

CLICKBAIT PERSPEKTIF JURNALISTIK
(Studi Fenomenologi Praktik Clickbait Pemberitaan “ Mobil Ayla
Tabrak Motor Cbr di Purwokerto” dalam Berita Online
TribunBanyumas.com)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

DINDA ZHALIA KRISTI
NIM. 1717102057

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinda Zhalia Kristi

NIM : 1717102057

Jenjang : S-1

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul “Clickbait Perspektif Jurnalistik (Studi Fenomenologi Praktik Clickbait Pemberitaan “Mobil Ayla tabrak Motor CBR di Purwokerto” dalam Berita Online TribunBanyumas.com)” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya seni sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, diberi tanda citasari dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purwokerto, 15 November 2021

Penulis,



Dinda Zhalia Kristi
NIM.1717102057



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

**PENGESAHAN
Skripsi Berjudul:**

**CLICKBAIT PERSPEKTIF JURNALISTIK (Studi Fenomenologi
Praktik Clickbait Pemberitaan “Mobil Ayla Tabrak Motor Cbr di
Purwokerto” dalam Berita Online TribunBanyumas.com)**

yang disusun oleh **Dinda Zhalia Kristi** NIM. 1717102057 Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Jurusan **Komunikasi Islam** Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, telah diujikan pada hari Senin tanggal 24 Januari 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos)** dalam Ilmu Komunikasi oleh sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Dr. Umi Halwati, M.Ag.
NIP. 198408192011012011

Sekretaris Sidang/Penguji II,

Nurul Khotimah, M.Sos.

Penguji Utama,

Dra. Amirotun Solikhah, M.Si.
NIP. 196510061993032002

Mengesahkan:

Dekan,



Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.
NIP. 196912191998031001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

di Purwokerto

Assalamu'alaikum, wr.wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap naskah skripsi saudara:

Nama : Dinda Zhalia Kristi

NIM : 1717102057

Fakultas/Jurusan : Dakwah/Komunikasi Penyiaran Islam

Judul Skripsi : Clickbait Perspektif Jurnalistik (Studi Fenomenologi Praktik Clickbait Pemberitaan “Mobil Ayla tabrak Motor CBR di Purwokerto” dalam Berita Online TribunBanyumas.com)”

Dengan ini dinyatakan bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan dalam sidang munaqosyah.

Wassalamu'alaikum, wr.wb

Purwokerto, 15 November 2021

Pembimbing,



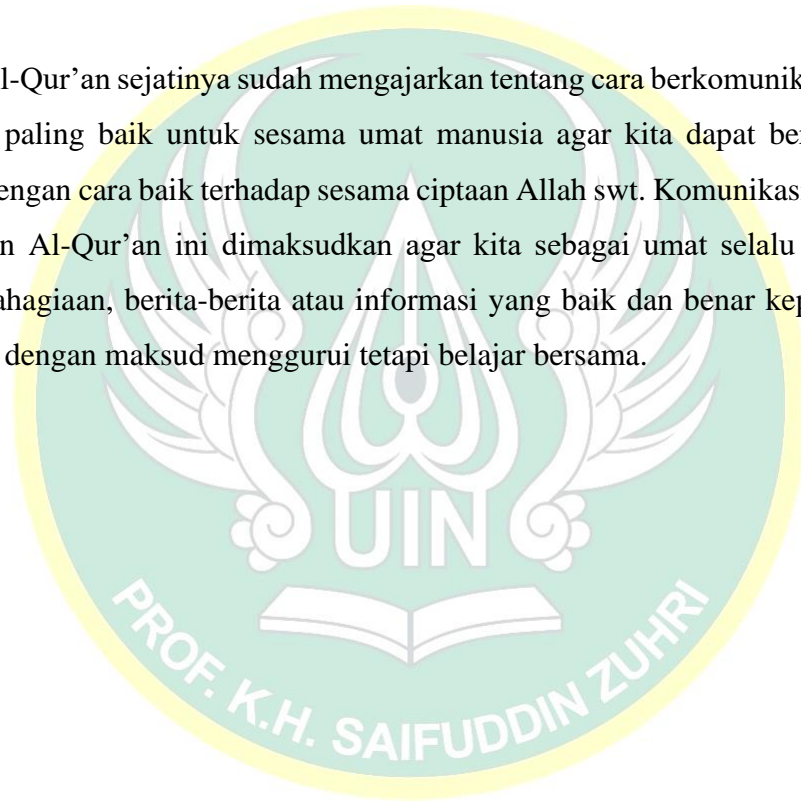
Dr. Umi Halwati, M.Ag
NIP. 19840819 201101 2 011

MOTTO

أَدْخِ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ، وَجَا دِلُهُمْ بِأَتِي هِيَ أَحْسَنُ ، إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ
ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ، وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah manusia kepada jalan Tuhan-Mu dengan hikmat dan pengajaran yang baik dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhan-Mu Dia-lah yang lebih mengetahui siapa yang sesat di jalan-Nya dan Dia-lah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”. (Al-Qur’an Surat An-Nahl:125).

Al-Qur’an sejatinya sudah mengajarkan tentang cara berkomunikasi dengan cara yang paling baik untuk sesama umat manusia agar kita dapat berkata baik, berdebat dengan cara baik terhadap sesama ciptaan Allah swt. Komunikasi yang baik berlandaskan Al-Qur’an ini dimaksudkan agar kita sebagai umat selalu membawa pesan kebahagiaan, berita-berita atau informasi yang baik dan benar kepada orang lain bukan dengan maksud menggurui tetapi belajar bersama.



CLICKBAIT PERSPEKTIF JURNALISTIK
(Studi Fenomenologi Praktik Clickbait Pemberitaan “ Mobil Ayla Tabrak Motor Cbr di Purwokerto” dalam Berita Online TribunBanyumas.com)

DINDA ZHALIA KRISTI

1717102057

ABSTRAK

Era digital menjadi pergeseran media komunikasi dari konvensional ke media online. Prosesnya yang cepat dan *uptodate* ditambah dengan headline provokatif dan sensasional seolah menjadi aspek penting untuk menimbulkan *curiosity*. Bermodal kemudahan akses dan kebutuhan masyarakat, media online gencar dalam strategi pemberitaan. Eksistensi kecepatan media online tidak diiringi dengan keakuratan konten berita yang disuguhkan, namun demikian cara yang ditempuh untuk mendapatkan rasa penasaran pembaca menjadi prioritas utama guna kebutuhan *rating* sebuah media salah satunya dengan umpan klik atau clickbait. Berhubungan dengan itu, peneliti tertarik tentang praktik penerapan clickbait dalam perspektif jurnalistik sebagai alternatif untuk menarik minat masyarakat meng-klik tautan berita.

Tujuan dari penelitian sebagai kajian, referensi, rekomendasi, dan bacaan literatur sekaligus mengetahui bagaimana penerapan fenomenologi oleh Alfred Schutz dengan karya jurnalistik menggunakan sample berita online. Penelitian dengan dokumentasi online dan kajian mendalam disertai referensi ilmiah serta apa saja yang berkaitan dengan praktik clickbait menggunakan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan TribunBanyumas.com menggunakan unsur clickbait pada judul dan berita. Kaitannya dengan jurnalistik pada penerapan kode etik jurnalistik dan pedoman pemberitaan media siber beberapa poin pemberitaan sedikit mengesampingkan pedoman tersebut. Berdasarkan teori komunikasi yang termediasi oleh komputer, TribunBanyumas.com menggunakan penyampaian komunikasi variatif dan unik serta membelokkan makna antara judul dan isi berita.

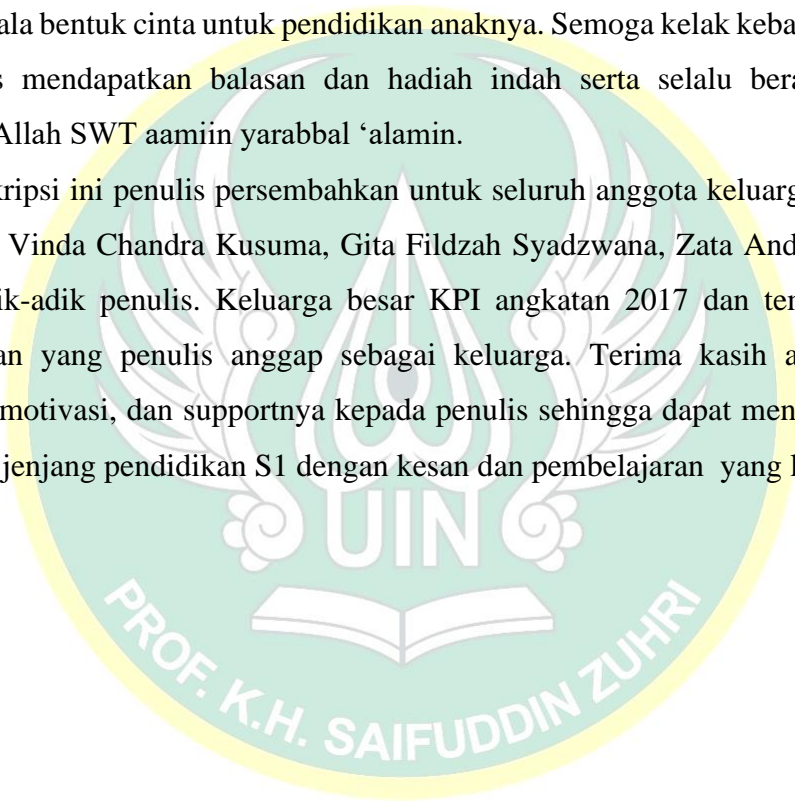
Kata kunci : Clickbait, Jurnalistik, Fenomenologi, Berita Online

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT atas segala petunjuk dan kebesarannya serta ridhanya kepada penulis dalam setiap ihtiar dan perjuangan yang dijalani dan atas izinnya dengan bahagia penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan tulus dan ikhlas. Penulis mempersembahkan karya ilmiah ini kepada keluarga, kerabat dan semua orang dibalik dukungan untuk penulis.

Kepada orang tua penulis Bapak Slamet Riva'i dan Ibu Sri Suparti, terima kasih atas segala do'a dan kasih sayang dalam segala hal sebagai dukungan semangat dengan segala bentuk cinta untuk pendidikan anaknya. Semoga kelak kebaikan orang tua penulis mendapatkan balasan dan hadiah indah serta selalu berada dalam lindungan Allah SWT aamiin yarabbal 'alamin.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk seluruh anggota keluarga, Mamah dan Papah, Vinda Chandra Kusuma, Gita Fildzah Syadzwana, Zata Andini Syahra sebagai adik-adik penulis. Keluarga besar KPI angkatan 2017 dan teman-teman seperjuangan yang penulis anggap sebagai keluarga. Terima kasih atas segala dukungan, motivasi, dan supportnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dan jenjang pendidikan S1 dengan kesan dan pembelajaran yang luar biasa.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT pemilik semesta alam, yang tidak bermula dan tidak berakhir, yang telah memberi rahmat dan hidayah-Nya sehingga tersusunnya skripsi ini. Sholawat serta salam tidak lupa selalu penulis curahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW yang memberikan ilmu bagi umatnya dan cahayanya senantiasa memberi syafaat kepada umat dari jaman kebodohan hingga jaman modern seperti sekarang ini.

Skripsi dengan judul *Clickbait Dalam Perspektif Jurnalistik (Studi Fenomenologi Praktik Clickbait Pemberitaan “Mobil Ayla Tabrak Motor Cbr di Purwokerto” dalam Berita Online TribunBanyumas.com)* merupakan karya seni berdasarkan pada ilmu pengetahuan yang dibuat penulis dari berbagai sumber atau pustaka dan dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya.
2. Dr. H. Moh Roqib, M.Ag, Rektor UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag, Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Uus Uswatusolihah, M.A.
5. Dr. Musta'in, M. Si, Wakil Dekan III UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto sekaligus pembimbing akademik.
6. Dr. Umi Halwati, M.Ag. Dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih atas segala bentuk support dan bimbingannya.
7. Segenap keluarga besar Dosen, Karyawan, dan seluruh civitas akademika Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk segala fasilitas ilmu, keterampilan dan pengalaman.
8. Orang tua penulis Bapak Slamet Riva'i dan Ibu Sri Suparti, penulis ucapkan terima kasih atas didikan, dukungan, do'a, dan usahanya dalam membawa putrinya menjadi seseorang yang lebih tinggi.

9. Adik-adik saya, Vinda Chandra Kusuma, Gita Fildzah Zyadzwana, Zata Andini Syahra yang selalu melengkapi perjalanan penulis dan semangat yang telah diberikan. Terima kasih banyak.
10. Afifah, Elsyah, Ika, Nadian, Eti, Latifah, Isnaeni, Faiz, orang-orang yang berpengaruh kepada penulis dan senantiasa setia menemani perjalanan pendidikan ini dan masih banyak yang tidak tuliskan namun tetap ada di hati penulis.
11. Widya, Zahra teman penulis yang berpengaruh dalam perjalanan penulisan karya ilmiah ini. Terima kasih untuk motivasi dan dukungan kalian.
12. Teman-teman seperjuangan KPI angkatan 2017 dan warga KPI-B khususnya. Tanpa kalian perjalanan ini tidak penuh dengan makna.
13. Terima kasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam segala bentuk demi tercapainya dan terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas segala do'a dan hal baik akan berbalik baik kepada kalian semua. Penulis menyadari atas segala kekurangan dalam penyusunan skripsi baik dari segi kepenulisan maupun keilmuan. Penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk penulis dan pembaca sebagai referensi bidang keilmuan selanjutnya.

Purwokerto, 13 November 2021

Penulis,



Dinda Zhalia Kristi
NIM.1717102057

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
E. Kajian Pustaka.....	9
F. Kerangka Pemikiran.....	14
G. Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	17
A. Clickbait.....	17
1. Definisi Clickbait.....	17
2. Karakteristik Clickbait.....	18
3. Dampak Positif dan Negatif Clickbait.....	19
A. CMC (Computer Mediated Communication).....	22
1. CMC (Computer Mediated Communication).....	22
2. Perspektif CMC (Computer Mediated Communication).....	22
B. Fenomenologi.....	24
1. Fenomenologi.....	24
2. Alfred Schutz.....	26
C. Kode Etik Jurnalistik.....	30

1. Pengertian Jurnalistik	30
2. Kode Etik Jurnalistik dan Manfaat	31
3. Kode Etik Jurnalistik dalam Perspektif Islam	32
4. Undang-Undang Kode Etik Jurnalistik	34
D. Komunikasi Massa	35
1. Pengertian Komunikasi Massa	35
2. Karakteristik Komunikasi Massa	36
3. Hambatan Komunikasi Massa	38
E. Media Online	41
1. Peran dan Pengaruh	41
2. Keterbatasan Media Online	43
3. Unsur Penting Menghimpun Berita pada Media Online	43
4. Pedoman Pemberitaan Media Siber	44
F. Berita Online	45
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Jenis Penelitian	48
B. Sumber Data	49
C. Subjek dan Objek Penelitian	50
D. Teknik Pengumpulan Data	50
E. Teknik Analisis Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum TribunBanyumas.com	53
B. Analisis Judul Clickbait pada Artikel TribunBanyumas.com	54
1. Biyani, Tsioutsouluklis, dan Blackmer	54
2. CMC (Computer Mediated Communication)	85
C. Fenomenologi Alfred Schutz	88
D. Analisis Kode Etik Jurnalistik	89
E. Analisis Pedoman Hak Jawab	92
F. Analisis Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS)	93
BAB V PENUTUP	94
A. Simpulan	94
B. Saran	95

DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	102
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	120



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era digitalisasi tidak dapat dipungkiri perkembangannya yang begitu pesat. Perkembangan teknologi merambah ke dalam dunia media komunikasi yang awalnya masyarakat hanya mengenal media komunikasi konvensional dari media cetak dan media siar, kini berkembang menjadi media baru atau *new media*.¹ Diantaranya yakni kemunculan website, sosial media, surat kabar online dan yang lainnya. Dampak yang ditimbulkan akibat dari kemajuan teknologi bervariasi. Positif atau negatif dampak tersebut tergantung dari bagaimana peran pengendali dalam menggunakannya.

Kemudahan dalam mengakses informasi dan kebutuhan masyarakat terkait dengan berita yang instan atau cepat mengakibatkan banyak media penyiaran menggunakan hal tersebut sebagai jalan untuk kepentingan pribadi. Pergeseran pola kepemilikan media yang terkonsentrasi pada individu atau kelompok korporasi tertentu ternyata berpengaruh pada produk-produk jurnalistik mulai dari berita surat kabar, headline media online, sampai platform media komunikasi seperti youtube mulai menunjukkan eksistensinya. Berita-berita yang tidak kredibel merupakan dampak negatif dari kemunculan informasi yang instan salah satunya yaitu Clickbait. Clickbait atau umpan klik adalah istilah untuk mendapatkan *viewer* atau pembaca yang berdampak pada kenaikan trafik media pemberitaan tersebut. Namun hal demikian justru mengesampingkan kualitas dan keakuratan atas isi berita atau konten yang disajikan dengan modal judul atau headline yang provokatif atau mengundang penasaran dengan olah kata yang sensasional.

¹ *New media* : Terminologi 'media baru' yang merujuk pada konvergensi media konvensional dengan teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi dan terhubung dalam jaringan yang disebut internet.

Clickbait sebagai contoh manipulasi fungsi jurnalistik karena mengeksploitasi sisi kognitif manusia sebagai konsumen atau pembaca. *Clickbait* atau umpan klik dapat memancing rasa ingin tahu masyarakat sehingga mereka mengklik tautan tersebut untuk memenuhi rasa keingintahuannya.² Clickbait banyak digunakan pada sebuah judul pemberitaan atau headline pada surat kabar online. Sementara itu, umpan klik dalam jangka panjang akan menipu pembaca karena tidak terjadinya *feedback* yang ditimbulkan dari penggunaan clickbait tersebut kepada pembaca yang mana masyarakat tidak mendapatkan haknya untuk memperoleh informasi secara valid serta akurat yang menyebabkan terjadinya harapan pembaca yang tidak terpenuhi.

Penggunaan judul sensasional, provokatif, dan hiperbolis pada judul pemberitaan artikel di media online realitanya berhasil mengajak pembaca untuk mengklik tautan tersebut karena didalamnya *dibumbui* dengan kata-kata yang seolah menjadi penegasan dan membuat penasaran, seperti: “Tak Disangka”, “Greget”, “Ternyata Begini”, “Heboh”, “Terkuak!”, “Bikin Sedih”, “Nomor Lima Mengejutkan”, “Astaga”, “Viral”, “Fakta Sebenarnya”, “Menggemparkan”.³ Banyak dijumpai judul yang unsinkron atau tidak sesuai dengan isi beritanya yang mana hal demikian merujuk kepada *hoax* atau berita palsu bahkan sudah nyata menyimpang dari kode etik jurnalistik yang seharusnya menuntut pemegang kendali media menyampaikan pemberitaan secara real, jujur, dan sesuai kaidahnya.

Kualitas jurnalisme yang buruk karena informasi yang disajikan berlebihan dan mengesampingkan korelasi judul dan isi berita dapat membuat masyarakat tertipu dan kecewa setelah membacanya.⁴

² Akhsanul Mardiyah. 2018. “Fenomena *Clickbait* di Tribunnews.com Ditinjau dari Kode Etik Jurnalistik Indonesia Periode Maret 2018”. *Skripsi*. Pasuruan: Program Studi Ilmu Komunikasi, Fisip, Universitas Yudharta. <https://jurnal.yudharta.ac.id> diakses pada 15 Oktober 2020 pukul 09.30 WIB.

³ Godham Eko Saputro & Toto Haryadi. 2019. “Komik Strip dan Fenomena *Clickbait*”. *Jurnal Titik Imaji*. Universitas Dian Nuswantoro. Semarang. Vol. 2. No. 1. <https://journal.ubm.ac.id> diakses pada tanggal 14 Juli 2021 pukul 20.16. WIB. Hlm. 1.

⁴ Opini Sugeng Winarno (Tertipu Clickbait), Pegiat Literasi Media, Dosen Ilmu Komunikasi FISIP UMM. Malang Post, Rabu 13 Maret 2019.

Pada era *new media* ini penggunaan berita maupun artikel online sangat dibutuhkan oleh masyarakat mengingat kebutuhan masyarakat akan informasi yang sudah dapat diakses dengan mudah menggunakan *smartphone* mereka hanya dari rumah saja, apalagi melihat situasi dan kondisi pandemi virus Covid-19 seperti saat ini sudah barang tentu segala kegiatan dilakukan secara terbatas untuk itu media massa gencar dalam melaksanakan perannya.

Jebakan klik atau *clickbait* tidak hanya diartikan sebagai headline yang umumnya berbeda dengan isi beritanya, namun jebakan klik juga tidak berarti apa-apa, artinya masyarakat menerima dan tidak mempermasalahkan hal tersebut. Masyarakat menganggap hal tersebut sebagai suatu yang umum ada dalam pembuatan sebuah berita yaitu menggunakan *clickbait*. Umpan klik juga bisa dimaknai sebagai kurangnya kesadaran literasi, hal demikian dapat menjadikan masyarakat mudah termakan berita dengan judul sensasional terkadang *malah* hanya membaca judulnya saja, hal ini membuat masyarakat menjadi sasaran para pemilik “pabrik” berita dengan memunculkan judul sensasional.⁵ Untuk itu, masyarakat harus lebih cermat menerima berita. Tidak disarankan langsung menelan mentah-mentah sebuah berita, melainkan harus *crosscheck* atau klarifikasi kebenarannya, dengan demikian masyarakat Indonesia menjadi “Smart people”.

Berbicara tentang Jurnalistik atau *Journalisme* berasal dari kata ‘*Journal*’ yang memiliki arti catatan harian mengenai peristiwa atau kejadian sehari-hari. Bisa juga berarti surat kabar. *Journal* berasal dari bahasa Latin ‘*diurnalis*’ yang artinya harian. Dari itu lahirlah perkataan Jurnalis, yaitu orang yang melakukan kegiatan Jurnalistik.⁶ Mac Dougall menyebutkan bahwa *Journalisme* merupakan bentuk kesatuan dari berbagai

⁵ Achmad Wildan K.F. 2018. “Jebakan Klik Pada Portal Berita Dalam Perspektifsemiotika John Fiske (Studi Kasus Portal Berita Tribunnews Triwulan Pertama Tahun 2018)”. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Filsafat Universitas Gadjah Mada (UGM). <http://etd.repository.ugm.ac.id/> diakses pada 1 November 2020 pukul 21.08 WIB.

⁶ Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat. 2005. Pengantar Prof. Dr. Muhammad Budyatna, M.A. *Jurnalistik-Teori & Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Bandung. Hlm 32.

sisi dalam upaya menciptakan berita utuh yaitu menghimpun berita, mencari fakta, dan melaporkan peristiwa.⁷

Abad Mesir Kuno jurnalistik dikenal sebagai sarana komunikasi dan informasi dalam praktek peraturan pemerintah, berita kelahiran dan kematian dengan sarana dan prasarana yang ada pada zaman itu, sedangkan jurnalistik di Eropa dikenal sebagai siaran berita yang ditulis tangan. Jurnalistik terlahir atas keperluan dan kebutuhan informasi termasuk dikenal adanya huruf lepas pada 1440 di Eropa seiring dengan munculnya mesin cetak, lembaran berita dan pamflet yang dicetak dengan kecepatan tinggi dalam jumlah banyak dan ongkos yang lebih rendah. Jerman menjadi negara penerbit surat kabar secara intens pada 1609 di Starbourg. Tak lama kemudian, surat kabar lainnya muncul di Belanda (1618), Perancis (1620), Inggris (1620), dan Italia (1639). Surat kabar abad 17 bertiras sekitar 100 sampai 200 eksemplar sekali terbit, meskipun *Frankfrukter Jaurnal* pada tahun 1680 sudah memiliki tiras 1.500 sekali terbit. Pada tahun 1650, surat kabar pertama yang terbit sebagai harian adalah *Einkommende Zeitung* di Leipzig, Jerman. Pada 1702 menyusul *Daily CouraM* di London yang menjaadi harian pertama Inggris. New York City 1833, Benjamin H. Day, menerbitkan untuk pertama kalinya yang disebut *penny newspaper* (surat kabar murah yang harganya satu *penny*) dengan memuat berita pendek yang ditulis real. Seiring dengan berkembangnya teknologi mesin cetak produksi surat kabar terus meningkat.⁸

Jurnalisme kini berkembang pesat seiring dengan perubahan zaman jauh melampaui awal kelahirannya. Menyambung dari hal tersebut media penyiaran mulailah muncul, majalah dan radio komersil mulai mengudara sekitar 1920an. Setelah perang dunia II Televisi komersil juga mulai *meroket*.⁹

Headline diartikan sebagai judul sebuah artikel. Headline berdasarkan fungsi indra sebagai objek yang pertama terlihat mata saat

⁷ Curtis D, MacDougall. *Interpretatke Reporting*, (New York: Mactoilan Publishing Co., Inc.), 1972.

