

Penggunaan *Clickbait* Media *Online* Indonesia dalam Pemberitaan Pilpres 2024

Soedarsono M¹

Akhiruddin²

Eka Yulianti Bur³

Nursalam⁴

^{1,2}Universitas Papua

³Universitas Pattimura

⁴Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon

¹soedarsonopbi@gmail.com

²a.akhiruddin@unipa.ac.id

³eka.bur@lecturer.unpatti.ac.id

⁴nur.salam@iainambon.ac.id

Abstrak

Penelitian ini tentang penggunaan *clickbait* media *online* Indonesia dalam pemberitaan Pilpres 2024 sebagai upaya pemahaman dan pengaruh informasi pada era digital sekarang ini. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi dan mendeskripsikan penggunaan *clickbait* media *online* Indonesia dalam pemberitaan Pilpres 2024. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pemaparan data deskriptif. Penelitian ini merupakan rancangan penelitian yang menggambarkan penelitian secara objektif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu observasi awal, studi dokumentasi, dan studi literatur dengan teknik analisis data, yaitu 1) reduksi data, 2) penyajian data, 3) verifikasi data hingga mencapai titik jenuh, 4) analisis data, yaitu deskripsi, interpretasi, dan eksplanasi. Data penelitian ini berupa judul berita yang menarik terkait Pilpres 2024. Hasil penelitian ini menunjukkan penggunaan *clickbait* media *online* Indonesia dalam pemberitaan Pilpres 2024 ditemukan media *online* Indonesia cenderung menggunakan *clickbait* yang dapat memancing dan meningkatkan rasa ingin tahu para pembaca untuk memklik atau membaca bahkan membagikan berita tersebut.

Kata kunci: *Clickbait*; media *online*; berita Pilpres 2024

Abstract

This research is about the use of clickbait by Indonesian online media in the coverage of the 2024 presidential election as an effort to understand and influence information in the current digital era. This research aims to identify and describe the use of clickbait by Indonesian online media in the coverage of the 2024 presidential election. The type of research used is qualitative research with descriptive data presentation. This research is a study design that objectively describes the research. The data collection techniques in this research include initial observation, documentation study, and literature study with data analysis techniques, namely 1) data reduction, 2) data presentation, 3) data verification until saturation point, 4) data analysis, which includes description, interpretation, and explanation. The data for this research consists of interesting news headlines related to the 2024 presidential election. The results of this study show that the use of clickbait by Indonesian online media in reporting the 2024 presidential election tends to provoke and increase readers' curiosity to click, read, or even share the news.

Keywords: *Clickbait*; online media; 2024 presidential election news

Pendahuluan

Saat ini media memiliki peran penting di era digital saat ini. Media mampu mengonstruksi realitas dan dapat membentuk tatanan sosial yang baru. Media memiliki kekuatan untuk menyusun berbagai isu yang ada, lalu mengangkatnya sehingga menjadi topik pembicaraan publik yang menarik[1]. Media internet menjadi salah satu platform utama untuk penyebaran informasi dan komunikasi di era digital saat ini. Banyak kelebihan media massa internet dibandingkan media lainnya. Keberadaan *instagram*, *twitter*, *facebook*, *tik tok*, *youtube* semakin memudahkan khalayak untuk menjangkau informasi yang lebih luas. Oleh karena itu, media sosial menjadi platform penghubung di dunia maya yang dapat memperkuat jaringan dan hubungan sosial masyarakat.

