

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari analisis penelitian yang berjudul “Persepsi Pembaca Pada Penulisan Judul Berita Clickbait Di Media Online Kuninganmass” penulis menyimpulkan bahwa terdapat dua persepsi pembaca pada judul berita Clickbait yang dimuat di Kuninganmass yaitu positif dan negatif hal ini didapatkan dari pola baca pembaca yaitu intensif dan ekstensif sehingga menimbulkan persepsi yang berbeda-beda, adapun fenomena Clickbait yang ditemukan di Kuninganmas yaitu terdapat beberapa karakteristik penulisan judul berita Clickbait diantaranya *Exaggeration, Inflammatory dan Bait-And-Switch*. Berikut adalah kesimpulan yang didapat:

1. Karakteristik Penulisan Judul Berita Clickbait Di Media Online Kuninganmass

Berdasarkan penelitian yang dilakukan ditemukan adanya beberapa kategori Clickbait yang didapatkan dari wawancara dengan informan. Bahwa karakteristik Clickbait di media online Kuninganmass sesuai dengan Konsep teori Clickbait yang dikemukakan oleh Biyani, Tsioutsoulktis, dan Blackmer yaitu: *Exaggeration, Inflammatory, dan Bait-And-Switch*

2. Pola baca pembaca berita Clickbait di media online Kuninganmass

Ditemukan beberapa pola baca pembaca media online Kuninganmass yang beragam berdasarkan kebiasaan atau pola baca yang dikemukakan oleh Tarigan (2008: 32-36) Yaitu: Pola Intensif dan Ektensif.

Pola Intensif merupakan pola membaca seksama dan teliti umumnya pembaca membaca semua bacaan yang mereka lihat. Umumnya pembaca yang menggunakan pola ini memperoleh hasil bacaan secara utuh.

Kedua membaca ekstensif adalah membaca secara luas yakni membaca survei, membaca sekilas, dan membaca dangkal. Pada dasarnya orang yang membaca dengan pola ini hanya akan memperoleh pemahaman yang dangkal bersifat luaran dan umumnya tidak mendalami suatu bahan bacaan.

3. Persepsi pembaca pada judul berita Clickbait di media online Kuninganmass.

Persepsi pembaca pada judul berita Clickbait pada media Kuninganmass.com berbeda-beda baik positif maupun negatif. Sesuai dengan teori bentuk-bentuk Clickbait yang dikemukakan oleh Amin Safwan (2014: 97) yaitu positif dan negatif.

Berdasarkan persepsi positifnya pembaca menyadari bahwa media tersebut memang harus memberikan judul *Clickbait* untuk meningkatkan jumlah pembaca asalkan isi dari judul yang ditulis tersebut sesuai dan masih berada di batas wajar

Dan dari segi persepsi negatif adalah bahwa judul berita Clickbait di Kuninganmass terkadang tidak sesuai dengan isi berita, membuat pembaca kecewa.

B. Implikasi

Implikasi adalah suatu akibat yang muncul atau terjadi dari hasil temuan dalam suatu penelitian. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Implikasi teoritis

Hasil penelitian ini memperkuat pemahaman tentang teori Clickbait dan bagaimana penerapannya dalam konteks media online. Penelitian ini juga memberikan kontribusi dalam pemahaman teori komunikasi massa, khususnya terkait dengan fenomena Clickbait dalam media online. Dengan meneliti persepsi pembaca pada judul berita Clickbait di media online Kuninganmass.

2. Implikasi Praktis

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan komunikasi secara langsung dalam bentuk wawancara kepada para pembaca situs media online Kuninganmass.com agar mendapat kebenaran informasi secara langsung.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk media online berita seperti Kuninganmass.com diharapkan dapat menyajikan konten-konten berita yang menarik perhatian tanpa menurunkan kredibilitas media online tersebut.
2. Diharapkan pembaca berita di media online seperti Kuninganmass.com bisa menjadi pembaca yang bijak. Jangan hanya membaca judul berita dan langsung membuat kesimpulan, tapi sebaiknya membaca seluruh isi berita dan kemudian menarik kesimpulan dari konten yang telah dibaca, bukan hanya dari judulnya saja.
3. Saran untuk penelitian selanjutnya yang memiliki kesamaan dengan penelitian ini diharapkan untuk menambah informan tidak hanya dari pembacanya saja tetapi pada medianya juga. Diharapkan juga melakukan pembahasan mengenai strategi penulisan judul berita Clickbait yang dilakukan oleh media online agar penelitian ini semakin kuat. Serta memperhatikan untuk menghubungi informan dan tidak bersifat pasif saat pelaksanaan wawancara demi kelancaran penelitian.

