

BUDAYA CLICKBAIT PADA JUDUL BERITA DI ERA DIGITAL 4.0

Namira Dewi Trustyanda, Cik Ratu Afni Rizki, Quodvultdeus Okto Sri
Dhanurwendo

London School of Public Relations (LSPR) Jakarta, Indonesia

Email: miratrusty@gmail.com, cikratu7@gmail.com, deus.okto@gmail.com

Abstrak

Indonesia merupakan negara yang penduduknya aktif berselancar di internet termasuk untuk mengakses media online yang ada. Salah satu jenis media *online* yang sering digunakan untuk mendapatkan informasi adalah berita. Namun hal tersebut tidak diimbangi dengan minat membaca para penduduk Indonesia dimana Indonesia berada di posisi dua terbawah dalam survei yang dilakukan oleh *Central Connecticut State University* pada tahun 2016 terkait *World's Most Literate Nation* atau terkait minat membaca di suatu negara. Indonesia menduduki posisi ke 60 dari 61 negara yang disurvei. Media sosial yang salah satu fungsinya sebagai alat penyebaran informasi bisa berdampak negatif jika tidak diiringi dengan minat membaca dari pengguna. Budaya *clickbait* yang digunakan dalam judul sebuah berita di era digital ini memiliki pro dan kontra. Penelitian ini bertujuan mengetahui memahami budaya *clickbait* yang diterapkan pada judul berita di Indonesia. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif ini memperoleh data dari literatur-literatur yang mendukung dan observasi atau pengamatan langsung pada media berita online seperti CNN, *Line Today*, Kompas, dan Kumparan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *pro* dari *clickbait* yaitu dapat meningkatkan rasa ingin tahu pembaca yang kemudian secara tidak langsung akan memacu minat membaca dari pengunjung. Kontra dari adanya *clickbait* yaitu dimungkinkan adanya informasi yang tidak valid jika jurnalis online hanya mementingkan jumlah pengunjung laman tanpa memperhatikan kredibilitas data dari berita yang disajikan. Adanya *clickbait* secara tidak langsung dapat meningkatkan minat membaca dari pengguna internet di Indonesia.

Kata Kunci: *clickbait*; judul berita; minat baca; budaya; media sosial

Abstract

Indonesia is one of the countries whose residents actively surf the internet, including to access existing online media. One type of online media that is often used to get information is news. However, this fact was not balanced with the reader's interest in reading among Indonesians, where Indonesia ranked second lowest in a survey conducted by Central Connecticut State University in 2016 regarding World's Most Literate Nation or related to reading interest in a country. Indonesia ranks 60th of the 61 countries surveyed. Social media, which functions as a means of disseminating information, can have a negative impact if it is not balanced with interest in reading from users. The clickbait culture used in the headline in this digital era has pros and cons. This study aims to understand the

How to cite:	Trustyanda, N. D., Rizki, C. R. A. & Dhanurwendo, Q. O. S. (2021) Budaya Clickbait pada Judul Berita di Era Digital 4.0. <i>Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia</i> , 6(9). http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i9.4190
E-ISSN:	2548-1398
Published by:	Ridwan Institute

clickbait culture that is applied to headline in Indonesia. The method used in this research is a descriptive qualitative method. This qualitative research obtained data from supporting literature and direct observation on online news media such as CNN, Line Today, Kompas, and Kumparan. The results show that the pros of clickbait can increase the curiosity of readers who then indirectly will increase interest in reading from visitors. The cons of clickbait is that it is possible to share invalid information if online journalists are only concerned with the number of page visitors without regard to the credibility of the data from the news presented. The existence of clickbait can indirectly increase interest in reading from internet users in Indonesia.

Keywords: *clickbait; headline; reader's interest; culture; social media*

Received: 2021-08-20; Accepted: 2021-09-05; Published: 2021-09-20

Pendahuluan

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi, berita-berita yang muncul sebagai salah satu sumber informasi di Indonesia semakin beragam dan berkembang pesat. Segala informasi dari berbagai bidang di seluruh penjuru dunia dapat dengan mudah diakses melalui internet. Pada abad ke-21 ini, internet telah melahirkan kesempatan sekaligus tantangan baru di berbagai bidang seperti lingkungan bisnis, demokratisasi budaya, kesetaraan, dan pasar-pasar *e-commerce* ([Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2017](#)).

