi Kons Jurnalistik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Peneliti menggunakan metode analisis isi, menggunakan formula Korbe dan Burnet yang bersifat kuantitatif. Hasil penelitian yang dilakukan pada 10 berita Rubrik Wisata Pikiran Rakyat *Online* dapat disimpulkan, pertama 7 dari 10 berita yang menggunakan EYD dengan tepat dengan tingkat ketepatan yakni 70%.

Kelima, hasil penelitian Juang Restu Akbar (2017) dengan judul “*Pemahaman Wartawan Galamedia Mengenai Kode Etik Jurnalistik*”. Penelitian ini dilakukan untuk Skripsi Program Sarjana (S1), Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi Kons Jurnalistik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman wartawan Galamedia mengenai Kode Etik Jurnalistik dari aspek

(kognisi, afektif dan konasi). Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi yakni mengetahui dunia dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung atau berkaitan dengan sifat-sifat alami pengalaman manusia dan makna yang ditempelkan padanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wartawan di Galamedia memahami dalam pentingnya mentaati Kode Etik Jurnalistik khususnya pada pasal 2 serta aturan yang ada pada Kode Etik lainnya.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Wahyu Abdurrahman, 2017	Berita <i>Clickbait</i> di Media <i>Online</i>	Analisis wacana kritis model Norman Fairclough	Mengungkap kenapa media online <i>detik.com</i> menggunakan judul berita <i>clickbait</i>	Tidak ada SOP baku atau peraturan khusus yang membahas tentang penggunaan <i>clickbait</i> .	Sama-sama meneliti tentang berita <i>clickbait</i> dan medianya sama.	Menggunakan metode analisis wacana kritis model Norman Fairclough.
2.	Zaira Farah Diba, 2018	Bahasa Jurnalistik dalam <i>Headline</i> Berita <i>Online</i>	untuk mengetahui praktisi jurnalis di Kota Bandung memahami bahasa jurnalistik yang baik dan benar.	Paradigma yang digunakan peneliti yaitu konstruktivisme.	Bahasa jurnalistik yang baik dan benar telah dipahami oleh praktisi yang dulunya menempuh pendidikan pada jurusan yang sama.	Sama-sama meneliti tentang berita <i>clickbait</i> dan Bahasa Jurnalistik	Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi, dan media yang berbeda.
3	Seruni Mega Yuliani, 2015	Bahasa Jurnalistik dalam Media <i>Online</i>	untuk mengetahui keakuratan berita, keefektifan kalimat, dan ketetapan ejaan pada rubrik <i>news</i> dan <i>lifestyle</i> di situs Okezone.com.	metode analisis isi yang bersifat kuantitatif deskriptif	Berita yang diposting Okezone.com dinilai memiliki tingkat keakuratan dan ketepatan yang sangat tinggi.	Sama-sama meneliti tentang Bahasa Jurnalistik.	Media yang digunakan berbeda yaitu Okezone.com dan menggunakan metode analisis isi.
4	Amalia Ilmasani, 2017	Penerapan Bahasa Jurnalistik Pada <i>Soft News</i> di	Analisis isi, menggunakan formula Korbe dan Burnet yang	Untuk mengetahui apakah Media <i>Online</i> Pikiran Rakyat sudah	Hasil penelitian menunjukkan 7 dari 10 berita yang	Sama-sama membahas Bahasa Jurnalistik.	Media yang digunakan berbeda yaitu Pikiran Rakyat dan

		Media Online	bersifat kuantitatif.	menggunakan EYD yang tepat.	menggunakan EYD dengan tepat dengan tingkat ketepatan yakni 70%.		menggunakan metode analisis isi.
5	Juang Restu Akbar, 2017	Pemahaman Wartawan Galamedia Mengenai Kode Etik Jurnalistik	Fenomenologi	Untuk mengetahui apakah wartawan Galamedia mengetahui KEJ khususnya pasal 2.	bahwa wartawan di Galamedia memahami dalam pentingnya mentaati Kode Etik Jurnalistik khususnya pada pasal 2 serta aturan yang ada pada Kode Etik lainnya.	Sama-sama membahas tentang pemahaman	Menggunakan metode fenomenologi dan media yang digunakan berbeda.

