

JURNALISME CLICKBAIT DI MEDIA ONLINE TRIBUNPEKANBARU.COM DAN RIAUONLINE.CO.ID

Khumar Mahendra¹, Dewi Sukartik²

¹²Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, Indonesia

Email: khumarmahendra9@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi mengubah cara kerja media massa. Kemajuan ini juga melahirkan Jurnalisme *clickbait* dengan mengabaikan kualitas dan keakuratan isi berita. *Clickbait* dibuat dengan judul atau headline provokatif atau mengundang minat pembaca dengan olah kata yang sensasional. Tujuan untuk mengetahui penerapan jurnalisme *clickbait* di media online Tribunnews.com dan Riauonline.co.id. Metode yang digunakan kualitatif dengan teknik Analisis Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Hasil penelitian menunjukkan secara umum Tribunpekanbaru.com dan Riauonline.co.id menerapkan Jurnalisme *clickbait* dalam penulisan judul. Tribunpekanbaru.com menggunakan unsur ambiguous sebagai strategi umpan balik. Mengusik rasa penasaran pembaca dengan kesenjangan informasi antara apa yang diketahui pembaca dengan apa yang ingin diketahui pembaca. Riauonline.co.id menerapkan unsur ambiguous dalam pembuatan judul. Untuk menarik pengunjung ke website, Riauonline.co.id membuat judul tidak jelas dan membingungkan sehingga membuat pembaca merasa penasaran dan ingin tahu isi berita terkait. Selain itu, Riauonline.co.id juga menggunakan unsur *formatting* dan *teasing* dimana judul dibuat seolah olah mengolok dan memprovokasi dengan cara yang menyenangkan. Hal ini tentunya menggoda pembaca sehingga akan mengklik berita tersebut.

Kata Kunci: Clickbait, Media Online, Headline Berita

ABSTRACT

Technological developments have changed the way mass media works. This progress also gave birth to clickbait journalism by ignoring the quality and accuracy of news content. Clickbait is made with a provocative title or headline or invites the reader's interest with sensational wording. The purpose is to find out the application of clickbait journalism in online media Tribunnews.com and Riauonline.co.id. The method used was qualitative with the Framing Analysis technique of the Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki Model. The results of the study show that in general, Tribunpekanbaru.com and Riauonline.co.id apply clickbait journalism in title writing. Tribunpekanbaru.com uses ambiguous elements as a feedback strategy. Disturbing the reader's curiosity with the information gap between what the reader knows and what the reader wants to know. Riauonline.co.id apply ambiguous elements in the creation of titles. To attract visitors to the website, Riauonline.co.id make the title unclear and confusing so that readers feel curious and curious about the content of related news. In addition, Riauonline.co.id also uses formatting and teasing elements where the title is made as if it makes fun of and provokes it in a fun way. This certainly tempts the reader so that they will click on the news.

Keywords: *Clickbait, Online Media, Headlines*

Pendahuluan

Saat ini teknologi kian berkembang pesat dan canggih sehingga menimbulkan efek yang bervariasi. Kemajuan ini kemudian digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan kepentingan pribadi, terutama pada produk-produk jurnalistik. Perubahan pola tersebut melahirkan berita yang tidak kredibel dengan maraknya informasi instan, salah satunya adalah *clickbait* (Rufaidah, 2023).

Kehadiran jurnalisme *clickbait* sering mengesampingkan kualitas dan keakuratan atas isi berita. *Clickbait* dibuat dengan judul atau *headline* provokatif atau mengundang minat pembaca dengan olah kata yang sensasional. Judul *clickbait* juga dikatakan sebagai contoh manipulasi fungsi jurnalistik karena mengeksploitasi sisi kognitif manusia sebagai pengguna atau pembaca. Inilah yang dapat menimbulkan rasa ingin tahu pembaca sehingga mereka mengklik tautan atau judul tersebut untuk memenuhi rasa keingintahuannya (Pramesiti, 2020).

Penggunaan judul *clickbait* dikaitkan dengan pembuatan *headline* yang sensasional, provokatif, dan dilebih-lebihkan. Judul *clickbait* juga berisi kata-kata yang terkesan meneguhkan dan menggelitik, seperti menggunakan kata-kata “wow”, “astaga”, “ckckc”, “yuk”, dan menggunakan tanda baca “!?”, “***”, dan “!!!” untuk mengeksploitasi celah keingintahuan pembaca. Selain itu, *clickbait* ditandai dengan judul yang tidak sinkron dan tidak pantas atau menyimpang dari kode etik jurnalistik yang seharusnya menuntut pemegang kendali media untuk menyampaikan pemberitaan secara real, dan dituntut untuk jujur berdasarkan kaidahnya (Rufaidah, 2023).

Clickbait juga disebut sebagai celah rasa ingin tahu karena dapat meningkatkan minat pembaca untuk menjawab rasa penasarannya. Teori rasa ingin tahu dikemukakan oleh kuiken J yang menjelaskan kesenjangan informasi akan membangun rasa ingin tahu. Jadi dalam hal ini, *headline clickbait* memiliki rangsangan atau motivasi berupa teka-teki dalam kalimat judul yang memicu rasa ingin tahu. Fitur paling umum dari *headline clickbait* adalah menyembunyikan beberapa fakta atau konten berita di bagian judul.

Headline clickbait yang menggunakan wacana deiksis dan frasa catafora terdiri dari deiksis personal, deiksis waktu, deiksis spasial, deiksis sosial dan deiksis wacana. Dieksis personal tidak hanya mengacu pada orang, melainkan benda. Kemudian deiksis waktu adalah penggunaan kata-kata yang menunjukkan waktu untuk membantu pembicara dan lawan bicara memahami konteks percakapan. Sebuah contoh deiksis waktu adalah "saya akan berenang besok minggu"(Blom & Hansen, 2015).

Menurut Tea ada empat metode yang gunakan untuk membuat konten *clickbait*. Pertama, menggunakan kalimat atau ekspresi pertanyaan, seperti “tahukah kamu?”. Kedua, memanfaatkan kalimat atau frasa seruan (interjeksi), seperti ‘Wow!’, ‘Keren!’, atau ‘Luar Biasa!’. Ketiga, memakai listicle atau listing article yakni artikel berjenis daftar-daftar sebagai pesan pemikat yang menggugah. Keempat, menggunakan pembicaraan deiksis Penggunaan wacana deiksis atau *frase cataphora*, dimana frase ini dapat ditandai dengan penggunaan kata waktu, tempat, dan situasi berita. Contohnya, “berita ini akan membuat anda takjub” atau “tempat wisata yang terkenal dengan keangkerannya ini” (Kafiati, 2022).

