

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Penggunaan bahasa di ruang virtual rentan menimbulkan masalah komunikasi. Salah satu masalah tersebut terdapat pada penggunaan *clickbait* di media daring yang seringkali mengecewakan, bahkan terkesan agak menipu. *Clickbait* berkaitan dengan manipulasi bahasa yang disusun sedemikian rupa agar menarik minat pembaca. van Dijk (2006, hlm. 366) menyebutkan bahwa manipulasi bahasa ini umum digunakan dalam pemrosesan wacana. Salah satunya dipraktikkan pada bidang komunikasi, yaitu pada media pemberitaan.

Pemberitaan di ruang virtual dengan memanfaatkan jaringan internet memang memiliki karakteristik yang khas. Selain memiliki daya jangkauan yang luas, jaringan internet juga dapat digunakan oleh siapa pun yang memiliki akses terhadap internet. Adapun internet ini memberikan manfaat yang membantu manusia dalam kehidupan sehari-hari, entah untuk berkomunikasi, mencari informasi, jual beli, bahkan untuk keperluan transportasi. Oleh karena itu, istilah dunia dalam genggaman terasa begitu nyata.

Di Indonesia, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melakukan survei pengguna internet secara rutin. Menurut Sekjen APJII, jika digabungkan dengan angka dari proyeksi Badan Pusat Statistik (BPS), populasi Indonesia tahun 2019 berjumlah 266.911.900 juta. Dari jumlah tersebut pengguna internet Indonesia diperkirakan sebanyak 196,7 juta jiwa (Kominfo.go.id, 9/11/2020). Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa sekitar 70% masyarakat Indonesia sudah menggunakan internet. Banyaknya pengguna internet di Indonesia saat ini perlu didukung dengan pendidikan literasi digital. Literasi digital adalah pengetahuan dan kecakapan untuk menggunakan media digital, alat-alat komunikasi, atau jaringan dalam menemukan, mengevaluasi, menggunakan, membuat informasi, dan memanfaatkannya secara sehat, bijak, cerdas, cermat, tepat dan patuh hukum dalam rangka membina komunikasi, dan interaksi dalam kehidupan sehari-hari.

Keberadaan internet dimanfaatkan oleh semua aspek yang dapat dijangkaunya, bahkan media cetak dan elektronik pun sudah berkolaborasi dengan media internet (Nurudin, 2011, hlm. 13). Media massa yang merupakan perantara penyampai suatu berita secara luas kepada masyarakat ini turut mengikuti perkembangan zaman. Sebelumnya, media massa dikenal mencetak berita dalam bentuk koran, tabloid, majalah, atau lainnya untuk kemudian disebar. Ada juga media massa yang menyebarkan berita melalui media elektronik radio ataupun televisi. Metode media massa cetak dan elektronik tersebut dipublikasikan dalam waktu-waktu tertentu yang sudah dijadwalkan.

Saat ini banyak media berita yang tidak hanya memproduksi secara cetak atau pun elektronik, tetapi juga secara daring (dalam jaringan). Cangara (2012, hlm. 74) menggolongkan media massa ke dalam tiga jenis, yaitu 1) media cetak (koran, tabloid, majalah, buku, buletin); 2) media elektronik (radio dan televisi); 3) media *online*/daring (*website*, *blog*, dan media sosial). Media daring ini merupakan bukti dari pemanfaatan penggunaan internet pada bidang informasi dan komunikasi. Kemajuan ini menyebabkan perubahan yang baik pada proses penyebarluasan berita.

Lain halnya dengan media cetak dan media elektronik yang hanya dipublikasikan pada waktu-waktu tertentu, media daring ini tidak terbatas ruang dan waktu. Artinya, media daring ini bisa diakses kapan pun dan di mana pun selagi pengguna memiliki perangkat elektronik yang terkoneksi internet dengan mengandalkan paket data atau terhubung dengan *Wi-Fi*. Walaupun demikian, memang di sisi lain harus diakui bahwa peminat media cetak berkurang, apalagi remaja hingga usia 20-an yang lebih aktif menggunakan media sosial dan asing dengan jenis media massa yang telah hadir lebih dahulu.

