

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Clickbait merupakan judul yang disusun dengan sengaja untuk menarik perhatian pembaca. Ini merupakan teknik pembuatan judul yang menarik perhatian. (Wardani dkk, 2021 : 4). Clickbait adalah judul yang disusun dengan tujuan untuk menarik perhatian pengguna internet agar mengklik dan membaca konten tersebut. Namun, seringkali konten yang disajikan tidak sesuai dengan ekspektasi pembaca setelah mengklik judul tersebut. Akibatnya, istilah clickbait sering dihubungkan dengan praktik "jebakan klik", karena menciptakan rasa penasaran yang tidak memuaskan bagi pembaca. Judul-judul clickbait sering kali menggunakan istilah "menyimpan rahasia" untuk menimbulkan rasa ingin tahu bagi pembaca. (Romli A. 2018 : 146).

Clickbait tidak muncul secara kebetulan, melainkan merupakan usaha dari penulis atau editor untuk menciptakan judul yang menarik perhatian dan membangkitkan emosi agar pembaca tertarik untuk mengkliknya. Fenomena ini muncul karena adanya kesenjangan informasi, yaitu perbedaan antara apa yang sudah diketahui oleh pembaca dan apa yang ingin mereka ketahui. Teori Information gap yang dikemukakan oleh Loewenstein pada tahun 1994 menyatakan bahwa setiap kali ada perbedaan antara pengetahuan yang dimiliki dan yang diinginkan, hal itu menimbulkan konsekuensi emosional. Kesenjangan semacam itu memicu perasaan kehilangan yang mendorong individu untuk mencari informasi yang hilang, dengan harapan mengurangi atau menghilangkan rasa kekurangan tersebut. (Yayat D. Hadiyat, 2019 : 1-10).

Dalam era digital seperti saat ini, media online menjadi sumber informasi utama bagi banyak orang. Berbagai perusahaan pers seperti Suara.com, Kompas.com, Kuninganmass dan Detik.com menyajikan berita dengan format yang berbeda-beda. Salah satu format yang sering digunakan

oleh media online adalah judul berita yang menarik perhatian pembaca atau yang dikenal dengan istilah Clickbait. (Katadata Insight Center, 2023).

Ada beberapa hal yang menyebabkan persepsi pembaca terhadap Judul berita Clickbait menjadi kurang baik yaitu, berdasarkan survei yang dilakukan oleh kominfo dengan judul Hingga bulan Mei 2023, Tim AIS Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika telah mengidentifikasi 11.642 konten hoaks. Jumlah tersebut mencakup periode dari Agustus 2018 hingga Mei 2023. Dari total konten hoaks yang diidentifikasi, diverifikasi, dan divalidasi oleh Tim AIS Kementerian Kominfo, sebanyak 2.287 konten hoaks berada dalam kategori kesehatan, diikuti oleh 2.111 konten hoaks dalam kategori pemerintahan, 1.938 konten hoaks dalam kategori penipuan, dan 1.373 konten hoaks dalam kategori politik (Kominfo, 2023).

Hal lain yang membuat persepsi pembaca mempersepsikan tidak baik terhadap sebuah judul berita Clickbait karena tingkat literasi masyarakat Indonesia yang rendah hal ini dibuktikan survei yang dilakukan oleh Kominfo pada tahun 2023. Jumlah penduduk Indonesia mencapai 278,69 juta pada tahun 2023. Sayangnya, minat baca di negara ini rendah. UNESCO melaporkan bahwa hanya 0,001% penduduk Indonesia yang menunjukkan minat membaca. Artinya, dari setiap 1000 orang Indonesia, hanya satu orang yang secara aktif tertarik untuk membaca. Selain itu, dari 70 negara yang disurvei, minat baca di Indonesia menempati peringkat ke-62, menurut hasil survei dari Program Penilaian Internasional Siswa (PISA) tahun 2019. Dengan kata lain, menurut survei tersebut, Indonesia termasuk dalam sepuluh negara dengan tingkat literasi terendah di dunia. (Kominfo, 2023)

Meskipun Clickbait seringkali menyebabkan persepsi negatif dan isinya tidak sesuai dengan ekspektasi pembaca Clickbait juga tidak selalu buruk Pertama Clickbait bisa menarik perhatian pembaca yang sebelumnya tidak tertarik untuk membaca berita atau artikel tertentu menjadi tertarik untuk membaca. Kedua Meskipun terkadang judul yang dibuat berlebihan,

tetapi jika isi berita yang disajikan tetap memiliki kualitas yang baik dan bermanfaat, maka pembaca bisa mendapatkan manfaat dari berita tersebut.