Berdasarkan penelitian oleh chakraborty dan timnya tersebut juga menemukan bahwa rata-rata judul berita *clickbait* adalah 10 kata. Sementara non-*clickbait* adalah 7 kata. Jumlah karakter per kata yang digunakan berita judul *clickbait* lebih sedikit dibandingkan dengan non-*clickbait*. Rata-rata jumlah kata yang digunakan adalah 4,5 karakter dari judul pada umumnya. Ciri kata khusus yang digunakan berita *clickbait* antara lain, *i, you, everyone, he, here, it, reason, something, that, dan they*. Hal ini menunjukkan bahwa judul berita *clickbait* lebih banyak menggunakan kata ganti. Berbeda dengan judul berita non-*clickbait* yang lebih menggunakan kata-kata langsung atau kata kerja misalnya *court, crash, fire, gov, leader, dan senate*. Selain itu, kata-kata yang digunakan cenderung provokatif dan heboh sehingga

menarik pembaca dan isi berita tidak seheboh judul yang provokatif tersebut (Mardiyah, 2018).

Selain itu, terdapat delapan bentuk umpan klik menurut (Biyani *et al.*, 2016), Pertama, *exaggeration* yakni judul yang berlebihan pada alamat *website* atau halaman URL (*Uniform Resource Locator*). Kedua, *teasing* judul yang seolah mengolok dan memprovokasi dengan cara yang menyenangkan. Ketiga, *inflammatory* judul yang dibuat dengan kata-kata yang tidak tepat atau vulgar untuk mengundang amarah pembaca. Selanjutnya, ada *formatting* judul yang banyak menggunakan huruf kapital, tanda seru, dan tanda baca. Kelima, *graphic* judul yang tidak dapat dipercaya dan mengandung unsur yang cabul atau menjijikan.

Kemudian, *bait and switch* (umpan dan beralih) merupakan judul yang dibuat tidak terdapat didalam halaman *website*, sehingga pembaca harus melakukan klik tambahan. Lalu, ada *ambiguous* judul yang dibuat tidak jelas dan membingungkan sehingga membuat pembaca merasa penasaran dan ingin tahu isi berita terkait. Terakhir, *wrong* yakni judul yang dibuat dengan fakta yang tidak sesuai (Hadiyat, 2019). Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melihat bagaimana praktik *clickbait* yang dilakukan *Tribunpekanbaru.com* dan *Riauonline.co.id* dalam membuat judul berita.

Penelitian tentang judul *clickbait* juga dilakukan oleh Olganisya Prilidha Syade dengan judul praktik *clickbait* pemberitaan *lucinta luna* pada media online *tribunnews*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 7 praktik *clickbait* yang digunakan dalam pemberitaan *Lucinta Luna* yang dilakukan oleh *Tribunnews* (Syade, 2020). Penelitian serupa juga dilakukan oleh M Rizky Kertanegara dengan judul Penggunaan *Clickbait* *Headline* pada Situs Berita dan Gaya Hidup Muslim *Dream.co.id*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *clickbait headline* pada situs berita dan gaya hidup Muslim *Dream.co.id*. menggunakan teknik *catafora* dan telah memenuhi standar Kode Etik Jurnalistik dari dewan pers (Kertanegara, 2018).

Dalam penelitian ini, akan mengkomparasikan judul berita yang diterbitkan dengan menggunakan metode analisis *framing* metode Zhong Dang Pan dan Gerald M. Kosicki. Menurut Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki *framing* adalah strategi konstruksi dan merespon berita. Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki memandang analisi *framing* dilihat sebagai wacana publik terkait suatu isu atau kebijakan dikonstruksikan dan dinegosiasikan. Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dalam tulisan mereka "*Framing Analysis an Approach to News Discourse*" membagi 4 dimensi struktural teks berita sebagai perangkat *framing* yaitu sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide (Eriyanto, 2018)

Berita yang dipilih akan menggunakan model analisis *framing* Zhong Dang Pan dan Gerald M. Kosicki, kemudian dianalisis menggunakan kode etik jurnalistik, peneliti ingin mengetahui apakah media *online* *Tribunpekanbaru.com* dan *Riauonline.co.id* sudah memenuhi dan tidak melanggar kode etik jurnalistik dalam membuat judul *clickbait*. Oleh sebab itu, peneliti mengambil judul "Penerapan Jurnalisme *Clickbait* di Media Onlie *Tribunpekanbaru.com* dan *Riauonline.co.id*."

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dilakukan dengan metode analisis *framing*. Menurut (Sobur, 2001) *framing* digunakan untuk mengetahui bahwa perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang dan perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan serta hendak dibawa kemana berita tersebut. Adapun analisis *framing* yang peneliti gunakan adalah model dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Elemen framing yang digunakan menjadi empat struktur besar yaitu; struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, struktur retorik (Eriyanto, 2018). Teknik yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menganalisa naskah berita yang memuat judul *clickbait* dari tanggal 1-30 Oktober 2023 pada media *online* Tribunpekanbaru.com dan Riauonline.co.id. Kemudian melakukan pencatatan poin-poin penting saat proses pengamatan dan pengumpulan data observasi yang dilakukan secara *online*. Serta membedah buku-buku dan literatur pustaka yang berkaitan dengan penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

Tribun Pekanbaru adalah surat kabar regional PT Riau Medika Grafika yang berlokasi di Provinsi Riau. Tribun Pekanbaru berdiri pada 18 April 2007 dengan motto “spirit baru Riau “sebagai media yang independen dan kredibel. Surat kabar ini berdiri setelah dua tahun Kompas Gramedia Group melebarkan sayapnya ke daerah. Pada 2008 Tribun Pekanbaru merambah ke media berbasis *online* dengan akses pekanbaru.tribunnews.com. Peralihan ini bertujuan agar masyarakat mudah mendapatkan informasi dan dapat memilih sendiri informasi yang mereka inginkan. Situs berita ini menyuguhkan sejumlah rubrik berita, seperti nasional, regional, internasional, pekanlife, Riau region, seleb dan *lifestyle*.