Media daring dikenal lebih efektif dalam hal pemublikasian berita. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, media daring memberitakan setiap hal secara cepat tanpa harus menunggu jadwal tayang/cetak. Hal tersebut juga diakui oleh staf ahli Menkominfo Henri Subiakto, yang menyatakan bahwa banyaknya orang yang mengakses berita dari media *online* karena kecepatan yang dimiliki media *online* dan tidak dimiliki oleh media cetak ataupun televisi (Kominfo.go.id, 11/09/2017). Metode pemublikasian media daring pun beragam, bisa melalui

website resmi media massa, akun resmi media massa di media sosial, iklan *browser* yang muncul di notifikasi ponsel, laman utama *browser*, iklan di media sosial, atau bahkan ada juga media sosial yang secara sengaja mengumpulkan berita daring dari berbagai sumber ke dalam salah satu fiturnya.

Selain media massa profesional, saat ini masyarakat juga bisa mengunggah berita ke internet. Seperti yang dikatakan Ginting, Zaini, Agustina, dan Septiani (2019, hlm. 28), perkembangan teknologi komunikasi dalam bidang jurnalistik ini memberi kesempatan kepada masyarakat untuk berkompetisi dengan media profesional dalam menyajikan informasi terbaru. Kegiatan menyajikan informasi oleh masyarakat dikenal dengan istilah *Citizen Journalism* atau jurnalis warga. Adanya kebebasan bagi siapa pun yang mampu menyajikan informasi untuk terlibat dalam proses pengungkahan berita pada media daring ini menambah saingan media massa untuk mendapat peminat. Dengan demikian, perlu adanya peningkatan proses pengolahan berita untuk menarik minat pembaca.

Banyaknya pengguna media daring sebagai penyebaran berita membuat jurnalis sebagai penulis berita sekreatif mungkin menarik minat pembaca untuk memilih membaca berita yang ditulisnya dibanding yang ditulis oleh media lain. Salah satu upaya dalam menarik pembaca ialah dengan memodifikasi judul berita menggunakan pemilihan diksi yang sedemikian rupa agar tidak monoton dan terlihat biasa saja. Saat ini judul berita yang unik dan membuat penasaran sudah cukup mudah ditemukan. Judul berita unik tersebut dikenal dengan sebutan *clickbait*. Istilah *clickbait* ini juga dapat disejajarkan dengan istilah umpan klik atau tautan jebakan. Pada awalnya, *clickbait headline* adalah *headline* yang digunakan dalam konten iklan banner situs yang dirancang untuk menarik pembaca agar meng-klik tautan yang menyertainya (Potthast, Köpsel, Stein, dan Hagen, 2016). Jadi, dapat dipastikan bahwa poin utama dalam berita dengan judul berkarakter *clickbait* ini adalah judulnya yang menarik perhatian dengan penggunaan bahasa yang disusun sedemikian rupa.

Berita merupakan informasi penting yang dibutuhkan setiap orang sehingga dengan adanya portal berita daring dapat mempermudah akses pencarian ataupun penyebaran berita. Selain dilihat dari segi pentingnya, pembaca juga melihat sisi menarik suatu berita. Hal ini merupakan celah bagi para jurnalis untuk

membuat judul berita semenarik mungkin sehingga pembaca memilih untuk membuka berita tersebut. Sayangnya, judul *clickbait* ini kerap kali hanya menyuguhkan penampilan yang cantik tanpa isi yang sesuai. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa judul berita memiliki efek tertentu, yaitu menarik minat pembaca. Pemilihan kata dan penggunaan tanda baca pun mendukung akan terciptanya efek tersebut. Coddington (2020, hlm. 432) mendefinisikan bahwa *clickbait* sebagai istilah untuk judul yang kemunculannya tidak lain untuk mendapatkan perhatian.

