

## Penggunaan Umpan Klik pada Situs Grid.id

Mediani Tri Rahmawati, Zulfebriges, Dadi Ahmadi\*

*Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia*

### ARTICLE INFO

#### Article history :

Received : 13/09/2023

Revised : 12/12/2023

Published : 25/12/2023



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 3

No. : 2

Halaman : 123 - 132

Terbitan : **Desember 2023**

### ABSTRAK

Pemberitaan di media online mulai beragam, pemberitaan saat ini terkadang ditambahi dengan maraknya fenomena umpan klik (clickbait). Tak jarang umpan klik ini menggiring rasa penasaran pembaca serta membentuk opini baru yang memancing emosi publik terhadap berita yang disampaikan. Maraknya penggunaan umpan klik menarik perhatian pembaca karena harus mengklik laman tersebut untuk membaca beritanya lebih lanjut. Maka dari itu penelitian ini meneliti penggunaan umpan klik terkait pemberitaan Najwa Shihab di situs Grid.id. Peneliti mencari tahu bagaimana kategori pemberitaan, teknik penggunaan umpan klik dan juga unsur umpan klik yang digunakan oleh situs Grid.id dalam pemberitaan Najwa Shihab. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis analisis isi deskriptif. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori CMC, proses komunikasi yang dipertarai perangkat keras seperti komputer. Sampel penelitian ini adalah keseluruhan populasi berita terkait Najwa Shihab edisi bulan Januari hingga Maret 2023 yang berjumlah 18 berita. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemberitaan Najwa Shihab di Grid.id pada bulan Januari hingga Maret 2023 masuk ke dalam kategori berita lunak atau soft news. Selain itu 75% dari pemberitaan Najwa Shihab ditemukan menggunakan teknik clickbait wacana deixis. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa 41% berita Najwa Shihab bulan Januari hingga Maret 2023 menggunakan unsur formatting.

**Kata Kunci :** Media Online; Portal Beirta; Judul Clickbait.

### ABSTRACT

Coverage in online media has also begun to vary, even current news is sometimes supplemented by the rise of the clickbait phenomenon. Not infrequently this click bait leads to readers' curiosity and forms new opinions that provoke public emotion towards the news conveyed. The widespread use of click bait attracts readers' attention because they have to click on the page to read more about the story. Therefore this study examines the use of click bait related to Najwa Shihab's news on the Grid.id site. Researchers find out how news categories, techniques for using click bait and also click bait elements used by the Grid.id site in reporting on Najwa Shihab. This study uses a quantitative method with a type of descriptive content analysis. The theory used in this study is the theory of CMC, a communication process mediated by hardware such as computers. The sample for this research is the entire population of news related to the January to March 2023 editions of Najwa Shihab, totaling 18 news stories. The results of this study indicate that the reporting of Najwa Shihab on Grid.id from January to March 2023 falls into the soft news category. In addition, 75% of Najwa Shihab's reporting was found to use the clickbait technique of deixis discourse. In addition, this research shows that 41% of Najwa Shihab's news from January to March 2023 uses formatting elements.

**Keywords :** Online Media; News Portal; Clickbait Titles.

© 2023 Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital Unisba Press. All rights reserved.

## A. Pendahuluan

Proses digitalisasi ini tentu melalui banyak tahapan, khususnya dalam bidang komunikasi. Sebelum pandemi Covid-19 komunikasi memang sudah dipermudah, tapi pasca pandemi ini memberikan banyak sudut pandang akan canggihnya teknologi saat ini.

Era digitalisasi menjadikan kita sebagai manusia berselancar mencari informasi dengan cepat. Ditambah dengan kecepatan internet yang dalam hitungan beberapa detik saja untuk mencari informasi yang ingin kita cari. Di Indonesia, jumlah pengguna internet akan semakin meningkat setiap tahunnya. Dilansir dari dataindonesia.id, survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan ada sekitar 210 juta pengguna internet pada periode 2021 hingga 2022. Jumlah tersebut meningkat 6,78% dibandingkan periode sebelumnya.

