

**PRAKTIK JURNALISME *CLICKBAIT* PADA PEMBERITAAN  
MEDIA *ONLINE MALUKUNews.CO* KOTA AMBON****Khusnul Istiqomah**

UIN Abdul Mutalib Sangadji Ambon  
[KhusnulIstiqomah96@gmail.com](mailto:KhusnulIstiqomah96@gmail.com)

**Andi Fitriyani**

UIN Abdul Mutalib Sangadji Ambon  
[Andifitriyani608@iainambon.ac.id](mailto:Andifitriyani608@iainambon.ac.id)

**Iftiya Salwa Tuanany**

UIN Abdul Mutalib Sangadji Ambon  
[Thiya.tuanany@gmail.com](mailto:Thiya.tuanany@gmail.com)

**Sariyah Ipaenin**

UIN Abdul Mutalib Sangadji Ambon  
[ipaeninsariyah@gmail.com](mailto:ipaeninsariyah@gmail.com)

**M. Ihwan F. Putuhena**

UIN Abdul Mutalib Sangadji Ambon  
[Ihwan.phena@iainambon.ac.id](mailto:Ihwan.phena@iainambon.ac.id)

**ABSTRAK**

Era globalisasi dan perkembangan teknologi saat ini, media digital memiliki peran penting dalam mempengaruhi publik. Munculnya berbagai platform media *online*, membuat praktik jurnalisme *Clickbait* digunakan sebagai alat agar dapat memikat pembaca. Praktik jurnalisme *Clickbait* pada media *online* dapat dilihat dari penggunaan judul berita boombastis dengan isi berita berbeda dengan judul. Masyarakat tidak hanya dituntut untuk menikmati informasi, tetapi selektif dalam memilah informasi. Kemampuan literasi masyarakat dalam memahami informasi akan membuat masyarakat lebih kritis. Dalam menjawab tantangan media *online* yang semakin berkembang pesat, media *online Malukunews.co* Kota Ambon beradaptasi menerapkan praktik jurnalisme *Clickbait* kedalam beberapa pemberitaan. Penelitian ini berdasarkan adanya fenomena jurnalisme *Clickbait* pada media *online*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan jurnalisme *Clickbait* dan persepsi masyarakat pada media *online Malukunews.co*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi serta teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Penerapan jurnalisme *Clickbait* pada media *online Malukunews.co* secara praktiknya telah diterapkan. Dapat dilihat dari penerapannya, yakni a) menjadi trik dan teknik penulisan berita. b) kriteria penulisan berita. c) membuat judul berita menarik. d) momentum peristiwa. e) kecepatan berita. Belum diterapkannya pasal 2 poin g “tidak melakukan plagiat”. 2) Persepsi masyarakat terkait jurnalisme *Clickbait* pada media *online Malukunews.co* bahwa masyarakat merasa kurang puas dengan pemberitaan yang mengandung unsur jurnalisme *Clickbait* di media *online Malukunews.co*.

**Kata Kunci:** *Jurnalisme Clickbait dan Media Online.*

**ABSTRACT**

In the current era of globalization and technological development, digital media plays an important role in influencing the public. The emergence of various online media platforms has led to the use of clickbait journalism as a tool to attract readers. Clickbait journalism practices in online media can be seen in the use of sensational headlines whose content does not match the title. Society is not only required to consume information, but also to be selective in filtering it. People's literacy skills in understanding information will make them more critical. In responding to the rapidly growing online media landscape, the online outlet Malukunews.co in Ambon City has adapted by applying clickbait journalism practices in several of its news articles. This research is based on the phenomenon of clickbait journalism found in online media. The purpose of this study is to examine the implementation of clickbait journalism and public perceptions of Malukunews.co. This research employs field research methods with a qualitative descriptive approach. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation, while data analysis involves data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study show that: (1) The practice of clickbait journalism has indeed been implemented by Malukunews.co. This is evident in several aspects, namely: (a) its use as a strategy and technique in news writing, (b) criteria for writing news, (c) creating attractive headlines, (d) leveraging event momentum, and (e) the speed of reporting. However, Article 2 point g, "not engaging in plagiarism," has not yet been fully implemented. (2) Public perceptions of clickbait journalism in Malukunews.co indicate that readers feel dissatisfied with news containing elements of clickbait journalism on the platform.

**Keywords:** *Clickbait Journalism, Online Media*

**A. PENDAHULUAN**

*Clickbait* adalah pemberitaan yang dibuat dengan tujuan untuk menarik perhatian pembaca agar mengklik pemberitaan tersebut, namun isinya tidak memuaskan pembaca (Olih Solihin, dkk, 2022). Praktik *Clickbait* yang digunakan ini lebih menggunakan judul-judul bombastis, fantastis, bahkan kontroversial, sehingga dapat menarik perhatian bagi pembaca. Dalam media *online*, dikenal dengan jurnalisme *Clickbait* (jurnalisme umpan klik). Mengapa jurnalisme *Clickbait* marak digunakan pada media *online*, hal ini dikarenakan format beritanya berbeda dengan media massa lainnya. Pembaca mengawali dengan melihat judul, kemudian mengklik, maka isi beritanya baru dapat dilihat secara utuh.