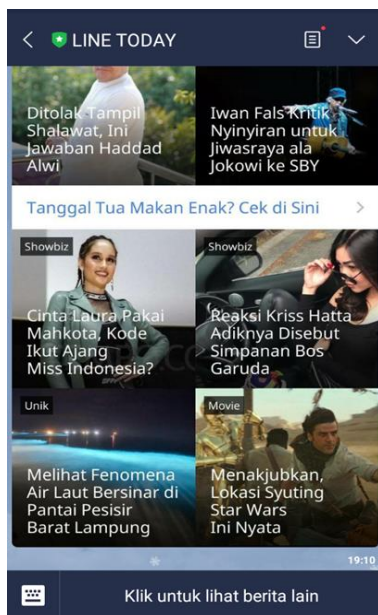
Sumber data pada penelitian ini ada pada aplikasi LINE, tepatnya pada fitur LINE TODAY. LINE sebagai media sosial berbasis komunikasi ini memiliki pesonanya sendiri. Terdapat efek atau tema yang muncul pada waktu-waktu spesial tertentu, seperti saat hari *valentine* atau pun saat natal. Efek spesial tersebut tidak bisa diprediksi kapan dan akan seperti apa penampakannya. Hal ini menjadi kejutan tersendiri bagi pengguna media sosial LINE. Pengguna LINE juga disuguhkan berbagai macam stiker yang bisa digunakan. Tidak hanya menggunakan karakter LINE, stiker yang disediakan pun beragam macamnya. Pengguna bisa mengunduh stiker yang ingin digunakan sesuai selera masing-masing. Ada pula fitur untuk mem-*posting* tulisan atau gambar, fitur telepon suara, dan telepon tatap muka. Selain itu, terdapat juga fitur LINE TODAY sebagai wadah berita daring.

Pemilihan objek pada penelitian ini berdasar pada beberapa pertimbangan, yaitu 1) LINE merupakan satu-satunya media sosial yang memiliki fitur portal berita secara khusus; 2) LINE merupakan *news aggregator* berbasis komunikasi pesan instan; 3) setiap harinya, fitur LINE TODAY memberi pemberitahuan mengenai berita terbaru melalui notifikasi pesan dan ruang obrolan; 4) LINE TODAY menempatkan sorotan beritanya di halaman *posting*-an akun dan selalu diperbaharui; 5) LINE TODAY memiliki beberapa opsi berita yang digeneralisasikan sesuai kategorinya.

LINE TODAY merupakan salah satu *news aggregator* ternama di Indonesia. Coddington (2020, hlm. 365) mendefinisikan bahwa kegiatan *news aggregation* atau agregasi berita sebagai praktik mengambil informasi dari sumber penerbitan pertama lalu diolah kemudian menerbitkannya kembali di suatu

tempat. Praktik agregasi berita ini cenderung berdampak positif bagi pegiatnya karena memungkinkan media yang dioperasikannya mendapatkan konten berita yang cepat dan populer. LINE disebut sebagai *news aggregator* karena LINE menyederhanakan pencarian berita melalui fitur LINE TODAY. Metode penyajian berita dilakukan dengan cara mengumpulkan berita dari berbagai sumber lalu menggeneralisasikan berita sesuai kategorinya, menampilkan berita mana saja yang populer, dan menawarkan berita pilihan yang sejenis dengan berita yang pernah dibaca sebelumnya oleh pemilik akun. Fitur LINE TODAY ini juga membuat pembaca dapat dengan mudah mengakses berita yang diminati karena selalu memberikan pemberitahuan berupa notifikasi berita terkini dan terpopuler pada ponsel penggunanya. Namun, di sisi lain praktik agregasi berita ini sering berkaitan dengan penggunaan judul *clickbait*.

Gambar 1.1, 1.2, 1.3 di bawah ini merupakan contoh tampilan fitur LINE TODAY.