Berdasarkan survei dari kementerian komunikasi dan informatika yang dilaksanakan tahun 2017 terkait penggunaan internet, Indonesia merupakan negara yang penduduknya aktif berselancar di internet termasuk untuk mengakses media *online* yang ada. Persentase pengguna media sosial aktif yang dihitung berdasar pendidikan, jenis kelamin dan pengeluarannya adalah 92,8% sedangkan persentase yang tidak menggunakan media sosial hanya 7,18%. Sebanyak 96% pengguna media sosial berasal dari generasi milenial dengan rentang umur 20 sampai 29 tahun. Namun, tingginya persentase keaktifan penduduk Indonesia dalam penggunaan internet khususnya media sosial tersebut tidak diiringi dengan minat membaca.

Indonesia berada di posisi dua terbawah dalam survei yang dilakukan oleh *Central Connecticut State University* pada tahun 2016 terkait *World's Most Literate Nation* atau terkait minat membaca di suatu negara. Indonesia menduduki posisi ke 61 dari 61 negara yang disurvei. Posisi Indonesia merupakan yang tertinggal diantara negara-negara Asia tenggara seperti Malaysia yang menempati posisi ke 53, Thailand di posisi 59 dan Singapore yang berada di posisi ke 36.

Media sosial yang salah satu fungsinya sebagai alat penyebaran informasi bisa berdampak negatif jika tidak diiringi dengan minat membaca dari pengguna, sebagai contoh berita di era digital ini sering kali kurang menjunjung validasi data sehingga bisa saja informasi yang disampaikan keliru dan di sisi lain minat membaca secara menyeluruh yang rendah dari pengguna dapat memicu kesalahpahaman informasi ([Rahadi, 2017](#)). Informasi yang disalahgunakan melalui media sosial seperti konten

berita di era digital 4.0 akan memicu penggunaanya terlibat ke ranah hukum karena tidak memperhatikan norma-norma yang berlaku dalam pemanfaatan media sosial. Oleh karena itu, pencerdasan dalam literasi untuk bermedia sosial khususnya dalam menerima suatu berita yang dibaca sangatlah krusial. Pembaca harus mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan informasi-informasi yang diterimanya dari suatu berita dengan bijak. Literasi digital penting agar generasi muda tidak tersesat dalam menggunakan teknologi digital.

Salah satu akibat yang ditimbulkan dari penyebaran berita yang tidak memiliki kevalidan data antara lain adalah mendukung industri *clickbait* atau suatu konten web yang rendah kualitas dan kredibilitasnya di mana judul beritanya dibuat sangat sensasional dengan tujuan menarik pengguna. Penyebaran berita yang tidak memiliki kevalidan data dapat diminimalisir dengan menjunjung tinggi etika jurnalisme. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, salah satu bidang yang terpengaruh akan era digital saat ini adalah jurnalistik (Juditha, 2018).

Masyarakat yang selama ini menggunakan media tradisional (surat kabar dan televisi) sebagai sumber informasi politik berubah dan berkembang menjadi masyarakat yang *technoculture*, yaitu masyarakat yang berbudaya teknologi. Masyarakat *technoculture* menjadikan media digital (*internet*) sebagai gaya hidup. Perubahan-perubahan tersebut tidak dapat dilepaskan dari pengaruh internet dan media digital pada umumnya yang berkembang sangat pesat pada akhir abad ke 20 ini (Members et al., 2012).

(Kaplan & Haenlein, 2014) memberikan pernyataan bahwa jenis media sosial yang ada berdasarkan ciri-ciri penggunaannya, satu diantaranya disebutkan mengenai situs jejaring sosial, di mana *user* memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti misalnya Facebook. Suatu proses penyampaian informasi melalui media internet, terutama *website* disebut jurnalistik online. Jurnalisme online adalah sarana *online* yang dapat melakukan pelaporan dan disebarkan melalui internet. Informasi yang ditampilkan di *website* media dapat diakses atau dibaca kapan saja dan dimanapun, di seluruh dunia, selama ada komputer dan perangkat lain yang memiliki koneksi internet.