Dengan adanya teknologi baru, cara jurnalisme dalam melakukan produksi dan penyebaran berita berubah. Teknologinya membuat jaringan yang paling kapabel dibanding dengan media massa lainnya. Menurut Santana (2017), koran dan majalah memiliki batasan jadwal terbit pagi dan sore hari, serta terbatasnya jangkauan distribusi (ongkos), dan pola bacaan didominasi oleh teks. Teknologi internet mengintegrasikan kelebihan dan memperbaiki kekurangan, baik itu media cetak maupun elektronik.

Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (3) tahun 2022, portal berita merupakan konten internet yang sering diakses kelima setelah media sosial, chatting online, shopping online, dan game online. Maka dari itu dalam mendapatkan informasi pada saat ini situs berita online menjadi salah satu acuannya.

Pemanfaatan media online dengan baik menjadi sebuah kemudahan di era digital ini. Ditambah lagi situs berita online memiliki banyak kategori berita yang diinginkan oleh pembacanya. Beragam rubrik disediakan untuk menarik banyak pembaca mengklik situs berita online tersebut.

Menurut Santana, berita bisa diatur secara anytime, anywhere, dan anyplace oleh penerima. Teknologi digital memungkinkan kita untuk memproses dan mendiseminasikan berita secara cepat dan tanpa harus menunggu jadwal terbit pada media cetak yang masih menggunakan sistem analog elektronika. Fitur-fitur baru yang terus dikembangkan pada teknologi digital juga memberikan kemungkinan yang tak terbatas dalam hal pengolahan dan penyebaran berita.

Pemberitaan yang ada pada portal berita memiliki banyak kategori. Secara umum, terdapat lima jenis berita yang dibedakan yaitu straight news atau berita langsung, opinion news, berita interpretasi, depth news, dan berita investigasi. Dari kelima pemberitaan ini yang sering ada di sekitar kita adalah straight news atau berita langsung, dibagi menjadi dua jenis yaitu hard news (berita keras) dan soft news (berita lunak).

Dalam pembuatan sebuah berita tentu saja ada judul yang membuka berita tersebut. Tidak mungkin apabila dalam sebuah berita tidak terdapat judul. Para pembaca tentu saja mencari informasi berdasarkan apa yang ingin dicari dan melihat dari judulnya terlebih dahulu. Para pembaca dapat melihat keberagamanninformasi dari judul berita yang menarik perhatian, dari judul tersebut pembaca memutuskan untuk melanjutkan membaca atau hanya membaca judulnya saja. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa setiap saat akan membaca sebuah berita, tentu saja judul yang menariklah atau yang memang ingin dibaca beritanya.

Pada sebuah artikel menyatakan wartawan harian koran Sumeks Sumatera Selatan, Martha S.Si (2022). penulisan judul berita sangat mempengaruhi minat baca masyarakat. Apabila judul berita menarik pasti pembaca tertarik membaca berita tersebut. Maka dari itu di era digital ini marak clickbait atau umpan klik di media-media, khususnya media online. Clickbait atau umpan klik merupakan unsur dalam berita dengan tujuan mendapatkannpenghasilan iklan daring. Biasanya mengorbankan kualitas kuantitas, maupun akurasi dengan bergantung pada judul yang sensasional atau menarik perhatian pembaca dengan gambar deskriptif.

Menurut Trystyanda, Rizki dan Dhanurwendo (2021), budaya clickbait mendapat reaksi beragam dalam *headline* di era digital, ada yang mendukung, ada yang menentang. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa penggunaan klik respon positif pada tajuk berita dapat melibatkan pembaca dan secara tidak langsung meningkatkan rasa ingin tahu. Namun, kelemahan menggunakan clickbait adalah kemungkinan data palsu. Karena *web editor* terkadang hanya fokus pada jumlah pengunjung halaman saja tanpa memperhatikan kebenaran dan kehandalan informasinya.

Dari penjelasan *clickbait* selama ini, bisa disimpulkan bahwa judul adalah faktor terpenting untuk menarik perhatian pembaca. Keingintahuan pembaca membuat mereka mengklik halaman dan membaca pesan terbuka. Headline menjadi bagian penting jika dilihat dari perspektif media online. Seperti yang biasa kita lihat di situs berita online, tidak jarang media membuat headline yang sengaja menyesatkan pembaca.

