



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Judul *clickbait* adalah sebuah teknik yang marak dijumpai dalam dunia jurnalisme *online* saat ini. Fungsi judul berita mengalami perubahan dari yang semula memberikan pemahaman menyeluruh mengenai isi artikel menjadi penarik perhatian pembaca untuk membuka artikel tersebut. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada tujuh orang informan maka peneliti bisa menyimpulkan bahwa khalayak *digital natives* menggunakan *smartphone*-nya untuk mengakses berita pada umumnya di pagi hari sebelum beraktivitas untuk empat hal yaitu: mengisi waktu luang, mengetahui isu-isu terkini, menguatkan keyakinannya akan suatu hal, dan sebagai persiapannya di masa depan. Secara umum motivasi mereka untuk membaca berita adalah

Biasanya mereka menemukan judul *clickbait* di dua media *online* yaitu agregator berita khususnya Line Today dan portal berita *online* khususnya *Tribunnews.com* dan segmen hiburan di portal berita *online* pada umumnya.

Kemudian peneliti juga menemukan bahwa terdapat enam jenis judul berita *clickbait* yang sering dijumpai di media *online* Indonesia yaitu *teasing*, *inflammatory*, *formatting*, *bait-and-switch*, *ambiguous*, dan *wrong*. Keenam jenis judul berita *clickbait* tersebut dilihat khalayak *digital natives* sebagai sesuatu yang berdampak buruk bagi masyarakat pada umumnya karena dapat menyebabkan salah persepsi akibat *hoax*. Tetapi justru bagi khalayak *digital natives* judul

clickbait justru berdampak kecil karena dengan pemahaman yang mereka miliki tentang *clickbait* maka mereka pun sebisa mungkin menghindari berita berjudul tersebut.

Selanjutnya dari hasil penelitian menemukan jika khalayak *digital natives* menilai judul *clickbait* menurunkan kualitas berita dan jurnalisme di Indonesia. Hal itu disebabkan karena tidak adanya keseimbangan atau kesesuaian antara judul berita dengan apa yang didapatkan oleh pembaca setelah membaca isi berita tersebut. Jadi bisa disimpulkan bahwa judul *clickbait* ternyata dipersepsikan oleh khalayak *digital natives* membawa dampak negatif baik kepada pembaca maupun kepada media itu sendiri. Bagi pembaca judul *clickbait* mampu membuat mereka percaya akan *hoax* serta merugikan mereka dalam bentuk kepuasan membaca hingga akhirnya mereka pun memiliki pandangan negatif terhadap media *online* yang menggunakan judul *clickbait*. Sehingga dampak bagi media itu sendiri adalah hilangnya kepercayaan masyarakat dan adanya stigma negatif terhadap media dan jurnalisnya secara khusus dan jurnalisme di Indonesia secara umum.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan saat ini, peneliti memiliki beberapa masukan untuk media *online* dan juga untuk perkembangan penelitian yang terkait dengan topik penelitian ini di masa yang akan datang.

5.2.1 Saran Akademis

Dalam penelitian ini meskipun rentang usia khalayak *digital natives* adalah berusia 18 hingga 30 tahun namun usia informan yang didapat hanya berusia 21

ke atas. Hal itu disebabkan karena khalayak *digital natives* yang berusia 18 tahun cenderung mendapatkan informasi melalui sosial media. Tidak hanya mereka namun juga sebagian besar informan di sini juga mendapatkan berita melalui sosial media. Sehingga peneliti melihat jika penelitian selanjutnya diperlukan pandangan dari khalayak *digital natives* yang berusia 18 tahun yang orientasi mereka mendapatkan informasi lebih banyak dari informasi-informasi yang ada di linimasa sosial media mereka.

Dalam penelitian ini judul *clickbait* yang diteliti lebih kepada judul teks yang ada di media *online* yang biasa khalayak *digital natives* konsumsi. Namun pada penelitian selanjutnya bisa mendalami lebih lanjut mengenai penggunaan judul *clickbait* yang lebih luas penggunaannya khususnya di sosial media. Judul *clickbait* tersebut bisa berasal dari sosial media berbasis video seperti Youtube, atau berbasis gambar seperti Instagram dan lain sebagainya sehingga pemahaman mengenai judul *clickbait* menjadi lebih luas.

5.2.2Saran Praktis

Bagi media *online* penggunaan judul *clickbait* memang sangat penting karena fungsinya untuk menarik pembaca sehingga *traffic* menjadi ramai. Tetapi judul *clickbait* tidak bisa ditolerir oleh khalayak *digital natives* jika isi beritanya tidak lengkap, tidak sesuai atau justru tidak sama sekali mencerminkan pesan yang ditulis di judul. Akibatnya media *online* akan dinilai tidak kredibel sehingga mereka pun tidak akan memilih untuk mengonsumsi berita-berita dari media *online* tersebut. Sehingga media *online* pun disarankan agar meskipun

menggunakan judul *clickbait* tetapi masih dalam porsinya yang berarti kata-kata di judul berita tersebut mampu menggugah pembaca tetapi tidak menipu mereka. Selain itu juga dalam penelitian ini menemukan jika khalayak *digital natives* cenderung mendapatkan berita melalui media sosial sehingga kiranya media *online* perlu memaksimalkan potensi akun sosial mediana untuk menarik semakin banyak pembaca.