Selain itu clickbait juga bisa membantu meningkatkan lalu lintas situs. dalam beberapa kasus, judul yang menarik bisa membuat pembaca tertarik untuk mengunjungi situs dan membaca lebih banyak artikel yang ada di dalamnya. hal ini bisa membantu meningkatkan popularitas situs dan menarik perhatian pengiklan untuk menempatkan iklan di situs tersebut. Clickbait juga bisa mendorong kreativitas seseorang untuk membuat judul yang menarik, disini media online dapat menciptakan judul yang menarik dan tetap sesuai dengan standar jurnalisme. (Kafiati A, 2023 : 32-36).

Media massa adalah alat komunikasi yang menyebarkan informasi dengan menggunakan pendekatan satu arah. Terdapat dua jenis media massa, yakni media massa cetak dan media massa online. Media massa cetak mencakup koran, majalah, poster, baliho, dan sejenisnya, sedangkan media massa online termasuk portal berita di internet. Surat kabar merupakan contoh media massa tertua yang sudah ada sejak penemuan mesin cetak oleh Johannes Gutenberg pada tahun 1609 di Jerman. (Ardianto, Lukiat 2004 : 10).

Sering disebut sebagai "media digital", media online terbagi menjadi dua kategori. Kategori pertama mencakup media online secara keseluruhan, yang mencakup semua jenis atau format media yang dapat diakses melalui internet, termasuk teks, foto, video, dan audio. Dalam konteks ini, media online termasuk website, media sosial, email, dan daftar email. Kategori kedua adalah media sosial secara khusus, yang merujuk pada media dalam konteks komunikasi massa. Media komunikasi massa adalah media yang diakses melalui internet yang berisi teks, foto, video. (M. Romli dan Asep Syamsul 2012 : 34).

Dengan populasi yang padat dan dukungan infrastruktur teknologi informasi yang memadai, Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah pengguna media digital terbesar di dunia. Pada tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 orang dari total

populasi sebesar 278.696.200 jiwa, yang berarti tingkat penetrasi internet mencapai 79,5%. Terjadi peningkatan sebesar 1,31% dibandingkan dengan periode sebelumnya (APPJI, 2024). Berikut adalah datanya:

Tabel 1.1

NO	Tahun	Jumlah Pengguna	Gender	
			L	P
1.	2022	210 Juta	50,1%	49,1%
2.	2023	215 Juta	50,7%	49,1%
3.	2024	221 Juta	50,9%	49,1%

Sumber: APPJI

Menurut survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dengan judul "Status Literasi Digital di Indonesia 2021", pada tahun 2021 sebanyak 73% responden menggunakan media sosial sebagai sumber informasi. Meskipun persentasenya lebih tinggi pada tahun 2020, yakni 76%, media sosial masih menjadi pilihan utama untuk mendapatkan informasi. Televisi menduduki peringkat kedua dengan persentase 59,7% pada tahun 2021 dan 59,5% pada tahun 2020. Sementara itu, berita online menjadi sumber informasi ketiga dengan persentase 26,7% pada tahun 2021 dan 25,2% pada tahun 2020. Sumber-sumber lainnya seperti situs web resmi pemerintah, media cetak, dan radio memiliki persentase di bawah 15%, sementara beberapa responden tidak mengakses informasi sama sekali. Survei melibatkan 10 ribu responden yang merupakan anggota rumah tangga berusia 13-70 tahun dan telah mengakses internet dalam 3 bulan terakhir.. Berikut datanya :

Tabel 1.2

No	Nama data	2020	2021
1.	Media sosial	76 %	73%
2.	Televisi	59,5%	59,7%

3.	Berita online	25,2%	26,7%
4.	Situs Pemerintah	14%	13,9%
5.	Media Cetak	9,7%	4%
6.	Tak mengakses	1,6%	1,2%
7.	Lainnya	0,4%	0%

Sumber: Katadata Insight Center dan Kominfo 2021.

Salah satu media yang ada di Kuningan yaitu Kuninganmass merupakan sebuah situs berita online yang menyediakan informasi terkini tentang berbagai topik, termasuk berita nasional, politik, ekonomi, hiburan, teknologi, olahraga, dan masih banyak lagi. Situs ini menyajikan berita dalam format teks, gambar, dan video, serta memiliki beragam kategori untuk memudahkan pengguna dalam menemukan konten yang mereka cari. Kuninganmass diluncurkan di Kuningan pada 4 Maret 2016. Situs ini memiliki tim jurnalis yang bekerja untuk menyediakan berita terbaru dan terpercaya kepada pembaca.