*Clickbait* menurut Tea, Vijgen dan Bloom & Hansen (dalam Kertanegara) (2018). Teknik yang dapat digunakan antara lain: (1) penggunaan kalimat atau frasa tanya, seperti ‘Apakah kamu tahu?’, (2) penggunaan kalimat atau frasa seruan (interjeksi), seperti ‘Wow!’, ‘Keren!’ dsb. (3) menggunakan listicle dengan memulai headline dengan nomor, seperti ‘10 cara untuk meningkatkan kreativitas Anda’, dan (4) menggunakan wacana deixis atau frasa catafora seperti ‘ini’ untuk menunjukkan waktu, tempat, atau situasi.

Menurut Biyani, Tsioutsoulouklis, dan Blackmer (2016), ada 8 jenis unsur *clickbait* diantaranya *exaggeration, teasing, inflammatory, formatting, graphic, bait and switch, ambiguous, dan wrong*. Kedelapan unsur ini akan menjadi acuan peneliti untuk meneliti lebih lanjut terkait penggunaan umpan klik di portal Grid.id.

Pemilihan media Grid.id juga dipertimbangkan karena Grid.id sendiri merupakan bagian dari Grid Network. Dikenal juga dengan bidang publishing khusus majalah yang memproduksi dan mendistribusikan berita hiburan dan gaya hidup yang ada dibawah naungan Kompas Media Grup. Ada banyak majalah yang termasuk ke dalam Grid Network, salah satunya ada Grid.id, yang masuk ke dalam divisi Female and Kids Media. Selain itu media grid.id dikenal sebagai portal berita lifestyle dan entertainment yang masih dikelola oleh Kompas Gramedia grup. Grid.id juga portal berita yang lahir di atas fondasi keahlian dan keterampilan Gramedia Majalah. Sehingga portal berita ini sedikit berbeda karena berita yang disajikan pun dilihat dari sudut pandang wanita dan kaum milenial.

Peneliti memfokuskan pemberitaan seorang jurnalis yang terkenal di Indonesia yakni Najwa Shihab. Dikenal sebagai seorang presenter, jurnalis, aktris, feminis, dan juga aktivis. Ia juga merupakan duta baca Indonesia pada tahun 2016 hingga 2020. Najwa Shihab menjadi sosok perempuan cerdas yang inspiratif dan masuk ke dalam tokoh paling berpengaruh di Indonesia karena pemikirannya.

Najwa Shihab memimpin acara Mata Najwa yang merupakan acara bincang-bincang dengan tokoh-tokoh yang berpengaruh. Najwa Shihab juga mempunyai perusahaan konten digital yang bernama Narasi TV. Nama Najwa Shihab juga menjadi semakin banyak diketahui karena merupakan anak dari pejabat penting di Indonesia yakni Quraish Shihab yang merupakan Menteri Agama ada saat masa Presiden Habibie.

Najwa Shihab terkenal juga dengan liputan pasca tsunami Aceh tahun 2004. Ia mendapat banyak apresiasi dari masyarakat karena liputan yang dilakukannya menjadikan masyarakat berempati dan meningkatkan kepedulian terhadap bencana alam. Liputan yang dibawakannya menjadi sangat emosional karena pembawaannya ketika laporan secara langsung. Ketika meliput tsunami Aceh tersebut, Najwa Shihab mendapatkan penghargaan dari Persatuan Wartawan Indonesia (PWI). Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka peneliti meneliti “Penggunaan Umpan Klik pada Situs Grid.id”.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “bagaimana penggunaan umpan klik pada situs Grid.id?”. selanjutnya tujuan dalam penelitian ini diuraikan sbb. (1) Untuk mengetahui kategori pemberitaan Najwa Shihab di Grid.id edisi bulan Januari-Maret 2023. (2) Untuk mengetahui teknik penggunaan umpan klik pada judul pemberitaan Najwa Shihab edisi bulan Januari-Maret 2023 di situs Grid.id. (3) Untuk mengetahui unsur umpan klik yang digunakan Grid.id pada judul berita Najwa Shihab edisi bulan Januari-Maret 2023.