⁸ Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat. 2005. Pengantar Prof. Dr. Muhammad Budyatna, M.A. *Jurnalistik-Teori & Praktik*.....Hlm 33.

⁹ *Meroket* : mulai menunjukkan eksistensinya.

orang membaca sebuah artikel sehingga pembaca *me-notice*¹⁰ berita tersebut atau tidak, semakin menarik sisi headline maka akan semakin banyak pembaca. Syarat penulisan harus sesuai dengan kaidah penulisan headline hal ini termasuk editorial berita mulai dari headline atau biasa disebut *lead* sampai *body lead* atau isi berita. Dengan demikian, terjadilah sinkronisasi dan keutuhan dalam sebuah penulisan berita.

Dewasa ini penulisan headline pada sebuah artikel semakin variatif. Pasalnya banyak dijumpai headline dengan konotasi sedikit nekat dan berani dan tidak jarang bernada provokatif dengan kata-kata yang sensitif. Tidak jarang beberapa media mulai menggunakan trend clickbait headline salah satunya yang menjadi pelopor adalah TribunBanyumas.com. TribunBanyumas.com banyak menggunakan umpan klik pada headline-nya hal demikian dilakukan guna kebutuhan trafik seberapa banyak orang akan mengklik tautan atau artikel tersebut maka semakin tinggi juga rating mediana.

B. Penegasan Istilah

1. Fenomena Clickbait

Fenomena diartikan sebagai suatu rangkaian peristiwa yang terjadi secara terus menerus dan menjadi perhatian lingkungan atau masyarakat. Suatu fenomena yang menjadi perhatian tersebut yang memunculkan ketertarikan dalam sebuah penelitian.

Fenomena clickbait dalam penelitian ini menjadi bahan kajian ilmiah terstruktur dengan sample pemberitaan media online menggunakan analisis sehingga diperoleh data dan pemahaman atas isu yang dibicarakan. Clickbait diartikan sebagai umpan klik atau jebakan klik pada sebuah headline artikel yang penggunaannya dinilai menguntungkan media karena memancing pembaca untuk mengklik tautan artikel guna menambah viewers dan menaikkan rating media yang menggunakannya namun tak jarang clickbait dinilai menyalahi kode etik jurnalistik karena melebih-lebihkan judul pemberitaan yang

¹⁰ *Notice* : Menjadi perhatian atau diperhatikan.

belum tentu sama judul dan isi beritanya. Sasaran peneliti terhadap fenomena clickbait yaitu pada headline surat kabar online TribunBanyumas.com.

2. Jurnalistik

Selain Jurnalistik masyarakat juga menyebutnya sebagai *Journalisme*. Terlepas dari itu, Jurnalistik merupakan kegiatan menghimpun berita mengenai kejadian setiap hari secara fakta baik dituliskan pada media elektronik maupun media cetak. Pelaku Jurnalistik disebut Jurnalis.

Dalam penelitian ini praktik Jurnalistik didalamnya termasuk ke dalam Jurnalistik online karena menggunakan sample penelitian dari artikel berita online, mengapa disebut Jurnalistik online? Ada beberapa karakteristik pemberitaan disebut kegiatan Jurnalistik online. Pertama “tidak mengenal” tenggat waktu (*deadline*) sebagaimana dikenal dalam media cetak. *Deadline*¹¹ disini diartikan “beberapa menit bahkan detik” setelah kejadian berlangsung. Kedua kemampuan interaktivitas Jurnalistik online dapat meruntuhkan aturan lama Jurnalistik, mengapa demikian? bahwa “kebenaran faktual” terletak pada permainan wartawan. Kebenaran faktual, obyektivitas, *imparsialitas*¹² tidak lagi dibangun pada ruang senyap editor, namun dipertukarkan antara Jurnalis dan publik. Ketiga adalah akses. Keuntungan Jurnalistik online terdapat pada aksesnya yang dapat dijangkau dengan mudah dan cepat, juga dapat di-*update* dan dihapus kapan saja, dan interaksi dengan pembaca atau pengguna (*user*).¹³

Jurnalistik dalam penelitian ini dipilih karena keterkaitannya antara headline pada sebuah pemberitaan artikel yang mana penulisan berita pada artikel termasuk kedalam kegiatan jurnalistik yang mana

¹¹ *Deadline* : Memenuhi batas waktu

¹² *Imparsialitas* : Keadilan, Memuliakan hak individu.

¹³ Asep Syamsul M. Romli. 2012. *Jurnalistik Online (Panduan Mengelola Media Online)*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia. Hlm. 18.

salah satu fungsinya yakni menghimpun berita. Dalam hal ini adalah praktik Jurnalistik online.

3. **Headline**

Karakter Jurnalistik online tergambar dalam beberapa elemen salah satunya *headline* seperti yang dikemukakan oleh Rey G. Rosales dalam *The Elements of Online Journalism*. Menurutnya Jurnalistik online memiliki elemen multimedia dalam pemberitaannya, meliputi dasar (*basic*) dan *advance*. Elemen dasar tersebut mencakup headline, isi (*text*), gambar atau foto, grafis dan logo, serta link terkait. Elemen Advance meliputi elemen dasar ditambah audio, video, *slide show*, animasi, *interactive feature*, dan *interactive games*. Headline menurutnya: judul berita yang ketika diklik akan membuka tulisan secara lengkap dengan halaman tersendiri.¹⁴ Peneliti fokus pada judul artikel situs berita online TribunBanyumas.com perihal kasus “Mobil Ayla tabrak Motor CBR di Purwokerto” yang mengandung unsur clickbait.

4. **TribunBanyumas.com**

TribunBanyumas.com merupakan situs berita siber di Indonesia dan menjadi salah satu bagian dari situs berita daerah yang terintegrasi dari Tribunnews.com di bawah naungan Tribun Network sehingga pada saat membuka situs berita TribunBanyumas.com masyarakat dapat langsung beralih ke situs berita Tribun lainnya. TribunBanyumas.com mencakup informasi update dari wilayah Barlingcamas (Banjarnegara, Purbalingga, Cilacap, dan Banyumas) baik berupa berita pendidikan, otomotif, teknologi, *lifestyle*, olahraga, travel, kesehatan, dan *infotainment*.¹⁵

¹⁴ Asep Syamsul M. Romli. *Jurnalistik Online (Panduan Mengelola Media Online)*.....Hlm. 20-21.

¹⁵ Lihat laman resmi TribunBanyumas.com. <https://banyumas.tribunnews.com> diakses pada 28 Agustus 2021. Pukul 11.30 WIB.

Dalam pelaksanaan kegiatan Jurnalistik, para Jurnalis seperti wartawan, editor berita dan segenap kelompok yang bertugas atas produksi berita berpedoman pada UU Pers No.40 tahun 1999. Menghargai hak seseorang bagian dari fungsi, hak, kewajiban dan peran Pers dalam keterbukaan juga profesionalisme. Berdasarkan itu maka peneliti mengupas fenomena clickbait headline di pemberitaan Tribunbanyumas.com yang ditinjau dari kode etik jurnalistik Indonesia.

C. Rumusan Masalah

Bagaimana praktik clickbait pemberitaan “Ayla tabrak CBR di Purwokerto” pada headline berita online TribunBanyumas.com menggunakan kode etik jurnalistik?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Mendeskripsikan fenomena praktik clickbait pemberitaan “Ayla tabrak CBR di Purwokerto” pada headline berita online TribunBanyumas.com menggunakan teori Fenomenologi Alfred Schutz ditinjau menggunakan kode etik jurnalistik

2. Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Penelitian diharapkan menjadi bahan rekomendasi, evaluasi, dan kajian insan akademik yang sedang mempelajari ilmu penerapan fenomenologi pada sebuah karya jurnalistik. Penelitian ini akan menjelaskan secara rinci tentang penggunaan unsur dan karakteristik clickbait pada penyusunan sebuah berita.

2) Manfaat Praktis

Manfaat praktis sebagai berikut:

- a) Bagi Peneliti : hasil penelitian ini akan menjadi sebuah rekam dalam praktik dan pengamalan ilmu komunikasi yang sudah diperoleh peneliti selama menempuh studi yang dituangkan

dalam penulisan sebuah karya ilmiah guna menjadi bahan evaluasi.

- b) Bagi lingkup sosial : menjadi pembelajaran bagi masyarakat umum agar mengetahui unsur-unsur berita clickbait dan membaca sebuah informasi lebih teliti dengan melakukan croscek sebelum menerima dan membagikan (*share*). Peneliti mengharapkan kepada masyarakat agar menjadi *smart* dalam menyikapi berita jangan mudah terpancing judul berita yang terlihat menarik untuk dibicarakan.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan penelitian ilmiah terdahulu sekaligus sebagai referensi bacaan untuk penelitian yang sedang dikaji.¹⁶ Kajian pustaka dipilih berdasarkan dengan topik yang diteliti.

Penelitian Heri Sevriyanto Siregar berjudul *Praktik Jurnalisme Konstruktif Pada Isu Kepanikan Moral Selama Pandemi Covid-19 (Analisis Framing Model Robert N Entman Dalam Berita Corona Indonesia Detik.com pada Periode 2-4 Maret 2020)* Program Studi Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Diploma, Universitas Pertamina, dipublikasikan pada 2020. Penelitian ini membahas tentang bagaimana praktik Jurnalisme Konstruktif dalam masa pandemi Covid-19 pada isu kepanikan moral di Indonesia pada situs Detik.com. Tujuan dari penelitian tersebut untuk mendeskripsikan bagaimana situs Detik.com memberikan bingkai pada berita mengenai kepanikan moral serta mendeskripsikan situs Detik.com dalam melakukan praktik Jurnalisme Konstruktif pada berita-berita Covid-19. Penelitian ini menggunakan model Framing Robert N Entman dan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data dan observasi pada situs Detik.com dari 2-4 Maret 2020.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa situs daring Detik.com menampilkan isu kepanikan moral sebagai akibat dari adanya penyebaran

¹⁶ Andi Prastowo. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media. Hlm. 138.

virus Corona di Indonesia. Peneliti menyimpulkan Detik.com cenderung memulai berita dengan pernyataan-pernyataan Pemerintah mengenai kasus pandemi kemudian berlanjut pada fenomena di masyarakat. Menurutnya Detik.com dalam memberitakan berita Covid-19 yang berpengaruh pada isu kepanikan moral dianggap masih selaras dengan penerapan Jurnalisme Konstruktif yang mana Detik.com selalu menampilkan solusi yang dapat dilakukan oleh masyarakat dalam rangka memutus rantai penyebaran virus Corona di Indonesia.¹⁷

Persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan praktik Jurnalistik sebagai pedoman dalam menganalisis pemberitaan media daring. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian yakni menggunakan media daring Detik.com terkait dengan pemberitaan yang mana Heri mengkajinya dalam menanggapi suatu isu pemberitaan yang berimbas pada masyarakat artinya heri menekankan pada isi beritanya juga pada model analisis yang menggunakan Analisis Framing. Fokus penelitian Heri melakukan limit data yaitu menggunakan jangka waktu tiga hari dalam penelitiannya.

Penelitian selanjutnya skripsi Analuna Djouise Bertina berjudul *Penggunaan Unsur Clickbait Dalam Penulisan Judul Berita (Analisis Isi Terhadap Judul Berita Detik.com Kanal detikHot Subkanal Celebs Periode Oktober-Desember 2017)*. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara (UMN) Tangerang, dipublikasikan pada 2018. Penelitian membahas tentang seberapa besar penggunaan unsur clickbait yang digunakan dalam penulisan judul berita kanal detikHot, subkanal *Celebs* oleh Detik.com periode Oktober-Desember 2017. Menggunakan analisis isi kuantitatif yang menghasilkan data seberapa sering penggunaan unsur clickbait pada pemberitaan situs Detik.com. Indikator pada kalimat tanya, angka, kata penunjuk, kata sifat, kata ganti, dan kata seru. Karena menggunakan analisis isi, peneliti berfokus

¹⁷ Heri Sevriyanto Siregar. 2020. "Praktik Jurnalisme Konstruktif Pada Isu Kepanikan Moral Selama Pandemi Covid-19 (Analisis Framing Robert N Entman Dalam Berita Corona Indonesia Detik.com pada Periode 2-4 Maret 2020)". *Skripsi*. Jakarta: Program Studi Komunikasi Universitas Pertamina. library.universitaspertamina.ac.id diakses pada 1 November 2020, pukul 07.39 WIB.

pada seberapa sering dan seberapa besar penggunaan unsur tanda disetiap penulisan judul pemberitaan. Bersifat lebih rinci, kritis dan detail karena peneliti harus jeli dalam memilah berita yang mengandung unsur clickbait juga kepada unsur pendukung lainnya.¹⁸

Hasil penelitian tersebut terhadap 346 sample judul berita Detik.com periode Oktober-Desember 2017 bahwa Detik.com menggunakan unsur clickbait dalam penulisan judulnya. Detik.com menggunakan clickbait dengan tujuan sama yaitu meningkatkan jumlah pageviews untuk laman website Detik.com.

Objek penelitian memiliki sedikit persamaan, Analuna berfokus kepada penggunaan unsur clickbait pada judul pemberitaan sebuah situs daring. Perbedaan penelitian ini adalah pada metode analisis yang digunakan. Analuna menggunakan Analisis Isi dan metode penelitian kuantitatif terhadap penelitiannya berfokus pada judul pemberitaan Detik.com untuk mengetahui seberapa sering penggunaan tanda-tanda baca pada judul pemberitaan kanal detikHot Subkanal *Celebs* dalam kurun waktu tiga bulan.

Penelitian ketiga Achmad Wildan K F berjudul *Jebakan Klik Pada Portal Berita Dalam Perspektif Semiotika John Fiske (Studi Kasus Portal Berita Tribunnews Triwulan Pertama Tahun 2018)* Fakultas Filsafat Universitas Gadjah Mada (UGM) dipublikasikan pada 2018. Penelitian ini didasari pada makna *clickbait* yang mampu merubah realitas tatanan sosial masyarakat, namun yang menjadi fokusnya adalah tentang kemunculan makna clickbait atau jebakan klik itu sendiri. Bukan tentang bagaimana efek dari makna atas clickbait tersebut. Tujuan penelitian tersebut untuk menganalisis bentuk clickbait pada situs berita online menggunakan mazhab semiotika.

Metode yang digunakan Achmad adalah studi pustaka yang didalamnya terdapat deskripsi, interpretasi, koherensi interen, reflektif

¹⁸ Analuna Djouise Bertina. 2018. "Penggunaan Unsur Clickbait Dalam Penulisan Judul Berita (Analisis Isi Terhadap Judul Berita Detik.com Kanal detikHot Subkanal Celebs Periode Oktober-Desember 2017)". *Skripsi*. Tangerang: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara (UMN). <https://kc.umn.ac.id> diakses pada 1 November 2020 pukul 08.44 WIB.

kritis, dan data lain. Hasil dari penelitian tersebut mengatakan bahwa jebakan klik atau clickbait tidak hanya diartikan sebagai headline yang umumnya berbeda dengan isi beritanya, namun jebakan klik juga tidak berarti apa-apa, juga bisa dimaknai sebagai kurangnya kesadaran literasi. Makna jebakan klik ini dimunculkan pada elemen tanda, kode, dan budaya pembentuk yaitu “menarik perhatian”, kemudian membentuk makna dan diakhiri apabila jebakan klik dapat dimaknai artinya juga dapat diterima prakteknya dalam masyarakat.¹⁹

Perbedaan penelitian tersebut dengan yang akan dikaji peneliti terletak pada objek formal penelitian yang mana peneliti tidak menggunakan perspektif semiotika dalam analisisnya terhadap umpan klik atau clickbait namun menggunakan perspektif Jurnalistik. Juga terhadap arah penelitian yang sangat berbeda yang mana Achmad menggunakan mazhab semiotika justru karena ingin menunjukkan bahwasannya jebakan klik atau clickbait dapat juga dimaknai sebagai minimnya pengetahuan masyarakat terhadap literasi.

Penelitian keempat Zaira Farah Diba dengan skripsi berjudul *Bahasa Jurnalistik dalam Headline Berita Online Studi Fenomenologi Terhadap Praktisi Jurnalis Anggota AJI di Kota Bandung Tentang Clickbait* dari UIN Sunan Gunung Djati Bandung dipublikasikan pada 2018. Penelitian tersebut teretus berdasarkan banyaknya media pemberitaan online yang didukung oleh kemajuan teknologi menyalahgunakan judul atau headline pemberitaan online dengan penggunaan bahasa yang menarik dan terkesan dilebih-lebihkan.

Tujuan penelitian memahami bahasa jurnalistik yang benar berdasarkan pemahaman praktisi jurnalis yang tergabung dalam AJI (Asosiasi Jurnalis Indonesia) tentang bahasa judul berita yang baik namun tidak melupakan kaidah penulisannya dan tidak mengecoh pembaca. Teori yang digunakan fenomenologi menurut Alfred Schutz. Hasil penelitian

¹⁹ Achmad Wildan K.F. 2018. “Jebakan Klik Pada Portal Berita Dalam Perspektifsemiotika John Fiske (Studi Kasus Portal Berita Tribunnews Triwulan Pertama Tahun 2018)”. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Filsafat Universitas Gadjah Mada (UGM). <http://etd.repository.ugm.ac.id/>. Pada 1 November 2020 pukul 21.08 WIB.

menunjukkan bahwa bahasa jurnalistik sudah dipahami oleh para praktisi namun yang membuatnya berbeda terletak pada tuntutan media dimana tempat mereka bekerja yang mengharuskan mereka membuat umpan klik pada pemberitaan medianya. Namun ada pula media yang tetap setia mempertahankan kaidah penulisan tanpa membuat judul headline yang heboh atau bombastis.²⁰

Perbedaan penelitian terletak pada objek penelitian, Zaira Farah Diba menggunakan praktisi AJI (Asosiasi Jurnalis Indonesia) Bandung sebagai sample dalam penelitiannya tentang bagaimana sebenarnya praktik jurnalistik berdasarkan pemahaman praktisi jurnalis tersebut. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada penerapan teori yang mana peneliti menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz berdasarkan fenomena yang ada di lapangan dalam hal ini headline pemberitaan surat kabar online TribunBanyumas.com.

Penelitian kelima Tanti Sugiharti berjudul *Pemahaman Wartawan Tentang Bahasa Jurnalistik Pada Judul Clickbait: Studi Deskriptif Pandangan Wartawan Detik.com*, Universitas Sunan Gunung Djati dipublikasikan tahun 2019. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui tentang pemahaman wartawan Detik.com dalam penerapan clickbait pada praktik jurnalistik. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan paradigma konstruktivis dengan melihat realitas sosial sebagai bagian dari kesadaran individu berdasarkan sudut pandangnya langsung. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan fenomenologi melihat subjek penelitiannya yaitu wartawan Detik.com tentang pemahamannya mengenai berita clickbait. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemahaman wartawan Detik.com terkait berita clickbait adalah sama yaitu merupakan umpan klik demi menaikkan rating media tersebut. Saat ini clickbait menjadi sesuatu yang wajib menurut beberapa perusahaan media serta program khusus yaitu *google search engine* untuk menampilkan informasi

²⁰ Zaira Farah Diba. 2018. Bahasa Jurnalistik dalam Headline Berita Online Studi Fenomenologi Terhadap Praktisi Jurnalis Anggota AJI di Kota Bandung Tentang Clickbait. *Skripsi*. Bandung: Universitas Sunan Gunung Djati. <http://www.digilib.uinsgd.ac.id/> Pada tanggal 21 Januari 2021 pukul 14:55 WIB.

teratas. Ketika sebuah media tidak menggunakan berita yang bombastis maka media tersebut akan sepi.²¹

Persamaan penelitian terletak pada metode pendekatan yaitu pendekatan fenomenologi dan perbedaan penelitian tersebut pada media yang digunakan sebagai sample yaitu Detik.com.

F. Kerangka Pemikiran

Penelitian menggunakan analisis pendekatan fenomenologi Alfred Shutz kemudian dibedah dengan kode etik jurnalistik Indonesia. Sample yang digunakan adalah kasus pemberitaan “Mobil Ayla tabrak CBR di Purwoerto” dari situs berita siber TribunBanyumas.com dan menggolongkannya sesuai dengan kategori judul dan berita clickbait dari kajian ilmiah. Hasil dari penggolongan tersebut kemudian penulis bedah dengan mengacu pada UU Kode Etik Jurnalistik dan Pedoman Pemberitaan Media Syber (PPMS) oleh Dewan Pers Indonesia. Jadi dalam hal ini apakah sesuai dengan penerapan pada situs berita TribunBanyumas.com apabila ditinjau dalam perspektif jurnalistik, yaitu mengacu pada UU Kode Etik Jurnalistik dan Pedoman Media Syber (PPMS). Analisis yang diperoleh peneliti dikembangkan dengan teori CMC oleh David Holmes yaitu bagaimana sebuah media mengembangkan ketiadaan hubungan tatap muka pada individu dalam internet namun komunikasi dan interaksi tetap berjalan.

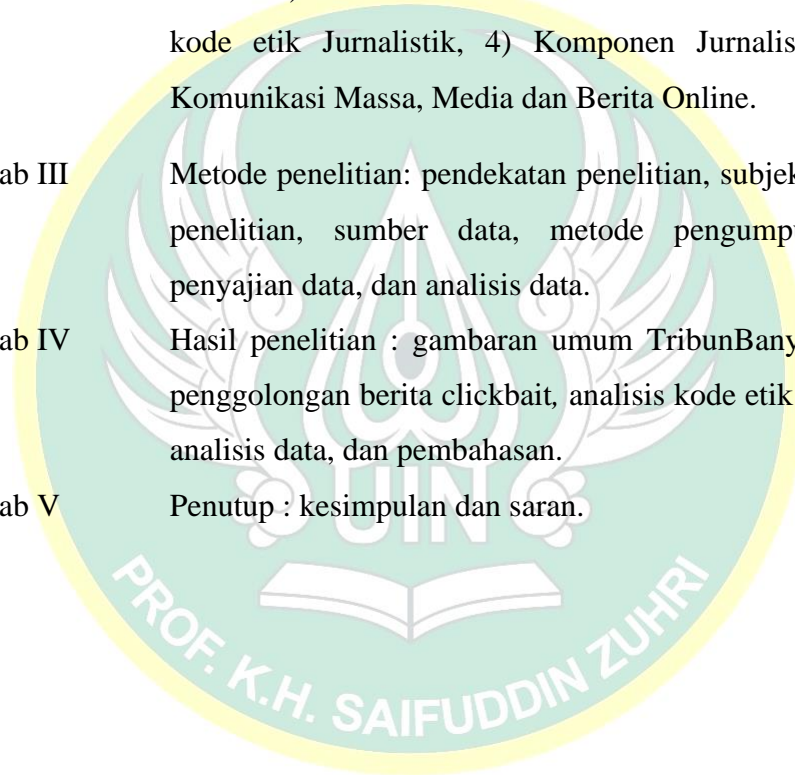
G. Sistematika Pembahasan

Struktur penulisan karya tulis ilmiah untuk memudahkan dalam memahami isi penelitian terdiri dari bagian awal, inti, dan bagian akhir. Bagian inti terbagi dalam lima bab: bagian awal terdiri dari Halaman Judul, Pernyataan Keaslian, Pengesahan, Nota Dinas Pembimbing, Motto,

²¹ Tanti Sugiharti. 2019. Pemahaman Wartawan Tentang Bahasa Jurnalistik Berjudul Clickbait: Studi Deskriptif Pandangan Wartawan Detik.com. *Skripsi*. Bandung: Universitas Sunan Gunung Djati. <http://www.digilib.uinsgd.ac.id/> diakses pada tanggal 21 Januari 2021 pukul 14:55 WIB.