1.5.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual menjelaskan beberapa konsep penting yang mendasari fokus penelitian ini, dan uraian pembahasan komponen ide yang terdapat di dalam sebuah konsep. Kerangka konseptual dapat membantu peneliti dalam mengendalikan kegiatan penelitian dan meningkatkan pengetahuan terhadap fenomena yang sedang diteliti. Adapun konsep-konsep yang ada pada penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut.

Media *online* atau Media Internet merupakan salah satu jenis media massa yang populer dan bersifat khas. Kekhasan media *online* terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat komputer. Keunggulan media *online* adalah informasi bersifat *up to date*, *real time*, dan praktis. *Up to date* karena media *online* dapat melakukan *upgrade* suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu. *Real time* karena media *online* dapat langsung

menyajikan informasi dan berita saat peristiwa berlangsung. Praktis karena media *online* diakses dimana dan kapan saja, didukung oleh fasilitas teknologi internet. Pengguna internet dapat melakukannya di kantor, rumah, maupun di warung internet (Syarifudin, 2012:32).

Media *online* adalah salah satu media baru (*new media*) yang lahir di era perkembangan teknologi komunikasi, informasi, dan internet. Kehadiran media *online* mengubah proses produksi, distribusi, dan konsumsi informasi oleh masyarakat. Informasi menjadi sebuah hal yang dapat muncul dan tersebar dengan sangat mudah didapat, hal tersebut di dorong oleh kehadiran *smartphone* dan *internet* sehingga semakin memudahkan penggunanya untuk mendapatkan informasi.

Kecepatan dalam menyebarkan informasi mengakibatkan keakuratan informasi kerap terpinggirkan, sebab kini media *online* lebih mengutamakan kecepatan. Sehingga saat ini banyak informasi *hoax* alias informasi bohong yang tersebar dimana-mana, oleh karena itu kita sebagai pembaca harus pintar memilih informasi dan mengecek ulang kebenarannya. Sebagai produsen kita harus tetap mempertimbangkan keakuratan informasi yang diproduksi atau dibagikan ke khalayak. Sebaliknya sebagai konsumen atau khalayak media harus pintar menyeleksi, mengevaluasi, dan menilai media berdasarkan isi berita yang disajikan.

“New Media” merupakan penyederhanaan istilah (simplifikasi) terhadap bentuk media di luar lima media massa konvensional-televisi, radio, majalah, koran, dan film. Sifat new media merujuk pada perkembangan teknologi digital, namun new media tidak serta merta berate media digital. Video, teks, gambar,

grafik, yang diubah menjadi data-data digital berbentuk byte hanya merujuk pada sisi teknologi multimedia, salah satu dari tiga unsur dalam *new media* selain ciri interaktif dan intertekstual” (Romli, 2012:31)

Salah satu media *online* yang sudah cukup terkenal yaitu *Detik.com*, dimana media *online* tersebut selalu menyebarkan lebih dari seratus berita setiap harinya, mulai dari isu ekonomi, sosial, politik, agama, entertainment dan masih banyak lagi konten yang dibahas oleh media *online detik.com*.

Sebuah media *online* memiliki seseorang yang disebut sebagai wartawan. Wartawan, reporter, pewarta berita, praktisi media, atau kuli tinta adalah orang yang melakukan pekerjaan kewartawanan atau tugas-tugas jurnalistik secara rutin, atau dalam definisi lain, wartawan dapat dikatakan sebagai orang yang pekerjaannya mencari dan menyusun berita untuk dimuat di media massa, baik media cetak, media elektronik, maupun media online. Dalam Undang-Undang Pers No.40 Tahun 1990, Bab 1 Pasal 1 dinyatakan bahwa wartawan adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik.

Penelitian ini mengacu pada buku A.S Haris Sumadiria (2006:5) “*Bahasa Jurnalistik*” seorang jurnalis harus terampil berbahasa. Keterampilan berbahasa mempunyai empat komponen, yaitu keterampilan menyimak (*listening skill*), keterampilan berbicara (*speaking skills*), keterampilan membaca (*reading skills*), dan keterampilan menulis (*writing skills*). Bahasa seseorang mencerminkan pikirannya. Semakin terampil seseorang berbahasa, semakin cerah dan jelas pula pikirannya.

Menurut McLuhan, setiap media memiliki tata bahasa sendiri, yakni seperangkat peraturan yang erat kaitannya dengan berbagai alat indra, dalam hubungannya dengan penggunaan media.