## **B. Metode Penelitian**

Peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis isi deskriptif. Teknik penelitian yang berorientasi pada data dan bertujuan untuk menggambarkan ciri-ciri isi suatu konten dan menyimpulkan tentang isi tersebut secara ilmiah. Sampel yang diambil merupakan keseluruhan dari populasi yang ada dengan jumlah 18 berita. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi dan studi literatur (Sugiyono 2008). Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis deskriptif dengan menggunakan analisis univariat dengan menggunakan pengolahan *coding* (Huberman and Miles 1992).

### C. Hasil dan Pembahasan

Peneliti mengklasifikasi berita, meliputi kategori berita (*soft news/ hard news*), teknik *clickbait*, dan unsur *clickbait*. Dengan menggunakan rumus persentase frekuensi deskriptif kuantitatif dan rumus Holsti. Maka hasil temuan penelitian dinyatakan sbb.

#### Kategori Pemberitaan Najwa Shihab di Situs Grid.id Edisi Bulan Januari-Maret 2023

Dengan menggunakan rumus frekuensi untuk penelitian deskriptif peneliti menemukan hasil persentase dari frekuensi yang ada pada lembar coding yang telah diisi. Dari lembar coding yang telah dilakukan oleh peneliti dengan para coder diakumulasikan dalam tabel berikut.

**Tabel 1.** Kategori Pemberitaan

No.	Kategori Pemberitaan	Coder			Jumlah
		Doddy (Coder 1)	Renaldi (Coder 2)	Mediani (Coder 3)	
1.	<i>Soft news</i>	18	16	18	52
2.	<i>Hard news</i>	0	2	0	2

Sumber: Lembar Coding dan Olahan Peneliti

Ditemukan bahwa kategori pemberitaan Najwa Shihab di Situs Grid.id Edisi Januari-Maret 2023 yakni 96%. Angka persentase tersebut masuk ke dalam makna sangat kuat/sangat tinggi. Persentase besar tersebut ada dalam kategori *soft news* atau berita lunak.

Uji reliabilitas yang dilakukan dengan kedua coder menghasilkan *Coeficien Reliabilitas* (CR) yang berbeda. Uji dengan coder 1 menghasilkan angka 1 atau jika dipersentasekan menjadi 100% reliabel. Sedangkan dengan coder 2 menghasilkan 0,94 atau dalam bentuk persentase yakni 94%. Angka pada koefisien ini menunjukkan bahwa terjadi kesepakatan diantara para coder terkait dengan kategori berita soft news Najwa Shihab di situs Grid.id edisi Januari-Maret 2023.

Berita lunak atau soft news biasanya kurang penting karena menghibur, walau kadang memuat informasi penting. Salah satu berita yang diterbitkan oleh Grid.id terkait Najwa Shihab seperti berikut ini.

#### Miliki Paras Bak Pangeran Arab, Inilah Sosok Putra Najwa Shihab



Sumber: Grid.id

**Gambar 1.** Grid.id

Melihat dari judul berita yang dicantumkan, berita tersebut terlihat ringan karena berita tersebut tidak terlalu penting. Pemberitaan sosok putra dari Najwa Shihab yang disebut memiliki paras yang menawan tersebut tidak termasuk ke dalam berita keras atau hard news.