Riauonline.co.id adalah salah satu situs berita *online* yang berada di bawah PT. Riau Sinergi Multimedia. Media ini pertama kali terbit pada 1 Januari 2015, saat pergantian tahun. Riauonline.co.id menyajikan informasi terhangat, baik peristiwa politik nasional dan Riau, Rantau Riau, internasional, bisnis, tekno *life-style*, bola, lingkungan, wisata, komunitas, netizen, dan rupa-rupa. Meski terbilang baru, Riauonline.co.id mampu berkembang cepat karena dikelola secara profesional dengan melibatkan jurnalis-jurnalis muda berpengalaman bekerja di berbagai media baik cetak, online, radio maupun televisi. Dalam pembahasan ini, peneliti menyajikan hasil penelitian berdasarkan sampel yang telah dipilih untuk dilakukan analisis framing mengenai penerapan jurnalisme *clickbait* pada Tribunpekanbaru.com dan Riauonline.co.id. Adapun hasil penelitian berita ini yang menjadi subjek penelitian adalah enam berita pilihan yang terbit pada Oktober 2023.

Penerapan Jurnalisme Clickbait

Judul Artikel: **Beginilah Tangis Banteng Bermancong Putih yang Merasa Ditinggal Presiden Jokowi dan keluarga**

Pada berita Tribunpekanbaru.com yang tayang pada 30 Oktober 2023, editor menggunakan judul artikel atau tulisan “*Beginilah Tangis Banteng Bermancong Putih yang Merasa ditinggal Presiden Jokowi dan keluarga*”. Berdasarkan struktur sintaksis dari metode Framing Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki, judul yang disampaikan tidak sepenuhnya

diambil dari isi berita. Bagian judul Banteng Bermoncong Putih yang Merasa ditinggal Presiden Jokowi dan keluarga dikutip dari pernyataan Sekretaris Jenderal Partai Perjuangan Demokrat Indonesia, Hasto Kristiyanto yang mengatakan Meski dukungan selama puluhan tahun diberikan PDIP, Partai Banteng Tetap ditinggalkan Jokowi dan keluarga.

Sedangkan bagian judul "*Beginilah Tangisan*" tidak ditemukan pada isi berita. Menurut analisis peneliti, kalimat "*Beginilah Tangisan*" merupakan kalimat *teaser* yang dibuat dengan melebih-lebihkan guna menarik perhatian pembaca. Seperti yang disebutkan (Kusumawardani, 2019) dalam penelitiannya. *clickbait* biasanya merujuk kepada konten website yang memiliki judul melebih-lebihkan atau bersifat hiperbola. *Clickbait* disebut sebagai umpan yang mengandalkan rasa penasaran dan pada akhirnya memancing pembaca mengunjungi website yang memiliki tingkat kualitas dan akurasi berita yang rendah. Jika dicermati, judul tersebut juga masuk dalam kategori hiperbolis. Hiperbolis terletak pada pemaparan kalimat *Beginilah Tangisan* yang tidak sesuai dengan isi berita. Makna dari *Beginilah* merupakan frase yang menggambarkan sesuatu. Secara makna memang benar, namun secara penggunaan hal tersebut terkesan berlebihan. Mengingat konten yang tertulis di dalam berita hanya menunjukkan perasaan sedih PDIP. Dengan demikian, judul "*Beginilah Tangis Banteng Bermoncong Putih yang Merasa ditinggal Presiden Jokowi dan keluarga*" tersebut menurut kesimpulan yang diambil oleh peneliti adalah judul *clickbait* jenis *exaggeration*. *Exaggeration* merupakan jenis judul *clickbait* yang berlebih-lebihan.

Di sisi lain, peneliti juga menilai bahwa judul tersebut tetap mengikuti kaidah jurnalistik. Hal ini dapat dilihat berdasarkan struktur skrip yang sudah memenuhi unsur 5W + 1H, sehingga pokok pokok dari realitas terkandung dalam berita. Begitu pula berdasarkan struktur tematik, judul sesuai dengan isi berita. Keseluruhan berita diambil dari pernyataan Sekretaris Jenderal (Sekjen) Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) Hasto Kristiyanto. Salah satunya berita memuat:

"Sangat merasa kecewa. Tangisan kesedihan Partai Banteng atau PDI-P diutarakan oleh Sekretaris Jenderal (Sekjen) Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) Hasto Kristiyanto.

"Pada awalnya kami memilih diam. Namun, apa yang disampaikan Butet Kartaredjasa, Goenawan Muhammad, Eep Syaifullah, Hamid Awaludin, Airlangga Pribadi, dan lain-lain beserta para ahli hukum tata negara, tokoh pro demokrasi dan gerakan civil society, akhirnya kami berani mengungkapkan perasaan kami," tutur Hasto.

"PDI Perjuangan saat ini dalam suasana sedih, luka hati yang perih, dan berpasrah kepada Tuhan dan rakyat Indonesia atas apa yang terjadi saat ini," ucap dia.

Maka, dapat disimpulkan bahwa *Tribunpekanbaru.com* masih tetap menjaga kode etik jurnalistik. Penggunaan judul artikel *clickbait* hanya semata mata untuk menarik minat pembaca dengan mengusik rasa penasaran yang timbul akibat adanya kesenjangan informasi antara apa yang pembaca ketahui dan apa yang ingin pembaca ketahui. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Adam & Asnidar, 2023) secara umum penggunaan judul artikel *clickbait* media *online* banyak digunakan untuk menarik minat pembaca dengan mengusik rasa penasaran yang timbul akibat adanya kesenjangan informasi antara apa yang pembaca ketahui dan apa yang ingin pembaca ketahui. Tujuan utama penggunaan judul artikel

clickbait adalah mengarahkan agar kunjungan pengguna media online semakin meningkat sehingga pendapatan melalui iklan pun meningkat.

Judul Artikel: Penerapan Jurnalisme Clickbait dalam artikel berjudul Inilah Sosok Pemain Satu-satunya yang akan Didatangkan Inter Milan pada Januari 2024

Judul artikel "*Inilah Sosok Pemain Satu-satunya yang akan Didatangkan Inter Milan pada Januari 2024*" pada edisi 31 Oktober 2023 tersebut menurut analisa peneliti, editor Tribunpekanbaru.com menggunakan clickbait jenis *ambiguous*. Sebab, judul memberikan informasi yang tidak utuh atau ambigu yang kemudian menuntun pembaca agar mengklik judul artikel untuk membaca lebih lanjut artikel tersebut guna memenuhi rasa ingin tahu. Dalam penelitian yang dilakukan (Kertanegara, 2018), penggunaan kata Ini merupakan satu dari empat teknik yang digunakan dalam penggunaan judul clickbait. Kata Ini masuk dalam kategori wacana deixis atau *frasa catafora* yang biasanya digunakan untuk menunjukkan waktu, tempat, atau situasi berita yang menghebohkan pikiran pembaca. Sementara itu, kata sosok pada judul artikel juga termasuk clickbait jenis *ambiguous*. Menurut KBBI, kata sosok adalah bentuk wujud atau rupa. Dengan demikian, editor ingin menunjukkan sosok yang akan didatangkan pada jendela transfer 2024, namun tidak memberikan informasi secara utuh.