Penyebaran informasi yang majemuk dapat diakses dengan mudah oleh setiap penggunanya sehingga penulis berita dapat dengan mudah menjangkau sasaran pembaca. Informasi yang ditemukan di media sosial dikenal dengan istilah berita. Berita merupakan sajian utama sebuah media massa ataupun media *online*. Berita yang disusun sedemikian rupa tidak terlepas dari penggunaan bahasa dalam hal ini kata, frasa, klausa, kalimat, bahkan wacana yang digunakan. Wacana yang dibuat menarik dapat mengundang perhatian pembaca dan membangkitkan rasa penasaran untuk membaca lebih banyak mengenai tulisan yang disediakan [2]. Para penulis berita membuat judul berita yang menarik agar pembaca dapat membaca berita yang disajikan secara keseluruhan, hal ini dikenal dengan istilah *clickbait*. *Clickbait* adalah hal yang merujuk pada konten. *Clickbait* adalah suatu teknik yang digunakan oleh media untuk menarik perhatian pembaca dengan judul, gambar, atau potongan informasi yang sensasional atau menarik perhatian. Teknik ini sering kali memberikan janji yang berlebihan atau gambaran yang menyesatkan tentang isi konten, dengan tujuan agar pembaca tertarik untuk mengklik tautan dan membaca artikel tersebut. Dalam bahasa Indonesia, dikenal dengan istilah umpan klik atau judul yang menarik dan membuat penasaran sehingga menarik perhatian audiens terhadap tulisan tersebut. Praktik *clickbait* yang negatif memiliki delapan tipe, yaitu *exaggeration* (berlebihan), *teasing* (menggoda), *inflammatory* (menghasut), *formatting* (penyusunan), *graphic* (grafis), *bait and switch* (umpan dan ganti), *ambiguous* (ambigu), dan *wrong* (salah) [3].

Penggunaan *clickbait* oleh media massa atau media *online* bukanlah pelanggaran hukum negara, namun beberapa publik merasa jengkel karena merasa tertipu oleh judul berita yang tidak sesuai dengan isinya. Meskipun dari sisi bisnis, *clickbait* memberikan keuntungan besar, reputasi media tersebut bisa menurun akibat praktik ini [4]. *Clickbait* semakin marak seiring dengan pertumbuhan media, baik media online, media arus utama, maupun media sosial. suatu objek untuk mendapatkan pendapatan secara daring atau *online*.

Clickbait menjadi langkah yang ditempuh para penulis berita untuk menarik perhatian pembaca. Beberapa isu menarik yang belakangan ini kerap kali diperbincangkan, misalnya berita mengenai Pilpres 2024. Pilpres baru saja diadakan di Indonesia, tepatnya pada bulan Februari 2024. Dengan majunya tiga calon Presiden di Pilpres tahun ini maka banyak peristiwa yang terjadi, terutama di media sosial. Tidak dapat dipungkiri bahwa majunya tiga Pilpres pada pesta demokrasi di Indonesia tahun 2024 maka membentuk pula tiga kubu penggemar. Hal ini mendorong para media untuk menerbitkan berita-berita yang begitu menarik untuk memancing kubu-kubu tersebut berkomentar di *platform* media tersebut. Penggunaan bahasa dalam berita Pilpres ini mendorong peneliti bahasa untuk melihat sejauh mana media memberikan informasi yang layak kepada masyarakat dan bagaimana tingkat literasi masyarakat Indonesia.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai penggunaan *clickbait* oleh media *online* Indonesia dalam pemberitaan Pilpres 2024. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana bentuk penggunaan *clickbait* oleh media *online* Indonesia dalam pemberitaan Pilpres 2024?

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan metodologis deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan analitis. Deskriptif artinya penelitian ini berfokus pada penggambaran dan penjabaran fenomena, peristiwa, atau situasi sosial yang sedang diteliti. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berusaha untuk memahami makna dan interpretasi dari pengalaman atau perspektif partisipan. Penelitian ini tidak hanya mengumpulkan data, tetapi juga mengolah dan menganalisis data tersebut secara mendalam untuk menemukan pola, tema, dan hubungan yang relevan [5].