Clickbait atau Umpan Klik umumnya memiliki tujuan untuk mengeksploitasi “kesenjangan keingintahuan” (*curiosity ago*) dengan menyajikan informasi yang cukup membuat pembaca penasaran ingin tahu dan untuk memenuhi keingintaannya maka pembaca harus menekan klik pada suatu tautan atau pranala yang ditampilkan. *Clickbait* bermaksud menarik sebanyak mungkin pembaca yang penasaran dan kemudian menjadikan suatu *website* tertentu mempunyai sebanyak mungkin pengunjung (Syafieq, 2018).

Budaya *clickbait* pada era digital ini memiliki kontra antara lain banyak ditemukan penyalahgunaan metode ini oleh para jurnalis *online* yang individual di mana mereka hanya mengusung judul berita yang sangat menimbulkan rasa ingin tahu ke pembaca tanpa memenuhi ekspektasi pembaca terhadap isi berita berdasarkan judulnya

(Aditiawarman, 2019). Hal tersebut seringkali membuat pembaca merasa telah membaca berita palsu karena tidak memenuhi ekspektasi mereka dan merasa dirugikan (Sidkiah, 2020). Di sisi lain, pro dari metode *clickbait* ini yaitu metode ini secara tidak langsung dapat menumbuhkan minat membaca para pembaca dan mengurangi rasa malas untuk membaca dari penduduk di Indonesia. Para profesionalis di bidang jurnalistik atau para jurnalis yang bekerja di instansi media terverifikasi Dewan Pers tentunya memanfaatkan metode *clickbait* hanya sebagai sebuah metode guna menarik minat pembaca tanpa mengurangi dan memalsukan keselarasan isi berita dengan judulnya. Oleh karena berpengaruhnya peran budaya *clickbait* pada judul berita di era digital ini, maka penelitian terkait budaya *clickbait* dilakukan.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif (Sugiyono, 2017). Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan mendeskripsikan atau memberikan gambaran suatu hal dan menganalisis serta menginterpretasikan berdasar kondisi yang sedang terjadi saat ini (Cresswell, 2017). Penelitian ini disusun untuk mengumpulkan berbagai informasi terkait budaya *clickbait* pada judul berita di era digital saat ini. Dalam penerapannya, penelitian kualitatif ini memperoleh data dari literatur-literatur yang mendukung dan observasi atau pengamatan langsung pada media berita *online* seperti CNN, *Line Today*, Kompas, dan Kumparan.

Hasil dan Pembahasan

A. Pembahasan, Temuan, Kesimpulan dan Saran

Di era digital di mana perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangat pesat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa portal berita *online* menjadi salah satu bisnis media yang juga ikut berkembang pesat. Metode *clickbait*, di satu sisi, menjadi salah satu cara yang ampuh untuk meningkatkan jumlah *traffic* pengunjung media *online*. Namun di sisi lain pengunjung atau pembaca seringkali kecewa terhadap isi konten berita yang dikunjungi karena ketidaksesuaiannya dengan judul yang dibuat, isi konten beritanya seringkali tidak memenuhi ekspektasi pembaca dan bersifat asal-asalan. Pada dasarnya, konten *online clickbait* juga dikategorikan sebagai berita salah, *false news* atau *fake news*. Selain itu sisi negatif dari munculnya artikel berbau judul *clickbait* yaitu memberikan pengalaman yang kurang menyenangkan bagi individu ketika isi artikel yang di-klik tidak sesuai dengan judul yang dicantumkan (Rumata, 2017).