Persembahan, Abstrak, Kata Pengantar, Daftar Isi, Lampiran. Adapun bagian utama sebagai berikut:

- Bab I Pendahuluan: latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, kajian pustaka, kerangka pemikiran, dan sistematika pembahasan.
- Bab II Landasan teori: 1) Clickbait: Definisi Clickbait, Teori CMC. 2) Fenomenologi: Definisi fenomenologi, Sejarah, Tokoh-tokoh, Fenomenologi Alfred Schutz, penelitian terkait. 3) Kode Etik Jurnalistik: Definisi Jurnalistik, UU kode etik Jurnalistik, 4) Komponen Jurnalistik online: Komunikasi Massa, Media dan Berita Online.
- Bab III Metode penelitian: pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, penyajian data, dan analisis data.
- Bab IV Hasil penelitian : gambaran umum TribunBanyumas.com, penggolongan berita clickbait, analisis kode etik jurnalistik, analisis data, dan pembahasan.
- Bab V Penutup : kesimpulan dan saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Clickbait

1. Definisi Clickbait

Clickbait merupakan umpan dan dianggap mengeksploitasi sisi kognitif manusia sebagai konsumen berita atau sering disebut *curiosity gap*²² yaitu pemanfaatan perbedaan pandangan atau persepsi atas apa yang ditangkap indera. Judul berita clickbait bermaksud memberikan pancingan kepada pembaca seiring dengan rasa ingin tahu yang berujung untuk mengklik tautan berita. Clickbait dianggap manipulasi dengan tujuan pembaca membuka tautan tersebut dalam kurun waktu lama atau berkelanjutan, sementara umpan tersebut tidak dapat memenuhi rasa ingin tahu. Pembaca umpan clickbait akan diarahkan untuk membuka tautan yang lain setelah tautan utama yang mereka klik. Hal demikian berimbas pada muatan kognitif yang over, buruknya pembaca tidak memiliki kebebasan dalam hak baca yang lebih informatif dan mendalam. Kekhawatiran yang lain berada pada *gatekeeping* jurnalistik akan berubahnya media dengan banyaknya judul berita clicbait.²³

Achmad Wildan dalam penelitiannya mengatakan clickbait sebagai kurangnya kesadaran literasi pembaca, umum, dan biasa saja selain itu clickbait dinilai sebagai judul yang ekstrim dan tidak jarang berbeda dengan isi berita. Identifikasinya berupa tanda, kode, yang memicu rasa penasaran, kemudian di akhiri penggambaran dan makna yang dalam prakteknya secara *continue* dapat diterima oleh masyarakat.²⁴

²² *Curiosity gap*: Kesenjangan rasa ingin tahu.

²³ Akhsanul Madliyah. 2018. "Fenomena *Clickbait* di Tribunnews.com Ditinjau dari Kode Etik Jurnalistik Indonesia Periode Maret 2018". *Skripsi*. Pasuruan: Program Studi Ilmu Komunikasi. Fisip. Universitas Yudharta. <https://jurnal.yudharta.ac.id/> diakses pada tanggal 15 Juni 2021 pukul 19.31 WIB.

²⁴ Achmad Wildan K.F. 2018. "Jebakan Klik Pada Situs Portal Berita Dalam Perspektif Semiotika John Fiske (Studi Kasus Situs Portal Berita Tribunnews Triwulan Pertama Tahun 2018)". *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada. <http://etd.repository.ugm.ac.id/> diakses pada tanggal 09 Juni 2021 pukul 21.35 WIB. Hlm xi.

2. Karakteristik Clickbait

Penelitian yang dilakukan Biyani, Tsioutsoulouklis dan Blackmer yang disarikan oleh Yayat, menjelaskan delapan tipe clickbait yang sering muncul di media online, yaitu *exaggeration*, *teasing*, *inflammatory*, *formatting*, *graphic*, *bait-and-switch*, *ambiguous*, dan *wrong*. Tipe-tipe demikian menjadi acuan dalam penelitian Yayat dengan judul *Clickbait on Indonesia Online Media*.²⁵ Berikut beberapa arti delapan tipe di atas:

- a. *Exaggeration*, penyampaian bahasa yang dilebih-lebihkan pada judul halaman url tidak jarang berbeda dengan isinya (*uniform resource locator*).
- b. *Teasing*, judul yang mengandung unsur provokasi dan memojokkan. Ditujukan untuk seseorang dengan bahasa yang menyenangkan, dengan menghilangkan daftar rincian dari judul dengan maksud memantik pembaca.
- c. *Inflammatory*, judul yang membangun unsur perasaan didalamnya dengan menggunakan percikan emosi atau kekerasan dalam olah kata yang vulgar.
- d. *Formatting*, judul dengan permainan huruf kapital dan tanda baca, terutama kapital dan tanda seru.
- e. *Graphic*, judul *graphic* mengangkat unsur cabul, sedikit mengganggu bahkan terkesan menjijikan. Judul demikian tidak pantas dibaca oleh pembaca apalagi dengan rentan usia anak-anak.
- f. *Bait-and-switch*, judul yang umumnya tidak utuh dan pembaca diarahkan ke situs lain. Judul semacam ini tujuannya untuk menambah grafik pengunjung situs yang dituju.
- g. *Ambiguous*, judul yang tidak jelas atau terkesan ambigu tujuannya memancing keingintahuan pembaca untuk membuka situs tersebut.
- h. *Wrong*, judul yang sama sekali tidak berdasarkan fakta (menyimpang). Judul dengan unsur *wrong* perlu diperhatikan serius

²⁵ Yayat D. Hadiyat. 2019. "Clickbait on Indonesia Online Media". *Jurnal Pekommas*. Balai Besar Pengembangan SDM dan Penelitian Kominfo Makassar. Vol. 4 No. 1. <https://jurnal.kominfo.go.id> diakses pada tanggal 14 Juli 2021 pukul 00.32 WIB. Hlm. 2 – 6.

karena tak jarang hanya menipu jika tidak dicermati apalagi hanya membaca sekilas melalui judul saja.

Berdasarkan penelitian Abhijnan Chakraborty dan team dari Indian Institute of Technology Khargpur, terdapat beberapa karakteristik clickbait²⁶, yaitu:

- a. Struktur kalimat (panjang judul, panjang kata, panjang dependensi sintaksis)
 - 1) Panjang judul : rata-rata panjang headline clickbait adalah 10 kata sedangkan non clickbait rata-rata adalah 7 kata. Tersusun dari cakupan konten dan kata fungsi dan biasanya berisi olah perasaan.
 - 2) Panjang kata : meskipun rata-rata panjang kata clickbait lebih banyak dari non clickbait, judul clickbait lebih memiliki sedikit karakter yaitu 4 – 5 karakter (pemendekan kata). Hal ini menunjukkan judul clickbait banyak menggunakan kata ganti. Bentuk kata yang dipersingkat seperti: **Mereka, Kamu, Kamu Akan, Kami akan, Semua Orang, Disini, Alasan, Yang, Dia, Itu.** Sedangkan pada non clickbait 6 karakter dan lebih menggunakan kata langsung dan kata kerja seperti: **Pemimpin, Kecelakaan, Pengadilan.**
- b. Istilah Hiperbolik dan Bahasa Gaul Internet
 - 1) Istilah Hiperbolik : berdasarkan analisis sentimen menggunakan alat Analisis Sentimen, mereka menemukan bahwa substansial sebagian dari headline clickbait terdiri dari kata-kata yang memiliki bahasa heboh. Misalnya: **Menginspirasi, Menakjubkan, Menyanyat Hati, Menggetarkan Jiwa, dll.** Bahasa demikian hampir tidak ada dalam headline non clickbait. Menurut mereka, penggunaan istilah yang menarik seperti demikian dalam clickbait sangat mendesak pembaca untuk mengejar artikel dengan “janji” dari informasi sensasional.

²⁶ Artikel Ilmiah Chakraborty. Diakses dari <https://scholar.google.co.id/> pada 14 Juli 2021 pukul 20.25 WIB.

2) Bahasa Gaul Internet : seiring dengan istilah hiperbolik, penggunaan kata-kata gaul juga sangat menarik perhatian seperti: **LOL, LMAO, AMA, AF, dll.** Biasanya digunakan dalam pola tanda baca misalnya: (!!!...,!?...) tentunya tidak digunakan dalam headline non clickbait.

c. Ungkapan Umpan

Headline clickbait umumnya mengeksploitasi “keingintahuan” pembaca, seperti pada ungkapan: **“kamu tidak akan percaya..”**.

Menurut penelitian Mardiyah, sebuah pemberitaan dikatakan sebagai umpan klik atau clickbait karena berita tersebut tidak menjawab *curiosity gap* pembaca sehingga meninggalkan kekecewaan, selain itu clickbait dapat dilihat dari kelengkapan unsur 5W1H, dan terdapat pembelokkan makna antara judul dan isi berita.²⁷

3. Dampak Positif dan Negatif Clickbait

a. Dampak Positif

Beberapa keunggulan penggunaan unsur clickbait sebuah media²⁸, sebagai berikut:

- 1) Media gencar dengan berbagai sistem pelacak dan pengontrolan yaitu sebagai upaya memaksimalkan jumlah keterbacaan sebuah artikel atau pengunjung artikel yang sudah membaca, misalnya saja *Google Analytics*. Semakin banyak pengunjung yang membaca maka akan semakin tinggi *rating* media tersebut.
- 2) Kondisi ini berpengaruh pada sistem pengiklanan. Layanan AdSense mengatakan *page view* menentukan jumlah keuntungan yang masuk. Artinya semakin banyak iklan yang masuk otomatis media memperoleh untung (uang) ketika

²⁷ Akhsanul Madliyah. 2018. “Fenomena *Clickbait* di Tribunnews.com Ditinjau dari Kode Etik Jurnalistik Indonesia Periode Maret 2018”. *Skripsi*. Pasuruan: Program Studi Ilmu Komunikasi. Fisip. Universitas Yudharta 2018. <https://jurnal.yudharta.ac.id> diakses pada tanggal 17 Agustus 2021 pukul 19.57 WIB.

²⁸ Yayat D. Hadiyat. 2019. “*Clickbait* on Indonesia Online Media”. *Jurnal Pekommas*.....Hlm. 7 – 8.

pembaca meng-klik artikel yang mereka baca, maka sering dijumpai iklan didalamnya bahkan hanya melihatnya saja.

b. Dampak Negatif

Dampak negatif sebuah berita tidak hanya dilihat dari bagaimana porsi headline atau judulnya saja yang mengandung clickbait. Namun juga dapat dilihat dari bagaimana sebuah berita disusun, termasuk unsur-unsur yang ada didalamnya baik wartawan, reporter, atau perusahaan medianya. Dari sanalah dapat dipastikan bagaimana sebuah media mem-branding “dirinya” sesuai dengan sasaran pasarnya.

Kualitas berita yang diproduksi oleh reporter atau wartawan lapangan juga sangat berpengaruh pada tingkat distributor media, semakin banyak reporter atau wartawan amatir maka semakin besar peluang perusahaan media membuka jalan untuk kebebasan informasi berita yang keluar masuk. Berikut beberapa keadaan yang serius untuk diperhatikan dalam produksi sebuah berita:²⁹

- 1) Perangkat seluler, kemudahan untuk menempa berita di tempat pengambilan dan perilsan berita mereka, khususnya berita online yang dituntut cepat daripada tepat dapat dilakukan lewat ponsel atau gadget. Dengan demikian, orisinalitas dan kualitas media yang disampaikan bergantung pada kecepatan di bawah tekanan konstan untuk menjadi media utama dalam pasar media.
- 2) *Citizen Journalism*, sebutan untuk warga atau masyarakat sebagai wartawan amatir yang bebas mengirim berita pada sebuah media, mereka tidak wajib mengikuti pedoman pengecekan sumber dan fakta yang sudah menjadi garis prosedur pada jurnalis profesional.

²⁹ Rubin, Conroy, & Chen. 2015. Toward News Verification: Deception Detection Methods for News Discourse. *Language and Information Technology Research Lab (LIT.RL)*. University of Western Ontario, London, Ontario, Canada. <https://www.socsci.uci.edu/> diakses pada tanggal 29 Agustus 2021 pukul 20.43. Hlm. 3.

3) Media berita non-lembaga, termasuk jurnalisme warga disebut juga berita 2.0 yaitu mengizinkan postingan berita yang belum terverifikasi untuk lolos pelaporan bonafide.

Banyak kasus berita yang dihasilkan oleh *Citizen Journalis* adalah dapat diandalkan dan terferiverifikasi, namun beberapa kasus justru sengaja memalsukan baik dalam produksi berita institusional dan amatir. Keadaan demikian karena kecepatan dan kemudahan dimana informasi dapat disebarluaskan, ditambah dengan mekanisme baru untuk sebuah produksi berita. Hal seperti ini memerlukan alat verifikasi baru yang berlaku dalam skala besar.

Selain itu olah kata berita clickbait menimbulkan kesenjangan antara apa yang diketahui dan apa yang ingin diketahui oleh pembaca akibatnya rasa keingintahuan yang tidak terpenuhi memicu perubahan perasaan. Hal tersebut menimbulkan beberapa dampak negatif antara lain:

- 1) Tidak terpenuhinya rasa keingintahuan pembaca dengan berita yang diinginkan dan dibaca.
- 2) Kurangnya budaya literasi yang sering kali membuat pembaca hanya memahami berita lewat judul tanpa mencari informasi lebih lanjut. Pemegang media melakukan jebakan klik pada elemen tanda, kode, dan membudayakan unsur yang “menarik perhatian”.³⁰

Penggunaan metode clickbait disesuaikan dengan gaya penyajian berita misal pada tabloid menggunakan gaya berita yang santai dan sensasional. Berbeda pada media artikel atau berita politik, *investigation news*, *knowledge*, dan ekonomi. Headline clickbait sering dijumpai pada berita *infotainment* yang ringan. Penggunaan clickbait pada media siber dinilai lebih berbahaya

³⁰ Achmad Wildan K.F. 2018. “Jebakan Klik Pada Situs Portal Berita Dalam Perspektif Semiotika John Fiske (Studi Kasus Situs Portal Berita Tribunnews Triwulan Pertama Tahun 2018)”. *Skripsi*.....Hlm xi.

karena konsumen berita hanya menelan dari apa saja yang diberikan penulis berita.³¹

Clickbait sering dikaitkan dengan persoalan hoax. Hoax menimbulkan kecemasan karena dibangun dengan unsur “menakutkan” masyarakat lewat penyebaran *fake news* atau berita palsu teknik olah kata sensasional yang menarik mendukung terjadinya kesenjangan informasi.³²

B. CMC (Computer Mediated Communication)

1. CMC (Computer Mediated Communication)

John Perry Barlow yang menerapkan istilah Gibson untuk CMC sebagai jenis yang lebih kompleks bagi suatu ruang daripada yang sekedar terlibat pada percakapan telepon. Saat ini internet telah terkonsolidasi ke dalam ‘*network of networks*’ alias jaringan bagi berbagai jaringan. Sebagian besar berasal dari AS, jaringan-jaringan besar yang telah menambahkan diri ke internet antara lain ARPANET (yang didanai pemerintah), Fidonet (koperasi alternatif), Usenet, WELL, ribuan internet memiliki perusahaan dan pemerintah, dan *World Wide Web*. Sistem CMC yang mendahului sebagian besar dari *network* ini, misalnya; *email*, *news*, *group*, dan *bulletin broad system*, sekarang dilakukan dengan jaringan internet yang diperluas. Singkatnya, CMC (Computer Mediated Communication) merupakan istilah untuk banyak orang yang terhubung dengan orang yang lainnya dengan menggunakan komputer.³³

2. Perspektif CMC (Komunikasi yang Dimediasi Komputer)

Fakta literatur CMC mengarah tentang bagaimana sudut pandang individu menerapkan cara berkomunikasi dengan meniadakan hubungan

³¹ Rubin, Conroy, & Chen. 2015. Toward News Verification: Deception Detection Methods for News Discourse. *Language and Information Technology Research Lab (LIT.RL)*.....Hlm. 3.

³² Lihat tulisan ilmiah oleh T. Anshar, S. Ikom. *Pengaruh Hoax Bagi Kehidupan Bernegara*. <https://www1-media.acehprov.go.id/> diakses pada 29 Agustus 2021 pukul 21.19 WIB. Hlm 5.

³³David Holmes. 2012. *Teori Komunikasi: Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hlm. 99 – 100.

tatap muka konvensional digantikan melalui internet. Terdapat empat cara utama dalam perspektif CMC³⁴, yaitu:

- a. Fokus pada keunikan komunikasi yang terjadi di dalam *cyberspace*.
- b. Mengkhususkan pada term “interaksi” dibandingkan “integrasi” yang mana lebih mengangkat beragam interaksi individu dibandingkan konteks sosial dimana interaksi menjadi bermakna.
- c. Berbeda dengan ‘studi media’, CMC menekankan ‘faktor eksternal’ memengaruhi kegiatan komunikasi. Sangat sedikit terjadinya eksplorasi tentang bagaimana konteks luar memengaruhi isi media, sedangkan media konten dinilai tentang bagaimana mencerminkan atau mengekspresikan non-media.
- d. Sedikit mengabaikan integrasi sosial pendukung CMC, dan lebih menekankan pada integrasi informasi tentang cara komunikasi yang terkomputerisasi.

CMC merupakan berbagai jenis program aplikasi komunikasi antar dua orang atau lebih yang berinteraksi menggunakan komputer yang berbeda. Cara kerja yang dimaksud bukan antara dua komputer yang saling berinteraksi melainkan subjek atau orang yang mengoperasikan dan menjalankan komputer melalui perangkat yang disediakan oleh komputer tersebut. Hal demikian sama halnya dengan pendapat A. T. Wood dan M. J. Smith yang mana CMC merupakan bentuk komunikasi dua arah menggunakan komputer dan terhubung dengan jaringan internet. Proses tersebut didukung dengan perangkat yang melekat padanya seperti *Internet browser, hardware* dan *software, CPU (Central Processing Unit)*, memori, *harddisc*, modem, dan lain-lain.³⁵

³⁴David Holmes. 2012. *Teori Komunikasi: Media, Teknologi, dan Masyarakat*..... Hlm. 115-116.

³⁵Raynal A. Tatipang. 2013. “Fenomena Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Pasal 12 Tahun 2008 di Media Online Manado Post”. *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*. Universitas Sam Ratulangi. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/2876> diakses pada tanggal 5 Juli 2021 pukul 09.52 WIB. Hlm. 6.

C. Fenomenologi

1. Fenomenologi

Fenomenologi merupakan bahasa Yunani yaitu *phainomai* yang memiliki arti “yang nampak” atau “menampak”. Fenomenologi adalah bidang ilmu studi yang mempelajari tentang fenomena, fenomena sendiri diartikan sebagai sesuatu yang disadari dan melekat pada pemahaman manusia. Fenomena tidak diartikan seperti kasat mata melainkan berada didepan kesadaran. Maka fenomenologi terjadi berdasarkan pengalaman langsung manusia secara intens dan berhubungan dengan suatu objek.³⁶

Istilah fenomenologi merupakan turunan dari kata *phenomenon* berasal dari bahasa Latin *phaesnesthai* yang artinya “menampakkan dirinya sendiri” sehingga diartikan fenomenologi sebagai bidang ilmu pengetahuan yang muncul dalam kesadaran, ilmu tentang persepsi, dirasakan, dan diketahui dalam sadar dan pengalamannya saat itu. Persepsi sebagai topik utama pengetahuan atau dikatakan sebagai sumber valid. Akan tetapi persepsi yang konkret hanya apabila disatukan dengan tujuan (*intention*) dan penginderaan (*sensation*).³⁷

Diperlukan hakikat kuat dalam memahami fenomena karena fenomenologi tidak hanya berangkat dari apa yang tampak. Peneliti fenomenologi harus berkeyakinan bahwa terdapat makna transedental yang dapat dikaji melebihi apa yang terlihat.³⁸

Tujuan utama fenomenologi melekat dengan seluruh aspek dalam diri manusia yaitu kesadaran, pikiran, dan tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetik. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia merefleksikan makna-makna dan konsep penting, dalam kerangka intersubjektivitas. Intersubjektif terbentuk karena adanya hubungan kita dengan orang lain

³⁶ Lihat Munir, Misnal. 2008. *Aliran-Aliran Utama Filsafat Barat Kontemporer*. Yogyakarta: Lima. Hlm. 89.

³⁷ Deddy Mulyana. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Hlm. 55.

³⁸ Basrowi dan Sukidin. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro*. Surabaya: Insan Cendekia. Hlm. 30.

(society) yang membuat kita memahami dunia. Sejatinya hal tersebut dapat ditelusuri dalam tindakan, karya, dan aktivitas yang kita lakukan, tetapi tetap saja terdapat peran orang lain didalamnya.³⁹

a. Sejarah Fenomenologi

Pada abad ke 18 merupakan tahun penting fenomenologi dan juga terkait dunia filsafat karena pada abad inilah filsafat modern mulai muncul. Abad sebelumnya filsafat dikenal dengan dua aliran besar yang saling bertentangan.⁴⁰ Aliran tersebut penganut madzhab empirisme dan rasionalisme. Empirisme meyakini bahwa pengetahuan berasal dari indera manusia, yaitu terjadi berdasarkan apa yang terlihat dan dapat dirasakan atau mengalaminya. Akal manusia digunakan untuk mengkoordinir apa saja yang yang diterima indera, dengan demikian manusia pada saat tersebut hanya merefleksikan pengalaman-pengalaman saja.⁴¹

Sedangkan pada aliran rasionalisme atau idealisme meyakini pengetahuan berasal dari pikiran manusia (rasio). Akal berdiri sendiri dan tidak memerlukan pengalaman. Pengalaman hanya sebatas pelengkap kebenaran yang diperoleh sebelumnya dari akal atau pikiran manusia.⁴² Pikiran bersifat murni dan tidak membutuhkan objek di luar dirinya. Seperti yang dikatakan Descartes “saya berpikir maka saya ada/ *I think therefore I am*⁴³.

Ditengah perbedaan pandangan tersebut, seorang filsuf Jerman bernama Immanuel Kant menjembatani keduanya. Menurutnya, pengetahuan merupakan sesuatu yang nampak oleh kita yang muncul dengan sendirinya berasal dari hasil sintesis antara indera dan bentuk konsep dari objek sebagaimana tampak darinya (fenomena). Apabila

³⁹ Engkus Kuswarno. 2009. *Fenomenologi Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjajaran. Hlm. 2.

⁴⁰ Munir, Misnal. 2008. *Aliran-Aliran Utama Filsafat Barat Kontemporer*. Yogyakarta: Lima. Hlm. 21-28.

⁴¹ Engkus Kuswarno. 2009. *Fenomenologi Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjajaran. Hlm. 3-4.

⁴² Engkus Kuswarno. 2009. *Fenomenologi Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian*..... Hlm. 4.