#### Penggunaan Teknik *Clickbait* Pemberitaan Najwa Shihab di Situs Grid.id

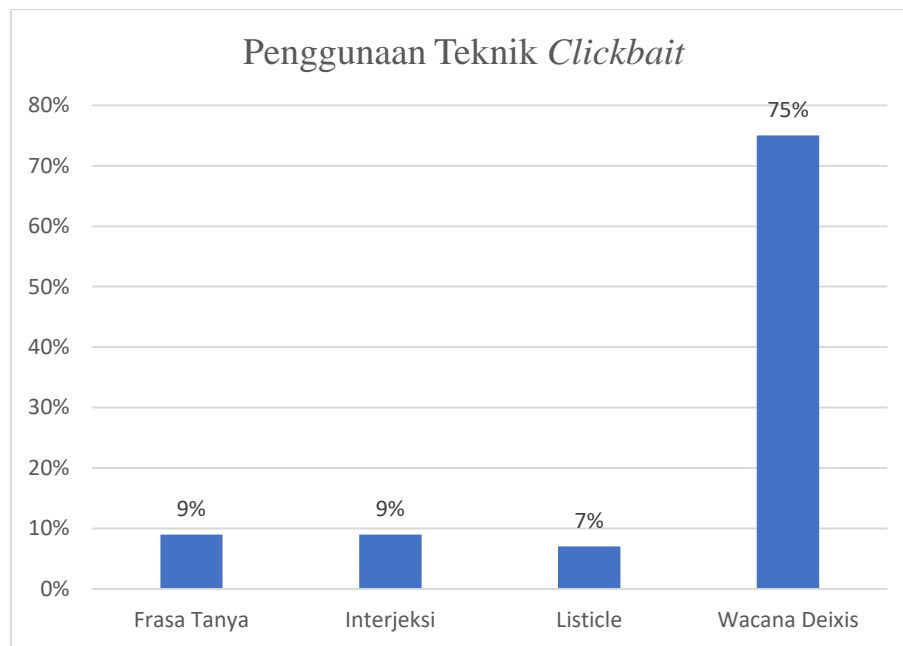
Teknik *clickbait* yang dijadikan sebagai referensi adalah teknik yang dikemukakan oleh Tea, Vijgen, dan Bloom dalam salah satu jurnal milik M. Rizky Kertanegara. Hasil *coding* teknik *clickbait* ada pada tabel berikut.

**Tabel 2.** Penggunaan Teknik *Clickbait*

No.	Kategori Pemberitaan	Coder			Jumlah
		Doddy (Coder 1)	Renaldi (Coder 2)	Mediani (Coder 3)	
1.	Frasa tanya	2	1	2	5
2.	Interjeksi	0	3	2	5
3.	Listicle	0	3	1	4
4.	Wacana <i>Deixis</i>	16	11	13	40

Sumber: Lembar *Coding* dan Olahan Peneliti

Hasil dari *coding* tersebut digambarkan dalam bentuk diagram berikut.



Sumber: Olahan Peneliti

**Gambar 2.** Diagram Persentase Teknik *Clickbait*

Sebesar 75% berita Najwa Shihab di Grid.id disepakati oleh para coder menggunakan teknik wacana *deixis*. Teknik ini cenderung menggunakan kata-kata yang membutuhkan konteks situasi. Seperti yang ada pada salah satu sampel berita dengan judul “Ganteng Bak Pangeran Arab, Inilah Sosok Putra Najwa Shihab yang Sudah Tumbuh Dewasa, Wajahnya Plek Ketiplek sang Mama: Ganteng Amat Sih”. Berita-berita yang menggunakan konteks situasi tersebut ditemukan sebesar 75% atau dalam makna yang tinggi.

Pada tabel nilai analisis isi menurut Sugiyono dalam (Syade 2020) jumlah persentase 65%-85% dinyatakan memiliki makna yang tinggi. Namun untuk sejumlah pemberitaan Najwa Shihab ini 75% adalah yang tertinggi diantara jumlah persentase lainnya.

Menurut Kertanegara (6), wacana *deixis* atau frasa catafora ditandai dengan penggunaan kata ‘ini’. Berita-berita dengan menggunakan kata ‘ini’ tergolong sebanyak 75%. Beberapa berita yang dinilai menggunakan wacana *deixis* sebagai berikut.

**Sosok Paman Najwa Shihab yang Plek Ketiplek dengan Quraish Shihab, Latar Belakangnya Mentereng dan Punya Hobi Sejuta Umat Ini**



Sumber: Grid.id

**Gambar 3.** Berita yang Menggunakan Wacana *Deixis*

Penggunaan kata 'ini' pada gambar di atas menyatakan bahwa berita tersebut menggunakan teknik wacana deixis. Merujuk pada suatu situasi yang mana menunjukkan suatu berita dapat menarik perhatian pembaca. Dengan menggunakan kata 'ini' memperlihatkan bahwa berita tersebut menggunakan umpan klik agar pembaca mengklik judul berita tersebut.

Dari 18 berita yang diambil sebagai sampel, ada 10 berita yang menggunakan teknik wacana deixis ini. Penggunaan kata 'ini' atau 'inilah' yang memicu pembaca untuk mengklik berita tersebut. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan wacana deixis sering digunakan pada pemberitaan Najwa Shihab di situs Grid.id.