Sementara analitis ialah Ini melibatkan pemeriksaan secara mendalam dan sistematis terhadap suatu masalah, situasi, atau informasi untuk memahami bagian-bagiannya, struktur, atau hubungan antar komponen. Ada tiga tahapan dalam mengidentifikasi dan menganalisis penggunaan *clickbait* oleh media *online* Indonesia dalam pemberitaan Pilpres 2024, yakni deskripsi, interpretasi, dan eksplanasi. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya sebagai berikut (1) Penelitian oleh Mustakim, dkk (2023) [6] tentang “Penggunaan *Clickbait* Terhadap Judul Berita Pada Media *Online* Edisi Tahun 2022-2023 untuk Menarik Minat Pembaca”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa artikel dengan judul *clickbait* mampu memengaruhi minat pembaca artikel demi mengetahui informasi karena kesenjangan informasi yang ada sehingga pembaca dapat memenuhi rasa penasarannya, (2) Penelitian oleh Nurisma Rahmatika, dkk (2022) [7] tentang “Pengaruh Berita *Clickbait* terhadap Kepercayaan pada Media di Era *Attention Economy*”.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap media ada 28,4 persen karena pengaruh berita *clickbait*. Judul yang menarik dan provokatif dapat menarik perhatian pembaca dengan cepat. Ketika pembaca tertarik dengan judul, mereka lebih mungkin untuk membaca artikel tersebut secara keseluruhan. Jika konten artikel tersebut ternyata berkualitas dan informatif, pembaca bisa merasa puas dan mempercayai media yang menyajikan berita tersebut..

Adapun perbedaan dengan penelitian dapat ditinjau dari dua aspek, yaitu 1) Objek yang diteliti merupakan kebaruan karena wacana-wacana terkait Pilpres 2024 baru saja muncul dalam satu tahun terakhir 2) *Clickbait* dalam berita-berita Pilpres 2024 memberikan dua dampak bagi pembaca, yaitu negatif ataupun positif sehingga perlu pengetahuan kepada masyarakat terkait literasi di media sosial agar tidak menimbulkan masalah yang berkepanjangan.

Metode

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pemaparan data deskriptif. Desain penelitian ini dirancang secara objektif agar dapat menggambarkan penelitian dengan baik.[8]. Peneliti menggunakan Karena dianggap relevan dalam proses pengambilan data dan mempermudah peneliti mengamati dan melakukan analisis mendalam terhadap objek penelitian guna menemukan penggunaan *clickbait* media *online* Indonesia dalam pemberitaan Pilpres 2024.

Fokus penelitian ini adalah mengkaji penggunaan *clickbait* media *online* Indonesia dalam pemberitaan Pilpres 2024. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini ialah kartu catatan, pengelompokan inventarisasi data, dan analisis data. Sumber data diambil dari media *online* Indonesia. Data yang diambil dalam penelitian ini berupa

judul berita yang menarik (*clickbait*) dari media *online* Indonesia dengan kategori data berupa berita yang sama dengan penggunaan judul berbeda akan dibandingkan berdasarkan jumlah *viewers* kemudian dianalisis penggunaan judul yang digunakan (dalam bentuk kata, frasa, klausa, kalimat, dan wacana). Data diambil dalam rentang waktu tahun 2023 hingga 2024 yang berkaitan dengan Pilpres 2024. Penelitian ini menggunakan rancangan (*approach*) kualitatif melalui deskripsi pemakaian *clickbait* di media *online*.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu;

1. Observasi

Metode observasi dilakukan dengan cara mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diteliti. Dalam konteks penelitian, observasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap responden seperti yang dilakukan dalam wawancara atau angket, tetapi juga dapat merekam berbagai fenomena yang terjadi di lapangan, termasuk situasi dan kondisi yang relevan dengan topik penelitian [9]. Observasi terhadap objek penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang lebih akurat mengenai penggunaan *clickbait* oleh media *online* Indonesia dalam pemberitaan Pilpres 2024.

2. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015) dokumentasi adalah suatu metode pengumpulan data dalam penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Dokumen-dokumen ini bisa berupa buku, arsip, laporan, foto, video, artikel, dan berbagai bentuk dokumen tertulis atau visual lainnya. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam dan komprehensif tanpa harus terlibat langsung dalam situasi yang diteliti.

3. Studi Literatur

Studi literatur digunakan dalam penelitian sebagai teknik pengumpulan data pustaka, di mana peneliti membaca, mencatat, menginventarisasi, mengidentifikasi, serta mengelola bahan-bahan yang relevan dengan topik penelitian [11]. Tujuan dari studi literatur adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang subjek yang diteliti, mengidentifikasi kesenjangan dalam penelitian sebelumnya, dan menemukan teori atau konsep yang dapat mendukung analisis penelitian. Uji keabsahan data dalam penelitian ini meliputi: uji *credibility*, *transferability*, dan *confirmability*[12].