⁴³ M. Supraja & Nuruddin Al Akbar. 2020. *Alfred Schutz: Fenomenologi dalam Tradisi Ilmu Sosial*. Yogyakarta: UGM Press - Anggota IKAPI dan APPTI. Hlm. 65.

ditinjau dari sisi waktu, kemunculan fenomenologi relatif baru, karena diperkenalkan antara abad 18 hingga 19 oleh Husserl. Menurut Husserl fenomenologi merupakan objek dari fenomena yang bersifat murni. Husserl percaya bahwa untuk menemukan dan memahami fenomena seseorang harus melihat kembali fenomena tersebut sejujur dan semurni mungkin atau *look at the thing itself*. Pemikirannya dipengaruhi logika berpikir fisik positivistik yang dijadikannya jalan menuju pemikiran metafisik transedental hingga diteruskan oleh Martin Heidegger dan Max Scheler untuk memperkaya pemikiran filsafat fenomenologi. Pemikiran Husserl pada akhirnya menjadi landasan pemikir fenomenologi Alfred Schutz.⁴⁴

2. Alfred Schutz

a. Fenomenologi Alfred Schutz

Alfred Schutz merupakan seorang ilmuwan sosial yang kompeten dalam perkembangan pemikiran fenomenologi bagaimana mengaitkan antara fenomenologi dengan ilmu sosial. Sebelum Schutz ada juga peneliti seperti yang memberikan perhatian dan menyumbangkan pemikirannya terhadap perkembangan fenomenologi, tetapi Schutz salah satu perintis pendekatan fenomenologi sebagai acuan analisis dalam menangkap fenomena di dunia ini. Ia menyusun pendekatan fenomenologi dengan lebih sistematis, komprehensif, dan praktis.⁴⁵

Pemikiran Schutz berhubungan langsung dengan kehidupan manusia pada tingkatan kolektif (masyarakat). Pemikiran Schutz teradaptasi dari pemikiran fenomenologi murni dan ilmu sosial. Fenomenologi murni yang diterimanya mengandung konsep pemikiran filsafat sosial yang bernuansa pemikiran metafisik dan transedental pada satu sisi. Sisi yang lain, ilmu sosial erat kaitannya dengan objek kajian formal (*fokus of interest*) dari fenomenologi sosiologi.⁴⁶

⁴⁴ Siti Kholifah & I Wayan Suyadnya. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif: Berbagi Pengalaman dari Lapangan*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada. Hlm. 118 -119.

⁴⁵ Siti Kholifah & I Wayan Suyadnya. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Berbagi Pengalaman dari Lapangan*.....Hlm. 119.

⁴⁶ Siti Kholifah & I Wayan Suyadnya. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Berbagi Pengalaman dari Lapangan*..... Hlm. 120.

Schutz memaknai fenomenologi sebagai dua hal. Pertama, fenomenologi membantunya dalam menembus makna yang tidak dapat dikaji hanya dengan metodologi positivisme. Kedua fenomenologi merupakan cara pandang baru memaknai realitas yang bukan hanya sekedar memahami manusia saja namun menjadi metodologi emansipatoris kritis yang memiliki sisi liberatif.⁴⁷

Schutz mengungkapkan bahwa realitas fenomenologi ialah hubungan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari dan juga berupa makna yang berasal dari aktivitas atau kegiatan, tindakan yang mana pengalaman dan pengetahuan tersebut muncul secara alami disertai dengan kesadaran di dalamnya. Menurutnya, manusia merefleksikan makna di luar pengalaman melalui proses “tipikasi”. Inti pemikiran Schutz bagaimana memahami makna tindakan sosial melalui tafsiran (pikiran, pengalaman). Manusia diletakkannya sebagai subjek dengan pengalamannya sehari-hari.

Proses pemahaman aktual kegiatan, pemberian makna, dapat terefleksi dalam tingkah laku seperti pemikir sebelumnya Husserl.⁴⁸

Manusia sebagai makhluk sosial yang hidup dalam kelompok dengan berbagai pengalaman yang beragam perasaan, dengan keberagaman inilah manusia mendapatkan timbal balik yang berasal dari penyesuaian dan pengalaman bersama dan juga tipikasi atas dunia bersama, dalam hal ini pengalaman sosial dari bagian kelompok. Oleh karena itu, manusia mampu memahami dunia yang lebih luas, dan juga melihat diri sebagai bagian dari pemeran situasi tipikal. Hubungan individu satu dengan yang lainnya membentuk totalitas masyarakat yang di dalamnya terdapat makna atau simbol-simbol untuk memaknai tingkah lakunya.⁴⁹

b. Sumbangan Schutz dalam Mendefinisikan Tindakan Sosial

⁴⁷ M. Supraja & Nuruddin Al Akbar. 2020. *Alfred Schutz: Fenomenologi dalam Tradisi Ilmu Sosial*. Yogyakarta: UGM Press - Anggota IKAPI dan APPTI. Hlm. 60-61.

⁴⁸ Engkus Kuswarno. 2009. *Fenomenologi Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjajaran. Hlm. 18.

⁴⁹ Engkus Kuswarno. 2009. *Fenomenologi Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian*..... Hlm. 18.

Dalam pergeseran pemikiran oleh Weber, kemudian muncul Schutz dengan analisis *new* ini mengatasi kebuntuan Weber yang terjebak dalam logika rasionalitasnya. Schutz mengadopsi pemikiran Husserl yang mengadopsi *lebenswelt* yang memahami ada berbagai *worldview* yang bersifat plural dalam kehidupan sehari-hari (*subworld*).⁵⁰

Tabel 1.1 Sumbangsih Schutz dalam Pengembangan Tradisi Sosiologi.

Tokoh	Kesadaran	Efek bagi Individu	Arah Analisis	Kaitan dengan Problem Masyarakat Modern
Schutz	Kesadaran dalam kerangka <i>lifeworld</i>	Prasyarat dimungkinkannya tindakan sosial	Makro dan (khususnya) mikro. Lebih dimungkinkan analisis yang bersifat holistik.	Percaya bahwa logika ekonomistik dominan di alam modern (sangat mungkin dipertahankan kelas dominan), tetapi terbuka kemungkinan untuk keluar dari logika ekonomistik berbasis <i>epoche</i> (agar individu dimungkinkan bergerak tidak terjebak dalam satu <i>subworld</i> saja). Ada kemiripan dengan Habermas dalam derajat tertentu.

Sumber: Buku oleh M. Supraja & Nuruddin Al Akbar. Alfred Schutz: Fenomenologi dalam Tradisi Ilmu Sosial. (2020).

Deddy Mulyana menuliskan tanggapan pendapat Schutz dalam ilmu filsufnya, Schutz berpendapat bahwa kita hidup dalam realitas sosial

⁵⁰ M. Supraja & Nuruddin Al Akbar. 2020. *Alfred Schutz: Fenomenologi dalam Tradisi Ilmu Sosial*. Yogyakarta: UGM Press - Anggota IKAPI dan APPTI. Hlm. 155 – 157.

yang apa adanya (*taken-for-granted reality*), yakni realitas yang tumbuh sendiri dengan atau tanpa analisis lebih mendalam. Sejalan dengan gagasan William James bahwa tidak ada realitas tunggal, melainkan realitas yang tidak terbatas diantaranya: realitas kehidupan sehari-hari, realitas mimpi, realitas sains, dan realitas pendapat pribadi.⁵¹

c. Penerapan Fenomenologi

Terdapat dua hal mendasar yang digunakan dalam penerapan ilmu sosial menurut Orleans.⁵² Dua hal tersebut adalah :

- 1) Menteorikan masalah sosiologi yang substansial.
- 2) Meningkatkan kecukupan metode penelitian sosiologis.

Fenomenologi mampu mengimplemenasikan dan mengungkapkan segala sesuatu tindakan dan ucapan *si* objek (manusia) yang selalu melibatkan proses mental. Dengan demikian fenomenologi dianggap mampu diterapkan dalam semua aspek kehidupan manusia.

Mengutip pendapat Darroch dan Silver, Orleans yang sudah disarikan oleh Kuswarno mengungkapkan bahwa fenomenologi berbeda dengan ilmu sosial konvensional. Fenomenologi lebih menunjukkan premis dengan analisis deskriptif yang dilihat dari keadaan dan bangunan sosial yang dibangun didalamnya. Menurutnya, fenomenologi berusaha memahami manusia sebagai informan yang melakukan aktivitas berdasarkan kesadaran. Penelitian yang dilakukan Peele, tentang fenomena “alkoholisme sebagai suatu penyakit”, bukan perkara sependapat apakah benar atau salah namun bagaimana informan berproses dalam mereduksi kesadarannya mengenai fenomena tersebut. Oleh karena itu metode ini akan berjalan sebagaimana kesadaran informan berjalan (alami) hal demikian menuntut keadaan di lapangan yang real.⁵³

⁵¹ Deddy Mulyana. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Hlm. 211.

⁵² Basrowi & Sukidin. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro*. Surabaya: Insan Cendekia. Hlm. 31.

⁵³ Engkus Kuswarno. 2009. *Fenomenologi Konsep, Pedoman dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjajaran. Hlm. 47.

Beberapa metode relevan yang digunakan dalam fenomenologi adalah pengamatan pasrtisipan dan wawancara. Menurut Leiter, Mehan dan Wood penelitian dengan metode demikian harus dilakukan secara mendalam, hal tersebut dilakukan untuk mengetahui bagaimana sebuah kegiatan yang diteliti berlangsung dengan penerapan teori khusus.⁵⁴

Menurut Scheglof dan Sacks, yang disarikan oleh Kuswarno peneliti perlu merekam kondisi sosial kemudian mendemostrasikan cara-cara yang dilakukan informan. Pada proses ini peneliti membuat interpretasi tentang makna dari perbuatan dan pikiran mereka akan struktur keadaan melalui pembicaraan menggunakan pengetahuan yang mereka miliki, dengan demikian fenomenologi mempunyai prosedur yang individual.⁵⁵

D. Kode Etik Jurnalistik

1. Pengertian Jurnalistik

Secara Etimologis, jurnalistik berasal dari kata *journal*, dalam bahasa Perancis berarti catatan atau laporan. Jurnalistik merupakan aktivitas informasi sebagai olah data dalam peristiwa setiap hari yang terdokumentasikan. Makna yang lain mengartikan jurnalistik sebagai pabrik pengolah, termasuk di dalamnya editorial sampai pendistribusian berita untuk surat kabar, majalah, dan warta lainnya. Pekerjaan jurnalistik adalah mengumpulkan, menulis, menyunting, dan menyajikan berita untuk kebutuhan informasi pada media massa. Teknis pelaksanaan jurnalistik yaitu pembentukan berita yang diatur menggunakan pedoman jurnalistik yang kemudian disebarkan melalui media untuk khalayak secara tepat dan akurat.⁵⁶

Kegiatan jurnalistik diatur dalam undang-undang berikut dengan ketentuan praktiknya berfungsi sebagai pedoman wartawan Indonesia guna

⁵⁴ Engkus Kuswarno. 2009. *Fenomenologi Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian*..... Hlm. 47 – 48.

⁵⁵ Engkus Kuswarno. 2009. *Fenomenologi Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian*..... Hlm. 48.

⁵⁶ AS Haris Sumadiria. 2014. *Bahasa Jurnalistik Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hlm. 4.

pengawasan, perlindungan, sekaligus batasan kerja profesi wartawan yang diatur dalam Undang-Undang Kode Etik Jurnalistik.

2. Kode Etik Jurnalistik dan Manfaat

Point penting yang harus diperhatikan dalam kode etik jurnalistik mengenai kepribadian dan integritas, pedoman pemberitaan dan opini, sumber berita, dan wewenang kode etik jurnalistik. Kepribadian dan integritas: wartawan memiliki rasa tanggungjawab dalam profesinya, melakukan cek ulang (tulisan, audio visual) untuk mencegah adanya gesekan konflik termasuk unsur SARA, dilarang memberitakan sesuatu yang fulgar, bekerja profesional dan sepenuh hati dapat mempengaruhi objektivitas pemberitaan.

Berhubungan dengan prosedur pemberitaan dan tanggapan: selalu berprinsip *LUBER JURDIL* (langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil) tidak mencampuradukkan opini dan fakta, menjunjung tinggi dan menghormati privasi seseorang kecuali menyangkut kepentingan umum, dan “tidak berat sebelah”. Etika dalam mencari sumber atau subjek sebuah berita ditempuh secara sopan dan bersumber secara real kecuali atas permintaan yang bersangkutan selama menyangkut fakta dan bukan opini dari pencari berita (jurnalis), secepatnya meralat dan atau mencabut berita yang apabila dikemudian hari terdapat ketidaksesuaian, dan tidak melakukan plagiat.⁵⁷

Guru besar komunikasi Universitas Indonesia, M. Alwi Dahlan, menyebut lima manfaat kode etik, diantaranya:⁵⁸

- a. Menjamin dan melindungi keberadaan seorang profesional profesi dalam berkipra di bidangnya;
- b. Melindungi masyarakat dari praktek ilegal oleh pelaku jurnalis yang kurang profesional;

⁵⁷ Iim Rohimah. 2017. “Etika dan Kode Etik Jurnalistik dalam Media Online Islam”. *Jurnal Komunika*. IAIN Purwokerto. <http://ejournal.iainpurwokerto.ac.id/index.php/komunika/article/view/1054> diakses pada tanggal 4 Juli 2021 pukul 09.00 WIB. Hlm. 218 – 219.

⁵⁸ Raynal A. Tatipang. 2013. “Fenomena Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Pasal 12 Tahun 2008 di Media Online Manado Post”. *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*..... Hlm. 4 – 5.

- c. Mendongkrak saing secara sehat antar pelaku jurnalis;
- d. Meminimalisir kurangnya cakupan pengetahuan antar rekan jurnalis;
- e. Meminimalisir adanya manipulasi informasi oleh narasumber;

3. Kode Etik Journalistik dalam Perspektif Islam

Prinsip-prinsip etika jurnalistik yang telah disarikan penulis pada jurnal ilmiah komunika, sebagai berikut:⁵⁹

a. *Fairness*

Etika kejujuran, realita, sikap netral dan adil dalam menghimpun berita, terdapat pada ayat Al-Qur'an:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat pada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat (Q.S an-Nisa:58)”.

Kata *amanah* dari *amuna-ya'munu-amanah*, secara harfiah berarti “tidak menipu dan tidak membelot”. *Shidq* (jujur) kontradiktif dengan *kidzb* (bohong). Wartawan mempunyai tuntutan dalam pekerjaan yakni memperoleh dan menyajikan informasi berdasarkan fakta bukan campuran opini sembarang. Ayat lain menerangkan:

“Dan janganlah kamu campuradukkan yang hak dengan yang bathil dan janganlah kamu sembunyikan yang hak itu, sedang kamu mengetahui (Q.S al-Baqarah:42)”.

Bahan jurnalistik harus mengedepankan aspek keadilan, maksudnya adalah segala sesuatu yang disajikan harus benar-benar bersumber pada yang berkewajiban memberikan informasi. Adapun adil dalam Islam yaitu memberikan sesuatu yang menjadi hak seseorang, tidak memihak dan menyajikan informasi berdasarkan kepada yang mempunyai

⁵⁹ Iim Rohimah. 2017. “Etika dan Kode Etik Journalistik dalam Media Online Islam”. *Jurnal Komunika*.....Hlm 224 – 226.

kepentingan terkait kasus. Sejatinya Al-Qur'an sudah menjelaskan kata *al-adl*:

“Dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu Berlaku adil, Kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat (Q.S. al-An'am:152)”.

b. Kebebasan Bertanggung Jawab

Kebebasan yang dimaksud adalah bebas yang beriringan dengan tanggungjawab. Segala sesuatu yang diberitakan merupakan tanggung jawab yang akan selalu diimban. Tanggung jawab dapat juga diartikan sebagai risiko dalam pers, untuk itu etika dalam jurnalistik saling terkait. Islam mengajarkan tanggung jawab atas apa yang dikerjakannya bukan hanya terhadap sesama umat tetapi juga kepada Allah SWT.

“Dan orang-orang yang beriman, dan yang anak cucu mereka mengikuti mereka dalam keimanan, Kami hubungkan anak cucu mereka dengan mereka, dan Kami tidak mengurangi sedikitpun dari pahala amal mereka. tiap-tiap manusia terikat dengan apa yang dikerjakan (Q.S. at-Thut ayat 21)”.

c. Accuracy

Landasan pokok pemberitaan supaya masyarakat tidak masuk dan menerima berita yang salah. Kerap kali keakuratan sebuah pemberitaan atau informasi tidak diiringi dengan pemahaman literasi. Untuk itu ketelitian informasi tertuang dalam Al-Qur'an Surat al-Hujurat ayat 6:

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”

Terdapat kata *tabayyun* dalam bentuk *fi'il amr* (kata kerja perintah), bahwa sungguh-sungguh perlu adanya ketelitian demi kejelasan sebuah informasi. Al-Qur'an sejatinya menjadikan landasan yang kredibel terhadap suatu tindakan tanpa diragukan.

d. Kritik Konstruktif

Hal kebenaran merupakan kewajiban untuk setiap umat,

“Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang-orang yang menyeru kepada kebajikan, (menyuruh) berbuat yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar, dan mereka itulah orang-orang yang beruntung (Q.S. Ali Imran ayat 104)”.

Kritik bersifat membangun demi kebenaran dan kemaslahatan khalayak dari berbagai kalangan. Segala yang perlu diperbaharui hendaknya segera menjadikan sadar dan saling membantu dalam porsinya.

4. Undang-Undang Kode Etik Jurnalistik

Di Indonesia, telah tersedia dan diberlakukan sebuah kode etik khusus membahas tentang aktivitas jurnalistik online, yaitu Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS). Pedoman tersebut memuat salah satunya kode etik disiapkan oleh Dewan Pers yang disahkan pada 3 Februari 2012. Kelahiran pedoman yang secara substantif mengacu pada Undang-Undang Pers, Kode Etik Jurnalistik, Kode Etik Wartawan Indonesia yang mendapat dukungan besar khususnya bagi para pegiat pers. Substansi pesan merujuk pada ketidakbolehan memuat informasi bohong, fitnah, sadis, cabul, serta tidak memuat informasi yang mengandung provokasi masyarakat dan mengandung unsur SARA.⁶⁰

Kode Etik Jurnalistik mengatur segala bentuk kegiatan jurnalistik atau penghimpunan berita berupa informasi-informasi untuk masyarakat seputar peristiwa disekitar mereka. Termasuk di dalamnya terdapat bentuk kepribadian wartawan, pedoman menghimpun berita dan kebebasan menyatakan pendapat, hak jawab, sumber berita dan kekuatan kode etik lainnya.

Setelah reformasi pers mengacu kepada nilai-nilai pemberitaan yang tertuang dalam Undang-Undang R.I Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers.⁶¹

⁶⁰ Asep Saeful Muhtadi. 2016. *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hlm. 80.

⁶¹ Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala, Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hlm. 165.

E. Komunikasi Massa

1. Pengertian Komunikasi Massa

Secara umum atau secara garis besar komunikasi dapat dimaknai sebagai suatu proses pertukaran informasi atau pesan melalui sebuah interaksi langsung atau tidak langsung antara individu satu dengan yang lain kemudian menimbulkan pengaruh tertentu.

Pengertian komunikasi dikemukakan oleh Harold Lasswell, yakni “Who says what in which channel to whom and with what effects” artinya, siapa berkata apa melalui saluran apa kepada siapa dan memberikan pengaruh apa. Definisi Lasswell dianggap mencakup segala macam pengertian karena menggambarkan proses dan elemen komunikasi, berupa komunikator (*who*), pesan (*what*), media atau sarana (*channel*), komunikan (*whom*), dan akibat atau pengaruh (*effect*).⁶²

Tabel 1.2: Formula Lasswell

WHO	SAYS WHAT	IN WHICH CHANNEL	TO WHOM	WITH WHAT EFFECT
Siapa	Berkata Apa	Melalui Saluran Apa	Kepada Siapa	Dengan Efek Apa
Komunikator	Pesan	Media	Penerima	Efek
<i>Control Studies</i>	Analisis Pesan	Analisis Media	Analisis Khalayak	Analisis Efek

Sumber: Buku oleh Ardianto, Komala, & Karlinah. Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. (2007).

Secara fungsional, komunikasi bertujuan sebagai sarana untuk beragam kepentingan dan tujuan, antara lain:⁶³

- a. Share (*to inform*)
- b. Pendidikan atau pengajaran (*educate*)
- c. Hiburan (*to entertaint*)

⁶² Asep Syamsul M. Romli. 2013. *Komunikasi Dakwah, Pendekatan Praktis*..... Hlm. 7.

⁶³ Asep Syamsul M. Romli. 2013. *Komunikasi Dakwah, Pendekatan Praktis*..... Hlm. 9.

- d. Pengaruh atau ajakan (*to influence*)
- e. Pengawasan sosial (*social control*)

George Gebner, mengungkapkan bahwa komunikasi merupakan pabrik dengan aktivitas produksi dan pendistribusian yang berlandaskan teknologi dan lembaga media. Komunikasi massa menggunakan media massa sebagai sarana menyampaikan informasi ditujukan kepada masyarakat (publik) melalui arus komunikasi dan diterima secara serentak.⁶⁴

Komunikasi massa adalah kegiatan yang menggunakan media massa sebagai perantara pesan kepada khalayak. Joseph A. DeVito mendefinisikan komunikasi massa sebagai penjelasan secara detail tentang massa serta media yang ditunggangnya. Ia mengemukakan definisinya menjadi dua, yaitu: “*Pertama*, komunikasi massa ditujukan untuk media massa, kepada khalayak dengan jumlah yang besar atau banyak. Khalayak yang dimaksudkan adalah seluruh penduduk atau semua orang yang menyaksikan televisi, tetapi ini berarti khalayak dengan jumlah besar dan sukar didefinisikan. *Kedua*, komunikasi massa dipancarkan melalui pemancar audio dan atau visual. Lebih simpelnya berupa bentuk yaitu radio, televisi, surat kabar, majalah, dan film”.⁶⁵

2. Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah segala bentuk pertukaran informasi dan interaksi melalui media massa. Media massa berdiri dengan sistematis dan kompleks oleh latar belakang lembaga yang mendukungnya. Karakteristik komunikasi massa dibedakan dalam beberapa bagian :⁶⁶

- a. Pesan bersifat Umum dan Terbuka

Komunikasi massa ditujukan untuk semua orang. Pesan komunikasi massa bersifat fakta, peristiwa, dan opini. Namun tidak

⁶⁴ Akhsanul Madliyah. 2018. “Fenomena *Clickbait* di Tribunnews.com Ditinjau dari Kode Etik Jurnalistik Indonesia Periode Maret 2018”. *Skripsi*. Pasuruan: Program Studi Ilmu Komunikasi. Fisip. Universitas Yudharta 2018. <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/HERITAGE/article/view/1563/1246> diakses pada tanggal 15 Juni 2021 pukul 19.31 WIB.

⁶⁵ Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala, Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hlm. 5 -6.

⁶⁶ Khomsahrial Romli. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo. Hlm. 4 – 5.

semua pesan dapat dimuat di media massa melainkan harus melalui prosedur selektif agar memenuhi syarat sesuai kode etik.

b. Komunikasi bersifat Heterogen

Komunikasi massa tidak terjadi kontak langsung dengan khalayak melainkan menggunakan sarana. Heterogen berarti terdiri dari banyak unsur dan sifat yang berbeda. Keberagaman dari lapisan masyarakat berdasarkan jenis kelamin, usia, latar belakang, agama, tingkat ekonomi.

c. Media Massa Menimbulkan Keserempakkan

Kelebihan media massa terletak pada kecepatan sehingga menimbulkan efisiensi waktu akibatnya informasi yang tersaji dapat diterima masyarakat dalam waktu bersamaan. Effendy mengartikan keserempakkan tersebut merupakan bentuk kontak dengan sejumlah khalayak yang banyak dengan jarak yang jauh dan penduduk tersebut tersebar dan terpisah sesuai dengan lokasinya masing-masing.

d. Komunikasi Massa Mengutamakan Isi dari pada Hubungan

Mulyana membagi komunikasi menjadi dua dimensi, dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi yaitu apa yang dikatakan atau disampaikan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu. Sementara Rakhmat menyebutnya sebagai proporsi unsur dan unsur hubungan.

e. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Komunikator bersifat aktif dalam menyampaikan pesan sedangkan komunikan aktif dalam menerima pesan dengan demikian komunikasi hanya terjadi satu arah sebab tidak ada unsur dialog atau kontak langsung antara komunikator dan komunikan. Hal tersebut juga dapat dimaknai sebagai kelemahan komunikasi massa.

f. Stimulasi Alat Indera Terbatas

Berbeda dengan komunikasi antarpersona, dalam komunikasi massa bergantung pada stimulasi indera yang bekerja pada jenis media massa berdasarkan fungsinya. Sama halnya dengan sifatnya yang satu arah, komunikasi massa terbatas pada stimulasi alat indera.

g. Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan Tidak Langsung (*Indirect*)

Bahasa yang lebih populer adalah *feed back*, merupakan faktor penting dalam proses komunikasi antarpersona, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Efektivitas kegiatan komunikasi seringkali dilihat dari *feed back* yang diterimanya. Pada proses komunikasi massa umpan balik bersifat tidak langsung (*indirect*) dan tertunda (*delayed*). Pesan yang disajikan terbatas pada respon penerima. Umpan balik atau tanggapan tersebut diterima secara tidak langsung karena proses komunikasi dikirim melalui perantara sehingga memakan waktu dan komunikasi dapat tertunda.