Pada urutan kedua teknik clickbait yang digunakan oleh Grid.id adalah teknik frasa tanya. Menurut Romli (2020) judul berita yang berupa kalimat tanya sudah lama menjadi "perdebatan". Dari kesimpulan perdebatan tersebut judul berita yang merupakan kalimat tanya dinyatakan tidak efektif, bisa masuk ke dalam "jurnalisme tidak bertanggungjawab", dan sang wartawan bisa dianggap "ikut arus" menjadi "wartawan gosip".

**Foto Masa Kecil Najwa Shihab Plek Ketiplek Ratu Elizabeth II? Foto ini Jadi Bukti Kecantikan Sang Jurnalis**



Sumber: Grid.id

**Gambar 4.** Berita yang Menggunakan Frasa Tanya

Posisi ketiga teknik clickbait yang paling banyak digunakan adalah teknik interjeksi. Dengan menggunakan kalimat seruan atau frasa seruan pada judul pemberitaan. Judul pemberitaan dengan tambahan tanda seru menjadi teknik clickbait urutan kedua yang dilakukan Grid.id. Urutan terakhir berdasarkan gambar diagram adalah teknik listicle. Jumlah persentase penggunaan teknik *listicle* merupakan yang paling rendah yakni 7% dalam pemberitaan Najwa Shihab di situs Grid.id edisi Januari-Maret 2023.

**Penggunaan Unsur *Clickbait* Pemberitaan Najwa Shihab di Situs Grid.id**

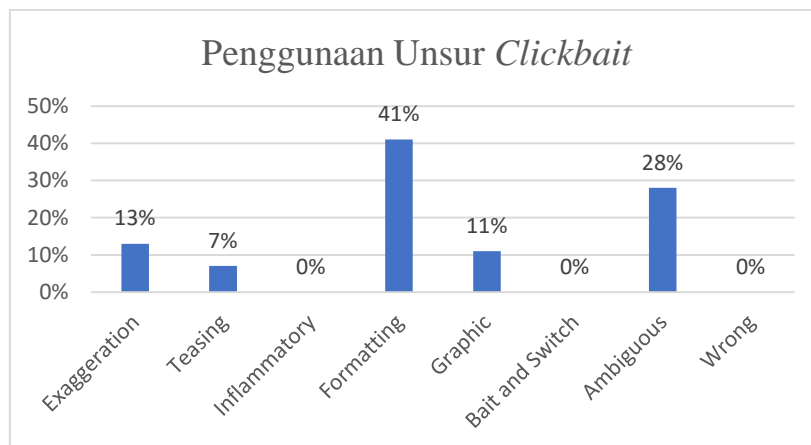
Unsur-unsur ini terdiri dari 8 unsur yang dikemukakan oleh Biyani, Tsioutsoulis, dan Blackmer (7). Kedelapan unsur tersebut diantaranya adalah (1) exaggeration, (2) teasing, (3) inflammatory, (4) formatting, (5) graphic, (6) bait and switch, (7) ambiguous, (8) wrong. Berikut merupakan tabel hasil pengkodean yang dilakukan oleh para coder.

**Tabel 3.** Penggunaan Unsur *Clickbait*

No.	Kategori Pemberitaan	Coder			Jumlah
		Doddy (Coder 1)	Renaldi (Coder 2)	Mediani (Coder 3)	
1.	Exaggeration	1	4	2	7
2.	Teasing	2	1	1	4
3.	Inflammatory	0	0	0	0
4.	Formatting	9	5	8	22
5.	Graphic	0	3	3	6
6.	Bait and Switch	0	0	0	0
7.	Ambiguous	6	5	4	15
8.	Wrong	0	0	0	0

Sumber: Lembar *Coding* dan Olahan Peneliti

Pada tabel di atas terlihat dari hasil jumlah bahwa penggunaan unsur *formatting* lebih banyak. Dengan menghitung persentase dihasilkan bahwa unsur *formatting* digunakan sebanyak 41% pada pemberitaan Najwa Shihab di Grid.id edisi Januari-Maret 2023. Persentase tersebut dilihat dari diagram di bawah ini.