Menurut Syarifudin Yunus dalam buku *Jurnalistik Terapan* (2009:80) kehadiran bahasa jurnalistik dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut :

1. Karena adanya keterbatasan ruang dan waktu yang dimiliki oleh wartawan dalam menulis berita. Bahasa jurnalistik dapat membantu wartawan untuk menulis berita tanpa meninggalkan unsur-unsur pokok dalam berita tersebut.
2. Karena mobilitas pembaca yang tinggi sehingga menjadikan kepentingan pembaca terhadap media menjadi terbatas. Banyak pembaca yang hanya sekedar memperoleh informasi semata, tanpa mau membaca berita seluruhnya. Untuk itu, bahasa jurnalistik yang lebih lugas dan informatif harus menjadi acuan, khususnya dalam penyajian *head line* atau *lead* berita.
3. Karena pembaca bersifat universal sehingga bahasa jurnalistik harus mudah dibaca oleh setiap orang dengan latar belakang pendidikan dan tingkat intelektual yang minimal.

Sedangkan arti *clickbait*, seperti yang dikutip oleh *tirto.id* menurut Ankesh Anand, dari Indian Institute of Technology, dalam tulisannya yang berjudul “We used Neural Network to Detect Clickbaits: You Won’t believe what happened Next!” mengatakan bahwa *clickbait* merupakan istilah untuk judul berita yang dibuat untuk menggoda pembaca. Biasanya menggunakan bahasa yang provokatif nan menarik perhatian. Salah satu contoh penggunaan judul berita *clickbait* biasanya diawali dengan kata “Wow, Astaga, Inidia,” dan masih banyak lagi.

Penelitian ini menggunakan konsep pemahaman menurut Nana Sudjana, Menurut Nana Sudjana (1989:24) menjelaskan bahwa pemahaman yaitu seseorang dapat menjelaskan dengan susunan kalimatnya sendiri sesuatu yang sudah ia baca atau dengar, dapat memberi contoh lain dari yang telah dicontohkan, atau menggunakan petunjuk penerapan pada kasus lain. Dalam taksonomi Bloom, kesanggupan memahami setingkat lebih tinggi daripada pengetahuan. Namun, tidaklah berarti bahwa pengetahuan tidak perlu ditanyakan sebab, untuk dapat memahami, perlu terlebih dahulu mengetahui atau mengenal. Pemahaman dapat dibedakan ke dalam tiga tingkatan, yaitu tingkatan terjemahan, tingkatan penafsiran, dan tingkatan eksplorasi.

1.5 Langkah-Langkah Penelitian

1.5.2 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Kantor *Detik.com* Kota Bandung, berlokasi di Trans Studio Bandung P3, Jalan Gatot Subroto No.289, Bandung 40272, Jawa Barat. Namun penelitian lebih fokus dilakukan kepada wartawan *Detikcom* biro Jawa Barat. Media online *Detik.com* dipilih peneliti sebagai objek penelitian karena ditemukan cukup banyak penggunaan judul berita *clickbait* dan lokasinya masih bisa terjangkau oleh peneliti, sehingga peneliti memilih *Detik.com* biro Jawa Barat.

1.5.3 Pradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya, yang dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk

bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosial. Melalui proses sosial, manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

Paradigma konstruktivis adalah paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka. (Hidayat, 2003:3).

Menurut Patton (2002:96), para peneliti konstruktivis mempelajari beragam realita yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lain dalam konstruktivis, setiap individu memiliki pengalaman yang unik. Dengan demikian, penelitian dengan strategi seperti ini menyarankan bahwa setiap cara yang diambil individu dalam memandang dunia adalah valid, dan perlu adanya rasa menghargai atas pandangan tersebut. Paradigma konstruktivis digunakan untuk penelitian yang menggunakan metode kualitatif.

Penelitian kualitatif yang berlandaskan paradigma konstruktifis berpandangan bahwa pengetahuan seseorang didapat bukan hanya dari hasil pengalaman terhadap fakta, tetapi merupakan hasil konstruksi pemikiran subjek yang diteliti.

1.5.4 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Creswell (2010:4) menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan metode-

metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Penelitian kualitatif menurut Idrus (2009:23) adalah meneliti informan sebagai subjek penelitian dalam lingkungan hidup kesehariannya.