Hasil

Exaggeration

Exaggeration merupakan judul yang berlebihan pada halaman url (*uniform resource*



(Gambar 1, sumber: <https://www.tribunnews.com/regional/2023/09/24/satu-juta-warga-sulsel-tumpah-ruah-jalan-gembira-bersama-anies-muhaimin>)

Berita yang dimuat oleh media *online* tribunews.com dengan judul berita "Satu juta warga sulsel tumpah ruah jalan gembira bersama Anie-Muhaimin" (Gambar 1)

dianggap sangat berlebihan karena tidak sesuai dengan isi berita. Berita tersebut memuat tentang kegiatan jalan gembira bersama Anies-Muhaimin di kota Makassar pada tanggal 23 September 2023. Informasi tentang warga Sulsel tumpah ruah pada jalan gembira bersama Anies-Muhaimin memang benar, ini dibuktikan pada gambar 1. Namun, informasi tentang jumlah yang menembus angka satu juta warga tumpah ruah menghadiri jalan gembira bersama Anies-Muhaimin belum bisa dipastikan karena jumlah tersebut hanya berdasarkan klaim dari Tim pemenangan Anies-Muhaimin yang bahkan tidak dimuat dalam isi berita tersebut.

Teasing

Teasing merupakan judul yang mengolok-olok atau mencoba memprovokasi seseorang dengan cara yang menyenangkan, yaitu dengan cara menghapus rincian dari judul dengan tujuan untuk membangun ketegangan atau menggoda.



(Gambar 2, sumber: <https://www.suara.com/lifestyle/2024/02/11/070500/sosok-mirip-jokowi-joget-di-kampanye-prabowo-gibran-siapa-dia>)

Berita yang dimuat oleh media online suara.com dengan judul berita "Sosok mirip Jokowi joget di kampanye Prabowo-Gibran, siapa dia?" untuk menarik atau memancing para pembaca (Gambar 2). Informasi yang memuat mirip Jokowi joget bukanlah Jokowi yang dimaksud sebagai Presiden. Namun, beberapa warganet menanggapi dengan komentar candaan seperti "*Jokowi versi lite*". Dengan demikian penulis berita ini berhasil memancing dan meningkatkan daya tarik seorang pembaca untuk mengakses atau mengunggah berita yang disajikan tersebut. Selain itu, berita ini juga berhasil membangkitkan rasa ingin tahu seorang pembaca dengan membuat judul berita yang seolah-olah sosok yang dimaksud adalah Jokowi sebagai presiden.

Inflammatory

Inflammatory adalah judul yang bermaksud membangkitkan perasaan marah atau penuh kekerasan dengan menggunakan ungkapan atau penggunaan kata-kata yang tidak tepat/vulgar



(Gambar 3, sumber: <https://news.detik.com/pemilu/d-7157875/jokowi-bilang-presiden-boleh-kampanye-dan-memihak-ini-aturan-mainnya>)

Berita yang dimuat oleh media *online* detiknews.com dengan judul berita “Jokowi bilang presiden boleh kampanye dan memihak, ini aturan mainnya” dianggap dapat memancing reaksi para pembaca (Gambar 3). Informasi tentang presiden boleh kampanye dan memihak dapat menyebabkan berbagai macam reaksi atau tanggapan negatif dari warganet. Apalagi kondisi politik yang memanas dengan berbagai macam wacana yang timbul di masyarakat. Salah satunya informasi tentang Presiden boleh kampanye dan memihak dapat menimbulkan kesalahpahaman di kalangan masyarakat. Hal ini bisa dilihat dari tanggapan warganet di kolom komentar pada pemberitaan ini. Pada judul berita ini sebenarnya sudah jelas dan ditambah lagi dengan penjelasan pada isi berita. Namun, isu yang diangkat adalah isu politik yang sangat sensitif untuk diinformasikan karena bersentuhan secara langsung dengan masyarakat, maka timbul kesalahpahaman dalam menanggapi berita tersebut.

Formatting

Formatting adalah judul yang terlalu sering menggunakan huruf kapital atau tanda baca, terutama huruf kapital atau tanda seru.