3. Hambatan Komunikasi Massa

Kegiatan komunikasi baik komunikasi antar personal, komunikasi kelompok, komunikasi massa memiliki hambatan yang masing-masing mempengaruhi efektivitas proses komunikasi tersebut. Pada komunikasi massa, terdapat beberapa jenis hambatan yang kompleks. Disisi lain komunikator harus memahami kendala komunikasi agar pesan dapat tersampaikan sesuai tujuan. Beberapa hambatan komunikasi massa⁶⁷:

a. Hambatan Psikologis

Disebut sebagai hambatan psikologis karena keberadaannya berupa unsur-unsur yang berkaitan dengan kegiatan psikis manusia, diantaranya:

1) Perbedaan Kepentingan (*Interest*)

Sifat selektif yang dimiliki oleh komunikan sedikit “merepotkan” kegiatan komunikator. Peralpnya, apabila komunikan tidak menganggap penting informasi atau pesan yang diterimanya, sudah jelas komunikan akan meninggalkan pesan komunikasi bagi dirinya. Untuk itu komunikator harus menyusun pesan yang menimbulkan ketertarikan dari komunikan di luar sarannya.

2) Prasangka (*Prejudice*)

⁶⁷ Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala, Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hlm. 89 – 101.

Pada komunikasi prasangka digolongkan berdasarkan dua hal, *pertama*, faktor personal. Faktor ini yang memberikan dorongan berkaitan dengan masa lalu, peran, dan status. *Kedua*, faktor situasional yaitu berkaitan dengan lingkungan dan masalah yang dihadapinya. Prasangka dalam konteks sosial sering kali merusak contoh pada rasisme suku kulit putih dan kulit hitam. Seringkali prasangka tidak beralasan dan tidak berlandaskan, tidak objektif dan tidak rasional. Keadaan demikian membuat komunikasi menolak dan menilai negatif komunikator.

3) Stereotip (*Stereotype*)

Stereotip berdampingan dengan prasangka sosial. Ketika komunikasi berprasangka terhadap komunikator berarti komunikasi tersebut sudah berstereotip terhadap apa-apa saja yang komunikator kerjakan. Contoh orang Batak terkenal keras, dan orang Jawa dikenal lembut.

4) Motivasi (*Motivation*)

Motivasi atau motif merupakan suatu alasan yang mendasari komunikasi dalam menerima pesan. Motif yang berbeda ditimbulkan dari pesan dan jenis motifnya. Semakin sesuai pesan dengan motif seseorang maka semakin besar kemungkinan pesan komunikasi tersebut dapat diterima dengan baik.

b. Hambatan Sosiokultural

1) Perbedaan Norma Sosial

Norma disebut juga sebagai tata krama dan adat istiadat yang dikenal dan diakui dalam suatu kelompok masyarakat. Komunikator hendaknya memperhatikan faktor tersebut apakah pesan yang disampaikan melanggar norma sosial atau tidak.

2) Kurang Mampu Berbahasa Indonesia

Masyarakat awam cenderung abai atau pasif dengan kebijakan baru atau informasi yang menurut mereka simpang siur. Sering kita jumpai petugas penyuluh yang memberikan sosialisasi untuk

menanggulangi masalah tersebut sehingga tidak terjadi miss communication.

3) Faktor Semantik

Terdapat tiga faktor: *pertama*, semantik berdasarkan kata-kata yang salah diutarakan sehingga menimbulkan perbedaan arti, hal demikian sudah memberi cacat pada pesan yang disampaikan. *Kedua*, perbedaan bahasa lintas budaya. Artinya setiap suku memiliki beberapa makna berbeda yang ternyata memiliki kata-kata yang sama. *Ketiga*, adanya makna *konotatif* yang cenderung tidak obyektif. Komunikator harus menggunakan bahasa yang *denotatif* atau bahasa yang lazim dalam kebudayaan yang sama.

4) Pendidikan Belum Merata

Pendidikan di Indonesia masih belum merata, tercatat 210 juta jiwa dan tersebar di seluruh Nusantara. Di perkotaan, relatif banyak yang menyelesaikan pendidikan tingkat perguruan tinggi. Tetapi, di desa terpencil kesempatan menyelesaikan pendidikan kecil. Kenyataan tersebut disadari oleh Pemerintah sehingga tengah diluncurkannya program wajib belajar sembilan tahun.⁶⁸ Hal demikian menjadi hambatan komunikator karena komunikan yang bersifat heterogen dari sisi pendidikan tersebut memiliki daya nalar dalam menangkap pesan cenderung rendah.

5) Hambatan Mekanis

Hambatan mekanis berasal dari faktor eksternal misal pada media massa, kerusakan adanya jaringan internet sehingga memperlambat jadwal terbit.

c. Hambatan Interaksi Verbal

Pada Komunikasi massa hambatan interaksi verbal terjadi pada komunikan. Jenis-jenis hambatan tersebut adalah:

1. Polarisasi

⁶⁸ Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala, Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hlm. 97.

Kecenderungan melihat dunia dalam bentuk lawan kata, negatif atau positif, baik atau buruk, bodoh atau pintar dan sebagainya. Untuk itu, komunikator harus bersikap netral agak pesan yang disampaikan tercipta dengan baik.

2. Orientasi Intensional

Kecenderungan manusia atau komunikan dalam menilai objek dari fisik atau sesuatu yang melekat pada mereka.

3. Evaluasi Statis

Abstraksi seorang komunikan terhadap komunikator yang menurutnya tidak baik karena bahasa yang disampaikannya di media tidak menyenangkan, subjektif berdasarkan kehendak komunikan.

4. Indiskriminasi

Dalam indiskriminasi terjadi apabila komunikan dihadapkan dengan komunikator, reaksi pertama komunikan itu adalah memasukan komunikator itu ke dalam kategori tertentu. Indiskriminasi merupakan inti dari stereotip.

F. Media Online

1. Peran dan Pengaruh

Media online merupakan media berbasis telekomunikasi dan multimedia yang secara fisik terfasilitasi komputer dan internet. Beberapa kategori media online yang dapat diakses dan menyediakan kemudahan, antara lain portal, *website*, termasuk media sosial seperti *facebook* dan *twitter*, radio online, TV online, dan surat elektronik (email). Beberapa media online yang dapat diakses, yaitu situs berita yang biasa dimanfaatkan oleh media cetak atau elektronik seperti: koran, majalah, radio, televisi yang menyajikan berita melalui media online.⁶⁹

Media online memfasilitasi para pembaca yang membutuhkan banyak waktu untuk mengakses berita. Berita yang disajikan bukan hanya berita *ter-update* melainkan ada banyak berita yang tidak atau

⁶⁹ Asep Saeful Muhtadi. 2016. *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hlm. 78.

belum sempat terbaca karena alasan tertentu seperti kesibukan pekerjaan sehingga tidak sempat membaca koran atau surat kabar konvensional sehingga muncul jurnalistik online.

Cyber Journalism lahir dari kegiatan jurnalistik online. Kegiatan atau aktivitas jurnalistik online tetap harus tertib dan tertara tidak bisa hanya berdasarkan subjektivitas. Oleh karena itu, proses penghimpunan berita di media online terikat dengan kode etik yang telah disepakati.

Pers memiliki pengaruh dan kekuatan besar terhadap perubahan sosial masyarakat hal tersebut bergantung pada efek yang diberikan media. Suatu informasi atau pemberitaan yang dihimpun oleh media online baik berupa artikel, tajuk rencana, memiliki berbagai macam gagasan, inovasi, sesuai opini penulis atau redaktur (bersifat subjektif). Kesimpulannya, subjektivitas menjadi cikal bakal terjadinya perubahan sosial masyarakat.⁷⁰

Informasi tersosialisasikan melalui berbagai bentuk media komunikasi yang saling relevan. Relevansi antara media dan publik salah satunya dilihat dari tingkat pemikiran dan atau pola kebudayaan yang dianutnya. Media tulis menurut Watson, merupakan media yang paling efektif dalam kepentingan pemahaman dan perubahan. Pesan komunikasi tertulis lebih memberikan kelonggaran sehingga leluasa dalam kesempatan mengekspresikan berbagai macam pikiran dan tindakan dibandingkan dengan media yang dapat didengar atau dilihat. Sehingga objek mampu melakukan penelaahan serta penerimaan baik kognitif, efektif, maupun psikomotorik.⁷¹

2. Keterbatasan Media Online

Disebut sebagai media online karena penerapannya melalui media internet, utamanya website. Adapun karakteristik yang menjadi kelemahan dan kekurangan media online, sebagai berikut:⁷²

⁷⁰ Asep Saeful Muhtadi. 2016. *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hlm. 30.

⁷¹ Asep Saeful Muhtadi. 2016. *Pengantar Ilmu Jurnalistik*..... Hlm. 32.

⁷² Raynal A. Tatipang. 2013. "Fenomena Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Pasal 12 Tahun 2008 di Media Online Manado Post". *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*..... Hlm. 5 – 6.

- a. Masalah ketergantungan penggunaan perangkat dan koneksi internet. Apabila aliran listrik, baterai habis, tidak ada koneksi internet, tidak ada browser, maka dipastikan mengakses media online terganggu.
- b. Kebebasan akses menjadi menguntungkan bagi segelintir orang dengan keterbatasan keterampilan menulis bahkan menjadi pemilik media online hanya dengan *copy paste* informasi dari situs lain.
- c. Masalah penginderaan mata yang memiliki batasan dan jangkauan di depan layar membuat mata mudah lelah.
- d. Aspek kecepatan lebih menguntungkan walau disayangkan sering kali dijumpai berita atau informasi yang belum selesai bahkan salah tulis.

Lain dengan media konvensional, karena kemudahan akses yang diberikan internet dalam menjangkau berita atau informasi membuat media online semacam media sosial memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi. Layaknya komunikasi bermedia, komunikasi melalui media online memiliki sejumlah keterbatasan. Pertama dari sisi bahasa yang digunakan dalam media online tidak dapat mewakili perasaan dan pikiran para penulisnya. Hal demikian tak jarang berujung pada ketegangan atau konflik sepele yang ditulis, kemudian dibaca dalam suasana batin yang tidak *balance* antara penulis dan pembaca.⁷³

3. Unsur Penting Menghimpun Berita pada Media Online

Faktor penting dalam menghimpun berita pada media online⁷⁴, sebagai berikut:

- a. Menggunakan bahasa yang tertata dan berhati-hati dalam penulisan berita perlu diperhatikan sebelum menyusun berita di media online. Tidak mengandung unsur SARA (Suku, Ras, Agama, dan Adat istiadat) hal demikian sangat sensitif untuk masyarakat Indonesia untuk itu penulis harus merumuskan berita yang netral, tidak menyinggung golongan tertentu, dan tidak memicu perselisihan.

⁷³ Asep Saeful Muhtadi. 2016. *Pengantar Ilmu Jurnalistik*..... Hlm. 80.

⁷⁴ Asep Saeful Muhtadi. 2016. *Pengantar Ilmu Jurnalistik*..... Hlm. 80 –

- b. Menggunakan unsur 5 W + 1 H dalam penyusunan berita media online. Penggunaan unsur tersebut bertujuan agar berita atau informasi yang tersajikan jelas dan detail. Apa yang diberitakan, siapa, dimana, kapan, mengapa, dan bagaimana.
- c. Menggunakan bahasa yang simple (tidak bertele-tele) agar pembaca tidak bosan. Penggunaan bahasa yang simple namun tetap baku artinya tidak banyak menggunakan bahasa yang diulang-ulang yang akan menimbulkan pembaca jenuh.
- d. Mempertimbangkan dampak atau pengaruh terhadap tulisannya. Menunjukkan aspek sosial penulis berita di media online.
- e. Mempertimbangkan unsur kedekatan (*proximity*) antara penulis dan pembaca. Peristiwa yang berdekatan dengan lingkup sosial masyarakat cenderung lebih diminati pembaca.
- f. Berpedoman pada kode etik jurnalistik. Jika pada media online tentunya pada pedoman jurnalistik online sesuai yang disahkan Dewan Pers tentang Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS).

4. Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS)

Salah satu unsur penting menghimpun berita di media online adalah dengan berpedoman pada Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) yang di atur dan disahkan oleh Dewan Pers, karena sifat dan kegunaannya memerlukan perhatian khusus dengan Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) memberikan kemerdekaan bagi pers untuk melaksanakan kegiatan jurnalistik secara terarah dan profesional.

Didalamnya memuat butir-butir persyaratan menggunakan dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, mengelola isi media atau informasi secara keanggotaan sesuai ketentuan, bertanggungjawab dalam segala bentuk muatan yang memerlukan koreksi atau ralat, pencantuman dan penjelasan bentuk iklan serta hak cipta sebagaimana diatur dalam UU yang berlaku.⁷⁵

⁷⁵ Dewan Pers. <https://dewanpers.or.id/> diakses pada 7 Juli 2021 pukul 08.35 WIB.

G. Berita Online

Kemajuan teknologi tidak dapat dipisahkan dengan realitas kehidupan sosial masyarakat pada era sekarang ini. Hal demikian pun merambak ke dunia informasi atau pemberitaan sebagai kebutuhan eksternal masyarakat, termasuk surat kabar. Pada sejarahnya, surat kabar selalu mengalami kemajuan.

Dulu surat kabar hanya berupa kertas berhalaman dan ukurannya terbilang besar. Selain itu surat kabar cenderung diminati oleh orang dewasa atau orang tua dibandingkan dengan remaja dan anak-anak. Namun kelebihan daripada surat kabar cetak semacam ini, mudah dibawa kemana-mana dan terdokumentasikan. Saat ini diperkirakan terdapat 45 penduduk Indonesia berlangganan surat kabar. Surat kabar sendiri dibedakan berdasarkan periode terbit, ukuran, dan sifat penerbitannya.⁷⁶

Melihat rincian di atas surat kabar sudah banyak mengalami kemajuan dengan beralih ke media yang lebih mudah dijangkau namun tetap tidak menghilangkan sisi informasi atau pemberitaan di dalamnya. Dalam perkembangan surat kabar sekarang berubah lebih simple menjadi berita online. Sesuai dengan namanya, berita online diproduksi untuk pasar online.

Berita online berisi informasi suatu peristiwa yang disusun menjadi berita yang terbit secara online di media pemberitaan online. Skala terbit berita online berbeda dengan berita pada surat kabar cetak. Berita online mengutamakan waktu update yang singkat tanpa tenggat waktu yang lama bahkan hanya dalam skala menit atau detik. Karakter berita online singkat, padat namun tidak mendalam dan sifatnya bertahap sesuai dengan perkembangan kasus atau peristiwa yang terjadi. Berita online umumnya maksimal 400 kata dan maksimal 800 kata untuk naskah artikel, opini dan feature. Penulisan berita online menggunakan konsep piramida terbalik dimana aspek yang paling penting berada paling atas karena

⁷⁶ Hafied Cangara. 2018. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada. Hlm. 153.

mengedepankan faktor pembaca yang lebih cepat mengetahui berita dari judul atau headline.⁷⁷

Beberapa indikator berita yang digunakan dalam memberikan informasi kepada khalayak.⁷⁸

1. Berita Elementary

Straight News: berita yang dihimpun langsung dari lapangan. Penyajiannya menggunakan unsur 5W+1H.

Dept News Report: berita yang disusun berdasarkan fakta yang sifatnya kontinue atau berkelanjutan dengan peristiwa sebelumnya.

Comprehensif News: berita menyeluruh dan kompleks, berisi aspek pendukung yang mempengaruhi peristiwa itu.

2. Berita Intermediate

Interpretative News Report: laporan berita interpretatif yang berfokus pada berita-berita konvensional. Berita semacam ini biasanya terdapat pada berita *infotainment*⁷⁹ didukung fakta menarik lainnya agar menarik perhatian khalayak.

Feature Story Report: laporan berita bersifat khas, unik, berbeda. Model berita seperti ini disusun secara menarik dengan gaya penulisan yang berbeda dari biasanya.

3. Berita Advance

Depth Reporting: merupakan laporan berita mendalam yang disusun dan dikupas secara detail, mendalam, utuh. Hal demikian guna pembaca mengetahui berita dari berbagai sudut pandang.

⁷⁷ Akhsanul Madliyah. 2018. "Fenomena *Clickbait* di Tribunnews.com Ditinjau dari Kode Etik Jurnalistik Indonesia Periode Maret 2018". *Skripsi*. Pasuruan: Program Studi Ilmu Komunikasi. Fisip. Universitas Yudharta. <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/HERITAGE/article/view/1563/1246> diakses pada tanggal 15 Juni 2021 pukul 19.32 WIB.

⁷⁸ Heri Sevriyanto Siregar. 2020. "Praktik Jurnalisme Konstruktif Pada Isu Kepanikan Moral Selama Pandemi Covid-19 (Analisis Framing Robert N Entman Dalam Berita Corona Indonesia Detik.com pada Periode 2-4 Maret 2020)". *Skripsi*. Jakarta: Program Studi Komunikasi Universitas Pertamina. <https://library.universitaspertamina.ac.id/> diakses pada 15 Juni 2021 pukul 20.20 WIB.

⁷⁹ *Infotainment:* pemberitaan seputar kehidupan artis bersifat hiburan pada kanal-kanal berita baik TV, Youtube, social media, dan berita online.

Investigative Report: merupakan laporan berita kriminal atau penyelidikan. Berfokus pada permasalahan kontroversial seperti pada sajian berita interpretatif.

Editorial News: berita yang disusun berdasarkan frame institusi media yang bersangkutan, tersusun aktual dan menarik khalayak.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif berupa sajian catatan sebagai paparan penyajian pada penelitian. Pendekatan kualitatif tidak berdasarkan data angka atau kuantifikasi dan mengindikasikan adanya kedekatan dengan subjek penelitian dapat berupa *action* oleh subjek atau tekstualis. Beberapa proses terjadi secara alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.⁸⁰

Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan fenomenologi oleh Alfred Schutz dengan pendekatan kualitatif deskriptif menggunakan teori *Computer Mediated Communication* (CMC) dimana sangat jelas bagaimana komputer menyalurkan dan memediasi model komunikasi *face to face* (tatap muka) secara online. CMC mengarahkan bagaimana individu mengembangkan alternatif lain dengan menggantikan atau meniadakan hubungan personal secara langsung di internet. Tujuan daripada hal tersebut untuk menciptakan bentuk interaksi sopan yang diharapkan individu dalam realitas kehidupan dapat terwujud atau bisa kita artikan sebagai *emoticon* atau simbol berupa karakter dan ekspresi yang menggantikan manusia dalam menunjukkan ekspresi wajah. Meskipun pada dasarnya semua diatur di dalam *cyberspace*.⁸¹

Penelitian kualitatif pada penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Studi fenomenologi yaitu menelaah suatu fenomena berdasarkan fakta dan data lapangan sekaligus mengkaji makna yang melekat pada objek.⁸² Beberapa penelitian kualitatif menggunakan data wawancara, observasi, dokumentasi, penelusuran data online baik secara langsung ataupun tidak langsung.

⁸⁰ Lexy J. Moleong. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Hlm. 6.

⁸¹ David Holmes. 2012. *Teori Komunikasi: Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hlm. 115.

⁸² Engkus Kuswarno. 2009. *Fenomenologi Konsep, Pedoman dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjajaran. Hlm. 35.

B. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data dari sumber utama. Data primer dihimpun secara langsung oleh peneliti untuk mendukung keakuratan penelitian. Sumber primer merupakan data utama yang dikembangkan sekaligus menjadi pendukung data primer.⁸³ Pada penelitian ini sumber data primer diperoleh peneliti dari hasil observasi media online terhadap berita TribunBanyumas.com seputar pemberitaan kasus viral “Mobil Ayla tabrak Motor CBR di Purwokerto”

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari arsip berupa dokumen, atau berupa audio dan video.⁸⁴ Sumber data sekunder diperoleh dari proses olah data kemudian disajikan oleh pihak lain dan kemudian diberikan kepada pengumpul data.⁸⁵ Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal ilmiah online, dan data ilmiah lainnya sebagai pelengkap data primer.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian dapat dipahami sebagai dokumen atau arsip, hal, organisme dan orang sebagai data variabel penelitian yang melekat, dan yang di permasalahan.⁸⁶ Subjek penelitian merupakan informasi utama sebagai kajian peneliti untuk kemudian diembangkan secara lebih spesifik, dengan demikian subjek penelitian ini adalah berita online TribunBanyumas.com atau organisasi pers dalam bidang siber atau online.

⁸³ Tim penyusun. 2014. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Purwokerto: STAIN Press. Hlm. 7.

⁸⁴ Tim penyusun. 2014. *Pedoman Skripsi*..... Hlm. 7.

⁸⁵ Amiruddin dan Zainal Aikin. 2003. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Grafindo Persada. Hlm. 114.

⁸⁶ Suharsimi Arikunto. 2016. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. Hlm 26.

2. Objek penelitian

Objek penelitian adalah segala bentuk bahan penelitian sebagai bagian dari data penelitian.⁸⁷ Objek melekat dalam kehidupan manusia.⁸⁸ Objek dalam penelitian ini adalah berita-berita dengan kasus “Mobil Ayla tabrak Motor CBR di Purwokerto” periode November 2020 di situs TribunBanyumas.com yang telah digolongkan berdasarkan karakteristik clickbait.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diterapkan secara detail oleh peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi online dan data pustaka.

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data untuk melengkapi penelitian berupa arsip, gambar, audio, video, buku, hasil survey, dan data valid bersifat ilmiah.⁸⁹

Pengumpulan data kualitatif dengan menganalisis dokumen untuk melihat sudut pandang subjek melalui media baik secara tertulis dan dokumen lainnya yang dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan.⁹⁰

Penelusuran data online berfokus pada data yang diperoleh dari naskah berita oleh TribunBanyumas.com periode November 2020 yang mengandung unsur clickbait pada pemberitaan kasus viral “Mobil Ayla tabrak Motor CBR di Purwokerto”. Dokumentasi dilakukan dengan identifikasi, klarifikasi dan tafsiran data dari judul dan naskah berita yang peneliti bedah menggunakan kode etik jurnalistik.

E. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini peneliti melakukan proses pemaknaan melalui sample yang dipaparkan dan dikupas melalui pendekatan fenomenologi

⁸⁷ Andi Prastowo. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar Ruzz Media. Hlm. 195.

⁸⁸ Andi Prastowo. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*.....Hlm. 199.

⁸⁹ Anggraeni Zahra Kurniati. 2020. “Komunikasi Interpersonal Mahasiswi Perokok di Purwokerto (Pendekatan Interaksi Simbolik George Herbert Mead)”. *Skripsi*. Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto. <https://repository.iainpurwokerto.ac.id> diakses pada 27 Juni 2021 pukul 09.27 WIB. Hlm. 64.

⁹⁰ Haris Herdiansyah. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika. Hlm. 143.

Alfred Schutz sehingga didapati fenomena clickbait pada headline dan naskah berita pada situs TribunBanyumas.com.

Analisis data merupakan proses hipotesa sementara seperti mengelompokkan, memberi kode atau tanda, dan mengkategorikannya sehingga diperoleh data berdasarkan fokus masalah yang dikaji peneliti.⁹¹ Analisis diperoleh dari data interaktif oleh peneliti, sebagai berikut:

1. Observasi dan dokumentasi online pada situs berita TribunBanyumas.com.
 - Mengumpulkan data murni berupa, latar belakang atau gambaran TribunBanyumas.com sebagai deskripsi awal.
 - Pada data berita kasus “Mobil Ayla tabrak Motor CBR di Purwokerto” diorganisasikan berdasarkan tanggal terbit, judul berita, penulis berita.
2. Pengolahan data murni atau koding data.
 - Proses pemaknaan pada judul clickbait disajikan dalam bentuk tabel dengan analisis chakraborty meliputi, jumlah kata, karakter dan penggolongan tipe clickbait berdasarkan unsur yang mendukungnya dengan gambaran *screenshot* judul berita.
3. Penerapan dan penyerapan sample berita menggunakan teori tema (Fenomenologi Alfred Schutz).