Bila dilihat lebih jauh, judul artikel ini tidak mewakili isi berita. Hal ini dilihat dari struktur sintaksis yang menunjukkan judul tidak sama dengan lead. Di dalam judul, khalayak akan menangkap informasi terkait sosok yang akan didatangkan inter Milan pada bursa transfer Januari 2024. Sedangkan di lead, pembaca akan mendapatkan informasi tentang Inter Milan yang tidak terlalu aktif untuk menyambut jendela transfer 2024. Adapun lead yang ditampilkan berupa:

"Inter Milan tidak akan terlalu aktif pada bursa pemain di Januari 2024 nanti.

Sejauh ini Simone Inzaghi sudah puas dengan skuatnya. Artinya tidak akan banyak perubahan yang dilakukan atau bahkan tidak ada yang akan dilakukan"

Sementara itu, berdasarkan struktur tematik isi berita tidak selaras dengan judul. Berdasarkan analisa peneliti, Tribunpekanbaru.com lebih banyak memuat informasi tentang Inter Milan yang melakukan pembelian pemain di setiap bursa transfer. Sedangkan sosok pemain yang ditonjolkan pada judul hanya ditampilkan sekilas pada paragraf 3 dan 22, yang berbunyi: Paragraf 3 menyatakan "*Namun kemungkinan besar pemain yang didatangkan hanya satu orang . Dan nama yang paling sering terdengar adalah Mehdi Taremi.*" Lalu pada Paragraf 22 menyatakan "*Striker Porto dan Iran Mehdi Taremi menjadi nama yang paling banyak disebutkan dalam hal ini.*"

Meskipun Tribunpekanbaru.com menyebut nama Striker Porto dan Iran, Mehdi Taremi, namun tidak ada satupun kalimat yang menjelaskan secara lengkap tentang pemain tersebut. Dengan demikian, judul dan isi berita tidak berkesinambungan. Temuan ini menunjukkan bahwa Tribunpekanbaru.com menggunakan clickbait dengan karakteristik *incomplete information*. Menurut (Bazaco *et al.*, 2019), *incomplete information* merupakan sebuah karakteristik yang digunakan untuk menimbulkan rasa keingintahuan pembaca. Karakteristik ini menggunakan teori Loewenstein dimana ketika pembaca merasakan ada kesenjangan informasi pada dirinya, mereka akan gelisah dan tidak nyaman. Agar rasa gelisah dan tidak nyamannya hilang, pembaca akan mencari informasi yang dapat mengisi kesenjangan

tersebut. Dalam hal ini, kesenjangan tersebut diisi dengan cara mengklik sebuah berita yang menarik perhatian pembaca.

Incomplete information dapat dikenali dengan beberapa strateginya yang kemudian menjadi ciri khas dari karakteristik itu sendiri. Pertama, menghilangkan sebagian besar informasi penting dalam judul berita. Dengan kata lain, strategi ini menggunakan kata deiktik yang identitasnya baru dijelaskan pada bagian utama dari sebuah berita. Judul berita yang seperti ini menganut prinsip bahwa jurnalis tidak seharusnya memberi informasi apa pun, melainkan hanya memberi sedikit umpan sehingga mampu mengundang pembaca untuk menggali informasi yang mereka butuhkan sendiri. Judul berita yang menggunakan strategi ini juga memberi kesan seolah-olah misteri yang sebelumnya tidak terjawab, akan segera terungkap kebenarannya dalam berita tersebut. Strategi ini tentu melanggar struktur piramida terbalik dalam jurnalistik, dimana seharusnya jurnalis memberi informasi terpenting di awal berita.

Maka, peneliti menyimpulkan bahwa artikel dengan judul "*Inilah Sosok Pemain Satunya yang akan Didatangkan Inter Milan pada Januari 2024*" tersebut menerapkan clickbait yang menyesatkan. Hal ini dibuktikan dari judul yang tidak selaras dengan isi berita. Akibat dari perbedaan itu, judul pada artikel ini melanggar kode etik jurnalistik. Kode etik sendiri adalah sandaran etika yang harus dipatuhi oleh para wartawan dalam bekerja demi mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dalam pembuatan berita. Kode etik jurnalistik dikeluarkan oleh dewan pers dalam Peraturan Dewan Pers Nomor 6/Peraturan-DP/V/2008 yang berisikan 11 pasal (Rahil & Lider, 2020). Adapun kode etik yang dilanggar Tribunpekanbaru.com adalah kode etik pada penafsiran pasal 2 poin d dimana mereka tidak memberikan faktual dan jelas sumbernya, kemudian pada Pasal 4 poin 1, pada penafsiran pasal yakni berbohong dengan mengetahui hal yang sebelumnya terjadi namun tidak memberikannya sesuai fakta.

Judul Artikel : Penerapan Jurnalisme Clickbait dalam artikel berjudul Wanita Paruh Baya Bersama 2 Pria Lebih Muda Ditangkap Polisi di Bengkalis, Kedapatan Lakukan Hal Ini

Judul "*Wanita Paruh Baya Bersama 2 Pria Lebih Muda Ditangkap Polisi di Bengkalis, Kedapatan Lakukan Hal Ini*" yang digunakan wartawan Tribunpekanbaru.com merupakan judul clickbait jenis *ambiguous*. Menurut penelitian (Nurisma & Syahrul, 2020). *ambiguous* merupakan judul yang menggunakan kata-kata tidak jelas atau membingungkan dengan tujuan untuk menimbulkan rasa keingintahuan dalam benak pembaca. Dalam hal ini, Tribunpekanbaru.com menekankan pada kalimat "Lakukan Hal Ini" yang bertujuan untuk mengeksploitasi "kesenjangan keingintahuan" (*curiosity gap*) dengan hanya memberi informasi yang cukup membuat pembaca penasaran ingin tahu, tetapi tidak cukup untuk memenuhi rasa ingin tahu tersebut tanpa mengklik pada tautan atau pranala yang diberikan.