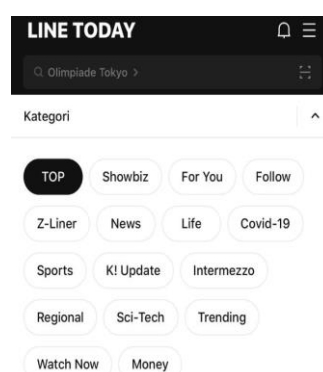


Gambar 1. 1 Tampilan Ruang Obrolan LINE TODAY



Gambar 1. 2 Halaman Posting-an LINE TODAY

Alfi Amelia Dewi,
KARAKTERISTIK, S
Universitas Pendi



TODAY
stakaan.upi.edu

Gambar 1. 3 Kategori Berita LINE TODAY

Penelitian mengenai judul *clickbait* ini sudah banyak dilakukan, baik di dalam maupun luar negeri. Salah satu peneliti *clickbait* di luar negeri, Kuiken (2017) meneliti media *online Blendle* dan mengemukakan tiga poin temuannya dari perspektif jurnalisme digital. Adapun ketiga poin tersebut adalah 1) data menunjukkan bahwa editor *Blendle* memang sering menggunakan fitur *clickbait* ketika menulis ulang berita utama; 2) sebagian besar, tetapi tidak semua, fitur *clickbait* mengarah pada peningkatan jumlah klik yang signifikan secara statistik; 3) tidak mungkin memperkirakan efektivitas tajuk hanya berdasarkan fitur *clickbait*. Penelitian tersebut merupakan gambaran keadaan penggunaan *clickbait* di luar negeri yang menarik perhatian, bukan hanya bagi pembaca berita, tetapi juga bagi peneliti atau pengamat yang mencakup bidang bahasa, komunikasi, juga jurnalistik.

Bidang kajian yang terkait pada penelitian ini ialah jurnalistik, analisis wacana, dan pragmatik. Demi mendapat hasil penelitian yang dapat menjawab pertanyaan penelitian, peneliti menggunakan analisis wacana model van Dijk. Sementara itu, teori pragmatik yang digunakan ialah implikatur yang melibatkan kajian tindak tutur ilokusi. Adapun komponen yang dianalisis ialah karakteristik, struktur, serta implikatur judul berita yang diambil dari fitur LINE TODAY.

Jurnalistik menjadi salah satu bidang kajian yang berhubungan dengan penelitian *clickbait*. Analisis judul *clickbait* ini erat kaitannya dengan kajian jurnalistik karena praktik penggunaannya ada pada ranah tersebut. Eksistensi penggunaan *clickbait* ini ada pada jenis media daring yang merupakan bukti kemajuan bidang jurnalistik. Jurnalistik juga merupakan bidang kajian yang berkaitan dengan komunikasi dan bahasa sehingga dapat menjadi rujukan teori karena masih satu rumpun ilmu sosial humaniora. Dalam konteks penelitian ini diperlukan analisis wacana untuk mengungkapkan manipulasi bahasa apa saja

yang ditemukan pada berita yang diteliti. Pada analisis wacana, struktur berita dikaji untuk memenuhi dan mendukung komponen penelitian satu sama lain.

Pada analisis wacana model van Dijk terdapat analisis elemen maksud dan praanggapan. Sorokina (2016) menjelaskan bahwa konsep praanggapan seringkali diartikan sebagai implikatur. Kedua konsep tersebut memang saling berkaitan karena keduanya mengkaji makna tersembunyi dan sama-sama berhubungan atau merujuk pada suatu pernyataan. Bedanya, implikatur menarik makna tersirat, sedangkan praanggapan memiliki rujukan sumber data yang memungkinkan untuk membentuk ujaran tertentu. Pada penelitian ini teori implikatur digunakan untuk menemukan makna yang tersirat juga sebagai upaya pengembangan analisis dari elemen praanggapan yang terdapat pada analisis wacana model van Dijk.

Praktik penggunaan *clickbait* dalam media daring ini tentu menjadi salah satu persoalan yang menarik di bidang jurnalistik. Salah satunya, Kertanegara (2018) meneliti penggunaan *clickbait headline* pada situs berita dan gaya hidup muslim Dream.co.id. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa artikel yang paling banyak dilihat sebagian besar menggunakan *clickbait headline* dengan teknik *catafora* dan telah memenuhi standar Kode Etik Jurnalistik dari dewan pers. Secara tidak langsung temuannya menghasilkan pernyataan yang menunjukkan bahwa penggunaan *clickbait* ini terbilang aman. Namun, karena batasan penelitiannya hanya pada media dream.co.id, pernyataan mengenai keamanan penggunaan *clickbait* ini juga bisa saja hanya mengarah pada media tersebut dan bukan berarti penggunaan *clickbait* pada media lain sama amannya.