Indikator penerapan pada:

 - Intersubjektif : Realitas pada objek sehingga melahirkan konsep atau hubungan berita dengan unsur clickbait.
 - Internalisasi : Pemaknaan, penguasaan mendalam.
 - Realitas sosial : Proses membangun makna baru.

Proses analisis dipaparkan dalam bentuk tabel dalam proses penyerapan teori fenomenologi Alfred Schutz.
4. Menghubungkan dengan perspektif jurnalistik.
 - Pemaknaan aktivitas jurnalistik pada objek dengan mengacu pada kode etik jurnalistik dan pedoman pemberitaan media siber sehingga

⁹¹ Imam Gunawan. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara. Hlm. 209.

muncul indikasi fenomena praktik clickbait serta memberikan tafsiran dan makna dari data yang diperoleh dengan konsep relevan.

5. Penarikan kesimpulan.

Kesimpulan diperoleh berdasarkan pemaparan data secara real dan fakta sesuai dengan penerapan teori pada tema.



BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum TribunBanyumas.com

Dilansir dari laman resmi Dewan Pers Indonesia dalam Data dan Penelitian terdapat Data Perusahaan Pers masing-masing digolongkan berdasarkan Nama Media, Jenis media, Pimpinan Redaksi, Badan Hukum, Alamat Kantor, Status, Email, Website dan Tanggal Approve. Tribun terbagi menjadi 33 media baik cetak maupun siber yang tersebar di seluruh nusantara di bawah naungan Tribun Network salah satunya adalah Tribunnews.com. Berikut tabel data perusahaan:⁹²

Tabel 1.3: Data Perusahaan Dewan Pers

Nama Media	Tribunnews.com
Jenis Media	Siber
Badan Hukum	PT
Provinsi	Jakarta
Alamat	Gedung Group of Regional Newspaper Kompas Gramedia, Jl Palmerah Selatan No 3, Jakarta Pusat.
Telp	021-5359525
Email	redaksi@tribunnews.com
Website	www.tribunnews.com
Status	Terverifikasi Administrasi dan Faktual
Tgl Approve	2018-09-04

Sumber: Data dan tabel dilansir dari laman resmi Dewan Pers

Tribunnews.com terintegrasi dengan 20 portal surat kabar daerah di bawah Tribun Network termasuk di dalamnya adalah situs berita siber TribunBanyumas.com yang dibawah oleh perusahaan media yaitu Kompas Gramedia.⁹³ Kompas Gramedia sendiri merupakan perusahaan media terbesar di Indonesia dengan lebih dari 150 merek media cetak, elektronik, dan broadcast. Kompas Gramedia digolongkan berdasarkan klasifikasi

⁹² Dewan Pers. <https://dewanpers.or.id/> diakses pada 11 Juli 2021 pukul 08.54 WIB.

⁹³ Laman resmi Tribun Network-Tribunnews.com. <https://m.tribunnews.com/tribun-network> diakses pada 16 Juli 2021 pukul 19.48 WIB.

media antara lain: Genre, Platform, Frekuensi Terbit, Kategori Audiensi, dan Jenis Informasi.⁹⁴

Data media siber dari Tribunnews.com dipaparkan sekaligus sebagai sumber web berita dari portal berita daerah yaitu TribunBanyumas.com tentang kasus viral “Mobil Ayla tabrak Motor CBR di Purwokerto”.

Unit analisis pada penelitian ini adalah pengelompokan berita dengan headline clickbait beserta unsur-unsur yang mendukungnya menggunakan metode delapan tipe clickbait menurut Biyani, Tsioutsoulis, dan Blackmer, dan juga analisis oleh Chakraborty, beserta penyajian berita yang menunjukkan indikasi gaya penulisan dan pembingkai berita yang melakukan penerapan maupun pelanggaran terhadap Kode Etik Jurnalistik.

B. Analisis Judul Clickbait pada Artikel TribunBanyumas.com

1. Biyani, Tsioutsoulis dan Blackmer

Terdapat 18 postingan pemberitaan terhitung dari 19 – 22 November 2020 mengenai kasus “Mobil Ayla tabrak Motor CBR 1000RR di Purwokerto” pada situs berita online TribunBanyumas.com. Peneliti mengkaji judul pemberitaan apakah terdapat unsur clickbait atau tidak dalam penulisannya menggunakan dasar teori yang sudah dijelaskan sebelumnya pada bab kajian teori.

Berikut analisis unsur clickbait pada media online TribunBanyumas.com:

⁹⁴ Lihat Laman Resmi Kompas Gramedia <https://kompasgramedia.com> diakses pada 28 Juli 2020 pukul 12.24 WIB.

a. Artikel (1)



Gambar 1. Contoh judul *Teasing* yang dimuat oleh situs berita TribunJateng.com. (Sumber: <https://banyumas.tribunnews.com>)

Artikel yang dimuat oleh TribunBanyumas.com pada 19 November 2020 yaitu: “*Viral Kecelakaan di Purwokerto Ayla Tabrak CBR, Tawari Ganti Rugi Mobil dan Rumah, Ini Kata Saksi*” (Gambar 1) judul tersebut menghadirkan kata hiperbolis dan unsur *Teasing*, yaitu mencoba menggoda dan membangun ketegangan di dalam penulisannya.⁹⁵ Penelitian oleh Godham dan Toto, awalan judul dengan penulisan kata hiperbolis bertujuan mengajak pembaca untuk mengunjungi tautan dan mengklik artikel tersebut.⁹⁶

Berita ini juga menggunakan *bait-and-switch* yang mana memerlukan klik tambahan yang kemudian membawa pembaca kepada situs lain yaitu TribunJateng.com (Gambar 2). TribunJateng.com merupakan situs berita daerah dari anak Tribun Network yaitu Tribunnews.com⁹⁷, memungkinkan adanya alih situs guna kepentingan meningkatkan *traffic* media tersebut. Satu kali akses berita, pembaca akan dibawa berkunjung ke dua situs berbeda sekaligus.

⁹⁵ Yayat D. Hadiyat. 2019. “Clickbait di Media Online Indonesia”. *Jurnal Pekommas*. Balai Besar Pengembangan SDM dan Penelitian Kominfo Makassar. Makassar. Vol. 4. No. 1. <https://jurnal.kominfo.go.id> diakses pada tanggal 14 Juli 2021 pukul 20.16. WIB. Hlm. 3.

⁹⁶ Godham Eko Saputro & Toto Haryadi. 2019. “Komik Strip dan Fenomena *Clickbait*”. *Jurnal Titik Imaji*. Universitas Dian Nuswantoro. Semarang. Vol. 2. No. 1. <https://journal.ubm.ac.id> diakses pada tanggal 14 Juli 2021 pukul 20.16. WIB. Hlm. 1.

⁹⁷ Lihat laman resmi Tribunnews.com pada Tribun Network. <http://m.tribunnews.com/tribun-network> diakses pada 16 Juli 2021 pukul 22.28 WIB.



Gambar 2. (Sumber: <https://jateng.tribunnews.com/2020/11/19/viral-kecelakaan-di-purwokerto--ayla-tabrak-cbr-tawari-ganti-rugi-mobil-dan-rumah-ini-kata-saksi>)

Data dalam tabel sebagai berikut:

	Unsur Clickbait	Ket.
Jumlah Kata	16 Kata	Judul
Jumlah Karakter	3 Karakter	Huruf, koma, kapital
Hiperbolis	“Viral”	kata “viral” menunjukkan adanya hal yang ingin diungkapkan tentang sesuatu yang sedang <i>booming</i> atau hangat menjadi perbincangan.
<i>Teasing</i>	“Tawari Ganti Rugi Mobil dan Rumah,..”	Ungkapan tersebut mencoba menggoda pembaca dengan bahasa ganti rugi mobil dan rumah karena hal tersebut terkesan “mahal” dan berlebihan.

	“ini kata saksi”	Penggunaan kata “ini kata saksi” menunjukkan seolah memberi isyarat penjelasan tentang ganti rugi tersebut. Saksi hanya menjelaskan kronologi kejadian di postingan <i>facebook</i> -nya tanpa menyinggung ganti rugi.
<i>Bait-and-switch</i>	-	Artikel membawa pembaca dari situs <i>TribunBanyumas.com</i> ke situs <i>TribunJateng.com</i> .

b. Artikel (2)

Artikel oleh *TribunBanyumas.com* pada 19 November 2020 yaitu: “*Ayla Tabrak Honda CBR 600 Jutaan, Penabrak Tawarkan Ganti Rugi Mobil Hingga Rumah agar Tak Dipenjara*” (Gambar 3) membawa pembaca untuk beralih ke situs lain setelah mengklik-nya. Artikel tersebut menggunakan cara *bait-and-switch* dengan tujuan menaikkan *traffic* pengunjung dengan membawa pengunjung beralih ke situs *Serambinews.com* (Gambar 4).



Gambar 3. Contoh judul *bait-and-switch* yang dimuat oleh situs berita *TribunBanyumas.com*. (Sumber: <https://banyumas.tribunnews.com/search?q=Ayla+tabrak+cbr>)

Serambinews.com merupakan situs berita yang beredar ke seluruh pelosok Aceh yang hadir dalam versi daring (online). Serambinews.com merupakan bagian dari media siber Tribunnews.com dan bagian dari Tribun Network.⁹⁸ Dikatakan sebagai unsur *bait-and-switch* karena hal yang dituliskan memerlukan klik tambahan yang kemudian beralih pada situs lain.⁹⁹



Gambar 4. (Sumber: <https://aceh.tribunnews.com/2020/11/19/ayla-tabrak-honda-cbr-600-jutaan-penabrak-tawarkan-ganti-rugi-mobil-hingga-rumah-agar-tak-dipenjara>)

Data dalam tabel sebagai berikut:

Unsur Clickbait		Ket.
Jumlah Kata	16 kata	Judul
Jumlah Karakter	4 karakter	Huruf, angka, koma, kapital
Hiperbolis	-	-
<i>bait-and-switch</i>	-	Artikel membawa pembaca dari situs TribunBanyumas.com

⁹⁸Lihat laman resmi Tribunnews.com pada Tribun Network. <http://m.tribunnews.com/tribun-network> diakses pada 16 Juli 2021 pukul 21.03 WIB.

⁹⁹Yayat D. Hadiyat. 2019. "Clickbait di Media Online Indonesia". *Jurnal Pekommas*..... Hlm. 5.

		ke situs Serambinews.com.
--	--	------------------------------

c. Artikel (3)

Artikel oleh TribunBanyumas.com pada 20 November 2020 yaitu: "Viral di Medsos Daihatsu Ayla Tabrak CBR 1000RR, Penabrak Minta Damai Ganti Rugi Mobil Plus Rumah" (Gambar 5) menunjukkan adanya penggunaan unsur clickbait yang dilakukan dalam judul artikel. Artikel tersebut menunjukkan unsur *bait-and-switch* yang kemudian mengarahkan pengunjung tautan untuk pergi ke situs lain.¹⁰⁰



Gambar 5. Contoh judul *bait-and-switch* yang dimuat oleh situs beritaTribunBanyumas.com. (Sumber: <https://banyumas.tribunnews.com/search?q=Ayla+tabrak+cbr>)

Judul artikel tersebut membawa pengunjung atau pembaca untuk beralih ke situs lain yaitu Tribun-Bali.com (Gambar 6). Tribun-Bali.com merupakan bagian dari anak Tribun Network dan bagian dari situs berita daerah Tribunnews.com¹⁰¹, dengan melakukan *redirect link* membantu menaikkan *traffic* media tersebut.

¹⁰⁰Yayat D. Hadiyah. 2019. "Clickbait di Media Online Indonesia". *Jurnal Pekommas*.....Hlm. 5

¹⁰¹ Lihat Laman Resmi Tribunnews.com. <https://m.tribunnews.com/tribun-network> diakses pada 18 Juli 2021 pukul 17.45 WIB.

Viral di Medsos
Daihatsu Ayla Tabrak
CBR 1000RR, Penabrak
Minta Damai Ganti
Rugi Mobil Plus Rumah

Jumat, 20 November 2020 09:23

Editor: Eviera Paramita Sandi



Gambar 6. (Sumber: <https://bali.tribunnews.com/2020/11/20/viral-di-medsos-daihatsu-ayla-tabrak-cbr-1000rr-penabrak-minta-damai-ganti-rugi-mobil-plus-rumah>)

Data dalam tabel sebagai berikut:

Unsur Clickbait		Ket.
Jumlah Kata	17 kata	Judul
Jumlah Karakter	4 karakter	Huruf, angka, koma, kapital
Hiperbolis	“Viral”	kata “viral” menunjukkan adanya hal yang ingin diungkapkan tentang sesuatu yang sedang <i>booming</i> atau hangat menjadi perbincangan.
<i>bait-and-switch</i>	-	Artikel membawa pembaca dari situs TribunBanyumas.com ke situs Tribun-Bali.com.

d. Artikel (4)

Artikel oleh TribunBanyumas.com pada 20 November 2020 yaitu: “Insiden Viral Daihatsu Ayla Tabrak Honda CBR 1000RR, Pemilik Motor Mahal Ungkap Merasa Dibuat Malu” (Gambar 7) menunjukkan adanya uncur clickbait. Artikel tersebut menggunakan unsur *bait-and-switch* yaitu menggiring pengunjung atau pembaca mengunjungi situs lain.¹⁰²



Gambar 7. Contoh judul yang dimuat oleh situs beritaTribunBanyumas.com. (Sumber: <https://banyumas.tribunnews.com/search?q=Ayla+tabrak+cbr>)

Artikel tersebut mengalihkan pembaca ke situs lain yaitu Tribun-Bali.com seperti pada (Gambar 8). Seperti yang peneliti sudah jelaskan pada artikel sebelumnya, Tribun-Bali.com merupakan situs berita daerah dibawah Tribunnews.com dan merupakan bagian dari Tribun Network.¹⁰³

¹⁰²Yayat D. Hadiyah. 2019.”Clickbait di Media Online Indonesia”. *Jurnal Pekommas*..... Hlm. 5.

¹⁰³ Lihat Laman Resmi Tribunnews.com. <https://m.tribunnews.com/tribun-network> diakses pada 20 Juli 2021 pukul 18.53 WIB.

Insiden Viral Daihatsu Ayla Tabrak Honda CBR1000RR, Pemilik Motor Mahal Ungkap Merasa Dibuat Malu

Jumat, 20 November 2020 12:16
 Editor: Eviera Paramita Sandi



Gambar 8.
 (Sumber: <https://bali.tribunnews.com/2020/11/20/vinsiden/viral/daihatsu/ayla/tabrak/honda/cbr1000rr/pemilik/motor/mahal/ungkap/merasa/dibuat/malu>)
 Data dalam tabel sebagai berikut:

Unsur Clickbait		Ket.
Jumlah Kata	16 kata	Judul
Jumlah Karakter	4 karakter	Huruf, angka, koma, kapital
<i>bait-and-switch</i>	-	Artikel membawa pembaca dari situs TribunBanyumas.com ke situs Tribun-Bali.com.

e. Artikel (5)

Artikel oleh TribunBanyumas pada 20 November 2020 yaitu: “*VIRAL Video Ayla Tabrak CBR 1000RR, Driver CBR Pikir-pikir Motor Diganti dengan 1 Rumah dan Mobil*” (Gambar 9) menunjukkan adanya unsur clickbait. Artikel tersebut menggunakan unsur *formatting* dan *bait-and-switch*. Unsur *formatting* pada clickbait merupakan judul artikel yang sering menggunakan huruf kapital seperti halnya dengan judul artikel oleh TribunBanyumas.com tersebut. Sedangkan *bait-and-switch*

pengalihan artikel pertama menuju situs berita kedua. Artikel tersebut membawa pembaca kepada situs berita BanjarmasinPost.co.id (Gambar 10).¹⁰⁴



Gambar 9. Contoh judul *formatting* yang dimuat oleh situs beritaTribunBanyumas.com.(Sumber:<https://banyumas.tribunnews.com/search?q=Ayla+tabrak+cbr>)

BanjarmasinPost.co.id merupakan situs berita daerah dari anak media Tribunnews.com.¹⁰⁵



Gambar 10. Contoh judul *bait-and-switch* yang dimuat oleh situs beritaTribunBanyumas.com.(Sumber:<https://banjarmasin.tribunnews.com/2020/11/20/viral-video-ayla-tabrak-cbr-1000rr-driver-cbr-pikir-pikir-motor-diganti-dengan-1-rumah-dan-mobil>)

¹⁰⁴Yayat D. Hadiyat. 2019."Clickbait di Media Online Indonesia". *Jurnal Pekommas*..... Hlm. 5.

¹⁰⁵ Lihat Laman Resmi Tribunnews.com. <https://m.tribunnews.com/tribun-network> diakses pada 18 Juli 2021 pukul 18.11 WIB.

Data dalam tabel sebagai berikut:

Unsur Clickbait		Ket.
Jumlah Kata	18 kata	Judul.
Jumlah Karakter	5 karakter	Huruf, angka, koma, kapital, strip
Hiperbolis	-	-
<i>Formatting</i>	-	Penggunaan huruf kapital berulang: “VIRAL”, “CBR”, “CBR”, “RR”.
<i>bait-and-switch</i>	-	Artikel membawa pembaca dari situs TribunBanyumas.com ke situs BanjarmasinPost.co.id.

f. Artikel (6)

Artikel TribunBanyumas.com pada tanggal 20 November 2021 yaitu: “*Fakta Kecelakaan Daihatsu Ayla Tabrak CBR 1000RR, Kronologi Hingga Ganti Rugi Rumah dan Mobil*” (Gambar 11) menunjukkan adanya unsur clickbait dalam penulisan judul artikelnya. Judul artikel tersebut menggunakan unsur *bait-and-switch* yaitu pengalihan situs pertama ke situs yang lain.¹⁰⁶



Gambar 11. Contoh judul yang dimuat oleh situs beritaTribunBanyumas.com. (Sumber: <https://banyumas.tribunnews.com>)

¹⁰⁶Yayat D. Hadiyat. 2019.”Clickbait di Media Online Indonesia”. *Jurnal Pekommas*..... Hlm. 5.

Artikel tersebut mengarahkan pengunjung untuk beralih ke situs Tribun-Bali.com. perlu diketahui bahwa situs Tribun-Bali.com merupakan situs berita daerah dari Tribunnews.com dan bagian dari Tribun Network¹⁰⁷ (Gambar 12).



Gambar 12. Contoh judul *bait-and-switch* yang dimuat oleh situs berita Tribun-Bali.com. (Sumber: <https://bali.tribunnews.com/2020/11/20/fakta/kecelakaan/daihatsu/ayla/tabrak/cbr1000rr/kronologi/hingga/ganti/rugi/rumah/dan/mobil>)

Data dalam tabel sebagai berikut:

Unsur Clickbait		Ket.
Jumlah Kata	15 kata	Judul
Jumlah Karakter	4 karakter	Huruf, angka, kapital, koma.
Hiperbolis	-	
<i>bait-and-switch</i>	-	Artikel membawa pembaca dari situs TribunBanyumas.com ke situs Tribun-Bali.com.

¹⁰⁷ Lihat Laman Resmi Tribunnews.com. <https://m.tribunnews.com/tribun-network> diakses pada 20 Juli 2021 pukul 18.44 WIB.

g. Artikel (7)

Artikel yang dimuat oleh TribunBanyumas.com pada 20 November 2020 yaitu: “*Viral Daihatsu Ayla Tabrak Honda CBR 1000RR SP, Penabrak Ajak Damai Tawari Mobil & Rumah*” (Gambar 13) menunjukkan adanya unsur *bait-and-switch* dalam penulisan judul artikel. Artikel tersebut membawa pengunjung untuk beralih ke situs yang lain.¹⁰⁸



Gambar 13. Contoh judul yang dimuat oleh situs beritaTribunBanyumas.com.(Sumber:<https://banyumas.tribunnews.com>)

Artikel tersebut dialihkan kepada situs TribunSolo.com dengan judul yang sama (Gambar 14). TribunSolo.com merupakan situs berita daerah dari anak berita Tribunnews.com seperti yang dapat dilihat pada Tribun Network.¹⁰⁹



¹⁰⁸Yayat D. Hadiyah. 2019.”Clickbait di Media Online Indonesia”. *Jurnal Pekommas*..... Hlm. 5.

¹⁰⁹ Lihat Laman Resmi Tribunnews.com. <https://m.tribunnews.com/tribun-network> diakses pada 22 Juli 2021 pukul 10.19 WIB.

Gambar 14. Contoh judul *bait-and-switch* yang dimuat oleh situs berita TribunSolo.com. (Sumber: <https://solo.tribunnews.com/2020/11/20/viral/daihatsu/ayla/tabrak/honda/cbr1000rr/sp/penabrak/ajak/damai/tawari/mobil/rumah>)

Data dalam tabel sebagai berikut:

Unsur Clickbait		Ket.
Jumlah Kata	16 kata	Judul.
Jumlah Karakter	5 karakter	Huruf, angka, kapital, koma, &.
Hiperbola	“Viral”	kata “viral” menunjukkan adanya hal yang ingin diungkapkan tentang sesuatu yang sedang booming atau hangat menjadi perbincangan.
<i>Bait-and-switch</i>	-	Artikel membawa pembaca dari situs TribunBanyumas.com ke situs TribunSolo.com.

h. Artikel (8)

Artikel yang dimuat oleh TribunBanyumas.com pada 20 November 2020 yaitu: “*Viral Daihatsu Ayla Tabrak CBR 1000RR, Pengemudi Syok Ganti Rugi 1 Rumah & Mobil, Korban Anak Sultan*” (Gambar 15) menunjukkan adanya penggunaan unsur clickbait yaitu *bait-and-switch*. Penggunaan unsur tersebut adalah dengan cara mengalihkan pembaca untuk mengunjungi situs lain.¹¹⁰



Gambar 15. Contoh judul yang dimuat oleh situs beritaTribunBanyumas.com. (Sumber: <https://banyumas.tribunnews.com>)

¹¹⁰ Yayat D. Hadiyat. 2019. “Clickbait di Media Online Indonesia”. *Jurnal Pekommas*..... Hlm. 5.

Artikel tersebut menggiring pembaca untuk beralih ke situs TribunJatim.com (Gambar 16). Seperti yang diketahui bahwa situs TribunJatim.com merupakan situs berita daerah dari Tribunnews.com yaitu bagian dari Tribun Network.¹¹¹



Gambar 16. Contoh judul *bait-and-switch formatting* yang dimuat oleh situs beritaTribunSolo.com. (Sumber: <https://jatim.tribunnews.com/2020/11/20/viral/daihatsu/ayla/tabrak/cbr/1000rr/pengemudi/syok/ganti/rugi/1/rumah/&/mobil/korban/anak/sultan>)

Data dalam tabel sebagai berikut:

Unsur Clickbait		Ket.
Jumlah Kata	17 kata	Judul.
Jumlah Karakter	5 karakter	Huruf, angka, kapital, koma, &.
Hiperbola	“Viral”	kata “viral” menunjukkan adanya hal yang ingin diungkapkan tentang sesuatu yang sedang <i>booming</i> atau hangat menjadi perbincangan.
<i>Formatting</i>	-	Penggunaan huruf kapital berulang: “VIRAL”, “CBR”.
<i>Bait-and-switch</i>	-	Artikel membawa pembaca dari situs TribunBanyumas.com

¹¹¹ Lihat Laman Resmi Tribunnews.com. <https://m.tribunnews.com/tribun-network> diakses pada 22 Juli 2021 pukul 10.20 WIB.

		ke situs TribunJatim.com.
--	--	------------------------------

i. Artikel (9)

Artikel yang dimuat oleh TribunBanyumas.com pada 20 November 2020 yaitu: “*Viral Ayla Tabrak CBR 1000RR, Dikira CBR 150, Minta Damai & Tawari Ganti Rugi 1 Unit Rumah dan Mobil*” (Gambar 17) menunjukkan adanya unsur clickbait yaitu *bait-and-switch*. Unsur tersebut membawa pengunjung situs untuk beralih ke situs lain.¹¹²



Gambar 17. Contoh judul yang dimuat oleh situs berita TribunBanyumas.com. (Sumber: <https://banyumas.tribunnews.com>)

Artikel tersebut membawa pembaca untuk beralih ke situs BANGKAPOS.com (Gambar 18). Situs BANGKAPOS.com merupakan situs berita daerah dari Tribunnews.com dan bagian dari Tribun Network.¹¹³



¹¹²Yayat D. Hadiyah. 2019.”Clickbait di Media Online Indonesia”. *Jurnal Pekommas*..... Hlm. 5.