(Gambar 4, sumber: <https://news.solopos.com/tegas-saksi-pdip-ancam-tak-mau-tanda-tangan-hasil-rekapitulasi-pemilu-2024-1865152>)

Berita yang dimuat oleh media *online* soloposnews.com dengan judul berita “Tegas! Saksi PDIP Ancam Tak Mau Tanda Tangan Hasil Rekapitulasi Pemilu 2024” adalah judul berita yang menggunakan tanda baca yakni tanda seru (Gambar 4). Berita tersebut berkaitan dengan tanggapan kader PDIP, Aria Bima yang menyebut para saksi pasangan calon nomor urut 3 Ganjar-Mahfud Md mengancam tidak menandatangani formulir pleno hasil rekapitulasi suara Pilpres 2024 di setiap angkatan. Tanggapan Aria Bima tersebut berdasarkan banyaknya dugaan kecurangan dalam pelaksanaan Pilpres 2024. Berdasarkan KBBI, penggunaan tanda seru dalam judul berita tersebut menandakan ungkapan dan pernyataan yang berupa seruan atau perintah, yang menggambarkan kesungguhan, ketidakpercayaan, atau rasa emosi yang kuat.

Graphic

Graphic adalah judul yang mengandung materi yang cabul, mengganggu/menjijikkan atau tidak dapat dipercaya.



(Gambar 5, sumber: <https://www.tvonenews.com/berita/nasional/122911-setelah-akui-suka-nonton-film-porno-ini-pengakuan-ganjar-pranowo-soal-fotonya-dengan-miyabi-tersebar-kenal-miyabi>)

Berita yang dimuat media *online* tvonenews.com dengan judul berita "Setelah akui suka nonton film porno, ini pengakuan Ganjar Pranowo soal fotonya dengan Miyabi, kenal Miyabi?" merupakan *graphic* (Gambar 5). Berita tersebut memuat informasi tentang pengakuan Ganjar Pranowo yang suka nonton film porno, "Eh kalau saya suka nonton film porno itu salahnya di mana, wong saya suka kok. Saya sudah dewasa dan punya istri", kata Ganjar dalam *podcast* Deddy Corbuzier. Tidak ada yang salah dalam berita tersebut, namun ketika memberikan judul mengandung *clickbait* tipe *graphic* yang cabul dan mengganggu, apalagi jika ada anak di bawah umur yang membaca artikel tersebut dan secara isi tidak penting untuk dimuat dalam suatu pemberitaan. Di sisi lain penggunaan judul berita seperti ini bisa saja menyebabkan berbagai penafsiran yang kurang baik bagi pembaca terhadap tokoh yang dimaksud dalam pemberitaan ini.

Bait-and-switch

Bait-and-switch adalah hal yang dituliskan/tersirat dari judul tidak ada di url: memerlukan klik tambahan atau sama sekali tidak ada. (*The thing promised/implied from the title is not on the landing page: it requires additional clicks or just missing*).



(Gambar 6, sumber: <https://prohaba.tribunnews.com/2024/04/22/mk-tolak-permohonan-sengketa-pilpres-2024-yang-diajukan-anies-muhaimin>)



(Gambar 7, sumber: <https://www.tribunnews.com/search#gsc.tab=0&gsc.q=Pilpres&gsc.page=1>)



(Gambar 8, sumber: <https://prohaba.tribunnews.com/2024/04/22/mk-tolak-permohonan-sengketa-pilpres-2024-yang-diajukan-anies-muhaimin>)



(Gambar 9, sumber: <https://nasional.kompas.com/read/2024/04/22/13231991/mk-tolak-permohonan-sengketa-pilpres-anies-muhaimin>)

Berita yang dimuat oleh media online Prohaba.co dengan judul berita “MK Tolak Permohonan Sengketa Pilpres 2024 yang Diajukan Anies-Muhaimin” merupakan *clickbait* tipe *Bait-and-switch* (Gambar 6). Berita tersebut adalah berita yang dipublikasikan oleh media online Tribunnews.com, namun memerlukan klik tambahan yang mengarahkan pembaca ke media online yang lain, yakni Prohaba.co (Gambar 7). Selain itu, berita tersebut juga mengarahkan pembaca untuk menklik berita yang sama di media online yang lain, yakni Kompas.com (Gambar 8 dan 9).