Tingkat literasi pembaca yang rendah terhadap postingan yang menggunakan judul berita Clickbait menyebabkan persepsi pembaca terhadap media online Kuninganmass menjadi kurang baik, hal tersebut dibuktikan didalam beberapa komenan di media online hususnya instagram yang menyebutkan bahwa, isi dari berita tersebut tidak sesuai dengan judul yang ditulis.

Kuninganmass dalam beberapa postinganya seringkali menggunakan Clickbait dalam menulis berita hal ini dilakukan untuk meningkatkan jumlah kunjungan pada situs media tersebut namun, pada praktiknya media ini tetap mempertimbangkan kualitas pemberitaan sesuai kode etik jurnalistik yang berlaku.

Hal tersebut menjadi pembeda dari media lainnya, sehingga mendasari peneliti untuk menganalisis lebih lanjut bagaimana penulisan judul berita Cickbait yang digunakan dan persepsi pembaca di media online Kuninganmass dalam membuat sebuah artikel atau berita. Keberadaan

Kuninganmass dapat bertahan dan bersaing dengan media massa lainnya di tengah-tengah perkembangan internet yang semakin pesat dan beragam. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis terinspirasi mengangkat judul **“Persepsi Pembaca Pada Penulisan Judul Berita Clickbait di Media Online Kuninganmass”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti membuat identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Banyaknya berita hoax yang beredar di media yang menimbulkan persepsi yang kurang baik terhadap judul berita Clickbait.
2. Masyarakat cenderung lebih banyak membuka media sosial dan konten online lainnya dibandingkan melakukan aktivitas membaca.
3. Kurangnya literasi pembaca terhadap judul berita Clickbait yang di posting di media online yang menimbulkan persepsi yang kurang baik terhadap media online berita.

C. Batasan Masalah

Peneliti harus memiliki batasan pada masalah yang akan diteliti agar penelitian ini berhasil. Untuk melakukan penelitian yang jelas, penulis membatasi masalah ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini difokuskan pada judul berita Clickbait yang ada di situs Kuninganmass.com
2. Penelitian ini difokuskan pada media online Kuninganmass dan Pembaca berdasarkan kategori yang telah ditentukan sebagai objek yang sedang diteliti.
3. Penelitian ini difokuskan pada postingan judul berita yang Clickbait pada periode tertentu.
4. Penelitian ini hanya difokuskan pada 3 judul berita Clickbait yang diidentifikasi berdasarkan dari analisis penulis.
5. Responden penelitian berumur rentang 18-30 tahun.
6. Analisis kepada para responden hanya difokuskan pada hasil wawancara dengan para responden tidak meliputi analisis secara keseluruhan.

D. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan batasan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik penulisan judul berita Clickbait berdasarkan pandangan pembaca di media online Kuninganmass?
2. Bagaimana pola baca pembaca berita Clickbait di media online Kuninganmass?
3. Bagaimana persepsi pembaca pada judul berita Clickbait di media online Kuninganmass?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini disesuaikan dengan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dari itu tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui karakteristik judul berita Clickbait berdasarkan pandangan pembaca di media online Kuninganmass.
2. Untuk mengetahui pola baca pembaca berita Clickbait di media online Kuninganmass.
3. Untuk mengetahui persepsi pembaca pada judul berita Clickbait di Media online Kuninganmass.

F. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

a. Peneliti

Penelitian ini dapat memperkaya dan berkontribusi pada kajian ilmu Jurnalistik yang termasuk ke dalam komunikasi massa, serta bermanfaat dalam berbagai disiplin ilmu melalui penelitian dan teoritis.

b. Mahasiswa KPI

Penelitian ini menambah pengetahuan dan pengembangan pemikiran tambahan mengenai Penulisan judul berita Clickbait dan persepsi pembaca yang dapat digunakan sebagai bahan perbandingan pada penelitian yang sejenis.

2. Kegunaan Praktis

a. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Memberikan pandangan baru mengenai penulisan judul berita Clickbait pada pemberitaan di media online, serta menjadi ilmu tambahan dalam jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

b. Kuninganmass

Memberikan pemahaman dan masukan bagi Kuninganmass dalam menyajikan konten-konten berita yang menarik perhatian tanpa harus menurunkan kredibilitas media online tersebut.