Sementara itu, Hidayat (2019) meneliti penggunaan *clickbait* di media *online* Indonesia. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa secara umum penggunaan judul artikel *clickbait* banyak digunakan oleh media-media *online* untuk menarik minat pembaca. Cara yang dilakukan ialah dengan mengusik rasa penasaran yang timbul akibat adanya kesenjangan informasi antara apa yang pembaca ketahui dan apa yang ingin pembaca ketahui. Judul artikel *clickbait* banyak yang fokus pada subjek selebritas, rumor, dan akun fiktif bahkan ada yang tidak memiliki nilai berita sama sekali. Tujuan utama penggunaan judul artikel *clickbait* adalah mengarahkan agar kunjungan pengguna media *online* semakin meningkat sehingga pendapatan melalui iklan pun meningkat. Berdasarkan hasil

penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa secara gamblang penggunaan *clickbait* ini berkaitan dengan aspek ekonomi.

Penggunaan *clickbait* ini bahkan diandalkan salah satu media yang ada di Indonesia yaitu *idntimes.com* dengan menggunakan *listicle* pada judul beritanya. Perusahaan pers/media massa mengambil kendali yang cukup besar untuk memainkan berita yang akan dipublikasikan. Pada proses pengolahan berita, pers dapat mengatur seperti apa berita yang ingin disampaikan. Pengurangan atau melebih-lebihkan informasi, keberpihakan, membangun atau menjatuhkan, pilihan-pilihan seperti itu ada di tangan pers. van Dijk (2006, hlm. 366) menyatakan bahwa laporan berita merupakan wacana yang umum menggunakan teknik manipulasi. Dalam penelitian ini yang disoroti ialah mengenai permainan judul yang digunakan.

Pada 2016, Sorokina meneliti peran implikatur dan praanggapan pada ujaran manipulatif yang diucapkan laki-laki dan perempuan. Implikatur dan praanggapan merupakan dua teori yang mirip karena sama-sama mengkaji makna tersembunyi. Implikatur berasal dari kajian pragmatik, sedangkan praanggapan berasal dari kajian analisis wacana. Melihat penelitian tersebut peneliti mencoba menerapkan analisis implikatur dan praanggapan pada penelitian ini. Perbedaan dengan penelitian Sorokina ada pada objek yang diteliti. Sorokina meneliti ujaran/lisan, sementara objek pada penelitian ini adalah tulisan. Untuk mendukung rujukan tersebut, peneliti juga menemukan penelitian mengenai interpretasi implikatur pada linguistik dan jurnalisme. Mustafa (2010, hlm. 41) menyatakan bahwa implikatur dapat diamati dalam judul berita. Hal ini berkaitan dengan teori Grice yang mengatakan bahwa pembuatan judul berita berkaitan dengan maksim cara yang mendesak penutur untuk berbicara singkat dan teratur. Sayangnya dalam judul berita, maksim cara ini biasanya dilanggar, karena keperluan menarik minat pembaca. Hal tersebut menyebabkan judul berita ditulis ambigu.

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas dapat diketahui bahwa analisis terhadap *clickbait* ini menghasilkan beragam temuan yang mencakup aspek kebahasaan, komunikasi, jurnalistik, bahkan hingga ekonomi bisnis. Walaupun penelitian-penelitian tersebut sudah menghasilkan temuan yang mencakup berbagai aspek, penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

Perbedaannya terdapat pada media yang menjadi sumber penelitian, cakupan, serta hasil penelitian.