Clickbait tipe *Bait-and-switch* ini bertujuan meningkatkan jumlah pengunjung atau pembaca. Media *online* Tribunnews.com adalah media *online* yang paling banyak diakses pengunjung atau pembaca dibandingkan Prohaba.co, sehingga Tribunnews.com perlu melakukan *redirect link* berita tersebut ke Prohaba.co. Media *online* Tribunnews.com, Prohaba.co dan Kompas.com merupakan perusahaan media online yang berada dibawah grup media Kompas Gramedia sehingga memungkinkan untuk melakukan *redirect link* dari situs satu ke situs lain.

Ambiguous

Ambiguous (ambigu) adalah judul yang tidak jelas atau membingungkan dengan tujuan untuk memicu keingintahuan (*title unclear or confusing to spur curiosity*).



(Gambar 10, sumber: <https://www.viva.co.id/berita/politik/1711786-kalah-di-pilpres-2024-ini-kegiatan-yang-bakal-dilakukan-mahfud-selanjutnya>)

Berita yang dimuat oleh media *online* Viva.co.id dengan judul berita “Kalah di Pilpres 2024, Ini Kegiatan yang Bakal Dilakukan Mahfud Selanjutnya” merupakan *clickbait* tipe *ambiguous* (Gambar 10). Judul berita tersebut dianggap *ambiguous* karena dapat menyebabkan berbagai macam persepsi atau tanggapan pengunjung. Selain itu, judul berita tersebut juga dapat memancing rasa ingin tahu pembaca tentang apa yang menjadi isi berita tersebut yakni, kegiatan apa yang akan dilakukan Mahfud Md setelah kalah di pilpres 2024.

Wrong

Wrong (salah) adalah judul maupun artikel yang salah: fakta yang tidak benar (*just plain incorrect article: factually wrong*).



(Gambar 11, sumber: <https://www.detik.com/jabar/berita/d-7156057/viral-narasi-surya-paloh-marahi-anies-baswedan-ini-faktanya>)

Berita yang dimuat media *online* Detikjabar.com dengan judul berita “Viral Narasi Surya Paloh Marahi Anies Baswedan, ini Faktanya” merupakan merupakan *clickbait* tipe *wrong* (Gambar 11). Judu berita tersebut dianggap *wrong* karena dalam isi berita

tersebut memuat bantahan atau klarifikasi partai nasdem tentang viralnya percakapan Surya Paloh yang memarahi Anies Baswedan adalah hoaks. Penggunaan judul seperti ini, dapat menarik para pembaca untuk membagikan berita tersebut ke berbagai *flatform* media sosial. Selain itu, penggunaan judul seperti ini dapat menimbulkan informasi yang tidak benar bagi para pembaca yang tidak membaca berita secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil analisis data penggunaan *clickbait* media *online* Indonesia dalam pemberitaan Pilpres 2024 ditemukan media *online* Indonesia cenderung menggunakan *clickbait* yang dapat memancing dan meningkatkan rasa ingin tahu para pembaca untuk memklik atau membaca bahkan membagikan berita tersebut.

Temuan tersebut sejalan dengan V. Kumar (2018), yang mengatakan bahwa penggunaan *clickbait* sengaja dilakukan dan akibatnya memanfaatkan kesenjangan informasi. Jika ukuran penjualan media cetak adalah oplah atau tiras, maka untuk melihat kesuksesan berita di media *online* ukurannya adalah *page view* atau jumlah klik yang masuk. Hal ini tentu didukung dengan isu yang diangkat adalah isu pilpres yang sangat sensitif bagi para pembaca. Selain itu, isu politik seperti pilpres sangat menyita perhatian masyarakat, sehingga media *online* Indonesia memanfaatkan kondisi tersebut untuk menggunakan judul berita yang mengandung *clickbait*.