Sumber: Olahan Peneliti

**Gambar 5.** Diagram Persentase Unsur *Clickbait*

Berdasarkan hasil persentase yang telah dilakukan, pemberitaan Najwa Shihab di situs Grid.id banyak menggunakan unsur *formatting*. Nilai persentase *formatting* adalah 41%. Berdasarkan hasil perhitungan frekuensi ketiga coder unsur *formatting* merupakan unsur yang sering digunakan. Menurut Hadiyat (2019), *formatting* merupakan judul yang selalu sering menggunakan huruf kapital atau tanda baca, utamanya huruf kapital atau tanda seru.

Unsur *formatting* pada pemberitaan Najwa Shihab merupakan yang paling banyak diantara 7 unsur *clickbait* lainnya. Melihat bagaimana media sekarang berlomba-lomba untuk mendapat feedback dari pembaca menjadikan kepentingan jurnalisme urusan belakang.





Sumber: Grid.id

**Gambar 6.** Berita yang Menggunakan Unsur *Formatting*

Seperti halnya berita di atas terlihat jelas menggunakan unsur *formatting*. Dijelaskan oleh Biyani, Tsioutsoulouklis, dan Blackmer (7) *formatting* didefinisikan *overuse of capitalization/punctuation, particularly ALL CAPS or exclamation points*. Penggunaan huruf kapital pada berita menjadikan judul tersebut berlebihan ditambah dengan adanya kata seru yang diikuti di akhir kata yang menggunakan huruf kapital. Walaupun tujuan dari penggunaan tanda baca tersebut adalah untuk menarik perhatian, namun dengan ditambahkan huruf kapital.

Persentase penggunaan unsur clickbait terbesar kedua setelah *formatting* adalah *ambiguous*. Menurut Biyani, Tsioutsoulouklis, dan Blackmer (7), unsur *ambiguous* didefinisikan sebagai judul yang tidak jelas atau membingungkan. Sebanyak 28% pemberitaan Najwa Shihab di situs Grid.id menggunakan unsur *ambiguous*.



Sumber: Grid.id

**Gambar 7.** Berita yang Menggunakan Unsur *Ambiguous*

Berita di atas dinyatakan menggunakan unsur *ambiguous*. Judul berita tersebut menuliskan ‘... Jadi Sorotan’, seperti dengan sengaja menyimpan kata-kata tersebut agar pembaca mengklik tautan berita.

Contoh berita lainnya ada pada gambar di bawah, dimana pada judulnya dikatakan ‘... Salah Satunya Geluti Profesi Mentereng di Negeri Ini’. Kata-kata tersebut dapat dikatakan ambigu karena profesi mentereng di negeri ini itu seperti apa, yang bagaimana, dan mengapa dikatakan hal demikian. Pemberitaan semacam ini dapat menyebabkan banyak persepsi yang terjadi diantara para pembaca. Berdasarkan KBBI (11), mentereng diartikan sebagai (serba) baik, mewah, hebat, menimbulkan rasa kagum. Dengan penjelasan tersebut dinyatakan bahwa judul berita ini mengandung ambigu karena tidak jelas maksud dan tujuan yang pastinya.



**Bapaknya Pendakwah Kondang  
Indonesia, Inilah 3 Saudara Najwa  
Shihab, Salah Satunya Geluti Profesi  
Mentereng di Negeri ini**



**Gambar 8.** Berita yang Menggunakan Unsur *Ambiguous*

Kemudian unsur urutan ketiga yang digunakan oleh situs Grid.id adalah *exaggeration* senilai 13%. Pemberitaan dengan persentase tertinggi keempat adalah unsur *graphic*. Dengan melakukan hitungan persentase frekuensi *graphic* ada senilai 11%. Pada pemberitaan Najwa Shihab di situs Grid.id edisi Januari-Maret 2023 ini ditemukan unsur *graphic* pada judul beritanya.

Selain itu ada pula unsur lain yang digunakan oleh Grid.id dalam memberitakan Najwa Shihab di bulan Januari hingga Maret 2023. Unsur tersebut adalah *teasing* sebanyak 7%. Sementara untuk unsur *inflammatory*, *bait and switch*, dan *wrong* tidak ditemukan pada pemberitaan Najwa Shihab di situs Grid.id edisi Januari hingga Maret 2023.

Hasil pembahasan ini tidak membenarkan sebuah media menggunakan umpan klik atau clickbait. Tujuan dari umpan klik sendiri menjadikan rasa ingin tahu pada pembaca agar membaca berita tersebut. Ketika sebuah judul dianggap menarik dan dapat memikat pembaca, maka dari hal tersebutlah pembaca mengklik tautan berita tersebut. Penggunaan umpan klik tidak dibenarkan sama sekali sekalipun masih tetap dilakukan tapi setidaknya bisa dikurangi. Menurut Romli (9) umumnya umpan klik cenderung merupakan penipuan terhadap pembaca atau tidak sesuai dengan harapan dan imajinasi mereka.

Maka dari itu di era digital ini harus lebih memperhatikan kembali apabila ingin mencari informasi atau sedang membaca informasi di portal berita. Menurut Solihin *etc.* (2022) media-media menggunakan strategi clickbait untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada portal berita merek. Semakin berkembangnya era digitalisasi ini memungkinkan banyaknya orang-orang yang terjebak pada pemberitaan dengan penggunaan umpan klik.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

Kategori pemberitaan yang digunakan pada berita Najwa Shihab edisi Januari-Maret 2023 di Grid.id menggunakan berita lunak atau soft news. Grid.id yang merupakan media yang berfokus pada dunia entertainment mempublikasikan beritanya dengan kategori berita lunak.

Teknik umpan klik (clickbait) yang digunakan pada pemberitaan Najwa Shihab edisi Januari-Maret 2023 di Grid.id sejumlah 75% menggunakan wacana deixis. Teknik ini menggunakan kata-kata yang membutuhkan konteks situasi. Seperti dengan menggunakan kata 'ini' atau 'inilah'. Namun demikian teknik lain pun masih digunakan, seperti teknik frasa tanya dan interjeksi yang mencapai 9%.

Unsur umpan klik (clickbait) yang digunakan pada pemberitaan Najwa Shihab edisi Januari-Maret 2023 di Grid.id sejumlah 41% menggunakan unsur formatting. Berdasarkan hasil rumus persentase frekuensi yang dilakukan, terdapat 5 unsur yang digunakan pada pemberitaan Najwa Shihab di Grid.id edisi Januari-Maret 2023. diurutkan dari yang tertinggi adalah unsur ambiguous sejumlah 28%, *exaggeration* 13%, *graphic* 11%, dan *teasing* 7%. Ketiga unsur lainnya yakni *inflammatory*, *bait and switch* dan *wrong* tidak ditemukan pada pemberitaan Najwa Shihab edisi Januari-Maret 2023 di Grid.id.

## Daftar Pustaka

- Biyani, Prakhar, Kostas Tsioutsoulouklis, and John Blackmer. 2016. "8 Amazing Secrets for Getting More Clicks": Detecting Clickbaits in News Streams Using Article Informality." *Thirtieth AAAI Conference on Artificial Intelligence* 30(1). doi: <https://doi.org/10.1609/aaai.v30i1.9966>.
- Hadiyat, Yayat D. 2019. "Clickbait Di Media Online Indonesia." *Jurnal Perkomnas* 4(1):1–10.
- Huberman, and Miles. 1992. "Teknik Pengumpulan Dan Analisis Data Kualitatif." *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 02(1998):1–11.
- Kertanegara, M. Rizky. 2018. "Penggunaan Clickbait Headline Pada Situs Berita Dan Gaya Hidup Muslim Dream.Co.Id. MediaTor." *Jurnal Komunikasi* 11(6).
- M. Romli, Asep Syamsul. 2020. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Bandung: Nuansa Cendekia.
- Martha. 2022. "Judul Berita Pengaruh Minat Pembaca." *Kemenag*. Retrieved (<https://sumsel.kemenag.go.id/berita/view/96803/martha-judul-berita--pengaruhi-minat-pembaca-->).
- Santana K., Septiawan. 2017. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor.
- Solihin. 2022. "Tinjauan Tentang Clickbait Media." *Jurnal Komunikasi Dan Media* 7(1).
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Syade, Olganisya Prilidha. 2020. "Praktik Clickbait Pemberitaan Lucinta Luna Pada Media Online Tribunnews."
- Trustyanda, Rizki, and Dhanurwendo. 2021. "Budaya Clickbait Pada Judul Berita Di Era Digital 4.0. Syntax Literate." *Jurnal Ilmiah Indonesia* 6(9).