Metode *clickbait* atau umpan klik biasanya merujuk kepada konten *website* yang memberikan judul bersifat hiperbola atau melebih-lebihkan. Umpan yang mengandalkan rasa penasaran pembaca dan pada akhirnya mendorong pembaca mengunjungi *website* yang memiliki tingkat kualitas dan akurasi berita yang rendah juga dikategorikan metode *clickbait* (Kusumawardani, 2019). Perbedaan judul normal dan judul *clickbait* dalam media *online* dapat dicontohkan sebagai berikut:

Tabel 1
Contoh judul *clickbait*

Judul normal	Judul <i>clickbait</i>
1. Cara diet dengan buah pisang	1. Setelah 7 hari makan buah pisang, inilah yang terjadi!!!!!!
2. Cara meninggikan badan	2. Ampuh tambah tinggi hingga 10 cm dalam 30 hari!! Berhasil!
3. Cara mendapatkan penghasilan dari internet	3. Hanya perlu kerja di rumah, remaja ini berhasil mendapatkan 200 juta setiap bulannya tanpa lelah.
4. Resep awet muda	4. Lihat umur saya 55 tahun, tapi disangka 25 tahun!!Klik dan sebarkan!

Sumber: (Kusumawardani, 2019)

Berikut merupakan beberapa contoh *clickbait* yang pernah dimuat di media-media *online* Indonesia.



Gambar 1
Contoh Judul *Clickbait*

Berdasarkan judul berita di atas, pembaca akan terpancing terkait kebijakan yang dilakukan oleh Presiden Joko Widodo hingga membiarkan pihak asing untuk mengelola

aset negara, sekaligus dalam judul ini tersirat bahwa Presiden Joko Widodo berpihak kepada pihak asing dan membuka seluas-luasnya pintu aset negara untuk pihak asing, namun kenyataannya jika berita tersebut dibaca secara penuh maka tertulis adanya syarat khusus yang diperlukan badan usaha untuk dapat mengelola aset negara sehingga judul tersebut menjadi disalah artikan oleh pembaca dan berita ini menjadi viral namun menjadi salah pengartian oleh beberapa pihak yang hanya membaca judul dalam artikel berita tersebut.



Gambar 2
Contoh Judul *Clickbait*

Berita diatas mengandung judul *clickbait* karena seakan-akan menyudutkan satu pihak bahwa imbauan yang diberikan tidak diindahkan oleh masyarakat padahal adanya kenyataan yang berseberangan karena kurangnya keselarasan sistem dari Presiden dan Gubernur dalam penetapan pemutusan rantai covid-19 seperti pengecekan suhu tubuh yang justru membuat antrian orang.



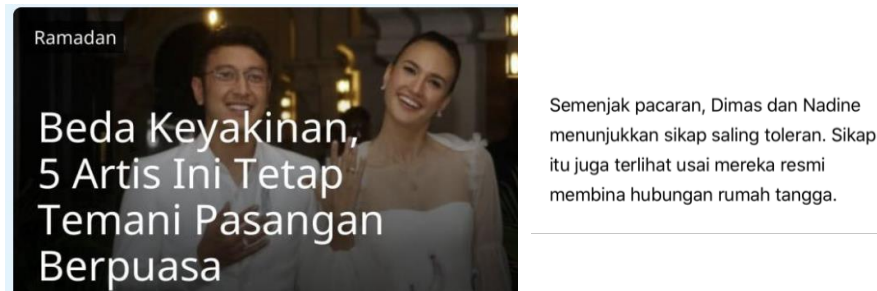
Gambar 3
Contoh Judul *Clickbait*

Sebelum konten berita dari kumparan di atas di klik dan masuk ke halaman websitenya, dalam iklannya bertuliskan “Pasien corona tidak akan ditanggung BPJS”. Judul tersebut sukses mendorong para pembaca untuk mengunjungi laman websitenya karena



Gambar 4
Contoh Judul *Clickbait*

Merasa khawatir akan tidak adanya jaminan untuk pasien corona, padahal kenyataannya pasien corona tidak ditanggung oleh BPJS karena biayanya ditanggung langsung dari anggaran Kemenkes sebagai kategori kejadian luar biasa. Dari judul berita diatas, sekilas tampak bahwa WNA yang berasal dari China memiliki perlakuan khusus dari Indonesia dan pembaca yang hanya melihat judul berita akan langsung beranggapan pemerintah Indonesia berpihak pada China padahal WNA China diberi izin tinggal darurat di Indonesia karena memang tidak adanya penerbangan dari China ke Indonesia.