Simpulan

Berdasarkan temuan penggunaan *clickbait* media *online* Indonesia dalam pemberitaan Pilpres 2024 menunjukkan bahwa media online secara umum menggunakan judul berita yang mengandung *clickbait* untuk memicu rasa penasaran para pembaca. Penggunaan judul berita yang mengandung *clickbait* salah satu strategi paling efektif untuk meningkatkan pengunjung untuk mengklik bahkan meneruskan berita tersebut ke *flatform* media sosial yang lain. Dengan demikian, penggunaan *clickbait* dalam pemberitaan Pilpres 2024 mengarahkan pengguna media *online* agar statistik kunjungan meningkat yang selanjutnya digunakan untuk memperoleh pendapatan melalui sponsor.

Penggunaan judul berita yang mengandung *clickbait* sebenarnya tidak salah, namun media harus lebih bijaksana dalam penggunaannya, terutama untuk informasi yang sangat sensitif bagi pembaca seperti pemberitaan Pilpres 2024. Di sisi lain, para pembaca juga harus lebih selektif dalam membaca berita agar tidak mudah terpengaruh dan menyebarkan informasi yang belum jelas kebenarannya.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan tulisan yang berjudul "Penggunaan *Clickbait* Media *Online* Indonesia dalam Pemberitaan Pilpres 2024". Penulis berharap karya tulis ilmiah ini dapat berkontribusi terhadap kemajuan ilmu pengetahuan, terkhusus pada keilmuan bahasa.

Daftar Pustaka

- [1] G. G. Heryanto, "Media Komunikasi Politik: Relasi Kuasa Media di Panggung Politik," *IRCiSoD*. 2018.
- [2] V. Kumar, D. Khatrar, S. Gairola, Y. Kumar Lal, and V. Varma, "Identifying clickbait: A multi-strategy approach using neural networks," *41st Int. ACM SIGIR Conf. Res. Dev. Inf. Retrieval, SIGIR 2018*, pp. 1225–1228, 2018, doi: 10.1145/3209978.3210144.
- [3] P. Biyani, K. Tsioutsoulouklis, and J. Blackmer, "8 amazing secrets for getting more

- clicks: Detecting clickbaits in news streams using article informality," *30th AAAI Conf. Artif. Intell. AAAI 2016*, pp. 94–100, 2016, doi: 10.1609/aaai.v30i1.9966.
- [4] W. Solihin, Rahmawati W, Haryati, Mogot, Nurhadi, "Tinjauan Tentang Clickbait Media," *J. Komun. dan Media*, vol. 7, no. 1, pp. 74–84, 2022.
- [5] M. Waruwu, M. A. Pendidikan, U. Kristen, and S. Wacana, "Pendekatan Penelitian Pendidikan : Metode Penelitian Kualitatif , Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)," vol. 7, pp. 2896–2910, 2023.
- [6] A. Adam and A. Asnidar, "Penggunaan Clickbait Terhadap Judul Berita Pada Media Online Edisi Tahun 2022-2023 Untuk Menarik Minat Pembaca," *J. Motiv. Pendidik. dan Bhs.*, vol. 1, no. 2, pp. 211–222, 2023, doi: 10.59581/jmpb-widyakarya.v1i2.442.
- [7] N. Rahmatika and G. Prisanto, "Pengaruh Berita Clickbait Terhadap Kepercayaan pada Media di Era Attention Economy," *Avant Garde*, vol. 10, no. 2, p. 190, 2022, doi: 10.36080/ag.v10i2.1947.
- [8] R. . Hardani, Auliya, N.H, Andriani, H., fardani, R, A, Ustiawati, j, utami, E, F. Sukmana, D, J & istiqomah, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, no. January. 2020.
- [9] Syafiruddin Azwar, "Metode Penelitian Psikologi," 2017.
- [10] U. M. Area, "Persepsi Masyarakat Tentang Judul Berita Clickbait Pada Media Kumparan . COM (Studi Deskriptif Pada Masyarakat Kelurahan Desa Lama Kecamatan Pancur Batu) Skripsi Oleh : Hadynda Wahyusuci Fakultas Ilmusosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Medan ," 2021.
- [11] Marzali, A. (2017). Menulis Kajian Literatur. *ENOSIA : Jurnal Etnografi Indonesia*, 1(2), 27 - 36. <https://doi.org/10.31947/etnosia.v1i2.1613>.
- [12] A. Rijali, "Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin," vol. 17, no. 33, pp. 81–95, 2018.