¹¹³ Lihat Laman Resmi Tribunnews.com. <https://m.tribunnews.com/tribun-network> diakses pada 22 Juli 2021 pukul 10.52 WIB.

Gambar 18. Contoh judul *bait-and-switch* yang dimuat oleh situs berita BANGKAPOS.com. (Sumber: <https://bangka.tribunnews.com/2020/11/20/viral/alya/tabrak/cbr/1000rr/dikira/cbr/150/minta/damai/&tawari/ganti/rugi/1/unit/rumah/dan/mobil>)

Data dalam tabel sebagai berikut:

Unsur Clickbait		Ket.
Jumlah Kata	20 kata	Judul.
Jumlah Karakter	5 karakter	Huruf, angka, kapital, koma, &.
<i>Bait-and-switch</i>	-	Artikel membawa pembaca dari situs TribunBanyumas.com ke situs BANGKAPOS.com.

j. Artikel (10)

Artikel yang dimuat oleh TribunBanyumas.com pada 20 November 2020 yaitu: “*Nasib Pengemudi Ayla yang Tabrak CBR Rp. 600 Juta: Rumah Batal Melayang, Pemilik CBR Tak Tega*” (Gambar 19) menunjukkan adanya unsur clickbait yaitu *bait-and-switch* dimana pembaca akan dialihkan untuk menuju situs berita lain.¹¹⁴



Gambar 19. Contoh judul yang dimuat oleh situs berita TribunBanyumas.com. (Sumber: <https://banyumas.tribunnews.com>)

Artikel tersebut membawa pengunjung untuk mengunjungi situs TribunSolo.com (Gambar 20). Situs TribunSolo.com

¹¹⁴Yayat D. Hadiyah. 2019. "Clickbait di Media Online Indonesia". *Jurnal Pekommas*..... Hlm. 5.

merupakan situs berita daerah dari Tribunnews.com dan bagian dari Tribun Network.¹¹⁵



Gambar 20. Contoh judul *bait-and-switch* yang dimuat oleh situs berita TribunSolo.com. (Sumber: <https://solo.tribunnews.com/2020/11/20/nasib/pengemudi/ayla/yang/tabrak/cbr/rp/6000/juta/rumah/batal/melayang/pemilik/cbr/tak/tega>)

Data dalam tabel sebagai berikut:

Unsur Clickbait		Ket.
Jumlah Kata	16 kata	Judul.
Jumlah Karakter	6 karakter	Huruf, angka, titik dua, titik, kapital, koma.
Hiperbola	"...Pemilik CBR Tak Tega"	Ungkapan hiperbola tersebut mengandung unsur sentimen positif, karena mendesak pembaca untuk membuka artikel dengan nada emosional (eksploitasi sisi kognitif pembaca).
<i>Bait-and-switch</i>	-	Artikel membawa pembaca dari situs TribunBanyumas.com ke situs TribunSolo.com.

¹¹⁵ Lihat Laman Resmi Tribunnews.com. <https://m.tribunnews.com/tribun-network> diakses pada 22 Juli 2021 pukul 11.15 WIB.

k. Artikel (11)

Artikel yang dimuat oleh TribunBanyumas.com pada 20 November 2020 yaitu: “Kronologi Ayla Tabrak Honda CBR1000RR Viral, Terungkap Harga Mogenya Bisa Beli 6 Unit Ayla” (Gambar 21) menunjukkan adanya unsur clickbait yaitu *bait-and-switch* dengan cara membawa pembaca atau pengunjung ke situs berita yang lain.¹¹⁶



Gambar 21. Contoh judul yang dimuat oleh situs berita TribunBanyumas.com. (Sumber: <https://banyumas.tribunnews.com>)

Artikel tersebut membawa pembaca untuk beralih ke situs Tribun-Bali.com (Gambar 22). Seperti yang diketahui bahwa situs Tribun-Bali.com merupakan situs berita daerah dari Tribunnews.com dan merupakan bagian dari Tribun Network.¹¹⁷



¹¹⁶Yayat D. Hadiyah. 2019.”Clickbait di Media Online Indonesia”. *Jurnal Pekommas*..... Hlm. 5.

¹¹⁷ Lihat Laman Resmi Tribunnews.com. <https://m.tribunnews.com/tribun-network> diakses pada 23 Juli 2021 pukul 14.05 WIB.

Gambar 22. Contoh judul *bait-and-switch* yang dimuat oleh situs berita Tribun-Bali.com. (Sumber: <https://bali.tribunnews.com/2020/11/20/kronologi/ayla/tabrak/honda/cbr1000rr/viral/terungkap/harga/moginya/bisa/beli/6/unit/ayla>)

Data dalam tabel sebagai berikut:

Unsur Clickbait		Ket.
Jumlah Kata	16 kata	Judul.
Jumlah Karakter	6 karakter	Huruf, angka, kapital, koma.
Hiperbola	“...Terungkap...”	Ungkapan hiperbola tersebut mengandung unsur sentimen positif, penggunaan istilah yang menarik dengan memberi janji dari informasi sensasional.
<i>Bait-and-switch</i>	-	Artikel membawa pembaca dari situs TribunBanyumas.com ke situs TribunSolo.com.

1. Artikel (12)

Artikel yang dimuat oleh TribunBanyumas.com pada 21 November 2020 yaitu: “*Akhir Kisah Video Viral Mobil Ayla Tabrak Honda CBR1000RR SP, Hasil Mediasi hingga Berujung Damai*” (Gambar 23) menunjukkan adanya unsur clickbait yaitu *bait-and-switch* yaitu pengalihan pembaca ke situs yang lain.¹¹⁸



¹¹⁸Yayat D. Hadiyah. 2019. "Clickbait di Media Online Indonesia". *Jurnal Pekommas*..... Hlm. 5.

Gambar 23. Contoh judul yang dimuat oleh situs beritaTribunBanyumas.com.(Sumber:<https://banyumas.tribunnews.com>)

Artikel tersebut membawa pembaca untuk beralih ke situs TribunJogja.com (Gambar 24). TribunJogja merupakan situs berita daerah dari Tribunnews.com dan bagian dari Tribun Network.¹¹⁹



Gambar 24. Contoh judul *bait-and-switch* yang dimuat oleh situs berita TribunJogjacom.(Sumber:<https://jogja.tribunnews.com/2020/11/21/akhir/kisah/video/viral/mobil/ayla/tabrak/honda/cbr1000rr/sp/hasil/mediasi/hingga/berujung/damai>)

Data dalam tabel sebagai berikut:

Unsur Clickbait		Ket.
Jumlah Kata	17 kata	Judul.
Jumlah Karakter	4 karakter	Huruf, angka, kapital, koma.
Hiperbola	“...Terungkap...”	Ungkapan hiperbola tersebut mengandung unsur sentimen positif, penggunaan istilah yang menarik dengan memberi janji dari informasi sensasional.
<i>Bait-and-switch</i>	-	Artikel membawa pembaca dari situs TribunBanyumas.com ke situs TribunJogja.com.

¹¹⁹ Lihat Laman Resmi Tribunnews.com. <https://m.tribunnews.com/tribun-network> diakses pada 23 Juli 2021 pukul 14.38 WIB.

m. Artikel (13)

Artikel yang dimuat oleh TribunBanyumas.com pada 21 November 2020 yaitu: “*VIRAL TERPOPULER : Daihatsu Ayla Tabrak CBR1000RR hingga Wanita Protes Dipanggil Ibu oleh Ojol*” (Gambar 25) menunjukkan adanya unsur clickbait yaitu *bait-and-switch* dan *formatting*.



Gambar 25. Contoh judul yang dimuat oleh situs beritaTribunBanyumas.com. (Sumber: <https://banyumas.tribunnews.com>)

Artikel tersebut membawa pengunjung dengan beralih ke situs lain yaitu TribunJatim.com (Gambar 26). Situs TribunJatim.com merupakan bagian dari situs berita daerah Tribunnews.com dan bagian dari Tribun Network.¹²⁰

Hal tersebut diterapkan dalam model clickbait yaitu *bait-and-switch* yaitu perlu klik tambahan untuk membaca sebuah artikel (tidak utuh), sedangkan penggunaan unsur huruf kapital yang berulang-ulang disebut dengan *formatting*.¹²¹

¹²⁰ Lihat Laman Resmi Tribunnews.com. <https://m.tribunnews.com/tribun-network> diakses pada 23 Juli 2021 pukul 22.09 WIB.

¹²¹Yayat D. Hadiyah. 2019.”Clickbait di Media Online Indonesia”. *Jurnal Pekommas*..... Hlm. 5.

TribunJatim.com Berita Terpopuler

VIRAL TERPOPULER:
Daihatsu Ayla Tabrak CBR 1000RR hingga Video Wanita Protes Dipanggil Ibu oleh Ojol

Sabtu, 21 November 2020 09:11
 Editor: **Ficca Ayu Saraswati**

Tak hanya itu, motor CBR 1000RR yang ditabrak ternyata adalah milik anak sultan.

Baca juga: Daftar Harga Daihatsu Ayla Bekas Semua Tipe, Mobil Viral Tabrak CBR 1000RR, Termurah Cuma Rp 55 juta

Baca juga: Viral Pencopet Dihukum Berdiri dan Pakai Kalung Tulisan Saya Copet di Pasar: Kalau Ketahuan Tembak

Video kejadian tersebut langsung viral di media sosial setelah diunggah oleh akun Twitter @ezash.

"Tengkar di jalan, Akhirnya si motor geber dan bleyer si mobil.

Eh si mobil gak terima, langsung nyeruduk si motor.

Dikira si motor naek CBR 150 mungkin, makanya disruduk.

Nangis darah tuh mobil," tulis keterangan foto yang beredar.

Baca Selengkapnya

Gambar 26. Contoh judul *bait-and-switch* yang dimuat oleh situs berita TribunJogjacom. (Sumber: <https://jogja.tribunnews.com/2020/11/21/akhir/kisah/video/viral/mobil/ayla/tabrak/honda/cbr1000rr/sp/hasil/mediasi/hingga/berujung/damai>)

Data dalam tabel sebagai berikut:

Unsur Clickbait		Ket.
Jumlah Kata	16 kata	Judul.
Jumlah Karakter	4 karakter	Huruf, angka, kapital, titik dua.
Hiperbola, Sensasional	“VIRAL TERPOPULER”	Ungkapan hiperbola tersebut mengandung unsur sentimen positif, penggunaan

		istilah yang menarik dengan memberi janji dari informasi sensasional.
<i>bait-and-switch</i>	-	Artikel membawa pembaca dari situs TribunBanyumas.com ke situs TribunJatim.com.
<i>formatting</i>	“VIRAL”, “TERPOPULER”, “CBR”, “RR”.	Penggunaan unsur huruf kapital yang berulang.

n. Artikel (14)

Artikel yang dimuat oleh TribunBanyumas.com pada 21 November 2020 yaitu: “*Ayla Tabrak CBR 1000RR Berakhir Damai, Pengendara Moge Sempat Ditawari Ganti Rugi Rumah dan Mobil*” (Gambar 27) menunjukkan unsur clickbait yaitu *bait and switch* dengan membawa pembaca mengunjungi situs berita lain.¹²²



Gambar 27. Contoh judul yang dimuat oleh situs berita TribunBanyumas.com. (Sumber: <https://banyumas.tribunnews.com>)

Artikel tersebut dialihkan ke situs Tribun-Bali.com (Gambar 28), seperti yang diketahui situs berita Tribun-Bali.com merupakan bagian situs berita daerah dari Tribunnews.com dan bagian dari Tribun Network.¹²³

¹²²Yayat D. Hadiyah. 2019. "Clickbait di Media Online Indonesia". *Jurnal Pekommas*..... Hlm. 5.

¹²³ Lihat Laman Resmi Tribunnews.com. <https://m.tribunnews.com/tribun-network> diakses pada 25 Juli 2021 pukul 16.25 WIB.

Ayla Tabrak CBR
1000RR Berakhir
Damai, Pengendara
Moge Sempat Ditawari
Ganti Rugi Rumah dan
Mobil

Sabtu, 21 November 2020 16:39
Editor: Ida Ayu Made Sadnyari



(KOMPAS.COM/DOK SATLANTAS POLRESTA BANYUMAS)
Mediasi antara pengendara sepeda motor Honda CBR 1000 RR SP (kanan) dan pengemudi mobil Daihatsu Ayla di Satlantas Mapolresta Banyumas, Jawa Tengah, Jumat (20/11/2020).

Gambar 28. Contoh judul *bait-and-switch* yang dimuat oleh situs berita Tribun-Balicom. (Sumber: <https://bali.tribunnews.com/2020/11/21/ayla/tabrak/cbr/1000rr/berakhir/damai/pengendara/moge/sempat/ditawari/ganti/rugi/rumah/dan/mobil>)

Data dalam tabel sebagai berikut:

Unsur Clickbait		Ket.
Jumlah Kata	16 kata	Judul.
Jumlah Karakter	4 karakter	Huruf, angka, kapital, koma.
<i>bait-and-switch</i>	-	Artikel membawa pembaca dari situs TribunBanyumas.com ke situs Tribun-Bali.com.

o. Artikel (15)

Artikel yang dimuat oleh TribunBanyumas.com pada 21 November 2020 yaitu: “*Akhir Kasus Daihatsu Ayla Tabrak Honda CBR 1000RR, Foto Bersama Acungkan Jempol*” (Gambar 29) menunjukkan unsur clickbait yaitu *bait-and-switch* dengan membawa pembaca mengunjungi situs lain.¹²⁴

¹²⁴Yayat D. Hadiyah. 2019.”Clickbait di Media Online Indonesia”. *Jurnal Pekommas*..... Hlm. 5.



Gambar 29. Contoh judul yang dimuat oleh situs beritaTribunBanyumas.com.(Sumber:<https://banyumas.tribunnews.com>)

Artikel tersebut membawa pembaca atau pengunjung situs tersebut beralih ke situs Tribun-Bali.com (Gambar 30) sama seperti sebelumnya situs berita Tribun-Bali.com merupakan bagian situs berita daerah dari Tribunnews.com dan bagian dari Tribun Network¹²⁵



Gambar 30. Contoh judul *bait-and-switch* yang dimuat oleh situs berita Tribun-Balicom.(Sumber:<https://bali.tribunnews.com/2020/11/21/akhir/kasus/daihatsu/ayla/tabrak/honda/cbr/1000rr/foto/bersama/acungkan/jempol>)

Data dalam tabel sebagai berikut:

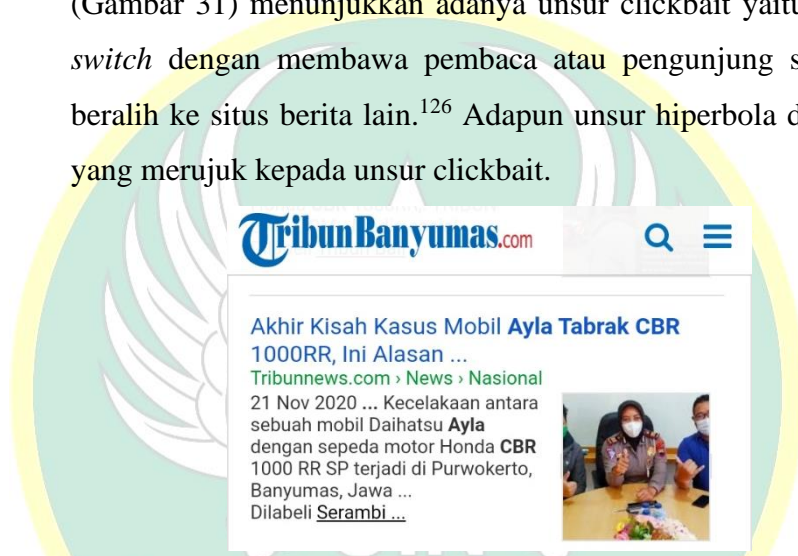
Unsur Clickbait		Ket.
Jumlah Kata	13 kata	Judul.
Jumlah Karakter	4 karakter	Huruf, angka, kapital, koma.

¹²⁵ Lihat Laman Resmi Tribunnews.com. <https://m.tribunnews.com/tribun-network> diakses pada 25 Juli 2021 pukul 16.35 WIB.

<i>bait-and-switch</i>	-	Artikel membawa pembaca dari situs TribunBanyumas.com ke situs Tribun-Bali.com.
------------------------	---	---------------------------------------------------------------------------------

p. Artikel (16)

Artikel yang dimuat oleh TribunBanyumas.com pada 21 November 2020 yaitu: “*Akhir Kisah Kasus Mobil Ayla Tabrak CBR 1000RR, Ini Alasan Dimas Tolak Ganti Rugi Meski Tangan Patah*” (Gambar 31) menunjukkan adanya unsur clickbait yaitu *bait-and-switch* dengan membawa pembaca atau pengunjung situs untuk beralih ke situs berita lain.¹²⁶ Adapun unsur hiperbola dan lainnya yang merujuk kepada unsur clickbait.



Gambar 31. Contoh judul yang dimuat oleh situs berita TribunBanyumas.com. (Sumber: <https://banyumas.tribunnews.com>)

Artikel tersebut membawa pembaca atau pengunjung untuk beralih ke situs lain yaitu Serambinews.com (Gambar 32). Serambinews.com merupakan situs berita daerah dari Tribunnews.com dan merupakan bagian dari Tribun Network.¹²⁷

¹²⁶Yayat D. Hadiyah. 2019.”Clickbait di Media Online Indonesia”. *Jurnal Pekommas*..... Hlm. 5.

¹²⁷ Lihat Laman Resmi Tribunnews.com. <https://m.tribunnews.com/tribun-network> diakses pada 25 Juli 2021 pukul 16.59 WIB

Akhir Kisah Kasus
Mobil Ayla Tabrak CBR
1000RR, Ini Alasan
Dimas Tolak Ganti Rugi
Meski Tangan Patah

Sabtu, 21 November 2020 15:30
Editor: Muhammad Hadi



Gambar 32. Contoh judul *bait-and-switch* yang dimuat oleh situs Serambinews.com. (Sumber: <https://aceh.tribunnews.com/2020/11/21/akhir/kisah/kasus/mobil/ayla/tabrak/cbr/1000rr/ini/alasan/dimas/tolak/ganti/rugi/meski/tangan/patah>)

Data dalam tabel sebagai berikut:

Unsur Clickbait		Ket.
Jumlah Kata	18 kata	Judul.
Jumlah Karakter	4 karakter	Huruf, angka, kapital, koma.
Hiperbola, Sensasional	“..Ini Alasan Dimas..”	Ungkapan tersebut mengandung unsur sentimen positif, yaitu penggunaan istilah yang menarik dengan memberi janji dari informasi sensasional.
<i>bait-and-switch</i>	-	Artikel membawa pembaca dari situs TribunBanyumas.com ke situs Serambinews.com.

q. Artikel 17

Artikel yang dimuat oleh TribunBanyumas.com pada 21 November 2020 yaitu: “*Fakta-fakta Viral Mobil Ayla Tabrak Honda CBR 1000RR SP, Tolak Ganti Rugi Rumah dan berakhir Damai*” (Gambar 33) mengandung unsur clickbait yaitu *bait-and-switch* dengan membawa pembaca atau pengunjung situs untuk

beralih ke situs berita lain.¹²⁸ Adapun unsur hiperbola dan lainnya yang merujuk kepada unsur clickbait.



Gambar 33. Contoh judul yang dimuat oleh situs berita TribunBanyumas.com. (Sumber: <https://banyumas.tribunnews.com>)

Artikel tersebut membawa pembaca atau pengunjung untuk beralih ke situs TribunJogja.com (Gambar 34). TribunJogja.com merupakan situs berita daerah di bawah Tribunnews.com dan merupakan bagian dari Tribun Network.¹²⁹



Gambar 34. Contoh judul *bait-and-switch* yang dimuat oleh situs TribunJogja.com. (Sumber: <https://jogja.tribunnews.com/2020/11/21/fakta-fakta/viral/mobil/ayla/tabrak/honda/cbr/1000rr/sp/tolak/ganti/rugi/rumah/dan/berakhir/damai>)

¹²⁸Yayat D. Hadiyah. 2019. "Clickbait di Media Online Indonesia". *Jurnal Pekommas*..... Hlm. 5.

¹²⁹ Lihat Laman Resmi Tribunnews.com. <https://m.tribunnews.com/tribun-network> diakses pada 25 Juli 2021 pukul 17.05 WIB

Data dalam tabel sebagai berikut:

Unsur Clickbait		Ket.
Jumlah Kata	18 kata	Judul.
Jumlah Karakter	4 karakter	Huruf, angka, kapital, koma.
Hiperbola, Sensasional	“Fakta-fakta viral...”	Ungkapan tersebut mengandung unsur sentimen positif, yaitu penggunaan istilah yang menarik dengan memberi janji dari informasi sensasional.
<i>bait-and-switch</i>	-	Artikel membawa pembaca dari situs TribunBanyumas.com ke situs TribunJogja.com.

r. Arikel 18

Artikel yang dimuat oleh TribunBanyumas.com pada 22 November 2020 yaitu: “*Iba Hati Si Pengemudi CBR 1000 RR Melihat Kondisi Sopir Daihatsu Ayla, Tolak Ganti Rugi Rumah & Damai*” (Gambar 35) mengandung unsur clickbait yaitu *bait-and-switch* dengan membawa pembaca atau pengunjung situs untuk beralih ke situs berita lain.¹³⁰ Adapun unsur hiperbola dan lainnya yang merujuk kepada unsur clickbait.



Gambar 35. Contoh judul yang dimuat oleh situs beritaTribunBanyumas.com.(Sumber:https://banyumas.tribunnews.com)

Artikel tersebut membawa pembaca atau pengunjung untuk beralih ke situs Tribun-Bali.com (Gambar 34). Tribun-Bali.com

¹³⁰Yayat D. Hadiyah. 2019.”Clickbait di Media Online Indonesia”. *Jurnal Pekommas*..... Hlm. 5.

merupakan situs berita daerah di bawah Tribunnews.com dan merupakan bagian dari Tribun Network.¹³¹



Gambar 36. Contoh judul *bait-and-switch* yang dimuat oleh situs Tribun-Bali.com. (Sumber: <https://bali.tribunnews.com/2020/11/22/iba/hati/si/pengemudi/cbr/1000rr/melihat/kondisi/sopir/daihatsu/ayla/tolak/ganti/rugi/rumah/&/damai>)

Data dalam tabel sebagai berikut:

Unsur Clickbait		Ket.
Jumlah Kata	17 kata	Judul.
Jumlah Karakter	5 karakter	Huruf, angka, kapital, koma, &.
Hiperbola, Sensasional	“Iba Hati Si Pengemudi CBR 1000 RR Melihat Kondisi Sopir Daihatsu Ayla,...”	Ungkapan tersebut mengandung unsur sentimen positif, yaitu penggunaan istilah yang menarik dengan memberi janji dari informasi sensasional.
<i>bait-and-switch</i>	-	Artikel membawa pembaca dari situs TribunBanyumas.com ke situs Tribun-Bali.com.