Gambar 5
Contoh Judul *Clickbait*

Judul berita Line Today diatas akan mengundang pembaca terkait apa agama masing-masing pasangan yang telah menikah dengan berbeda keyakinan, padahal saat dibuka isi beritanya tidak sesuai ekspektasi pembaca dan tidak adanya kevalidan data dari narasumber yang dicantumkan. Isinya tidak berbobot seperti pada gambar berikut.

Pro terkait metode clickbait adalah dapat meningkatkan minat baca dari pengunjung halaman website. Clickbait sebagai optimasi judul berita menjadi hal yang paling lumrah diterapkan pada zaman sekarang oleh beberapa media online agar media tersebut tetap hidup dan tidak sepi pembaca. Masyarakat di Indonesia cenderung menyukai sesuatu yang praktis namun tergolong malas. Umumnya pembaca Indonesia hanya melihat judul berita, khususnya yang berbau politik, dan setelah itu enggan membaca isinya. Seringkali tanpa mengetahui isi secara menyeluruh kemudian langsung ke berkomentar di kolom komentar dan membuat perdebatan hingga berujung war comment di kalangan pembaca. Clickbait sah-sah saja diterapkan dengan diimbangi berita yang valid dan isinya harus memenuhi ekspektasi pembaca saat membaca judulnya. Beberapa hal yang bermanfaat dari optimasi judul berita melalui clickbait antara lain sebagai berikut: (1) Menghilangkan budaya perang komentar atau “*comment war*” dengan mengajak pembaca membaca keseluruhan isi konten berita tersebut dengan menanamkan rasa ingin tahu yang diakibatkan oleh judul bersifat clickbait. (2) Meningkatkan minat pembaca dan menanamkan budaya membaca terlebih dahulu khususnya masyarakat yang tergolong malas membaca. (3) Memberikan informasi yang tepat kepada pengunjung dan pembaca online dengan membudayakan membaca seluruh isi konten berita tersebut terlebih dahulu dan bukan hanya tertarik mendapatkan melalui judul beritanya saja.

Batasan-batasan yang harus diterapkan dalam penggunaan umpan klik atau clickbait agar tidak merugikan berbagai pihak antara lain: (1) Judul selaras dengan isi konten atau berupa intisari dari keseluruhan berita. (2) Konten tetap dimuat berdasarkan fakta dan bukan hoax. (3) Berita online tetap mematuhi kode etik jurnalistik. (4) Metode clickbait semata-mata hanya sebagai optimasi judul berita atau teknik menulis judul. (5)

Isi dari konten berita memenuhi fungsi pers yaitu menginformasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan mempengaruhi (*to influence*).

Kesimpulan

Tujuan dari penggunaan clickbait adalah untuk mengeksploitasi “kesenjangan keingintahuan” dengan menyajikan informasi yang cukup membuat pembaca penasaran ingin tahu dan untuk memenuhi keingintahuannya maka pembaca harus menekan klik pada suatu tautan atau pranala yang ditampilkan. Contoh penerapan clickbait yaitu judul berita dalam suatu iklan bertuliskan “Pasien corona tidak akan dibiayai oleh BPJS” padahal jika ditelusuri keseluruhan berita memang pasien corona tidak akan ditanggung BPJS melainkan akan ditanggung anggaran Kemenkes karena termasuk pandemic atau kejadian luar biasa. Judul tersebut sukses membuat pembaca khawatir dan penasaran. Adapula pro dan kontra yang dapat disimpulkan dari penggunaan sistem clickbait yaitu dapat meningkatkan rasa ingin tahu pembaca yang kemudian secara tidak langsung akan memacu minat membaca dari pengunjung. Namun dari adanya sistem clickbait dapat menjadikan munculnya informasi yang tidak valid jika jurnalis online hanya mementingkan jumlah pengunjung laman tanpa memperhatikan kredibilitas data dari berita yang disajikan.