Penulisan beritanya berbeda dengan struktur berita pada umumnya yang menggunakan unsur *lead-body-leg* (paling penting-penting-kurang penting). Sedangkan berita *Clickbait*, alur beritanya lebih kepada unsur bercerita. Pembahasannya luas, namun inti dari pembahasannya tidak ada. Penggunaan judul berita provokatif dan menarik perhatian. Pada media *online* memunculkan *page view*. Sehingga, jurnalisme *Clickbait* disebut juga dengan jurnalisme pemuja *viewers* dengan menghitung jumlah klik yang masuk.

Tidak sedikit dari media *online* mengesampingkan kebenaran berita demi sebuah keuntungan. Hal ini terjadi karena jumlah pembaca media *online* di Indonesia mencapai 50,7 juta jiwa dengan portal berita media *online* berkisar 43 ribu portal (Nurisma Rahmatika dan Syahrul Hidayanto, 2020). Akibatnya terjadi persaingan industri perusahaan media *online*

dengan meningkatkan jumlah *viewers* dan periklanan yang berdampak pada keakuratan berita serta mengesampingkan prinsip jurnalistik.

Maspril Aries (2023), dalam kutipannya menuliskan bahwa berdasarkan fenomena yang muncul wartawan media *online* kini menulis berita hanya mengutamakan untuk menarik perhatian dan klik *page view*. Judul berita yang awalnya bertujuan untuk menyampaikan inti informasi, tanpa harus menyembunyikan substansi, kini justru judul berita menyembunyikan intisari. Berita dipublikasikan atau dibuat untuk dibaca, kini berita dipublikasikan untuk diklik. Dahulu menggunakan orientasi oplah atau penjualan, kini menggunakan orientasi trafik, *page view*, atau berdasarkan jumlah kunjungan. Dahulu menggunakan *to inform* dan kini menggunakan *to click*. Hal ini menunjukkan bahwa berita tidak lagi mementingkan kebutuhan masyarakat atau publik.

Ketidaktepatan berita ini, dapat menghilangkan prinsip jurnalistik, yaitu *Check and Re-check* atau dalam Al-Qur'an disebut dengan *Tabayyun*. *Check and Re-check* ini merupakan verifikasi tentang kebenaran dalam suatu berita. Sebagaimana yang disebutkan dalam Qur'an Surat Al-Hujurat ayat 6.

**Terjemahan :** "Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu." (QS. Al-Hujurat: 6).

Berdasarkan ayat di atas, bahwa suatu berita dapat di cek keabsahannya atau *tabbayun* dengan teliti sebelum disebarluaskan kepada masyarakat luas. Jika menelisik kembali sejarah jurnalistik, diungkapkan bahwa dalam ilmu kejournalistikan segala sesuatu informasi yang dipublikasi harus berdasarkan kebenaran atau fakta. Pernyataan Bond dalam buku pengantar jurnalistik karangan Kustadi Suhandang, menyatakan berilah publik sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan berilah publik suatu kebenaran yang harus mereka miliki (Kustadi Suhandang, 2010).

Peneliti menemukan adanya praktik *Clickbait* pada salah satu media lokal Maluku, yakni media *online Malukunews.co* Kota Ambon. *Malukunews.co* merupakan portal berita *online* pertama dan terbesar di Maluku. Portal berita ini memberitakan seputar Maluku dan nasional yang dikemas melalui berita dan artikel. *Malukunews.co* mengutamakan kecepatan berita, sehingga masyarakat dapat mengetahui informasi up to date. Penulisan berita ditulis secara singkat, padat, dan humanis dengan tujuan menjawab kebutuhan masyarakat dalam membaca berita yang semakin efisien. Pemberitaan *Malukunews.co* berfokus pada pembaca Maluku dan pembaca Indonesia.

Praktik jurnalisme *Clickbait* yang dilakukan Media *Online Malukunews.co*, dapat dilihat dari beberapa edisi penerbitan berita, seperti judul berita dan isi berita. Meskipun tidak secara keseluruhan *Malukunews.co* mempublikasikan berita *Clickbait*, namun praktik jurnalisme *Clickbait* ini dapat menjadi penyakit dalam sebuah media. Hal ini dikarenakan hanya untuk menunjang *viewers*, media *online* mengesampingkan kaidah-kaidah jurnalistik.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi dan telah peneliti paparkan, peneliti tertarik untuk menganalisis dan mengkaji lebih mendalam terkait Fenomena Jurnalisme *Clickbait* Pada Media Online *Malukunews.co*.

## B. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu proses dalam menggambarkan dan melukiskan suatu objek yang sedang diteliti, sesuai dengan fakta di lapangan.

Melalui penelitian ini, melibatkan 12 informan yang terdiri dari 4 informan sesuai dengan jabatannya di Kantor Berita Media Online *Malukunews.co*, dikarenakan keempat jabatan tersebut berkaitan dengan topik penelitian, yaitu Redaktur Pelaksana bertugas dalam menentukan liputan, mengawasi operasinal harian redaksi, editor, mengkoordinasi kerja waratwan, dan penjadwalan publikasi. Pemimpin Redaksi memiliki tugas menentukan topik serta fokus pemberitaan, memastikan kualitas konten sesuai standar jurnalistik, dan mengelola kegiatan redaksi. Manajer Marketing/Pemasaran bertugas untuk mengelola dan menerima iklan di media dan perencanaan pelaksanaan pemasaran. Wartawan bertugas meliput di lapangan serta berinteraksi langsung dengan narasumber. Sedangkan informan dari kalangan masyarakat berjumlah 8 informan sebagai pembaca berita media online *Malukunews.co*. Pemilihan informan ini peneliti lakukan berdasarkan hasil observasi hasil wawancara yang mana informan dapat memberikan informasi akurat dan menjawab topik penelitian. Data informan dapat dilihat melalui table berikut:

Table 1. Data informan penelitian di kantor media online *Malukunews.co* Kota Ambon dan masyarakat

NO	NAMA	JABATAN
1.	Sahlan Heluth	Pimpinan Redaksi
2.	Habil Kadir	Redaktur Pelaksana
3.	Janes G. Balol	Wartawan
4.	Muttaqien Heluth	Manajer Marketing/Pemasaran
5.	Jean Matatula	Masyarakat
6.	Diyat Indira	Masyarakat
7.	Pityanto Manuputty	Masyarakat
8.	Selviani	Masyarakat
9.	Evi Maulika	Masyarakat
10.	Purwati	Masyarakat
11.	Wa Dian	Mahasiswa Magang Fakultas Uswah Tahun 2023
12.	Dian Ayu Sabila	Masyarakat

Penelitian ini berlangsung selama satu bulan dan dilakukan secara langsung dengan teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi yaitu kegiatan yang dikerjakan guna melakukan pengamatan langsung pada sebuah objek tertentu

yang bertujuan untuk memperoleh informasi berupa data terkait objek tersebut. Selain itu, observasi ini harus dilakukan secara sistematis dan teliti agar hasil yang didapatkan maksimal. Sebelum melakukan observasi terhadap objek penelitian, peneliti harus memiliki pengetahuan mendalam terkait objek yang akan diteliti serta menguasai dasar teori dan memiliki sikap objektif (Soeratno, 1995). Peneliti melakukan observasi yaitu *research* pada situs website Media *Online MalukuNews.co* Kota Ambon untuk menelisik pemberitaan dengan melihat keseluruhan berita yang telah di publikasikan. Observasi ini dilakukan selama kurang waktu satu minggu agar data yang diperoleh lebih akurat.

Wawancara merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dengan tujuan memperoleh informasi yang dituju. Peneliti melakukan wawancara dengan mengajukan pertanyaan kepada informan, mencatat, serta melalui audio rekaman.

Menurut Arikunto, teknik dokumentasi adalah proses pencarian data yang menggunakan buku, catatan, majalah, surat kabar, dan sebagainya sebagai data pendukung penelitian (Arikunto, 2014). Dokumentasi yang peneliti gunakan yakni melalui gambar, mencatat, dan rekam suara.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Penerapan Jurnalisme *Clickbait* Pada Media *Online MalukuNews.co* Kota Ambon

Penerapan jurnalisme *Clickbait* pada Media *online MalukuNews.co* Kota Ambon tidak terletak pada semua berita. Namun, *MalukuNews.co* memiliki tujuan dalam penerbitan jurnaisme *Clickbait*, yaitu menjadi trik dan teknik dalam penulisan berita, kriteria penulisan berita, membuat judul yang menarik, sesuai dengan momentum peristiwa, dan kecepatan berita. Penerapannya, media *online MalukuNews.co* juga mengutip dari media nasional seperti CNN Indonesia, Detik.com, Tempo.com, dsb terkait berita-berita yang sifatnya momentum, yaitu seputar politik, bencana alam, konflik, dll. Sedangkan untuk produksi beritanya, media *online MalukuNews.co* memiliki beberapa proses produksi, yakni Wartawan liputan langsung di lapangan, Redaktur Pelaksana langsung menghubungi narasumber atau bisa juga langsung dari Pimpinan Redaksi.

Media *online MalukuNews.co* tidak selalu melaksanakan rapat redaksi dan rapat evaluasi dalam setiap perencanaan kegiatan maupun isi berita. Hal ini karena media *online* merupakan media yang sifatnya fliksibel. Rapat Redaksi diadakan jika ada kerjasama yang dibangun antara media *online MalukuNews.co* dengan lembaga instansi untuk mengatur perencanaan liputan dari instansi tersebut. Jadi, agenda liputannya tidak terstruktur. Biasanya jika ada kegiatan yang harus diliput, narasumber menghubungi langsung kepada Pimpinan Redaksi atau melalui surat. Rapat evaluasi diadakan jika ada kesalahan dalam liputan yang berhubungan dengan kerjasama. Kalau untuk beritanya tidak diadakan rapat evaluasi karena media *online* berbeda dengan media konvensional.

Pemberitaan yang mengandung unsur jurnalisme *Clickbait* tidak selalu memiliki iklan atau sponsor di dalam beritanya. Ini dikarenakan pemasangan iklan di media *online MalukuNews.co* tergantung pada momen hari-hari besar.

Dalam masa penelitian yang peneliti lakukan, terdapat beberapa temuan hasil observasi berita yang berbeda dengan hasil penelitian yang disampaikan di lokasi penelitian kepada peneliti:

Pada saat peneliti melakukan wawancara dengan Pimpinan Redaksi, Redaktur Pelaksana, dan Wartawan dari ketiga hasil wawancaranya menyatakan bahwa media *online MalukuNews.co* membuat judul berita menarik dengan judul berita *boombastis* dan menempatkan isu pemberitaan pada judul berita, judul berita tidak terlalu panjang serta menggunakan bahasa yang singkat. Namun, hal ini berbeda dengan temuan yang peneliti temukan saat melakukan observasi di halaman *platform* media *online MalukuNews.co* pada Agustus 2023, peneliti menemukan adanya judul berita panjang dengan jumlah 17 kata. Seperti pada gambar berikut:



Gambar 1. Judul Berita Panjang

Judul berita pada gambar di atas sangatlah panjang. Idelanya sebuah judul berita hanya terdiri dari empat sampai tujuh kata. Ni Putu Yunita Anggreswari (2021), menjelaskan dalam jurnalnya bahwa judul sangat penting dalam penulisan berita. Judul berita yang baik, harus ditulis dengan syarat atau ketentuan yang telah ditetapkan dalam penulisan berita. Menarik atau tidaknya sebuah judul berita dapat dilihat dari penggunaan bahasa kata. Dalam penulisan judul berita, memiliki 8 syarat ketentuan, yakni:

- Provokatif  
Judul yang ditulis dapat membangkitkan perhatian dan minat baca, sehingga pembaca tertarik untuk membaca berita tersebut.
- Singkat dan Padat  
Judul berita yang baik tidak lebih dari 4-7 kata. Judul berita yang ditulis langsung pada intisari, tegas, lugas, menusuk jantung, dan tidak bertele-tele.
- Relevan  
Berkaitan dan sesuai dengan susunan isi pokok berita dan tetap sesuai dengan isi beritanya.
- Fungsional  
Kata yang digunakan tegas dan jelas serta tidak bergantung pada kata lainnya.
- Formal

- Judul berita tidak ditulis dengan teknik mendayu-dayu, meliuk-liuk, dan tidak ambigu.
- f) Representative  
Judul berita dibuat sesuai dan sudah mencerminkan isi berita.
- g) Menggunakan Bahasa Baku  
Bahasa baku pada judul berita menjadi cerminan dari reputasi dan kredibel media massa. Judul berita menjadi identitas terpenting dalam berita, sehingga media massa tidak membuat judul berita yang bertolak belakang dengan kapasitas serta reputasinya.
- h) Spesifik  
Judul berita harus terfokus pada isi berita dan menggunakan kata-kata khusus.

Judul berita harus mencerminkan dari isi berita. ketika masyarakat membaca judul berita, maka masyarakat sudah memperkirakan isi beritanya. Selain itu, terdapat beberapa judul berita jurnalisme *Clickbait* pada edisi penerbitan berita di media *online Malukunews.co* Kota Ambon pada table di bawah ini:

Tabel 2. Temuan judul jurnalisme *Clickbait* pada media *online Malukunews.co* Kota Ambon

No.	Edisi	Judul Berita
1	Senin, 25 September 2023	Astaga ! Eks Politikus NasDem ini Ragu Anies Didaftarkan Jadi Capres ke KPU
2	Kamis, 5 Oktober 2023	Seru ! Piala Dunia 2023 Bakal Digelar di 6 Negara
3	Kamis, 19 Oktober 2023	Waspada ! Kecanduan Gadget, Rokok, dan Narkoba Bagian dari Mental tidak Sehat
4	Jum'at, 10 November 2023	Horee ! Pemkot Ambon Terima Penghargaan Alokasi Insentif Fiksal
5	Selasa, 14 November 2023	Wow ! Kemenag Usul Biaya Haji 2024 Rp105 Juta per Jemaah
6	Rabu, 3 Januari 2024	Ayo...! Hadiri Diskusi dan Deklarasi Pemenangan Muda Ganjar-Mahfud di Ambon

Pada edisi Senin, 25 September 2023, media *online Malukunews.co* menggunakan diksi judul berita jurnalisme *Clickbait* dengan pemilihan bahasa seperti “*astaga*”. Tujuan dari penggunaan kata ini agar masyarakat penasaran dan terkejut atas pernyataan bahwa “*Eks Politikus NasDem ini Ragu Anies Didaftarkan Jadi Capres ke KPU*”.

Edisi bulan Oktober 2023, ada dua judul berita yang peneliti temukan dengan menggunakan kata “*seru dan waspada*”. Dari kedua kata itu, memiliki makna yang pastinya akan menimbulkan daya tarik.

Diksi “*seru*”, secara langsung akan menimbulkan perasaan bahagia dan sebagai ungkapan emosional. Selain itu, diksi “*Waspada*” mengisyaratka bahwa berita tersebut

memberikan himbauan dan kehati-hatian yang dapat membuat masyarakat tertarik untuk mengetahui secara keseluruhan isi berita.

Penerbitan berita pada edisi bulan November 2023, terdapat judul berita *Clickbait* seperti penggunaan kata “*horee* dan *wow*”. Kata “*horee*” menunjukkan rasa gembira, sedangkan untuk “*wow*” menunjukkan bahwa berita yang disajikan memberikan fakta yang mengejutkan. pembaca akan menciptakan sebuah ekspektasi dengan menemukan sesuatu yang istimewa di dalam isi berita tersebut.

Selain itu, penggunaan diksi “*ayo...*” pada edisi Januari 2024 memberikan kesan ajakan kepada masyarakat untuk membaca dan mengklik berita tersebut. Hal ini berfokus pada praktik jurnalisme *Clickbait* untuk membangkitkan perasaan pembaca atas keingintahuan untuk meningkatkan jumlah klik atau *viewers*.

Media online *Malukunews.co* seringkali menggunakan judul berita mencolok dalam pemilihan diksi katanya, seperti penggunaan kata dalam judul berita pada tabel di atas. Analisis judul berita jurnalisme *Clicikbait* ini juga diuraikan oleh Fera Putri Matura, dkk (2023):

- 1) *Teasing* adalah judul berita yang di dalamnya terdapat unsur provokasi serta memojokkan, dengan maksud untuk memikat pembaca.
- 2) *Exag geration* adalah dalam penyampian judul berita, bahasanya dilebih-lebihkan dan berbeda dengan isi beritanya.
- 3) *Formatting* adalah judul yang memakai permainan huruf kapital serta tanda baca terutama tanda seru.
- 4) *Inflammatory* adalah judul yang ditulis untuk membangun perasaan pembaca, seperti membangun emosional.
- 5) *Bait-and-switch*, yaitu penulis judul yang tidak utuh, bertujuan untuk mengarahkan pembaca ke situs lain agar menambah grafik pengunjung di situs yang dimaksud.
- 6) *Graphic*, yakni judul berita yang lebih mengarah ke pornografi. Judul demikian seharusnya tidak digunakan, karena tidak untuk menjadi konsumsi publik.
- 7) *Wrong*, yaitu judul berita yang tidak berdasarkan fakta.
- 8) *Ambiguous*, yaitu penggunaan judul berita yang terkesan ambigu atau tidak jelas. Tujuannya untuk menarik perhatian pembaca untuk membuka situs tersebut.

Dari beberapa temuan judul berita jurnalisme *Clickbait* jika dipadu padakan dengan analisis di atas, penerapan jurnalisme *Clickbait* media online *Malukunews.co* melalui judul beritanya menggunakan strategi *Teasing*, *Formatting*, dan *Inflammatory* untuk memikat daya tarik masyarakat. Seperti judul berita “*Astaga ! Eks Politikus NasDem ini Ragu Anies Didaftarkan Jadi Capres ke KPU*” mengandung judul berita jurnalisme *Clickbait Teasing*. Kemudian ciri-ciri *Inflammatory* terdapat pada judul berita “*Seru ! Piala Dunia 2023 Bakal Digelar di 6 Negara*”, “*Wow ! Kemenag Usul Biaya Haji 2024 Rp105 Juta per Jemaah*”, dan “*Waspada ! Kecanduan Gadget, Rokok, dan Narkoba Bagian dari Mental tidak Sehat*”. Sedangkan untuk unsur judul berita jurnalisme *Clickbait Formatting*, dapat dilihat pada 6 judul berita jurnalisme *Clickbait* pada table di atas.

Adapun berita jurnalisme *Clickbait* yang peneliti temukan di media *online Malukunews.co* yang tidak merujuk pada kaidah penulisan jurnalistik. Dapat dilihat pada gambar 2 dan gambar 3 berikut:



Gambar 2. Berita Jurnalisme *Clickbait* media online *Malukunews.co* (2)



Gambar 3. Berita Dari Media *online* CNBC Indonesia

Pada gambar 2, berita yang berjudul "PDIP Akhirnya Buka Suara Soal Nasib Bobby-Gibran" edisi 23 November 2023. Berita yang dimuat pada halaman *platform* media *online Malukunews.co*, jika dilihat dari judul berita bahwa masyarakat akan berfikir partai PDIP mengungkapkan nasib Bobby-Gibran di partai tersebut setelah majunya Gibran sebagai Bakal Calon Wakil Presiden. Sehingga masyarakat penasaran dan membuat opini baru. Jika peneliti dapat menyimpulkan, bisa jadi masyarakat berfikir bahwasannya Bobby dan Gibran mengalami nasib buruk setelah beredarnya berita di berbagai media massa mengenai hal tersebut. Pada isi beritanya tidak dijelaskan secara jelas bagaimana nasib Bobby dan Gibran.

Kemudian gambar 3, berita yang dimuat oleh media *online Malukunews.co* mengutip secara langsung tanpa mengubah isi beritanya, hanya terdapat perubahan pada judul berita yang

mana pada media *online* CNBC Indonesia pada awal beritanya menggunakan kata “*terungkap!*”, sedangkan pada *Malukunews.co* tidak menggunakan kata tersebut.

Sebenarnya, kehadiran jurnalisme *Clickbait* di era persaingan digital ini untuk meningkatkan keesistensian media massa dan tetap merujuk pada kode etik jurnalistik. Dalam pengelolaan berita yang menggunakan unsur jurnalisme *Clickbait*, media massa harus selektif agar tetap mempertahankan kredibilitasnya.

Kode etik jurnalistik pada hakikatnya merupakan etika profesi kewartawan. Selain dibatasi oleh Undang-Undang Pers Nomor 40 Tahun 1999, wartawan juga harus berpegang pada kode etik jurnalistik dengan tujuan agar wartawan bertanggung jawab selama melaksanakan tugasnya dalam menyajikan informasi kepada masyarakat.

Kode etik jurnalistik sangat dibutuhkan dalam dunia kerja jurnalistik. Dewan pers dituntut untuk mengawasi profesi yang tergabung dalam dunia kerja jurnalistik, baik wartawan, penerbit, maupaun penyunting berita agar penerapan kode etik jurnalistik tetap dijalankan dengan baik dan benar.

Wartawan sebagai organisasi profesi dihimbau untuk mengacu pada kode etik jurnalistik sesuai dengan Pasal 7 Ayat 2 Undang-Undang pers No. 40 Tahun 1999. Media massa yang hidup sebagai ranah publik diharapkan untuk tetap menjaga independensi dan bekerja sesuai standar profesionalisme di dunia wartawan, seperti dengan penyajian berita secara berimbang, melayani hak masyarakat untuk mengetahui informasi, kemudian tanggung jawab profesional wartawan tidak hanya kepada pemilik, melainkan kepada publik (Ulva Yuniat, 2019).

Fenomena yang terjadi saat ini, terlihat pada bagaimana etika dalam penyajian konten dalam media digital. Penyebaran informasi yang belum akurat menunjukkan bahwa lemahnya kontrol pada kode etik jurnalistik di era digital saat ini. Menurut Muhammad Wali (2025), untuk memastikan informasi dalam sebuah media digital dipublikasikan sesuai dengan standar yang dapat dipertanggung jawabkan, dalam sebuah media hal ini menjadi tanggung jawab media, baik dari segi hukum dan etika.

Regulasi internasional tentang etika jurnalisme digital diungkapkan oleh organisasi UNESCO dan berbagai asosiasi yang telah mengembangkan pedoman etika untuk jurnalisme digital kedalam aspek-aspek khusus, seperti akurasi di atas kecepatan, transparansi, serta menghindari sensasionalisme dan *Clickbait* yang tidak sesuai dengan kaidah jurnalistik.

Berdasarkan temuan-temuan penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa pada judul berita jurnalisme *Clikbait* dan berita jurnalisme *Clickbait* di atas menunjukkan media *online Malukunews.co* belum sepenuhnya menerapkan kode etik jurnalistik pada pemberitaan jurnalisme *Clickbait*. Pada berita yang berjudul “*PDIP Akhirnya Buka Suara Soal Nasib Bobby-Gibran*”, media *online Malukunews.co* tidak menerapkan kode etik jurnalistik pada penafsiran pasal 2 point g, di mana *Malukunews.co* mengutip dari media CNBC Indonesia secara utuh, meskipun telah mencantumkan sumber aslinya.

Kejelasan dan kebenaran menjadi prinsip dasar dari jurnalis. Menjadikan informasi untuk komoditas memenuhi kebutuhan pasar. Selain itu, media massa memiliki peran sebagai pemberi informasi. Segala bentuk informasi akan diterima oleh masyarakat. Sehingga, seorang jurnalis dituntut bekerja sesuai dengan format jurnalisme. Karena media massa memiliki

pengaruh besar terhadap informasi yang dipublikasikan. Oleh karena itu, sejalan dengan teori Lasswell, yakni teori jarum hipodermik atau teori jarum suntik yang mengasumsikan bahwa media massa mempunyai kekuatan luar biasa, sehingga masyarakat tidak dapat membendung informasi yang diberikan oleh media massa. Sedangkan dalam hal ini, masyarakat dianggap pasif. masyarakat tidak dapat bereaksi dan hanya menerima setiap pesan atau informasi yang disampaikan oleh media massa (Wawan Sopiyan, 2023).

Relevansi antara temuan penelitian dengan teori jarum hipodermik adalah segala bentuk informasi yang dipublikasikan oleh media *online Malukunews.co* bersifat satu arah, yaitu dari media langsung kepada masyarakat.

Dalam teori lain mengatakan bahwa di era digital yang semakin pesat saat ini, tidak semua masyarakat dianggap pasif. Terdapat sebagian masyarakat yang melek terhadap informasi yang dipublikasikan melalui media digital. Hal ini relevan dengan teori *Uses and Gratification*. Dalam penjelasannya, teori ini mengungkapkan media menjadi kebutuhan masyarakat dalam mencapai kepuasan. Setiap masyarakat memiliki tujuan tertentu dalam menggunakan media. Masyarakat tidak pasif karena media menjadi kebutuhan dalam menggali informasi. Kunci untuk memahami sebuah media terletak pada kebutuhan mana yang dipenuhi masyarakat saat melihat pesan media.

Berita jurnalisme *Clickbait* yang dipublikasikan oleh media *online Malukunews.co* tidak memiliki dampak dalam lingkungan masyarakat. Namun, kembali pada esensi seorang jurnalis dan kode etik jurnalistik bahwa media massa harus mempublikasikan berita berdasarkan fakta. Meskipun pemberitaan yang mengandung praktik jurnalisme *Clickbait* tidak berdampak dalam lingkungan masyarakat, tetapi dalam hal ini telah melanggar kode etik jurnalistik.

## **2. Persepsi Masyarakat Terkait *Jurnalisme Clickbait* Pada Media *Online Malukunews.co* Kota Ambon**

Persepsi yaitu menyimpulkan atau menafsirkan suatu informasi yang didapat melalui pengalaman terhadap suatu objek serta peristiwa atau hubungan-hubungan yang terjadi. Persepsi tidak hanya bergantung kepada stimuli fisik, tetapi juga kepada stimuli lain berdasarkan situasi serta kondisi yang dimiliki individu secara pribadi.

Pada suatu media massa, masyarakat disebut juga dengan istilah khalayak. Khalayak merupakan pihak yang menjadi sasaran informasi yang dikirim oleh media massa. Menurut Cangara (2007), khalayak adalah pihak sasaran media massa dalam penyebaran informasi yang terdiri dari satu orang atau lebih, baik kelompok maupun partai.

Khalayak memiliki peran aktif dalam memberikan penilaian, baik interpretasi maupun mengintegrasikan media dalam kehidupan sehari-harinya. Oleh karena itu, istilah khalayak dapat diartikan sebagai penerima, pembaca, sasaran, pendengar, pemirsa, komunikan, *decoder*, dan *audience*. khalayak dapat diartikan sebagai suatu unsur dalam proses komunikasi. Khalayak dianggap penting dalam komunikasi dikarenakan khalayak sebagai penentu dalam keberhasilan komunikasi.

Hafied Cangra (2016), mengungkapkan hubungan antar masyarakat dengan media massa, sering disebut dengan tindakan komunikasi massa. Istilah komunikasi massa dapat didefinisikan yaitu berlangsungnya proses komunikasi yang pesannya dikirim dari sumber media kepada masyarakat. Bentuk komunikasi yang terbuka membuat masyarakat dengan

mudah memberikan persepsi terhadap informasi atau pesan yang dikomunikasikan atau dipublikasikan melalui media massa.

Berdasarkan temuan hasil penelitian yang telah peneliti paparan mengenai persepsi masyarakat terkait jurnalisme *Clickbait* pada media *online Malukunews.co* bahwa peneliti melihat masyarakat yang peneliti temui, memiliki pendapat yang berbeda terkait fenomena jurnalisme *Clickbait* yang ada di media *online Malukunews.co*. Dari beberapa masyarakat itu, ada yang berpendapat bahwa sebenarnya jurnalisme *Clickbait* tidak perlu digunakan. Karena dapat menimbulkan *hoax*.

Menurut Jean Matatula Staf Kantor Koperasi UKM Ptovensi Maluku, bahwa penggunaan jurnalisme *Clickbait* pada pemberitaan seharusnya tidak perlu digunakan. Media juga harus dapat memberikan informasi yang dapat mengedukasi masyarakat:

“Kalau *beta* melihatnya sih sebenarnya *Clickbait* itu seng perlu digunakan, karena nantinya lebih ke opini masyarakat atau opini pembaca itu digaduhkan gitu. Jadi kayak oh ternyata judulnya ini isinya lain kan, tapi kalau *seng* kayak begitu ya *seng* dapat *viewers* kan. Harusnya kan tujuan dari pemberitaan itu mengedukasi orang atau menginformasikan sesuatu yang penting. Jadi boleh menulis variasi judulnya kayak apa, tapi menurut *beta* tetap seng diperbolehkan mengesampingkan tujuan utama dari pemberitaan itu sendiri, yaitu memberikan informasi dan edukasi ke masyarakat.”

Sedangkan masyarakat yang lain mengatakan bahwa jurnalisme *Clickbait* masih wajar digunakan jika isi beritanya sesuai dengan judul yang tampilkan dan jurnalisme *Clickbait* ini juga bisa menjadi pembelajaran bagi masyarakat untuk meningkatkan literasi agar tidak mudah percaya dengan informasi yang beredar di media.

Menurut Pityanto Manuputty, praktik jurnalisme *Clickbait* adalah hal yang wajar selagi judul yang ditampilkan berbanding lurus dengan isi beritanya.

“Kalau *beta* baca-baca beritanya mereka bisa kelihatan *sih* dari judul saja bisa ketahuan. Tapi di sisi lain menurut *beta*, sebenarnya *Clickbait* itu *seng* salah. Karena katong balik lagi ke pola distribusi berita saat ini. Pola distribusinya kan *su* jauh berbeda *seng kayak* dulu. Nah ketika media-media *online* mulai merambah ini, otomatis setiap media harus bersaing untuk mendapatkan trafik pengunjung atau page view yang semakin tinggi begitu.”

Maraknya jurnalisme *Clickbait* membuat pembaca harus lebih meningkatkan literasi agar tidak mudah terpengaruh oleh berita *hoax*. Diyat Indira yang juga merupakan Staf di Kantor Koperasi UKM Provinsi Maluku, berpendapat bahwa di media *online Malukunews.co* seharusnya lebih memperhatikan pemberitaan seputar jurnalisme *Clickbait*.

“Ya memang *sih* dengan adanya *Clickbait* itu kalau sebagai pembaca pasti merasa tertipu. Cuma itu harusnya menjadi pelajaran buat kita para pembaca untuk tidak minim literasi, apalagi di era digital seperti ini, persaingan media pemberitaan kan sudah semakin banyak. Harusnya media itu lebih *notice* juga terkait hal *Clickbait* seperti ini, supaya mereka enggak kemakan *hoax*. Tapi justru untuk pemberitaan di Maluku sendiri, mereka tidak menerapkan seperti itu. Kayak mereka memberitakan

seputar Ambon, malah *kayak real* apa adanya sesuai dengan judul dan isinya. Malah lebih cenderung larinya kearah politik.”

Sebelumnya, masyarakat yang peneliti wawancarai hanya menerima setiap informasi tanpa mengetahui keakuratan informasi tersebut dan tidak mengetahui tentang istilah dan ciri-ciri dari pemberitaan yang menggunakan unsur jurnalisme *Clickbait*.

Dari hasil penelitian, persepsi masyarakat terkait jurnalisme *Clickbait* di media *online Malukunews.co* cenderung mengatakan kurang puas dengan praktik jurnalisme *Clickbait* tersebut. Namun, masyarakat tidak pernah memberikan masukan atau komentar di halaman web media *online Malukunews.co*.

Temuan hasil penelitian yang peneliti dapatkan dengan beberapa informan menunjukkan bahwa sejalan dengan teori komunikasi massa khalayak pasif. Khalayak pasif cenderung dipengaruhi dengan adanya arus langsung dari media (Suryanto, 2015). Dengan pengertian lain bahwa khalayak menerima pesan yang disampaikan oleh media massa secara utuh tanpa mencari tahu isi pesan tersebut.

Di dunia digital saat ini, masyarakat dituntut untuk terus berkembang mengikuti arus perkembangan teknologi. Menggali informasi yang didapat dengan cara memanfaatkan teknologi untuk mencari, mengevaluasi, serta menciptakan informasi secara etis, kritis, dan aman dengan tujuan untuk menyangkal informasi yang bersifat *hoax* atau kurang akurat. Masyarakat dituntut untuk selektif terhadap pemberitaan yang dipublikasikan oleh media, terutama media *online*.

Membangun ruang ideal dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap media-media lokal, dalam hal ini perlu adanya dorongan masyarakat dalam membuka ruang publik, seperti berdiskusi dan menyampaikan pendapat dengan bebas. Sebenarnya tolak ukur kepercayaan masyarakat terhadap media lokal belum terukur secara spesifik, hal ini dikarenakan fokus masyarakat dalam melihat kualitas konten yang dipublikasikan oleh media. Media yang berfokus dalam akurasi, kualitas konten, dan keberimbangan cenderung memiliki kepercayaan publik yang lebih. Selain itu, media juga dituntut untuk terus beradaptasi di tengah era digital agar tetap relevan.

#### **D. KESIMPULAN**

Media *online Malukunews.co* telah menerapkan praktik jurnalisme *Clickbait* pada beberapa pemberitaannya, yaitu a) Menjadi Trik dan Teknik Penulisan Berita. b) Kriteria Penulisan Berita. c) Membuat Judul Berita Menarik. d) Sesuai Dengan Momentum Peristiwa. e) Kecepatan Berita. Selain itu, persepsi masyarakat terkait jurnalisme *Clickbait* pada media *online Malukunews.co* terdapat dua persepsi. *Pertama*, penggunaan praktik jurnalisme *Clickbait* pada pemberitaan media massa tidak perlu digunakan. Hal ini dikarenakan dapat menimbulkan informasi *hoax* di kalangan masyarakat. *Kedua*, praktik jurnalisme *Clickbait* di era digital saat ini masih wajar untuk digunakan, jika isi beritanya sesuai dengan judul berita yang ditampilkan.

Sebaiknya media *online Malukunews.co* mengadakan rapat evaluasi terhadap pemberitaan yang dipublikasikan. Tidak hanya melakukan rapat evaluasi saat mengadakan kerjasama dengan suatu instansi. Hal ini dilakukan agar pemberitaan terutama berita yang

mengandung unsur atau praktik jurnalisme *Clickbait* dapat dikonsumsi oleh masyarakat sesuai dengan kaidah kode etik jurnalistik. Di era perkembangan digital saat ini, di tengah berbagai munculnya platform media online. Media online terus berlomba-lomba meningkatkan keeksistensinya. Dalam hal ini masyarakat juga dituntut untuk selektif dalam memilih media massa guna mendapatkan informasi yang akurat. Literasi masyarakat sangat dibutuhkan agar masyarakat terhindar dari berita-berita hoax yang dikemas dalam pemberitaan jurnalisme *Clickbait*.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Angreswari, Ni Putu Yunita. (2021). "Analisis Kaidah Jurnalistik pada Situs Berita Suara.com". *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*. Vol. 4 No. 1: 218-219.
- Arikunto, Suharsimi. (2014). *Proses Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aries, Maspril. (2022). *Fenomena Jurnalisme Clickbait di Media Online*. Bogor: Kakibukit Republika. Retrieved from <https://kakibukit.republika.co.id>fenomena-jurnalisme-clickbait-di-media-online>.
- Cangra, Hafied. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, edisi kedua. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mastura, Feral Putri. Dkk. (2023). "Etika Jurnalistik Penggunaan *Clickbait* oleh *Vodcast* Deddy Corbuzier Dalam Mengemas Isu Seksualitas". *Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*. Vol. 11 No. 1: 55.
- Nasrullah, Rulli. (2019). *Teori dan Riset Khalayak Media*. Cetakan Pertama. Jakarta: Kencana.
- Rani, Ni Luh Ratih Maha. (2013). "Presepsi Jurnalis dan Praktisi Humas Terhadap Nilai Berita". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 10 No 1: 86.
- Rahmatika, Nurisma & Syahrul Hidayanto. (2020). "Pengaruh *Clickbait* Journalism Terhadap Minat Baca Generasi Z". *Jurnalisa*. Vol 06 No 2: 271-272.
- Soeratno. (1995). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: AMP YKPN.
- Solihin, Olih, dkk. (2022). "Tinjauan Tentang *Clickbait* Media". *Jurnal Komunikasi dan Media* Vol. 7 No. 1: 77
- Sopiyan, Wawan. Dkk. 2023. Analisis Teori *Hypodermik Needle* pada Iklan Sirup Marjan di Bulan Ramadhan Tahun 2023. *Jurnal Khobar: Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Vol. 5 No.1: 35.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, cetakan pertama. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Yuniat, Ulfa. (2019). *Komunikasi dan Multikulturalisme di Era Disrupsi: Tantangan dan Peluang*. Cetakan Pertama. Yoyakarta: Buku Litera Yoyakarta.