¹³¹ Lihat Laman Resmi Tribunnews.com. <https://m.tribunnews.com/tribun-network> diakses pada 25 Juli 2021 pukul 17.10 WIB

2. Analisis Data (CMC) Kasus viral kecelakaan Ayla tabrak CBR 1000 RR di Purwokerto

a. Keunikan Peristiwa Komunikasi

Berfokus pada keunikan peristiwa komunikasi, seperti berikut:

- 1) Penggunaan judul yang sensasional didukung dengan bahasa penulisan yang menarik memberikan kesan melebih-lebihkan. Tercatat penggunaan unsur clickbait pada judul sepanjang pemberitaan terbukti penerapan umpan klik ini sering digunakan pada artikel TribunBanyumas.com, artinya pembaca harus cermat dan cerdas dalam mengolah informasi agar terpenuhinya ekspektasi judul. Sejatinnya kasus tersebut termediasi secara kekeluargaan bahkan persoalan ganti rugi tidak dilanjutkan.
- 2) Salah satu yang menarik menyinggung persoalan harga unit CBR dan Ayla, dijelaskan bahwa harga CBR jauh diatas Ayla. Penulis berita mengangkat sisi harga unit dalam berita sebagai pendukung dalam tulisannya. Hal tersebut memberikan kesan menarik bahkan tidak menyangka satu unit sepeda motor dapat menjadi perhatian. Seperti yang diberitakan bahwa, CBR1000RR SP memiliki 4 stroke mesin, 16 valve DoHc, 4 silinder. Dalam OTR Jakarta-Tangerang satu unit CBR dibandrol dengan harga Rp.699.000.000, sedangkan satu unit Ayla dibandrol dengan harga Rp. 102,2 juta/tipe rendah dan Rp.160 juta/model tertinggi untuk OTR Jakarta. Artinya, satu unit CBR1000RR SP seharga dengan 5 sampai 6 unit Ayla (Gambar 37).

Sekadar catatan, CBR1000RR SP memiliki mesin 4 stroke, 16 valve DOHC 4 silinder.

Di wilayah Jakarta dan Tangerang CBR1000RR SP dipasarkan dengan harga Rp. 699.000.000 (OTR Jakarta dan Tangerang).

Sebagai informasi, harga mobil Daihatsu Ayla saat ini paling murah adalah Rp102,2 juta untuk tipe terendah.

Kalau model tertinggi Rp160 juta on the road (OTR) Jakarta.

Harga satu unit moge tersebut bisa membeli 5 sampai 6 unit Daihatsu Ayla. (jti)

Baca juga: *Innalillahi Wa Innailaihi Rojuun, Dokter di Klaten Meninggal Karena Corona, Jenguk Teman di Jakarta*

Gambar 37. Oleh TribunJateng.com.

(Sumber: <https://jateng.tribunnews.com/2020/11/19viral/kecelakaan/di/purwokerto/ayla/tabrak/cbr/tawari/ganti/rugi/mobil/dan/rumah/ini/kata/saksi>)

b. Keberagaman Bentuk yang Memiliki Makna

Mengedepankan interaksi daripada integrasi, yaitu bagaimana seluk-beluk interaksi individu daripada konteks sosial keseluruhan dan cara yang ditempuh dimana interaksi menjadi bermakna. Terdapat sisi sosial kemanusiaan dalam kasus tersebut yang akhirnya menyelesaikan kasus dengan kekeluargaan.

c. Realitas Non-media

Realitas non media diartikan sebagai faktor eksternal yang mempengaruhi peristiwa komunikasi. Konten media dinilai menurut bagaimana itu mencerminkan dan mengekspresikan realitas non media. Realitas non media yang perlu dijelaskan adalah latar belakang tokoh atau pelaku yang terlibat dalam insiden tersebut dan klarifikasi kelanjutan kasus dari kedua belah pihak.

d. Integrasi Informasi di Cyberspace

Adalah cara berkomunikasi dengan komputer didasarkan pada informasi yang didapat. Bentuk informasi yang diadopsi dari postingan ataupun *screenshot* layar dari akun dan platform media sosial yang dikembangkan menjadi sebuah berita. Foto pendukung

pada bagian teras berita menggunakan *screenshot* dari akun Youtube Fak MV (Gambar 38).

Kamis, 19 November 2020 19:03

Penulis: **Permata Putra Sejati** | Editor: **galih permadi**



Istimewa

Screenshot video dari akun YouTube Fak MV paska Daihatsu Ayla menabrak sepeda motor Honda CBR 1000 RR SP, di Jalan Prof DR HR Boenyamin Purwokerto, pada hari Rabu (18/11/2020).

Gambar 38. Oleh TribunJateng.com.

(Sumber: https://jateng.tribunnews.com/2020/11/19/viral/kecelakaan/di/purwoke_rto/ayla/tabrak/cbr/tawari/ganti/rugi/mobil/dan/rumah/ini/kata/saksi)

Adapun contoh yang lain dituliskan pada berita mengembangkan dan mengadopsi berita dari sebuah postingan akun twitter bernama @ezash seperti pada berita berikut (Gambar 39).

Viral di Medsos
Daihatsu Ayla Tabrak
CBR 1000RR, Penabrak
Minta Damai Ganti
Rugi Mobil Plus Rumah

Jumat, 20 November 2020 09:23

Editor: **Eviera Paramita Sandi**



Kolase

Viral, mobil Ayla di Purwokerto nekat tabrak pengendara motor Honda CBR 1000RR,

Gambar 39. Oleh TribunBali.com.

(Sumber: <https://bali.tribunnews.com/2020/11/20/viral/di/medsos/daihatsu/ayla/tabrak/cbr/1000rr/penabrak/minta/damai/ganti/rugi/mobil/plus/rumah/>)

Kecelakaan tersebut melibatkan mobil Daihatsu Ayla berwarna hitam dan sebuah motor mahal Honda CBR 1000RR.

Disebutkan bahwa mobil Daihatsu Ayla tersebut sengaja menabrak sebuah motor Honda CBR 1000RR yang dimiliki oleh seorang "sultan".

Video kejadian penabrakan tersebut pun viral di media sosial setelah dibagikan oleh akun Twitter bernama @ezash.

C. Fenomenologi Alfred Schutz

Fenomenologi penelitian ini dengan mendeskripsikan cara pandang terhadap realitas pemberitaan tujuannya untuk menemukan makna dan memperoleh data penelitian dengan membedah sample pemberitaan yang disajikan TribunBanyumas.com.

Intersubjektif	Perbedaan tanggal insiden antara tanggal 17 atau 18 November 2020 pada kasus Mobil Ayla tabrak CBR di Purwokerto melanggar kode etik jurnalistik pasal 1 tentang keakuratan berita sehingga berita tersebut dikategorikan sebagai berita clickbait.
Internalisasi (penghayatan, pendalaman, penguasaan mendalam)	TribunBanyumas.com menggunakan karakter dalam penulisan judulnya, juga penggunaan kata bombastis seperti "Viral" sehingga menimbulkan <i>curiosity gap</i> (menarik minat pembaca). Sebagai contoh " <i>Viral Kecelakaan di Purwokerto Ayla Tabrak CBR, Tawari Ganti Rugi Mobil dan Rumah, Ini Kata Saksi</i> ". Tambahan "Ini Kata Saksi" tidak mendukung kata sebelumnya tentang tawaran ganti rugi melainkan saksi hanya menceritakan kronologi kejadian, sedangkan tawaran tersebut belum mencapai akhirnya. Berita tersebut tidak menjawab <i>curiosity gap</i> sehingga tidak terpenuhinya rasa penasaran pembaca. Hal

	demikian yang menyebabkan berita tersebut termasuk dalam berita clickbait.
Realitas Sosial	Salah satu pemberitaan kasus tersebut dengan judul “ <i>Viral Kecelakaan di Purwokerto Ayla Tabrak CBR, Tawari Ganti Rugi Mobil dan Rumah, Ini Kata Saksi</i> ”, kata saksi yang dimaksud adalah teman dari pengendara CBR yang <i>malah</i> terkejut karena dirinya menjadi bahan obrolan keluarga dan teman-temannya yang mengira dialah yang berseteru akan kasus tersebut sehingga dia membuat klarifikasi dengan menulis postingan di facebooknya yang menerangkan kronologi kejadian. Judul yang disajikan dengan umpan klik yang membangun makna seolah saksi memberikan pendapat soal ganti rugi tersebut. Padahal, saksi hanya memberikan klarifikasi soal dirinya dengan menerangkan kronologi kejadian agar tidak terjadi kesalahpahaman. Hal demikian merupakan bentuk pembelokkan makna antara judul dan isi berita.

D. Analisis Kode Etik Jurnalistik

Berdasarkan analisis clickbait yang telah dikelompokkan pada berita media online TribunBanyumas.com pada kasus viral “Ayla tabrak CBR 1000RR di Purwoketo”, dalam pemberitaan tersebut diindikasikan beberapa artikel kaitannya dengan Kode Etik Jurnalistik dan Pedoman Pemberitaan Media Siber, sebagai berikut:

Tanggal Terbit	Judul Berita	Indikasi	KEJ
19 November 2020	“ <i>Viral Kecelakaan di Purwokerto Ayla Tabrak CBR, Tawari Ganti Rgi Mobil dan</i>	Pada pemberitaan dituliskan insiden tersebut terjadi	Pasal 1 (Point b)

	<i>Rumah, Ini Kata Saksi</i>	pada tanggal 18 November 2020.	
20 November 2020	<i>“Fakta Kecelakaan Daihatsu Ayla Tabrak CBR 1000 RR, Kronologi Hingga Ganti Rugi Rumah dan Mobil”</i>	Pada pemberitaan dituliskan insiden tersebut terjadi pada tanggal 18 November 2020.	Pasal 1 (Point b)
20 November 2020	<i>“Insiden Viral Daihatsu Ayla Tabrak Honda CBR 1000RR, Pemilik Motor Mahal Ungkap Merasa Dibuat Malu”</i>	Pada pemberitaan dituliskan insiden tersebut terjadi pada tanggal 17 November 2020.	Pasal 1 (Point b)
21 November 2020	<i>“Fakta-fakta Viral Mobil Ayla Tabrak Honda CBR 1000RR SP, Tolak Ganti Rugi Rumah dan berakhir Damai”</i>	Pada pemberitaan dituliskan insiden tersebut terjadi pada tanggal 17 November 2020.	Pasal 1 (Point b)
19 November 2020 20 November 2020.	<i>“Viral Kecelakaan di Purwokerto Ayla Tabrak CBR, Tawari Ganti Rugi Mobil dan Rumah, Ini Kata Saksi”</i> (Penulis: Permata Putra Sejati) <i>“Fakta Kecelakaan Daihatsu Ayla Tabrak CBR 1000 RR, Kronologi Hingga</i>	Dua berita memiliki tulisan yang sama hanya berbeda pada nama penulis dan judul. Hal tersebut melanggar kode etik jurnalistik pasal 2 tentang plagialism, yaitu menyatakan hasil liputan wartawan	Pasal 2

	<i>Ganti Rugi Rumah dan Mobil</i> ” (Penulis: Irma Budiarti)	lain sebagai karya sendiri.	
--	--------------------------------------------------------------	-----------------------------	--

Tabel di atas menunjukkan adanya perbedaan penanggalan insiden oleh situs berita online TribunBanyumas dalam memberitakan sebuah informasi atau berita, terlepas dari kekhilafan dan kesalahan oleh proses editorial maupun tidak. Hal tersebut ditunjukkan pada tabel indikasi dimana penyebutan tanggal insiden memiliki perbedaan padahal seharusnya hal tersebut tidak dilakukan.

Pada pemberitaan tanggal 19 November 2020 dan 20 November 2020 disebutkan bahwa insiden terjadi pada tanggal 18 November 2020, sedangkan pada tanggal 20 November 2020 (hari yang sama) dan 21 November 2020 disebutkan insiden terjadi tanggal 17 November 2020.

Akibat dari perbedaan pemberitaan tersebut berdasarkan ketetapan Dewan Pers melalui Peraturan Dewan Pers Nomor:6/Peraturan-DP/V/2008 tentang Pengesahan Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/SK-DP/III/2006 tentang Kode Etik Jurnalistik¹³² sebagai berikut:

1. **Pasal 1: “Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk”.** Penafsiran point (b): “Akurat berarti dipercaya benar sesuai keadaan objektif ketika peristiwa terjadi” (dalam pasal tersebut berkaitan dengan penerapan Kode Etik Jurnalistik yaitu tentang keakuratan atau ketepatan sebuah informasi pemberitaan yang akan diberikan pada khalayak dalam hal ini adalah penyebutan, penulisan, pencantuman tanggal insiden atau peristiwa yang terjadi).
2. **Pasal 2: “Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik”.** Penafsiran point (b): “Menghormati hak privasi” (berita yang disajikan mengenai insiden “Ayla tabrak CBR di Purwokerto tidak menunjukkan pendapat,

¹³² Bakti Nugroho & Samsuri. 2013. *“Pers Berkualitas, Masyarakat Cerdas”*. Jakarta: Dewan Pers. Hlm. 297.

komentar, atau argumen dari pihak Ayla, artinya proses pemberitaan tersebut sudah menempuh cara-cara profesional dalam tugas jurnalistik, yaitu menghormati hak privasi).

3. **Pasal 10: “Wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik”**

Penafsiran point (a & b):

a: “Segera berarti tindakan dalam waktu secepat mungkin, baik karena maupun tidak ada teguran dari pihak luar”.

b: “Permintaan maaf disampaikan apabila kesalahan terkait dengan substansi pokok”

(kaitannya dengan pasal ini, pihak media tidak memberikan klarifikasi kebenaran tentang insiden “Ayla tabrak CBR 1000RR di Purwokerto” mengenai perbedaan tanggal yang dimaksudkan).

E. Analisis Pedoman Hak Jawab

Peraturan Dewan Pers Nomor 9 Tahun 2008 tentang Pedoman Hak Jawab bertujuan untuk memelihara kemerdekaan pers dan menghormati hak jawab yang dimiliki masyarakat sehingga tercipta pers yang merdeka, profesional, dan sesuai dengan undang-undang.¹³³

Mengacu pada analisis Kode Etik Jurnalistik sebelumnya penulis menunjukkan adanya ketidakakuratan berita yaitu terdapat perbedaan dalam proses pemberitaan dalam berita yang sama dilihat dari sisi Pedoman Hak Jawab, beberapa pedoman tersebut yaitu;

1. Hak Jawab adalah hak seseorang, sekelompok orang, organisasi atau badan hukum untuk menanggapi dan menyanggah pemberitaan atau karya jurnalistik yang melanggar Kode Etik Jurnalistik, terutama kekeliruan dan ketidakakuratan fakta, yang merugikan nama baiknya kepada pers yang mempublikasikan.
2. Fungsi Hak Jawab;
 - Memenuhi hak masyarakat untuk mendapatkan informasi yang akurat.

¹³³ Bakti Nugroho & Samsuri. 2013. *“Pers Berkualitas, Masyarakat Cerdas”*. Jakarta:.....Hlm 299.

- Bentuk pengawasan masyarakat terhadap pers.

F. Analisis Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS)

Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) dibentuk dari kesepakatan Dewan Pers didukung organisasi pers, pengelola media siber dan masyarakat khusus diperuntukkan untuk media siber yang dilaksanakan secara profesional, memiliki fungsi, dan menjalankan hak serta kewajibannya sesuai dengan UU Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik.¹³⁴

Berdasarkan hal tersebut penulis menemukan kriteria dalam pemberitaan siber seperti sample penelitian dalam point ke 2 tentang Verifikasi dan keberimbangan berita, dan poin ke 4 tentang Ralat, Koreksi, dan Hak Jawab. Masing-masing point tersebut berkaitan dengan pemberitaan media TribunBanyumas.com dalam perbedaan tanggal insiden yang tentu saja apabila tidak dikoreksi atau diralat dapat merugikan pihak media atau masyarakat.

1. Point 2 (Verifikasi dan keberimbangan berita)

- Pada prinsipnya setiap berita harus melalui verifikasi. Tujuan verifikasi agar berita yang disajikan jelas dan kredibel.
- Berita yang dapat merugikan pihak lain memerlukan verifikasi pada berita yang sama untuk memenuhi prinsip akurasi dan keberimbangan. Bertujuan untuk mendapatkan berita yang tepat dan faktual.

2. Point 4 (Ralat, Koreksi, dan Hak Jawab)

- Ralat, koreksi, dan hak jawab mengacu pada Undang-Undang Pers, Kode Etik Jurnalistik, dan Pedoman Hak Jawab yang ditetapkan oleh Dewan Pers. Bertujuan agar proses tersebut sesuai dengan kaidah dan ketentuan Undang-Undang serta tepat sasaran.

¹³⁴ Lihat laman resmi Dewan Pers tentang PPMS. Diakses dari <https://dewanpers.or.id> pukul 18.52 WIB.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian terhadap berita online dari media siber TribunBanyumas.com dengan kasus pemberitaan “Ayla tabrak CBR di Purwokerto” periode November 2020 didapati kesimpulan bahwa TribunBanyumas.com menggunakan unsur clickbait dalam penulisan judul.

TribunBanyumas.com dengan umpan klik sebagai strategi dalam pembuatan sebuah berita paling banyak menggunakan unsur *bait-and-switch*. TribunBanyumas.com membawa pengunjung situs untuk beralih ke situs lain (*redirect link*) atau perlunya klik tambahan dan situs peralihan dalam satu network. Hal demikian sangat mungkin terjadi untuk menaikkan *traffic* sesuai dengan tujuan clickbait.

Beberapa indikator clickbait antara lain, penggunaan huruf kapital berulang, penggunaan kalimat hiperbolis atau dilebih-lebihkan, unsur angka, penggunaan kata sifat (karakter pada sebuah kata) yang masing-masing memiliki makna dan fungsinya. Ditinjau dari olah kata, judul, isi berita dan sinkronisasi berdasarkan perspektif jurnalistik, TribunBanyumas.com belum sesuai dalam pererapan Kode Etik Jurnalistik dan Pedoman Pemberitaan Media Siber.

Pada penerapan teori fenomenologi Alfred Schutz penulis mengkategorikan hasil penelitian berdasarkan analisa intersubjektif, internalisasi (pendalaman), dan realitas sosial. Beberapa kategori berdasarkan teori CMC antara lain, keunikan peristiwa komunikasi, keberagaman bentuk yang memiliki makna, realitas non media, dan integrasi informasi pada cybespace yang masing-masing memiliki sisi berbeda

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian berikut beberapa saran:

1. Bagi pembaca dan masyarakat; kesadaran literasi terhadap media perlu ditingkatkan, hal demikian dapat dilakukan dengan tidak membagikan (*share*) informasi yang belum jelas atau tidak utuh baik dari sisi referensi maupun isi berita. Sikap bijak dalam menerima informasi atau pemberitaan sangat berpengaruh terhadap masa depan masyarakat Indonesia.
2. Bagi media TribunBanyumas.com maupun media online yang lainnya; penggunaan unsur clickbait pada dasarnya *sah* dan tidak salah namun media harus memperhatikan kaidah atau pedoman pemberitaan yang sudah ditetapkan baik dalam UU Pers, Kode Etik Jurnalistik, dan Pedoman Pemberitaan Media Syber. Sikap teliti dan profesional perlu ditingkatkan karena penggunaan unsur clickbait sangat berisiko dengan tingkat sensitifitas tinggi dan segala pengaruh yang ditimbulkan baik akan berdampak baik atau buruk untuk media tersebut maupun kepada masyarakat luas.
3. Bagi Peneliti selanjutnya; penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi keberlanjutan penelitian berikutnya. Peneliti berharap skripsi ini dapat menjadi rujukan sekaligus menjadi bahan untuk dikembangkan kembali secara ilmiah dengan sumber rujukan yang lebih lengkap (kompleks) juga teori lain yang lebih relevan sebagai penunjang kelengkapan dan keakuratan penelitian oleh peneliti selanjutnya. Oleh karena masih banyak kekurangan pada penelitian ini baik dalam aspek keilmuan, teori dan penerapan sehingga perlu adanya pengembangan secara akademik.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin, Zainal Aikin. 2003. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Ardianto Elvinaro, Komala Lukiati, Karlinah Siti. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Basrowi, Sukidin. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro*. Surabaya: Insan Cendekia.
- Cangara, Hafied. 2018. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Djouise Bertina, Analuna. 2018. *Penggunaan Unsur Clickbait Dalam Penulisan Judul Berita (Analisis Isi Terhadap Judul Berita Detik.com Kanal detikHot Subkanal Celebs Periode Oktober-Desember 2017)*. Skripsi. Tangerang: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara (UMN).
- Eko Saputro, Godham & Haryadi, Toto. 2019. *Komik Strip dan Fenomena Clickbait*. Jurnal Titik Imaji. Universitas Dian Nuswantoro. Semarang. Vol. 2. No. 1.
- Farah Diba, Zaira. 2018. *Bahasa Jurnalistik dalam Headline Berita Online Studi Fenomenologi Terhadap Praktisi Jurnalis Anggota AJI di Kota Bandung Tentang Clickbait*. Skripsi. Bandung: Universitas Sunan Gunung Djati.
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hadiyat, Yayat D. 2019. *Clickbait on Indonesia Online Media*. Jurnal Pekommas. Balai Besar Pengembangan SDM dan Penelitian Kominfo Makassar. Vol. 4 No. 1.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Holmes, David. 2012. *Teori Komunikasi: Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kholifah, Siti & Suyadnya, I Wayan. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif: Berbagai Pengalaman dari Lapangan*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Kusumaningrat, Hikmat, & Kusumaningrat, Purnama. 2005. *Pengantar Prof. Dr. Muhammad Budyatna, M.A. Jurnalistik-Teori & Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Fenomenologi Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjajaran.

- Mardiyah, Akhsanul. 2018. *Fenomena Clickbait di Tribunnews.com Ditinjau dari Kode Etik Jurnalistik Indonesia Periode Maret 2018*. Skripsi. Pasuruan: Program Studi Ilmu Komunikasi, Fisip, Universitas Yudharta.
- Misnal, Munir. 2008. *Aliran-Aliran Utama Filsafat Barat Kontemporer*. Yogyakarta: Lima.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhtadi, Asep Saeful. 2016. *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Mulyana, Deddy. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nugroho Bakti, Samsuri. 2013. *Pers Berkualitas, Masyarakat Cerdas*. Jakarta: Dewan Pers.
- Prastowo, Andi. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar Ruzz Media.
- Prastowo, Andi. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Rohimah, Iim. 2017. *Etika dan Kode Etik Jurnalistik dalam Media Online Islam*. Jurnal Komunika. IAIN Purwokerto.
- Romli, Khomsahrial. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.
- Rubin, Conroy, & Chen. 2015. *Toward News Verification: Deception Detection Methods for News Discourse*. Canada: *Language and Information Technology Research Lab (LIT.RL)*. University of Western Ontario, London, Canada.
- Sevriyanto Siregar, Heri. 2020. *Praktik Jurnalisisme Konstruktif Pada Isu Kepanikan Moral Selama Pandemi Covid-19 (Analisis Framing Robert N Entman Dalam Berita Corona Indonesia Detik.com pada Periode 2-4 Maret 2020)*. Skripsi. Jakarta: Program Studi Komunikasi Universitas Pertamina.
- Sugiharti, Tanti. 2019. *Pemahaman Wartawan Tentang Bahasa Jurnalistik Berjudul Clickbait: Studi Deskriptif Pandangan Wartawan Detik.com*. Skripsi. Bandung: Universitas Sunan Gunung Djati.
- Sumadiria, AS Haris. 2014. *Bahasa Jurnalistik Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Supraja, M & Al Akbar, Nurrudin. 2020. *Alfred Schutz: Fenomenologi dalam Tradisi Ilmu Sosial*. Yogyakarta: UGM Press - Anggota IKAPI dan APPTI.

- Syamsul M. Romli, Asep. 2012. *Jurnalistik Online* (Panduan Mengelola Media Online). Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.
- Tatipang, Raynal A. 2013. *Fenomena Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Pasal 12 Tahun 2008 di Media Online Manado Post*. Jurnal Acta Diurna Komunikasi. Universitas Sam Ratulangi.
- Tim penyusun. 2014. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Purwokerto: STAIN Press.
- Wildan K.F, Achmad. 2018. *Jebakan Klik Pada Portal Berita Dalam Perspektif Semiotika John Fiske (Studi Kasus Portal Berita Tribunnews Triwulan Pertama Tahun 2018)*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Filsafat Universitas Gadjah Mada (UGM).
- Wimer, D. Roger. Joseph R. Dominick. 1983. *Mass Media Research: An Introduction*. Belmont.
- Zahra Kurniati, Anggraeni. 2020. *Komunikasi Interpersonal Mahasiswi Perokok di Purwokerto (Pendekatan Interaksi Simbolik George Herbert Mead)*. Skripsi. Purwokerto: IAIN Purwokerto.