Konten web dengan menggunakan sistem clickbait tidak dapat dianggap melanggar peraturan hukum jika pernyataan dalam artikel hanya mendasarkan pada aktivitasnya pada judul yang dilebih-lebihkan atau bersifat hiperbola serta judulnya tidak sesuai dengan isi berita atau artikel. Judul berita yang menarik dan menggoda para pembaca untuk dikunjungi dapat dilakukan dengan umpan klik tersebut. Di sisi lain, konten web clickbait dianggap sebagai konten web yang melanggar hukum jika di dalamnya mengandung hal-hal illegal content seperti penghinaan, pencemaran nama baik, perjudian, berita bohong, penipuan yang merugikan secara materil/non materil, berita bohong, pelanggaran kesusilaan, menimbulkan kebencian/SARA, menciptakan permusuhan secara individu. Adanya sistem clickbait secara tidak langsung dapat meningkatkan minat membaca dari pengguna internet di Indonesia yang dimulai dari rasa penasaran karena judul yang mengundang dan menjadikan pembaca penasaran, namun hingga saat ini masih banyak pembaca yang lebih mementingkan hanya membaca judul dan kurang tertarik untuk membaca dengan lengkap isi berita tersebut karena tulisan yang panjang.

BIBLIOGRAFI

- Aditiawarman, Mac. (2019). *Hoax Dan Hate Speech Di Dunia Maya* (Vol. 1). Lembaga Kajian Aset Budaya Indonesia Tonggak Tuo. [Google Scholar](#)
- Cresswell, J. W. (2017). *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed (Edisi Ketiga)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar. [Google Scholar](#)
- Juditha, Christiany. (2018). Access To Search And Dissemination Of Information On Government About Communication And Informatics By Society In South Sulawesi-Akses Pencarian Dan Penyebaran Informasi Tentang Pemerintah Bidang Komunikasi Dan Informatika Oleh Masyarakat Di Sulawesi Sela. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 21(1), 123643. [Google Scholar](#)
- Kaplan, Andreas, & Haenlein, Michael. (2014). Collaborative Projects (Social Media Application): About Wikipedia, The Free Encyclopedia. *Business Horizons*, 57(5), 617–626. [Google Scholar](#)
- Kementerian Komunikasi Dan Informatika. (2017). *Survey Penggunaan Tik, Penggunaan Media Sosial Oleh Individu. Dalam Jurnal Kementerian Komunikasi Dan Informatika, Pusat Penelitian Dan Pengembangan Aplikasi Informatika Dan Informasi Dan Komunikasi Publik*. Badan Penelitian Dan Pengembangan Sdm Hal 40. [Google Scholar](#)
- Kusumawardani, Qurani Dewi. (2019). Perlindungan Hukum Bagi Pengguna Internet Terhadap Konten Web Umpan Klik Di Media Online. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 19(1), 11–30. [Google Scholar](#)
- Members, Authors/Task Force, Camm, A. John, Lip, Gregory Y. H., De Caterina, Raffaele, Savelieva, Irene, Atar, Dan, Hohnloser, Stefan H., Hindricks, Gerhard, Kirchhof, Paulus, & (Cpg), E. S. C. Committee For Practice Guidelines. (2012). 2012 Focused Update Of The Esc Guidelines For The Management Of Atrial Fibrillation: An Update Of The 2010 Esc Guidelines For The Management Of Atrial Fibrillation Developed With The Special Contribution Of The European Heart Rhythm Association. *European Heart Journal*, 33(21), 2719–2747. [Google Scholar](#)
- Rahadi, Dedi Rianto. (2017). Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58–70. [Google Scholar](#)
- Rumata, Vience Mutiara. (2017). Perilaku Pemenuhan Dan Penyebaran Informasi Publik Bagi Masyarakat Kota Dan Desa. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(1), 91–106. [Google Scholar](#)
- Sidkiah, Balqis. (2020). *Informasi Hoax Dan Perilaku Pengguna Media Sosial Perspektif Netizen*. Iain Jember. [Google Scholar](#)
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,*

Kombinasi, Dan R&D. *Penerbit Cv. Alfabeta: Bandung*. [Google Scholar](#)

Syafieq, Ahmad. (2018). Penggunaan Umpan Klik Pada Judul Berita Untuk Menarik Minat Pembaca. *Uniska*. [Google Scholar](#)

Copyright holder:

Namira Dewi Trustyanda, Cik Ratu Afni Rizki, Quodvultdeus Okto Sri Dhanurwendo
(2021)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