Dalam judul ini, Tribunpekanbaru.com menggunakan clickbait dengan karakteristik *incomplete information* dengan menghilangkan sebagian besar informasi penting dalam judul berita. Dengan kata lain, strategi ini menggunakan kata deiktik yang identitasnya baru dijelaskan pada bagian utama dari sebuah berita. Selanjutnya, karakteristik yang dipakai Tribunpekanbaru.com adalah *ambiguitas*. Strategi ini melibatkan kata-kata yang penuh

ketidakpastian, kurang jelas, membingungkan, menyesatkan, serta seolah-olah menunjukkan adanya intrik dan ketegangan. Dalam hal ini, *Tribunpekanbaru.com* menggunakan kalimat *Lakukan Hal ini*, yang notabennya belum memberi kejelasan terkait apa yang dilakukan.

Tak hanya itu, penggunaan kata *Ini* pada judul tersebut masuk kedalam kategori *clickbait ambiguous*. Sebab, judul memberikan informasi yang tidak utuh atau ambigu yang kemudian menuntun pembaca agar mengklik judul artikel untuk membaca lebih lanjut artikel tersebut guna memenuhi rasa ingin tahu. Dalam penelitian yang dilakukan (Kertanegara, 2018), penggunaan kata *Ini* merupakan satu dari empat teknik yang digunakan dalam penggunaan judul *clickbait*. Kata *Ini* masuk dalam kategori wacana *deixis* atau frasa *catafora* yang biasanya digunakan untuk menunjukkan waktu, tempat, atau situasi berita yang menghebohkan pikiran pembaca.

Di sisi lain, peneliti menemukan bahwa artikel dengan judul *"Wanita Paruh Baya Bersama 2 Pria Lebih Muda Ditangkap Polisi di Bengkalis, Kedapatan Lakukan Hal Ini"* telah memenuhi standar Kode Etik Jurnalistik, khususnya mengenai akurasi *headline*, dengan isi berita yang selaras. Ini dibuktikan dari struktur sintaksis dimana *lead* berita menjelaskan maksud dari kalimat *"Kedapatan Lakukan Hal Ini"*. Selain itu, isi berita yang sesuai judul juga terdapat pada paragraf pertama dan ketujuh. Bahkan keseluruhan isi berita juga memuat seluruh informasi terkait judul tersebut. Adapun *lead* yang dimuat yaitu: *"Seorang wanita paruh baya bersama dua pria yang lebih muda dibekuk polisi karena aduan dari masyarakat."* Paragraf pertama dan ketujuh menyatakan: *"Mereka sering melakukan transaksi narkoba dan mulai meresahkan masyarakat di Desa Bukit Kerikil Kecamatan Bandar Laksamana, Kabupaten Bengkalis, Riau"*. Lalu: *"Masyarakat Bukit Kerikil sudah mulai resah dengan sering terjadi transaksi di Desa Bukit Kerikil dan pagi kemarin sekitar pukul sembilan pagi mereka memberikan informasi kepada kita terkait adanya dugaan transaksi narkoba di daerah mereka terjadi," ungkap Kanit Reskrim Polsek Bukit Batu.*

Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan penggunaan judul *clickbait* pada artikel ini hanya semata mata bertujuan untuk menarik minat pembaca dengan mengusik rasa penasaran yang timbul akibat adanya kesenjangan informasi. Tujuan ini juga dijelaskan (Syafieq *et al.*, 2018) dalam penelitiannya, bahwa tujuan *clickbait* adalah untuk mengeksploitasi "kesenjangan keingintahuan" (*curiosity ago*) guna menarik sebanyak mungkin orang dan memungkinkan website tertentu memiliki sebanyak mungkin pengunjung. Dengan demikian, pembaca merasa tidak membaca berita palsu karena isi berita sudah memenuhi ekspektasi mereka.

Judul Artikel: Penerapan Jurnalisme Clickbait dalam artikel Meski Tinggal Di Jerman, Bunda Corla Sudah Mantap Pilih Sosok Ini Di Pilpres

Dalam penelitian (Sukmono, 2021) ada beberapa ciri ciri *clickbait*, salah satunya judul dibuat untuk menimbulkan rasa penasaran yang tinggi. Timbulnya rasa penasaran yang tinggi oleh pembaca disebabkan oleh adanya kesenjangan informasi atau *information gap*. Sementara itu, Menurut Loewenstein, *information gap* adalah suatu celah (*missing*) antara apa yang diketahui dan apa yang ingin diketahui kesenjangan itu muncul dan menciptakan emosional. *Missing* informasi itulah yang akhirnya menimbulkan rasa penasaran berlebih

pada pembaca. Sehingga, pembaca akan memiliki motivasi untuk mendapatkan *missing information* tersebut.

Berdasarkan analisa peneliti, Riauonline.co.id juga melakukan *information gap* pada judul artikelnya "*Meski Tinggal Di Jerman, Bunda Corla Sudah Mantap Pilih Sosok Ini Di Pilpres*". Menurut peneliti, Riauonline.co.id menarik perhatian pembaca dengan menonjolkan kalimat *Sudah Mantap Pilih Sosok Ini Di Pilpres*. Tentunya ini akan menimbulkan rasa penasaran terhadap siapa pilihan Bunda Corla pada Pilpres tersebut. Mengingat ada tiga kandidat yang akan bertarung di kontestasi Pilpres, yakni Prabowo Subianto, Anies Baswedan, dan Ganjar Pranowo.

Selain itu, penggunaan kata Sosok Ini masuk dalam kategori clickbait *ambiguous*. Seperti sudah dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan (Kertanegara, 2018), penggunaan kata Ini merupakan satu dari empat teknik yang digunakan dalam penggunaan judul clickbait. Kata Ini masuk dalam kategori wacana deixis atau frasa catafora yang biasanya digunakan untuk menunjukkan waktu, tempat, atau situasi berita yang menghebohkan pikiran pembaca.

Pada judul artikel ini, Riauonline.co.id mengikuti Tribunpekanbaru.com, yakni menggunakan strategi keempat dari turunan *incomplete information*. Adapun yang Riauonline.co.id lakukan adalah menggunakan strategi *ambiguitas*. (Bazaco *et al.*, 2019) mengatakan bahwa strategi ini melibatkan kata-kata yang penuh ketidakpastian, kurang jelas, membingungkan, menyesatkan, serta seolah-olah menunjukkan adanya intrik dan ketegangan. Akibatnya, timbul keraguan dalam benak pembaca.

Sementara itu, *incomplete information* dapat dikenali dengan strateginya yang menghilangkan sebagian besar informasi penting dalam judul berita. Dengan kata lain, strategi ini menggunakan kata deiktik yang identitasnya baru dijelaskan pada bagian utama dari sebuah berita. Judul berita yang seperti ini menganut prinsip bahwa jurnalis tidak seharusnya memberi informasi apa pun, melainkan hanya memberi sedikit umpan sehingga mampu mengundang pembaca untuk menggali informasi yang mereka butuhkan sendiri.

Meskipun menerapkan judul clickbait, Riauonline.co.id tetap memegang prinsip kode etik jurnalistik. Dalam berita ini, Riauonline.co.id mengikuti Pasal 2 point 1 kode etik, dimana dalam penafsirannya wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong. Ini dibuktikan dari struktur tematik metode Zhongdhang Pan dan Gerald M Kosicki dimana keseluruhan berita adalah pernyataan Bunda Corla. Sehingga proposisi, kalimat atau hubungan antar kalimat seluruhnya adalah menekankan pilihan Bunda Corla adalah Anies Baswedan. Kalimat ini terdapat pada paragraf keempat yang berbunyi: "*Saya lihat apa yang sudah saya lihat. Anies kan saya sudah lihat kerjanya, saya jadi kaya orang yang mencari tahu. Jadi saya sudah menemukan jadi saya lihat itu memang dia,*" papar Bunda Corla dikutip dari suara.com".

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Riauonline.co.id menggunakan judul clickbait jenis *ambiguous* dengan tujuan menarik perhatian pembaca. Dalam penulisannya, Riauonline.co.id tetap menjalankan kode etik jurnalistik sehingga pembaca merasa tidak terbohongi. Hal ini juga sejalan dengan penelitian (Saputri & Khoirunnisa, 2023) dan (Adam & Asnidar, 2023) penerapan clickbait tetap berpegang teguh pada kebenaran dan kode etik jurnalistik. Klik hanya untuk menarik pembaca saja.

Judul Artikel: Penerapan Jurnalisme Clickbait dalam artikel berjudul Sosok Ini Ramal Jokowi Tinggalkan Prabowo Demi Ganjar, Begini Penjelasannya!

Menurut penelitian (Biyani *et al.*, 2016), terdapat delapan tipe judul clickbait. Dua di antaranya adalah *formatting*, yaitu judul yang seringkali menggunakan huruf kapital atau tanda seru dan *ambiguous*, yaitu judul yang menggunakan kata-kata tidak jelas atau membingungkan dengan tujuan untuk menimbulkan rasa keingintahuan dalam benak pembaca. Pada judul berita "*Sosok Ini Ramal Jokowi Tinggalkan Prabowo Demi Ganjar, Begini Penjelasannya!*" ini, Riaonline.co.id menggunakan dua jenis clickbait tersebut. Penggunaan clickbait tersebut dapat ditemukan pada kalimat "Sosok Ini" dan penggunaan tanda seru pada penutupan judul.

Dalam berita ini, Riaonline.co.id menggunakan strategi *presentation variables* terdiri atas empat karakteristik, salah satunya *incomplete information*. *Incomplete information* merupakan sebuah karakteristik yang digunakan untuk menimbulkan rasa keingintahuan pembaca. Karakteristik ini menggunakan teori Loewenstein yang menyebutkan dimana ketika pembaca merasakan ada kesenjangan informasi pada dirinya, mereka akan gelisah dan tidak nyaman. Agar rasa gelisah dan tidak nyamannya hilang, pembaca akan mencari informasi yang dapat mengisi kesenjangan tersebut. Dalam hal ini, kesenjangan tersebut diisi dengan cara mengklik sebuah berita yang menarik perhatian pembaca.

Incomplete information dalam berita ini terdapat pada kalimat "Sosok Ini". Pasalnya, Riaonline.co.id menghilangkan sebagian besar informasi penting dalam judul berita. Ini terlihat dari penggunaan kalimat Sosok Ini yang tidak menjelaskan siapa sosok tersebut. Dengan kata lain, strategi ini menggunakan kata deiktik yang identitasnya baru dijelaskan pada bagian utama dari sebuah berita. Judul berita yang seperti ini menganut prinsip bahwa jurnalis tidak seharusnya memberi informasi apa pun, melainkan hanya memberi sedikit umpan sehingga mampu mengundang pembaca untuk menggali informasi yang mereka butuhkan sendiri (Nurisma & Syahrul, 2020).

Pada judul artikel ini, Riaonline.co.id juga menggunakan strategi *ambiguitas*. (Bazaco *et al.*, 2019), mengatakan bahwa strategi ini melibatkan kata-kata yang penuh ketidakpastian, kurang jelas, membingungkan, menyesatkan, serta seolah-olah menunjukkan adanya intrik dan ketegangan. Akibatnya, timbul keraguan dalam benak pembaca. Di sisi lain, penggunaan kata ini juga merupakan bagian dari clickbait jenis *ambiguous*. Seperti sudah dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan (Kertanegara, 2018), penggunaan kata Ini merupakan satu dari empat teknik yang digunakan dalam penggunaan judul clickbait. Kata Ini masuk dalam kategori wacana deixis atau frasa catafora yang biasanya digunakan untuk menunjukkan waktu, tempat, atau situasi berita yang menghebohkan pikiran pembaca.

Sementara itu, penggunaan tanda seru pada judul artikel juga termasuk clickbait jenis *formatting*. *Formatting* adalah judul yang menambahkan tanda baca atau menggunakan huruf kapital. Model *formatting* ini adalah yang paling sering digunakan dalam penulisan judul berita ataupun artikel. Adapun judul pada berita ini yang terindikasi *formatting* adalah kalimat "Begini Penjelasannya!". Menurut (Sukmono, 2021) dalam penelitiannya mengatakan bahwa penggunaan tanda seru pada sebuah judul tidaklah dibenarkan. Dalam EBI, penulisan judul tidak dibenarkan menggunakan tanda baca tanya (?) dan seru (!). Karena fungsi dari tanda seru adalah untuk memberikan suatu perintah, perhatian, emosi, ataupun kesanggupan.

Terlepas dari judulnya yang bersifat clickbait, berita ini tetap mengikuti kaidah jurnalistik. Dimana judul berita selaras dengan isi berita. Jika kita perhatikan dengan seksama, isi berita menyebutkan siapa sosok yang ditonjolkan pada judul. Tak hanya itu, isi berita juga menjelaskan alasan sosok tersebut sehingga mampu meramal Jokowi akan meninggalkan Prabowo demi Ganjar Pranowo. Ini dibuktikan dari struktur skrip metode Zhongdang, dimana Riauonline.co.id menonjolkan Saidiman Ahmad sebagai sosok yang meramal Jokowi yang akan meninggalkan Prabowo. dan *Why* (kenapa) karena keakraban Presiden Jokowi dengan Megawati Soekarnoputri dan Ganjar Pranowo memupuskan pandangan yang menilai bahwa Jokowi akan berpaling dari Ganjar. Lebih lanjut, penjelasan tersebut dituliskan dalam paragraf pertama, kedua, keempat, dan kelima. Adapun paragraf itu berbunyi:

Paragraf pertama

"Menurut Peneliti Saiful Mujani Research and Consulting (SMRC) Saidiman Ahmad, keakraban antara Jokowi dengan Megawati dan Ganjar memupuskan pandangan yang menilai bahwa Mantan Wali Kota Solo itu akan berpaling dari Ganjar".

Paragraf kedua

"Jokowi ingin menunjukkan bila ia masih kader PDIP, dan partai-nya itu sedang mendukung seseorang bernama Ganjar Pranowo. Saya tidak melihat Pak Jokowi berpaling dari komitmen partai," ujarnya.

Paragraf keempat

Selain itu, Saidiman melihat bahwa kedekatan Jokowi dengan Prabowo, tidak akan membuat Mantan Gubernur DKI Jakarta ini memberi dukungan kepada Ganjar. Sebab, ia tidak ingin mengambil risiko merusak hubungannya dengan Megawati di akhir masa jabatan sebagai presiden.

Paragraf kelima

"Sejauh ini, Jokowi tidak ada perkataan mendukung siapa. Satu-satunya capres yang agak lebih eksplisit (yang didukung) Jokowi itu Ganjar Pranowo. Ketika dia (Ganjar) dideklarasikan oleh parpol-nya, Jokowi itu hadir. Itu satu-satunya peristiwa yang dihadiri oleh Pak Jokowi," katanya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Riauonline.co.id menggunakan clickbait jenis *ambiguous* dan *formatting* dengan tujuan menarik perhatian pembaca. Dalam penulisannya, Riauonline.co.id tetap menjalankan kode etik jurnalistik sehingga pembaca merasa tidak terbohongi.

Judul Artikel: Penerapan Jurnalisme Clickbait dalam artikel Emang Boleh Segigih Itu?, Warga Resah Jukir Di Pekanbaru Beroperasi 24 Jam

Pada judul *"Emang Boleh Segigih Itu?, Warga Resah Jukir Di Pekanbaru Beroperasi 24 Jam"* tersebut, Riauonline.co.id menggunakan clickbait jenis *formatting*. Menurut (Sukmono, 2021) dalam penelitiannya mengatakan bahwa *formatting* adalah judul yang menambahkan tanda baca atau menggunakan huruf kapital. Model *formatting* ini adalah yang paling sering digunakan dalam penulisan judul berita ataupun artikel. Adapun judul pada berita ini yang memuat *formatting* adalah kalimat "Emang Boleh Segigih Itu?". penggunaan tanda seru pada sebuah judul tidaklah dibenarkan. Dalam EBI, penulisan judul tidak dibenarkan menggunakan tanda baca tanya (?). Kerana penggunaan tanda tanya sesuai kaidah

hanya digunakan pada akhir kalimat tanya dan digunakan untuk menandai bagian kalimat yang diragukan. Dalam segi jurnalistik, menulis judul dengan kalimat tanya merupakan hal yang sangat keliru, karena hakikat dari berita adalah informasi, pemberitahuan, bukan bertanya dan meminta jawaban kepada pembaca. Berita bukan teka-teki, juga bukan soal ujian. Tetapi berita adalah informasi. (Romli, 2018)

Dalam penulisan judul berita ini, Riauonline.co.id menerapkan clickbait dengan menggunakan strategi *incomplete information*. Strategi ini menggunakan pertanyaan yang tidak ada jawabannya. (Bazaco *et al.*, 2019), menyebutkan, strategi ini menganut prinsip bahwa sebuah berita harus terlihat menjanjikan dengan menawarkan informasi yang sebelumnya tidak tersedia. Judul berita yang menggunakan strategi ini memberi kesan seolah-olah misteri yang sebelumnya tidak terjawab, akan segera terungkap kebenarannya dalam berita tersebut.

Kendati menggunakan judul clickbait, Riauonline.co.id tetap berlandaskan kode etik jurnalistik. Hal ini dapat dilihat dari struktur tematik yang menjelaskan bahwa berita tersebut memberikan dua pandangan, yakni keresahan warga pekanbaru dan tanggapan dari penanggung jawab atas layanan parkir. Pandangan tersebut diambil dari pernyataan warga di kawasan jalan Tuanku Tambusai, Pekanbaru dan ditanggapi oleh Kepala Dinas Perhubungan Pekanbaru Yuliarso. Dengan demikian, Riauonline.co.id tetap memuat informasi tentang keresahan warga Pekanbaru. Adapun informasi tersebut dimuat pada paragraf pertama dan keempat, kelima dan keenam.

Paragraf pertama

"Saya belanja jam 1 malam masih ada jukir minta uang parkir, memangnya boleh 24 jam kerja jukir?," kata satu warga di kawasan jalan Tuanku Tambusai, Senin 23 Oktober 2023.

Paragraf keempat

Mantan Camat Rumbai Pesisir ini menyebut bahwa ada pengecualian untuk parkir di Pasar Pagi. Para jukir biasa bertugas dari pukul 7.30 WIB. Sedangkan yang bertugas dari pukul 00.00 WIB hingga 04.00 WIB sifatnya situasional.

Paragraf kelima

Parkir di Kota Pekanbaru saat ini di bawah pengelolaan pihak ketiga. PT Yabisa Sukses Mandiri (YSM) mengelola parkir tepi jalan yang berada di 88 ruas jalan Kota Pekanbaru.

Paragraf keenam

"Ini merupakan ruas jalan potensial parkir, termasuk jalan pendukung lainnya di sekitar ruas jalan yang dikerjasamakan," jelasnya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Riauonline.co.id menggunakan clickbait jenis *formatting* dengan tujuan menarik perhatian pembaca. Dalam penulisannya, Riauonline.co.id tetap menjalankan kode etik jurnalistik sehingga pembaca merasa tidak berbohong.

Simpulan

Secara umum Tribunpekanbaru.com dan Riauonline.co.id menerapkan jurnalisme *clickbait* dalam penulisan judul. Tribunpekanbaru.com menggunakan unsur *ambiguous* sebagai strategi umpan balik dan menarik minat pembaca. Tujuannya mengusik rasa penasaran yang timbul akibat adanya kesenjangan informasi antara apa yang diketahui

pembaca dengan apa yang ingin diketahui pembaca. Riaonline.co.id juga menerapkan unsur *ambiguous* dalam pembuatan judul. Untuk menarik pengunjung ke website, Riaonline.co.id membuat judul tidak jelas dan membingungkan sehingga membuat pembaca merasa penasaran dan ingin tahu isi berita terkait. Selain itu, Riaonline.co.id juga menggunakan unsur *formatting* dan *teasing* dimana judul dibuat seolah olah mengolok dan memprovokasi dengan cara yang menyenangkan. Hal ini tentunya menggoda pembaca sehingga akan mengklik berita tersebut.

Referensi

- Adam, A., & Asnidar, A. (2023). Penggunaan Clickbait Terhadap Judul Berita Pada Media Online Edisi Tahun 2022-2023 untuk Menarik Minat Pembaca. *Jurnal Motivasi Pendidikan Dan Bahasa*, 1(2), 211–222. <https://doi.org/10.59581/jmpb-widyakarya.v1i2.442>
- Bazaco, A., Redondo, M., & Sánchez-García, P. (2019). *Clickbait as a strategy of viral journalism: conceptualisation and methods*. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1323en>
- Biyani, P., Tsioutsoulis, K., & Blackmer, J. (2016). “8 Amazing Secrets for Getting More Clicks”: *Detecting Clickbaits in News Streams Using Article Informality*. <http://news.yahoo.com/justin-bieber-makes-huge-life->
- Blom, J. N., & Hansen, K. R. (2015). Click bait: Forward-reference as lure in online news headlines. *Journal of Pragmatics*, 76, 87–100. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2014.11.010>
- Diba, Z. F. (2018). *Bahasa jurnalistik dalam headline berita online studi fenomenologi terhadap praktisi jurnalis anggota AJI di Kota Bandung tentang clickbait*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Bandung, Indonesia.
- Eko Saputro, G., & Haryadi, T. (2019). *KOMIK STRIP DAN FENOMENA CLICKBAIT*. 2(1), 63–70. <http://journal.ubm.ac.id/index.php/titik-imaji/>
- Eriyanto. (2018). *Analisis Framing (Konstruksi, Ideology Dan Politik Media)*, ed. Nurul Huda SA, 2018th ed. PT LKiS Printing Cemerlang.
- Hadiyat, Y. D. (2019). Clickbait on Indonesia Online Media. *Journal Pekommas*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2019.2040101>
- KAFIATI, A. (2022). *Persepsi Remaja Terhadap Judul Berita Clickbait Pada Media Hipwee. Com Dan Brilio. Net. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta. Indonesia*. University of California Press.
- Kertanegara, M. R. (2018). Penggunaan Clickbait Headline pada Situs Berita. In *Jurnal Komunikasi* (Vol. 11, Issue 1).
- Kusumawardani, Q. D. (2019). Perlindungan Hukum bagi Pengguna Internet terhadap Konten Web Umpan Klik di Media Online. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 19(1), 11. <https://doi.org/10.30641/dejure.2019.v19.11-30>
- Mardiyah, A. (2018). *FENOMENA CLICKBAIT DI TRIBUNNEWS.COM DITINJAU DARI KODE ETIK JURNALISTIK INDONESIA PERIODE MARET 2018*.
- Nurisma, R., & Syahrul, H. (2020). *PENGARUH CLICKBAIT JOURNALISM TERHADAP MINAT BACA GENERASI Z NURISMA RAHMATIKA, SYAHRUL HIDAYANTO* (Issue 2).
- Nurzain, Z. S., Hadi Purnama, D., & Si, M. (2021). *ANALISIS RESEPSI TERHADAP CLICKBAIT HEADLINE PADA VLOG DI KANAL YOUTUBE ATTA HALILINTAR*.
- OLGANISYA PRILIDHA SYADE. (2020). *PRAKTIK CLICKBAIT PEMBERITAAN LUCINTA LUNA PADA MEDIA ONLINE TRIBUNNEWS SKRIPSI*.

- Pramesti, O. L. (2020). Clickbait Headline in News of Online Prostitution Case. *Journal Pekommas*, 5(1), 59. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050107>
- Rahil, O., & Lider, K. (2020). *UMPAN KLIK (CLICKBAIT) DITINJAU DARI KODE ETIK JURNALISTIK DAN FIKIH JURNALISTIK PADA PORTAL BERITA TRIBUNNEWS.COM*.
- Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Nuansa Cendekia.
- Rufaidah.F. (2023). *Persepsi pengelola media tentang Clickbait: Studi deskriptif pada media Online di Kota Bandung*. Diss. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Salsabila Annisa. (2024, May 15). *Clickbait: Pengertian dan Cara Menggunakannya dengan Tepat*. www.Niagahoster.Co.Id.
- Saputri, D., & Khoirunnisa, S. (2023). *Seminar Nasional Hasil Riset Dan Pengabdian Penerapan Clickbait Pada Headline Situs Berita Fixpekanbaru.Com*. 1876–1897.
- Sobur. (2001). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Simiotik, dan Analisis Framing*. Remaja Rosdakarya.
- Sukmono, N. D. (2021). *Clickbait Judul Berita Online dalam Pemberitaan Covid-19*. *Transform. J. Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 5(1), 1.
- Syafieq, A., Abdul Wahid, H., Dwi Ayuni, R., Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary Adhyaksa No, I. J., & Tangi Banjarmasin, K. (2018). *PENGGUNAAN UMPAN KLIK PADA JUDUL BERITA UNTUK MENARIK MINAT PEMBACA*. www.kalsel.prokal.co,