Pada rujukan penelitian terdahulu belum ada analisis terhadap media LINE TODAY. Cakupannya pun berbeda karena pada penelitian ini data diambil dari LINE TODAY yang merupakan salah satu *news aggregator* di Indonesia. Berbeda dengan suatu media tertentu yang hanya menciptakan berita lalu memublikasikannya, *news aggregator* adalah media yang menghimpun berita dari berbagai sumber sehingga terdapat pemilahan berita sebelum akhirnya dipublikasikan. Selanjutnya, penelitian ini merupakan penelitian lanjutan tentang penggunaan *clickbait* pada LINE TODAY karena bidang kajiannya turut menyertakan pragmatik di samping analisis wacana. Dengan demikian, topik ini memenuhi unsur kebaruan serta merupakan isu yang penting dan menarik untuk dijadikan sebagai masalah pokok dalam penelitian ini.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah pokok dalam penelitian ini ialah “penggunaan bahasa di ruang virtual rentan menimbulkan masalah komunikasi”. Untuk menjawab masalah pokok tersebut, pertanyaan penelitiannya ialah sebagai berikut.

- (1) Bagaimana karakteristik judul berita *clickbait* pada halaman utama fitur LINE TODAY?
- (2) Bagaimana struktur berita dengan judul berkarakter *clickbait* pada halaman utama fitur LINE TODAY?
- (3) Bagaimana implikatur yang terdapat pada judul berita *clickbait* di halaman utama fitur LINE TODAY?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

- (1) mengklasifikasi karakteristik judul berita *clickbait* pada halaman utama fitur LINE TODAY;
- (2) mengetahui struktur berita dengan judul berkarakter *clickbait* pada halaman utama fitur LINE TODAY;

- (3) mengidentifikasi implikatur yang terdapat pada judul berita *clickbait* pada halaman utama fitur LINE TODAY.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara luas, baik berupa manfaat teoretis maupun praktis. Adapun rincian manfaatnya ialah sebagai berikut.

- (1) Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan analisis bagi perkembangan disiplin ilmu analisis wacana dan pragmatik mengenai penggunaan judul *clickbait* di Indonesia yang juga berkaitan dengan dunia jurnalistik. Tentunya penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumbangan keilmuan bagi mahasiswa yang mendalami ilmu bahasa dan komunikasi secara umum.
- (2) Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu usaha teguran bagi jurnalis agar membuat judul berita yang menarik, tetapi sesuai dengan isinya. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai judul berita *clickbait* agar pembaca tidak mudah berekspektasi tinggi dan tertipu. Dengan kata lain, kepekaan masyarakat terhadap berita *clickbait* diharapkan akan meningkat dengan adanya penelitian ini. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memiliki daya jangkau hingga ke tingkat global. Walaupun data yang diambil berskala nasional, hasil temuan dapat digunakan secara global. Hal tersebut dapat terjadi karena permasalahan mengenai judul *clickbait* tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi juga di luar negeri.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional menjelaskan istilah-istilah yang ada dalam penelitian ini. Adapun uraiannya adalah sebagai berikut.

- (1) *Clickbait* merupakan istilah untuk judul yang muncul pada LINE TODAY tidak lain untuk mendapatkan perhatian pembaca.
- (2) LINE TODAY merupakan fitur berita yang terdapat pada aplikasi LINE.

- (3) LINE adalah media sosial berbasis komunikasi dan berperan sebagai *news aggregator*.
- (4) *News aggregator* adalah istilah yang digunakan untuk media pengumpul dan pemublikasi ulang berita.

F. Struktur Organisasi Skripsi

Struktur organisasi skripsi ini terdiri dari lima bab, dimulai dari pengenalan penelitian yang menjelaskan latar belakang serta penguatan alasan dilakukannya penelitian di bab I, hingga penutup di bab V.

Bab I yang merupakan bagian awal dari skripsi menjelaskan pendahuluan. Adapun urutannya dimulai dari latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hingga struktur organisasi penelitian. Bab II merupakan bagian yang berisi kajian pustaka dan hipotesis penelitian. Pada Bab ini dipaparkan landasan teoretis yang digunakan dalam menyusun pertanyaan penelitian, tujuan, serta hipotesis. Bab II terdiri dari teori-teori, konsep, serta turunannya pada bidang yang dikaji. Bab III berisi penjabaran yang rinci mengenai metode penelitian yang terdiri dari desain penelitian, partisipan dan tempat penelitian, pengumpulan data, dan analisis data.

Bab IV berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan yang memuat temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, serta pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Bab V menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian. Bab V terdiri dari simpulan, implikasi, dan rekomendasi.