Menurut Herdiansyah (2010:9), menyebutkan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah, yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks social secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti.

Sedangkan menurut Noor (2009: 32-34) mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia, menekankan sifat realistik yang terbangun secara sosial, hubungan erat antara peneliti dengan subjek yang diteliti. Penelitian kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, mengetahui makna yang tersembunyi, memahami interaksi sosial, mengembangkan teori, memastikan kebenaran data, dan meneliti sejarah perkembangan. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan spesifik dari partisipan, dan menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema umum, dan menafsirkan makna.

Seluruh tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mencapai pemahaman yang mendalam bagaimana orang-orang merasakan dalam proses kehidupannya, memberikan makna: dan menguraikan bagaimana orang menginterpretasikan pengalamannya.

Penelitian kualitatif memiliki beberapa tradisi, salah satunya yaitu studi kasus. Studi kasus merupakan sebuah pendekatan yang memusatkan perhatian kepada suatu kasus secara intensif dan terinci. Cara mendapatkan data bisa diperoleh dari berbagai sumber seperti dokumen, arsip-arsip wawancara, dan observasi. Studi kasus dalam analisis data dilakukan dengan membuat uraian terperinci mengenai kasus dan konteksnya, menentukan pola dan mencari hubungan antara beberapa kategori, lalu melakukan interpretasi dan mengembangkan generalisasi natural dari kasus untuk diterapkan pada kasus yang lain.

1.5.5 Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian studi deskriptif, adapun pandangan tentang studi deskriptif menurut Sugiyono (2005: 21), metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Adapun menurut Nazir (1998:2) dalam buku *Contoh Metode Penelitian*, metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.

Penelitian deskriptif adalah prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan objek atau subjek penelitian

(seseorang, lembaga, masyarakat) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya (Nawawi, 1990:25).

1.5.6 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data dan sumber data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, sedangkan sumber data terbagi menjadi dua yaitu :

- a. Data Primer, yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini yang yaitu hasil perolehan dari informan wartawan *detik.com*.
- b. Data Sekunder, yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder diperlukan untuk memperkuat data primer. Data sekunder dapat diperoleh dari studi pustaka berbagai buku, jurnal, dokumen, artikel, web dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi dokumentasi dan arsip data.

1.5.7 Penentuan Informan

Dalam menentukan jumlah informan, peneliti memilih menggunakan metode pemilihan informasi secara purposif. Sumber data yang digunakan di sini tidak sebagai sumber data yang mewakili populasinya, tetapi yang dapat memberikan informasi. Teknik pemilihan informan secara sengaja, informan yang dipilih adalah mereka yang memang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Pada dasarnya, jumlah informan tergantung dari kebutuhan data yang diperlukan.

Menurut Kuswarno (2009:62), menyebutkan ciri-ciri informan dalam penelitian kualitatif paling tidak harus memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Informan biasanya terdapat dalam satu lokasi
2. Informan adalah orang yang mengalami secara langsung peristiwa yang menjadi bahan penelitian
3. Informan mampu untuk menceritakan kembali peristiwa yang telah dialaminya itu
4. Memberikan kesediaannya secara tertulis untuk dijadikan informan penelitian, jika diperlukan.

1.5.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu langkah yang paling penting dalam melakukan penelitian, karena tujuan utama dari teknik pengumpulan data ialah untuk mengumpulkan data sebanyak-banyaknya. Dalam mengumpulkan data bisa dilakukan dengan berbagai macam cara. Menurut Sugiyono (2017:104) dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data bisa dilakukan pada *natural setting* (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta (*participant observation*), wawancara mendalam (*in depth interview*), dan dokumentasi.

Proses mengumpulkan data, peneliti akan melakukan tiga teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi langsung ke kantor *Detik.com* biro Jawa Barat maupun dengan melakukan wawancara kepada beberapa orang wartawan *detik.com*.

1. Observasi

Nasution menyatakan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil dan jauh dapat diobservasi dengan jelas. Melalui observasi di lapangan peneliti akan lebih mampu memahami konteks data dalam keseluruhan situasi sosial, sehingga akan memperoleh pandangan yang menyeluruh atau holistik. Selain itu, dengan melakukan observasi peneliti akan memperoleh banyak data yang tidak diungkapkan oleh responden pada saat wawancara (Sugiyono, 2017:109). Observasi dilakukan oleh peneliti guna lebih memahami responden yang terpilih, agar bisa memberikan pandangan yang maksimal dan baik.

2. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik. Wawancara digunakan oleh peneliti pada saat ingin menggali lebih dalam informasi dari informan mengenai fenomena judul *clickbait*, wawancara ini sifatnya mendalam, dan dapat dilakukan langsung maupun tidak langsung.

3. Dokumentasi

Pengumpulan data dokumentasi dilakukan untuk menunjang penelitian. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya dari informan. Selain itu data juga didapatkan dari buku-buku referensi, karya ilmiah, serta orang yang ahli dalam permasalahan yang diteliti.

1.5.9 Teknik Analisis Data

Sebelum peneliti melakukan analisis data, maka peneliti harus menyediakan semua data mentah, hasil observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan tahap-tahap Analisis data kualitatif menurut Creswell dalam buku Sugiyono (2017:160) berjudul *Metode Penelitian Kualitatif* sebagai berikut :

1. Mengorganisasikan dan menyiapkan data yang akan dianalisis

Data mentah yang akan dianalisis diorganisasikan berdasarkan tanggal pengumpulan data, sumber data, jenis data, deskripsi data dan sifat data. Peneliti sudah mengumpulkan data dari setiap langkah-langkah penelitian.

2. Baca dan lihat seluruh data

Peneliti harus melihat dan membaca seluruh data yang sudah terkumpul, supaya dapat mengetahui data apa saja yang sudah diperoleh, sumber data dan maknanya. Setelah peneliti berhasil mengumpulkan data, peneliti sudah membaca untuk mengkaji seluruh data mana yang benar-benar akan digunakan.

3. Membuat koding seluruh data

Koding adalah proses memberi tanda terhadap data yang telah dikelompokkan. Kelompok data yang sejenis diberi kode yang sama. Melalui koding, peneliti dapat menghasilkan kategorisasi atau tema baru. Setelah peneliti mengkaji data, peneliti membuat kategorisasi sesuai dengan data yang diperoleh agar mudah dipahami dan mudah dikuasai.

4. Menggunakan koding sebagai bahan untuk membuat deskripsi

Melalui koding, peneliti menghasilkan tema atau kategorisasi data penelitian. Berdasarkan tema yang dihasilkan tersebut, selanjutnya peneliti membuat deskripsi secara singkat dan sistematis sehingga tema-tema yang ditemukan menjadi lebih jelas. Setelah melakukan kategorisasi, peneliti membuat deskripsi dari hasil pengumpulan data yang diperoleh, kemudian dipaparkan dalam bentuk tulisan yang sistematis, ketika terdapat data yang kurang jelas maka peneliti melakukan pengumpulan data selanjutnya yang lebih mendalam.

5. Menghubungkan antar tema

Menulis dengan menghubungkan antar tema dilakukan oleh peneliti pada saat mendeskripsikan data data yang sudah dikategorisasikan agar data yang diperoleh saling berkaitan.

6. Memberi Interpretasi dan Makna tentang tema

Proses terakhir yaitu memberikan interpretasi dan makna dari data yang diperoleh dengan teori ataupun konsep yang diperoleh oleh peneliti.

1.5.10 Jadwal Penelitian

Bulan	Minggu ke 1	Minggu ke 2	Minggu ke 3	Minggu ke 4
Desember	Pengajuan Judul Penelitian	Pengumpulan Data dan Penyusunan Proposal Penelitian	Bimbingan Proposal Penelitian	Revisi Proposal Penelitian
Januari		Bimbingan Proposal Penelitian		Sidang Ujian Proposal

Februari	Revisi Proposal Penelitian dan	Penyerahan SK kepada Dospem I & II	Bimbingan <i>Outline</i> dan BAB I	Bimbingan <i>Outline</i> dan BAB I
Maret	Bimbingan BAB 1	BAB 1 ACC	Bimbingan BAB II	BAB II ACC
April	Bimbingan Pertanyaan Penelitian		Konsultasi Pertanyaan Penelitian	Wawancara dan Pengolahan Data
Mei			BAB III ACC	BAB IV ACC
JUNI	Bimbingan Abstrak		Sidang Skripsi	
SEPTEMBER		WISUDA		



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG