

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi berhubungan erat dengan kebutuhan manusia akan informasi dan teknologi. Manusia menggunakan berbagai macam media untuk memenuhi kebutuhan informasi, media massa dan juga non massa. Kebutuhan pemenuhan akan informasi bagi masyarakat tidak lagi dilakukan secara konvensional. Hal ini juga disebabkan karena kemajuan teknologi telah memungkinkan segala macam informasi untuk tersebar luas tanpa lagi terbatas akan ruang dan waktu.

Sebuah riset dari TNS (*Taylor Nelson Sofres*) pada tahun 2010 menemukan bahwa tren pembaca media cetak bergeser ke media *online*. Data penelitiannya menunjukkan lonjakan yang signifikan pada pengaksesan berita melalui media *online* pada tahun 2009 ke 2010, dari berjumlah 28 persen dan meningkat menjadi 37 persen (detikInet, 2010). Media massa yang dahulunya memanfaatkan medium komunikasi cetak telah memilih untuk mengubah bentuk menjadi medium digital salah satunya menggunakan sarana internet. Menurut Allan (2005), internet merupakan sekumpulan jaringan komputer yang saling terhubung secara fisik dan memiliki kemampuan untuk membaca serta menguraikan protokol komunikasi tertentu, yaitu spesifikasi sederhana mengenai bagaimana pertukaran informasi di komputer.

Keberadaan media *online* seperti internet ini tidak terbatas ruang dan waktu sehingga pengguna media dapat mengakses di manapun dan kapanpun. Media *online* yang biasa disebut sebagai *cybermedia*. disajikan secara *online* dan dimuat dalam situs web internet. Media ini termasuk dalam *new media*, yaitu penyederhanaan terhadap bentuk media di luar lima media massa konvensional yang berupa radio, televisi, majalah, Koran, serta film. Sifat media baru adalah cair, mengkoneksi individu, serta menjadi perantara dalam membagi peran kontrol dan kebebasan (Chun, 2006).

Salah satu produk media *online* tersebut adalah portal berita. Portal merupakan situs atau halaman web, dan berita merupakan informasi aktual yang disajikan dalam bentuk internet, cetak, maupun siaran, sehingga dapat diartikan portal berita merupakan sebuah situs atau laman web yang menyajikan informasi aktual. Portal berita banyak menyajikan berita dengan berbagai macam topik, salah satunya adalah mengenai kekerasan dan pelecehan seksual. Berdasarkan catatan Komnas Perempuan, terdapat sedikitnya 35 perempuan menjadi korban kekerasan seksual setiap harinya selama tahun 2001-2012. Pada tahun 2012 terdapat 4.336 kasus kekerasan seksual, dengan mayoritas bentuk kekerasannya adalah perkosaan dan pencabulan, dan kasus bertambah lebih banyak di tahun 2013 yaitu sebanyak 5.629 kasus yang berarti dalam tiga jam terdapat dua perempuan mengalami kekerasan seksual. Komnas Perempuan juga mencatat usia rata-rata korban pelecehan seksual berkisar 13-18 tahun, dan 25-40 tahun.

Hasil pencatatan Komnas Perempuan dari tahun 1998-2013 terdapat 15 macam kekerasan seksual yaitu: (1) Perkosaan. (2) Intimidasi seksual, termasuk ancaman dan percobaan perkosaan, (3) Pelecehan seksual, (4) Eksploitasi seksual, (5) Perdagangan perempuan untuk tujuan seksual, (6) Prostitusi paksa,(7) Pemaksaan perkawinan, (8) Perbudakan seksual, (9) Pemaksaan kehamilan, (10) Pemaksaan aborsi, (11) Pemaksaan kontrasepsi dan sterilisasi, (12) Penyiksaan seksual, (13) Penghukuman berbau seksual, (14) Praktik tradisi benuansa seksual, (15) Kontrol seksual (Komnas Perempuan, 2020). Data terbaru dari Komnas Perempuan menunjukkan bahwa kasus kekerasan pada perempuan tahun 2021 meningkat 100 persen disbanding tahun 2020 lalu. Aduan kasus kekerasan seksual tahun 2021 mulai dari Bulan Januari hingga Oktober sudah mencapai lebih dari 4.500 kasus



Gambar 1.1. Data Sistem Informasi *Online* Perlindungan Perempuan dan Anak

Sumber: <https://salatigaterkini.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-1583232554/data-komnas-perempuan-kasus-kekerasan-seksual-tahun-2021-meningkat>

Berita mengenai kekerasan dan pelecehan seksual dalam hal ini merupakan berita yang disampaikan oleh media kepada khalayak yang di dalamnya terdapat

tindak kekerasan seksual. Berita-berita yang terkait kekerasan seksual pada media kebanyakan berisi tentang kasusnya, bukan penanganannya.

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan Konde.co, sebuah lembaga yang mengusung isu perempuan dan minoritas menunjukkan bahwa jumlah pemberitaan mengenai isu pengesahan RUU Penghapusan Kekerasan Seksual lebih sedikit dibandingkan pemberitaan kasus kekerasan seksual. Selain itu, mengenai berita kekerasan seksual, media-media Indonesia masih mengabaikan perspektif perempuan dengan mengabaikan beban perempuan yang menjadi korban yang dapat dilihat dari berbagai diksi dramatisasi yang digunakan media (Sindikasi, 2017). Penelitian lain dilakukan oleh Komnas Perempuan selama tahun 2015 untuk melihat sejauh mana pemberitaan kekerasan seksual pada wanita diberitakan di media, hasilnya adalah pemberitaan mengenai bentuk kekerasan seksual yang paling banyak diberitakan adalah mengenai perkosaan, pelecehan seksual, dan perdagangan perempuan untuk tujuan seksual. Hasil yang kedua adalah mengenai pelanggaran untuk memenuhi hak korban kekerasan seksual ketika menulis berita yang paling sering dilakukan media yaitu: menggunakan diksi yang bias, mengungkapkan identitas korban, dan stigmatisasi korban sebagai pemicu kekerasan. Penelitian ini juga melihat isi berita, ditemukan hasil bahwa media sering terkesan menggiring pembacanya untuk membuat “cap” atau *stereotype* dan menghakimi korban, seperti pada kasus pekerja seksual (Komnas Perempuan, 2015).

Banyak portal berita yang menyajikan berita mengenai kasus kekerasan seksual pada perempuan, dan tidak sedikit portal berita yang memilih judul berita yang menarik. Judul berita dibuat semenarik mungkin dengan tujuan membuat pembaca penasaran dengan isi berita. Peneliti tertarik untuk meneliti salah satu portal berita, yaitu Tribun News yang pernah menjadi sorotan dalam salah satu artikel yang ditulis oleh Geotimes dengan judul “Selera Rendahan Tribun News, Penjilat Pantat SEO”, Pemred Tribun News bernama Dahlan Dahi menyebutkan bahwa saat ini jurnalis menulis berita bukan untuk sekedar dibaca manusia, melainkan memuaskan kriteria yang diminta mesin yang bernama SEO, sehingga Tribun News mengejar jumlah klik atau kunjungan dari pembaca (Dhani, 2018).

Berdasarkan berita Geotimes ini dapat disimpulkan bahwa di tahun 2018 pemred Tribun News mengutamakan SEO (*Search Engine Optimizations*). SEO dianggap sebagai tulang punggung media pada masa kini, sehingga berita-berita yang paling sesuai dengan kriteria SEO adalah berita yang paling banyak dicari oleh khalayak. SEO atau *search engine optimizations* merupakan serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis, yang tujuannya untuk meningkatkan kualitas *traffic* dari *search engine* menuju atau mengarahkan ke situs web dengan memanfaatkan algoritma *search engine*-nya (Kent, 2004). Tujuan dari *search engine optimizations* adalah menempatkan situs *website* dalam posisi atau halaman awal, sehingga peluangnya untuk mendapatkan lebih banyak pengunjung lebih besar dibandingkan situs web lainnya. Tribun News dinilai memiliki tujuan utama untuk mengejar klik dengan menuliskan judul berita yang bombastis dan tidak

jarang juga mengabaikan sisi etis penulisan berita. Tulisan pada Geotimes ini menjadi alasan mengapa peneliti ingin melakukan penelitian lebih jauh terhadap penggunaan *clickbait* dalam judul berita kasus kekerasan seksual pada perempuan yang dimuat Tribun News. Kondisi jumlah pembaca media digital yang lebih banyak dibandingkan media cetak membuat media mencari cara agar dapat menyesuaikan diri dengan era digital, termasuk pada praktik jurnalisme. Salah satu perubahan strategi jurnalisme adalah membuat judul berita *online* lebih menarik, membuat penasaran, atau membingungkan yang dapat menggugah pembaca untuk membuka tautan berita. Tipe judul seperti itulah yang disebut sebagai *clickbait*, yang bisa didefinisikan sebagai judul yang menggoda audiens dengan menggunakan bahasa provokatif untuk menarik perhatian (Chakraborty et al., 2016).

Peneliti tertarik untuk meneliti mengenai *clickbait* karena penggunaan *clickbait* di media *online* sering dilakukan. Berdasarkan CLICK-ID, yaitu data mengenai *clickbait headline* di Indonesia, terdapat totalnya 629 konten *clickbait* yang diterbitkan di 12 media Indonesia pada tahun 2020 yang dapat merugikan pembaca, karena isi berita bisa tidak sesuai dengan judul yang ditulis, dan hal ini dapat mempengaruhi opini serta sudut pandang pembaca ketika melihat berita yang ditulis. (William & Sari, 2020).

Publisher	Articles	Non-annotated	Annotated (<i>total, non-clickbait, clickbait</i>)		
detikNews	5468	4468	1000	890	110
fmela	788	88	700	306	394
kananlgi	1006	6	1000	603	397
kompas	3243	1743	1500	1157	343
liputan6	4581	3081	1500	613	887
okezone	4664	3164	1500	741	759
posmetro	307	7	300	71	229
republika	5782	4282	1500	1267	233
sindonews	3572	2072	1500	1215	285
tempo	4026	2526	1500	1118	382
tribunnews	9662	8162	1500	451	1049
wowkeren	3020	1520	1500	278	1222
Total	46119	31119	15000	8710	6290

*posmetro-medan is referred as posmetro

Gambar 1.2. Jumlah Perbandingan *Clickbait* Portal Berita

Berdasarkan latar belakang yang ditulis di atas kemudian peneliti tertarik untuk mengkaji dan melihat lebih dalam bagaimana praktik penggunaan *clickbait* pada judul berita kasus kekerasan seksual pada perempuan dalam portal berita Tribun News. Peneliti tertarik untuk membahas Tribun News bermula dari tulisan yang dimuat di Geotimes seperti yang sudah ada pada latar belakang sebelumnya.

Peneliti menggunakan metode analisis isi kuantitatif, yang menurut Barelson merupakan salah satu teknik penelitian yang bertujuan untuk menganalisis isi komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif (Kriyantono, 2010). Peneliti memiliki beberapa penelitian yang dapat dijadikan sebagai tinjauan pustaka. Penelitian pertama dilakukan oleh M. Rizky Kertanegara (2018) berjudul “Penggunaan *Clickbait* *Headline* pada Situs Berita dan Gaya Hidup Muslim Dream.co.id” yang membahas mengenai penggunaan judul *clickbait* pada situs berita Dream.co.id untuk menarik pembaca dan mendapatkan indikator kerja kunci yang tinggi dan digunakan untuk kepentingan beriklan. Hasil temuan dalam penelitian ini menyatakan bahwa sebagian besar artikel berita yang dimuat dalam

situs berita tersebut menggunakan *clickbait headline*, namun penerapannya tetap memenuhi standar Kode Etik Jurnalistik yang ditetapkan oleh Dewan Pers.

Penelitian kedua yang peneliti jadikan tinjauan pustaka adalah penelitian Olganisya Prilidha Syade (2020) dengan judul “Praktik *Clickbait* Pemberitaan Lucinta Luna Pada Media *Online* Tribun News”. Penelitian ini ingin melihat bagaimana praktik penerapan *clickbait* pada pemberitaan Lucinta Luna yang dimuat portal berita Tribun News. hasilnya menyatakan bahwa terdapat tujuh praktik *clickbait* yang digunakan dalam pemberitaan Lucinta Luna oleh Tribun News.

Penelitian ini akan melihat praktik penggunaan *clickbait* pada pemberitaan kasus dengan isu sensitive yaitu kekerasan seksual pada perempuan yang dimuat dalam portal berita Tribun News menggunakan pola-pola judul *clickbait* yang dimuat oleh jurnal “*Judul Clickbait dalam Berita Kasus Prostitusi Online: Clickbait Headline in News of Online Prostitution Case*” yang ditulis oleh Pramesti (2019) meliputi panjang judul, kata hiperbola, bahasa, pola tanda baca, kata penghubung, topic dalam judul, angka di awal judul, dan narasi pada judul.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana penggunaan *clickbait* pada judul berita kekerasan seksual terhadap perempuan yang dimuat oleh portal berita Tribun News?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan *clickbait* pada judul berita kekerasan seksual terhadap perempuan yang dimuat oleh portal berita Tribun News.

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi akademis maupun dari segi praktis, di antaranya;

1. Manfaat Akademis

Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat akademis yaitu menjadi pengetahuan baru dan contoh kasus dalam penggunaan *clickbait* dalam judul berita yang berguna bagi kajian ilmu jurnalistik, dan juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian jurnalistik selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian diharapkan dapat berkontribusi menjadi pegangan media Indonesia dalam menulis berita dalam memberitakan isu sensitif, dalam hal ini adalah isu kekerasan seksual terhadap perempuan

E. KERANGKA TEORI

1. Media *Online* (Internet)

Media *online* yang lebih maju dibandingkan media lama dalam beberapa hal tidak bisa menggantikan media lama, namun justru menciptakan cara baru yang unik untuk memproduksi berita dan mendapatkan konsumen berita (Septiawan, 2005). Dalam sejarahnya, media *online* dibuat oleh Amerika Serikat pada tahun 1969 yang kemudian didefinisikan sebagai jaringan luas komputer, yang dengan izin dapat saling berkoneksi satu sama lain untuk menyebarkan *digital files* dan memperpendek jarak antar negara. Media *online* atau yang akrab disebut sebagai internet ini mampu mengkoneksikan dari satu perangkat komputer ke komputer lainnya, melakukan *broadcast* sekaligus dapat menerima (*receive*) (Oetomo, 2001). Media massa telah mengalami perkembangan sejak ada internet, yang pada awalnya hanya berupa komunikasi satu arah, pada era internet komunikasi memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah karena khalayak tidak hanya membaca, namun dapat memberikan tanggapan atau bahkan menulis berita secara langsung (Oetomo, 2001). Media *online* memiliki kekuatan yang lebih unggul dari media cetak dan elektronik dalam kasus berita *online* (McLuhan, 2003), di antaranya:

- a. Pembaca memungkinkan untuk menggunakan tautan (*link*) untuk menawarkan pengguna dalam membaca lebih lanjut dalam setiap berita
- b. Pembaca dapat memperbarui berita secara langsung dan juga teratur
- c. Informasi yang ada di *online* terbilang sangat luas

- d. Adanya tambahan suara, video, dan konten lain yang berbentuk *online*, yang diadopsi dari media cetak
- e. Arsipnya dapat tersimpan secara *online* dari waktu ke waktu

Pengguna media *online* makin merambah ke berbagai kalangan usia dan latar belakang, yang berdampak pada orang-orang menghabiskan lebih banyak waktu untuk berkomunikasi dengan satu sama lain menggunakan ruang obrolan *online* (*chat room*), permainan secara virtual melalui dunia maya yang memberikan pengalaman baru bagi para penggunanya (Craig, 2005). Tidak hanya itu, namun media *online* juga dimanfaatkan dalam bidang jurnalistik, yang biasa disebut sebagai *cyber journalism*, yaitu merupakan generasi baru jurnalistik setelah adanya jurnalistik konvensional (media cetak seperti surat kabar dan majalah) dan jurnalistik penyiaran (radio dan televisi).

2. Berita Online

Berita didefinisikan oleh Haris Sumadiria mendefinisikan berita sebagai laporan tercepat mengenai sebuah fakta yang dapat dipertanggung jawabkan, menarik, dan bersifat penting bagi sebagian khalayak (Sumadiria, 2005). Berita dapat disimpulkan sebagai laporan terkini mengenai sebuah peristiwa yang berupa fakta dan memiliki nilai yang penting bagi pembacanya. Era modern ini membawa kita ke teknologi yang maju, sehingga berita bukan hanya dapat dimuat dalam surat kabar yang tercetak, namun juga dapat dimuat dalam internet, yang disebut juga sebagai berita *online*. Berita *online* atau *online news* didefinisikan sebagai media yang menawarkan berita secara *live*, audio, dan

video, terbentuk berdasarkan teknologi *hypermedia* dan *hypertext* yang berkembang meliputi suara dan grafis. Berita *online* ini masih berkaitan dengan berita cetak tradisional seperti koran yang di dalamnya terdapat teks dan foto, namun di sisi lain berita *online* juga memiliki potensi untuk memanfaatkan fitur-fitur baru dari percampuran komunikasi media digital yang berupa audio, video, animasi, dan *user control* (Craig, 2005). *Online news* memiliki kelebihan, yaitu berita yang selalu diperbarui, memiliki interaktivitas, *hypertext*, serta multimedia (Craig, 2005) yang menawarkan berbagai pengaruh yang besar dalam dunia jurnalistik. Naskah berita *online* idealnya memuat maksimal 400 kata, dan maksimal 800 kata untuk naskah jurnalistik lainnya yang berupa artikel opini. Penulisan isi berita *online* menggunakan pendekatan paramida terbalik, mengedepankan hal yang paling penting dan mendesak, umumnya berbentuk *headline* atau inti berita, biasanya dipublikasikan melalui media sosial (Romli, 2014).

3. *Clickbait*

Clickbait atau yang dapat disebut juga sebagai umpan klik adalah istilah yang merujuk pada konten *website* yang dapat berupa berita, iklan, atau jasa yang bertujuan utama untuk menarik perhatian, mendorong pengunjung untuk meng-klik tautan ke halaman tertentu. Tujuan umumnya adalah untuk mengeksploitasi kesenjangan serta rasa penasaran khalayak untuk menciptakan rasa penasaran khalayak targetnya dengan ingin mencari tahu sesuatu dari deskripsi judul yang diberikan (Hidayat, 2019). Tujuan *clickbait* pada berita

online adalah untuk mendapatkan penghasilan melalui iklan yang dipasang secara daring, dengan mengesampingkan kualitas kuantitas, akurasi karena bergantung pada judul yang menarik pembaca (Hidayat, 2019). Pancingan klik ini biasa dipergunakan iklan *online* (*adsense*) yang didasarkan pada hasil klik dan *views* (Romli, 2018).

Chakraborty, Paranjape, Kakarla, dan Ganguly pada jurnalnya yang berjudul “*Stop Clickbait: Detecting and Preventing Clickbaits in Online News Media*” membandingkan antara judul *clickbait* dengan judul *non-clickbait*, bahwa terdapat beberapa elemen pembeda antara judul *clickbait* dengan *non-clickbait* yang berkaitan dengan bahasa, yaitu:

a. Struktur Kalimat

Panjang kalimat *headline*: *Headline non-clickbait* konvensional lebih pendek dari *headline clickbait*. Misalnya, panjang rata-rata *headline clickbait* adalah 10, sedangkan panjang rata-rata adalah 7 untuk *headline non-clickbait*.

Panjang kata: Meskipun jumlah kata lebih banyak di *headline clickbait*, rata-rata panjang kata lebih pendek. Secara khusus dalam dataset jurnal tersebut, panjang kata rata-rata dari judul *clickbait* ditemukan 4,5 karakter, sedangkan panjang kata rata-rata dari judul *non-clickbait* adalah 6. Alasan untuk panjang kata yang lebih pendek di *clickbait* terutama karena seringnya penggunaan fungsi yang lebih pendek kata dan pemendekan kata. Bentuk kata-kata yang dipersingkat seperti

“mereka”, “anda”, “anda akan, kami lazim di *headline clickbait*. Di sisi lain, mereka tidak umum ditemukan di *headline nonclickbait*.

Panjang dependensi sintaksis: Rata-rata, *clickbait* memiliki dependensi lebih lama daripada *non-clickbaits*; alasan utamanya adalah adanya kalimat phrasal yang lebih kompleks dibandingkan dengan *headline non-clickbait*.

b. *Stop Words, Hyperbolic, dan Common Phrase*

Stop words: Stop words didefinisikan sebagai kata-kata yang paling umum yang muncul dalam korpus bahasa tertentu. Stop words merupakan kata umum yang biasanya muncul dalam jumlah besar dan dianggap tidak memiliki makna atau tidak memiliki informasi penting seperti “di”, “yang”, “ke”, dan lain-lain. Dalam jurnal ini ditarik kesimpulan bahwa dalam *headline clickbait*, stopword lebih sering digunakan untuk melengkapi struktur *headline*. Di sisi lain, dalam pelaporan berita konvensional, lebih banyak kata-kata konten yang digunakan dan kesimpulan dari kata-kata berhenti diserahkan kepada pembaca.

Istilah hiperbolik : Untuk membandingkan nilai sentimen dari kata-kata penyusunnya baik dalam *headline clickbait* maupun *non-clickbait*, Paranjape, Kakarla, & Ganguly melakukan analisis sentimen menggunakan alat Analisis Sentimen Stanford dan menemukan bahwa

sebagian besar *headline clickbait* terdiri dari kata-kata yang memiliki sentimen 'Sangat Positif' (mis., Menakjubkan, menakjubkan, menyayat hati, menggetarkan jiwa, dll.), yang hampir tidak ada dalam judul *non-clickbait*. Penggunaan kata-kata yang menarik dalam *clickbait* sangat mendorong pembaca untuk mengejar artikel dengan janji informasi sensasional, termasuk pada kata slang pada *headline clickbait*, yang merupakan kata informal atau bombastis seperti “WOW”, “VIRAL”, “TEGA”, dll dengan menggunakan pola tanda baca yang informal juga, yang tidak digunakan dalam *headline non-clickbait* di berita konvensional

Common Phrase: Beberapa frase tangkap yang umum digunakan dalam *headline clickbait* mengeksploitasi “celah rasa ingin tahu” pengguna, seperti “Mustahil!”, “Mencengangkan!”, “Sulit Dipercaya!”, dan lain-lain.

Lebih jelasnya, terdapat kategorisasi judul *clickbait* menurut Jurnal Olivia Lewi Pramesti (2019) yang dapat digunakan untuk membedakan karakteristik judul *clickbait* dan *non-clickbait*, di antaranya:

- 1) Panjang *headline* atau judul berita. Karakteristik judul *clickbait* memiliki panjang judul dengan rata-rata 10 kata atau lebih, sedangkan *non-clickbait* memiliki panjang judul rata-rata 7 kata saja

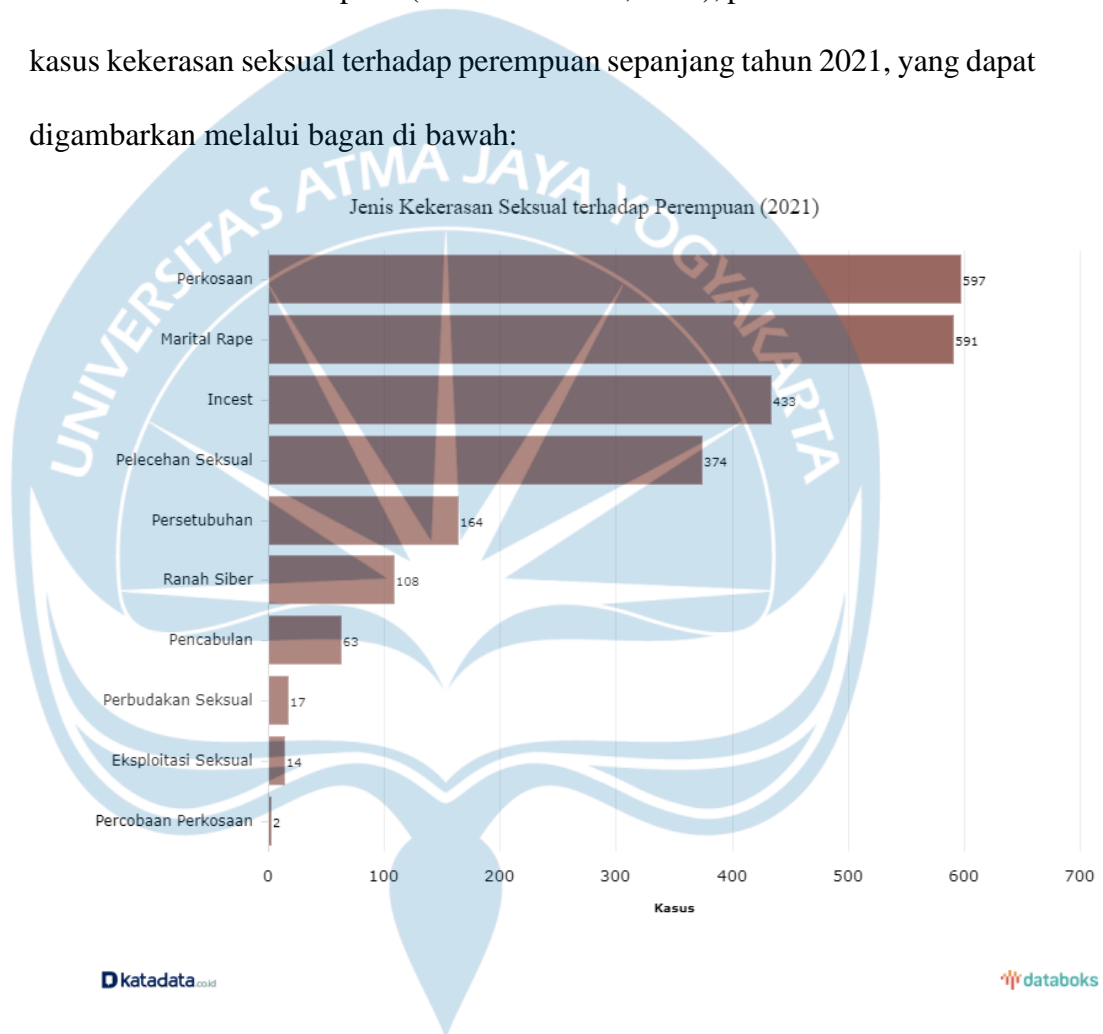
- 2) Kata hiperbola. Karakteristik judul *clickbait* memiliki kata-kata yang mencolok di dalamnya yang bersifat sensasional, sedangkan *non-clickbait* tidak
- 3) Bahasa slang/informal. Karakteristik judul *clickbait* menggunakan bahasa slang yang tidak formal, sedangkan *non-clickbait* tidak menggunakan bahasa slang
- 4) Pola tanda baca dalam judul. Karakteristik judul *clickbait* tanda baca informal yang mendukung kata slang atau hiperbola, sedangkan *non-clickbait* tidak
- 5) Kata penghubung dalam judul. Karakteristik judul *clickbait* menggunakan kata penghubung dalam judul seperti “dan”, “bila”, “maupun”, “karena”, dan lain-lain, sedangkan *non-clickbait* tidak memiliki kata penghubung dalam judulnya
- 6) Topik dalam judul berita. Karakteristik judul *clickbait* memiliki lebih dari satu topik yang berbeda yang ditulis dalam judulnya, sedangkan *non-clickbait* hanya memiliki satu topik, atau lebih dari satu topik namun berkorelasi
- 7) Penekanan angka di awal judul. Karakteristik judul *clickbait* mengandung angka di awal judul yang membuat pembaca penasaran, sedangkan *non-clickbait* tidak menaruh angka di awal judul

- 8) Judul bersifat narasi. Karakteristik judul *clickbait* menceritakan sebuah peristiwa dengan judul yang panjang atau bernarasi, sedangkan *non-clickbait* memiliki judul yang *to the point*, menceritakan sebuah peristiwa tanpa narasi yang panjang

4. Tinjauan Mengenai Tindak Kekerasan

Kekerasan adalah sebuah terminologi dengan arti “derita” ketika dikaji baik dari perspektif psikologi maupun perspektif hukum. Tindak kekerasan meliputi melakukan control, kekerasan dan pemaksaan meliputi tindakan seksual, psikologis, fisik, dan juga ekonomi yang dilakukan individu atau kelompok kepada individu atau kelompok lainnya (Hasanah, 2013). Kekerasan mengandung makna segala perilaku manusia yang dapat menimbulkan penderitaan bagi orang lain. Baik pelaku maupun korban dapat merupakan pribadi maupun kelompok. Kekerasan lahir dikarenakan adanya sebuah otoritas kekuasaan dimana sebuah kelompok masyarakat dalam posisi sub ordinat menjadi korbannya (Ridwan, 2006). Salah satu bentuk tindak kekerasan adalah kekerasan terhadap perempuan. Dalam masyarakat, kekerasan terhadap perempuan dikenal sebagai “*violence against women*”, “*gender based violence*”, “*gender violence*”, atau “*domestic violence*” (Pasalbessy, 2010). Kekerasan terhadap perempuan diatur dalam peraturan perundang-undangan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), Deklarasi Penghapusan Kekerasan Terhadap Perempuan, Undang-undang no. 23 Tahun 2004 tentang Penghapusan Kekerasan Dalam Rumah Tangga, dan beberapa undang-undang

lainnya. Kekerasan terhadap perempuan juga mengandung beberapa macam, salah satunya adalah kekerasan seksual yang dibahas dalam penelitian ini. Menurut Komnas Perempuan (dalam Databoks, 2022), perkosaan mendominasi kasus kekerasan seksual terhadap perempuan sepanjang tahun 2021, yang dapat digambarkan melalui bagan di bawah:



Bagan 1.1. Jenis Kekerasan Seksual terhadap Perempuan Tahun 2021
 Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Databoks (2022) menjabarkan bahwa tercatat setidaknya 2.363 kasus kekerasan seksual pada perempuan, dan tercatat sekitar 597 kasus merupakan

kasus perkosaan yang korbannya adalah perempuan, dan kasus pemerkosaan dalam perkawinan menduduki peringkat kedua, yaitu mencapai 591 kasus.

F. KERANGKA KONSEP

Berdasarkan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengembangkan teori dalam kerangka konsep. Peneliti akan meneliti judul berita kekerasan seksual dalam laman berita *online* Tribun News, berkaitan dengan *clickbait*. Dalam *website* Tribun News, terdapat audio, video, animasi, dan *user control* sesuai dengan yang dijabarkan oleh Craig (2005). Dalam penelitian ini, peneliti akan melihat tipe *clickbait* berita kekerasan seksual pada Tribun news sesuai yang dijabarkan oleh jurnal Pramesti (2019) yang meliputi panjang judul, kata hiperbola, bahasa, pola tanda baca, kata penghubung, topic dalam judul, angka di awal judul, dan narasi pada judul.

G. UNIT ANALISIS

Operasionalisasi Variabel

Unit Analisis	Kategorisasi	Ukuran
Judul Clickbait	Panjang <i>headline</i>	1. Jumlah kata pada judul mengandung 10 kata atau lebih

		2. Jumlah kata pada judul mengandung kurang dari 10 kata
	Kata-kata hiperbola	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan kata-kata yang hiperbola dan sensasional (Cth: WOW, Fantastis, dll) 2. Tidak ada kata-kata hiperbola dan sensasional
	Bahasa slang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan bahasa tidak resmi (Cth: <i>nggak</i>, <i>ámpuun</i>, dll) 2. Bahasa yang digunakan adalah bahasa baku
	Pola tanda baca	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tanda baca yang tidak formal (Cth: ???, !!!, ?!, dll) 2. Tidak ada tanda baca informal dalam judul
	Kata penghubung	1. Adanya kata penghubung dalam judul (Cth: dan, sedangkan, meskipun, dll)

		2. Tidak ada kata penghubung dalam judul
	Topik dalam judul	1. Lebih dari satu topik dalam satu judul yang tidak berkorelasi 2. Hanya ada satu topik dalam judul
	Penekanan awal	1. Penekanan angka di awal judul 2. Tidak menggunakan angka di awal judul
	Sifat narasi	1. Judul yang bernarasi panjang 2. Judul yang pendek dan langsung ke inti

Tabel 1.1. Kategori dan Unit Analisis
Sumber: Pramesti, Olivia L., 2019

H. DEFINISI OPERASIONAL

Penelitian ini membutuhkan operasionalisasi konsep yang dapat dilakukan dengan cara membuat definisi operasional, yaitu prosedur yang menggambarkan sebuah usaha peneliti untuk menjawab apa yang digambarkan dalam penelitian (Eriyanto, 2011). Definisi operasional menekankan pada hal yang bisa dijadikan sebagai indikator sebuah variabel dan bisa diukur (Noor, 2011). Definisi operasional dari penelitian ini adalah jabaran mengenai karakteristik judul yang mengandung clickbait di dalamnya, yaitu:

1. Panjang judul berita yang mengandung *clickbait* terdiri dari rata-rata 10 kata, sehingga judul bersifat panjang dan bertele-tele membuat orang akan tertarik untuk membaca beritanya lebih lanjut karena tertarik untuk mencari inti berita
2. Judul *clickbait* menggunakan kata-kata yang hiperbola dan sensasional sehingga menarik untuk diklik pengunjung *website*, seperti: WOW, Hebat!, Fantastis, dan lainnya yang membuat pembaca penasaran akan berita yang ditampilkan
3. Menggunakan bahasa tidak resmi seperti *slang* atau bahasa gaul yang kerap digunakan pada masyarakat seperti “OMG”, “LOL”, dan lainnya
4. Tanda baca yang tidak formal seperti ???, ***, !!!, ?! sama perannya untuk menarik pembaca membaca berita lebih lanjut karena bersifat “heboh” dan menarik
5. Adanya kata penghubung dalam judul seperti “dan”, “walaupun”, “meskipun” dan lainnya yang membuat judul bertele-tele
6. Adanya dua atau lebih topik yang berbeda dalam satu judul, berkaitan dengan kata penghubung, judul *clickbait* lebih kerap menggunakan kata penghubung untuk menghubungkan topik yang berbeda dalam satu judul yang tidak berkorelasi namun menjadikan audiens penasaran akan isi berita sebenarnya

7. Adanya angka di awal kalimat dalam judul sehingga menarik pembaca untuk mengunjungi berita, seperti “4 fakta” atau “5 hal yang...”, yang membuat pembaca ingin tahu kelanjutan isi berita
8. Deskripsi panjang dalam judul untuk menceritakan sesuatu, sehingga sifatnya narasi. Berkaitan juga dengan jumlah kata dalam judul, adanya kata penghubung, dan dua topik dalam satu judul membuat judul terlihat seperti bernarasi, hal ini yang mencari-cirikan judul *clickbait* dari berita.

I. METODOLOGI PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah metode analisis isi kuantitatif. Analisis isi merupakan sebuah metode untuk mempelajari serta menganalisis komunikasi dengan sistematis, objektif, dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak (Kriyantono, 2010). Peneliti menentukan unit analisis serta mengkategorisasikan subjek penelitian yang nantinya akan diteliti. Unit analisis adalah sesuatu yang akan peneliti analisis, dan unit analisis dalam penelitian ini adalah berita kekerasan seksual perempuan pada Portal Berita Tribun News pada berita terbaru sebanyak 100 berita, dan kategorisasi pada penelitian ini adalah pola-pola judul *clickbait* yang dimuat oleh jurnal “*Stop Clickbait: Detecting and Preventing Clickbaits in Online News Media*”.

Definisi umum analisis isi kuantitatif adalah suatu teknik penelitian ilmiah yang bertujuan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi. Tujuannya untuk mengidentifikasi dengan sistematis isi komunikasi yang tampak, serta dilakukan secara objektif, valid, reliabel, dapat direplikasi (Eriyanto, 2011).

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang menggambarkan sebuah masalah yang dapat digeneralisasikan dan tidak mementingkan kedalaman data (Kriyantono, 2014). Sistematis penelitian ini menentukan isi yang akan dianalisis secara objektif sehingga hasilnya merupakan hasil objektif dan peneliti harus mencatat nilai setiap kategori untuk difrekuensikan (Kriyantono, 2020). Data yang dikumpulkan dan dianalisis mengenai penggunaan *clickbait* dalam judul berita kekerasan seksual perempuan pada Portal Berita Tribun News dengan jumlah berita 100 berita periode waktu terbaru

3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah meneliti penggunaan *clickbait* pada judul berita kekerasan seksual pada perempuan di laman berita Tribun News tahun 2023, periode waktu terbaru sesuai dengan berita dengan kata kunci “kekerasan seksual pada perempuan” yang dimuat dalam Tribun News

4. Populasi dan Sampel

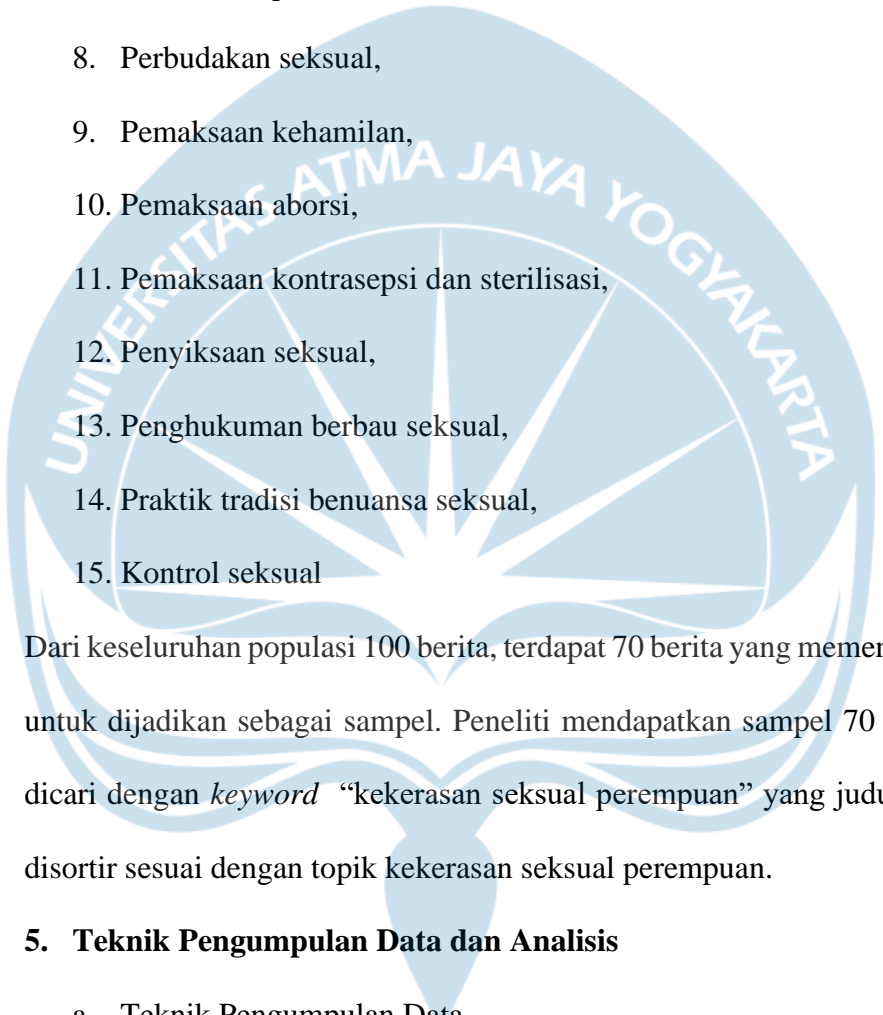
Populasi adalah wilayah generalisasi yang isinya objek atau subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu, yang diterapkan untuk dipelajari

dan ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2011). Sugiyono (2011) menyatakan, bahwa populasi meliputi sifat yang dimiliki subjek/objek, bukan hanya berupa jumlah. Bentuk dari populasi bisa berupa surat kabar, organisasi, manusia, radio, televisi, iklan, symbol verbal atau non-verbal, dan lainnya (Kriyantono, 2014). Populasi dalam penelitian analisis isi adalah anggota dari objek yang ingin diketahui isinya (Eriyanto, 2011)

Populasi penelitian ini adalah berita pada Portal Berita Tribun News mengenai kekerasan seksual pada perempuan yang diidentifikasi melalui kata kunci “*kekerasan seksual*”. Terdapat maksimal jumlah berita yang muncul yaitu 100 berita, maka peneliti akan menjadikan 100 berita tersebut sebagai populasi dengan periode waktu Bulan Januari – Maret 2023.

Sedangkan sampel, merupakan bagian dari jumlah data yang dimiliki populasi (Sugiyono, 2011), diukur dengan statistik atau pada estimasi penelitian untuk menentukan banyaknya sampel yang diambil untuk melakukan penelitian. Teknik sampling yang digunakan di penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu cara pengambilan sampel, saat peneliti mempercayakan penilaiannya sendiri untuk memilihnya. Sehingga peneliti mengambil sampel berita kekerasan seksual pada perempuan yang memuat informasi tentang:

1. Perkosaan.
2. Intimidasi seksual, termasuk ancaman dan percobaan perkosaan,
3. Pelecehan seksual,
4. Eksploitasi seksual,

- 
5. Perdagangan perempuan untuk tujuan seksual,
 6. Prostitusi paksa,
 7. Pemaksaan perkawinan,
 8. Perbudakan seksual,
 9. Pemaksaan kehamilan,
 10. Pemaksaan aborsi,
 11. Pemaksaan kontrasepsi dan sterilisasi,
 12. Penyiksaan seksual,
 13. Penghukuman berbau seksual,
 14. Praktik tradisi benuansa seksual,
 15. Kontrol seksual

Dari keseluruhan populasi 100 berita, terdapat 70 berita yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sebagai sampel. Peneliti mendapatkan sampel 70 berita yang dicari dengan *keyword* “kekerasan seksual perempuan” yang judul beritanya disortir sesuai dengan topik kekerasan seksual perempuan.

5. Teknik Pengumpulan Data dan Analisis

a. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data primer yang berupa data yang didapatkan dari objek penelitian ataupun sumber data langsung di lokasi (Bungin, 2013). Data primer peneliti dapatkan dengan melakukan pengamatan serta analisis terhadap judul berita kekerasan seksual pada perempuan di laman Tribun News. Unit analisis dalam penelitian ini

meneliti setiap judul pada laman berita Tribun News yang akan dinilai oleh *coder*, sehingga tiap *coder* memiliki catatan masing-masing mengenai analisisnya terkait penelitian menggunakan lembar *coding* yang dibuat. Pada lembar *coding*, dibutuhkan *coder* yang mengisi dengan “ya” atau “tidak” pada kolom judul berita apakah sesuai dengan berita kekerasan seksual pada perempuan atau tidak. Setelah itu, peneliti akan mengumpulkan data menggunakan *coding sheet* untuk menghitung kategorisasi terkait berita *clickbait*. *Coding sheet* akan diisi oleh *coder* selama penelitian berlangsung untuk mendapat kesepakatan dengan kategorisasi yang dibuat oleh peneliti. Beberapa kategori tersebut memiliki kriteria : (1) *Coder* memahami seputar berita kekerasan seksual (2) *Coder* paham akan kriteria judul berita *clickbait* (3) *Coder* bersedia mengerjakan sesuai batas waktu yang ditentukan. Dengan kriteria tersebut membuktikan bahwa *coder* yang dipilih berkompeten untuk penelitian peneliti.

Dari ketiga kriteria tersebut didapatkan tiga *coder*, yakni *coder* A adalah Vigilius Andoyo, *coder* B bernama Wimby Anandya Putri, dan *coder* C yaitu Ronald Anggiat yang telah diberikan pemahaman mengenai dimensi serta cara pengisian lembar *coding* untuk penelitian ini.

Selain data primer, peneliti mencari data sekunder yang merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua yang dibutuhkan (Bungin, 2013) yang berupa studi pustaka dari jurnal, buku, atau sumber lain mengenai analisis ini, *clickbait*, dan berita untuk memperkaya wawasan peneliti.

b. Analisis Data

Peneliti menganalisis data dengan analisis Univariat yang fokusnya pada variabel tanggal. Deskriptif presentatif tersebut diolah dengan membagi frekuensi dengan jumlah responden, dikali 100% atau $P = \frac{F}{N} \times 100\%$ dengan keterangan P (presentase), F (frekuensi), N (Jumlah data), 100% (ketetapan rumus) untuk melihat kecenderungan *clickbait* pada judul berita kekerasan seksual pada perempuan di media *online* Tribun News periode Januari-Maret 2023.

6. Uji Reliabilitas

Analisis isi dilakukan dengan cara objektif, yang berarti tidak boleh ada penafsiran antara *coder*. Reliabilitas Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan dua *coder*, yang akan dihitung menggunakan rumus Holsty ($2M/N1+N2$), dan ambang penerimaan untuk uji reliabilitas kategorisasinya sebesar 0.70, dan kuesioner peneliti akan dikatakan reliabel jika mencapai ambang penerimaan tersebut. Setelah menguji reliabilitas, peneliti akan menganalisis data dengan program SPSS, lalu mencatat frekuensi kemunculan unit analisis yang ditetapkan sebelumnya. Uji reliabilitas dilakukan dengan 10 judul berita, yang diambil dari 10% populasi 100 judul berita dalam portal berita Tribun News. Uji reliabilitas akan peneliti jabarkan dalam tabel di bawah:

Unit Analisis	Koder 1	Koder 2	Koder 3	Uji Reliabilitas Koder 1+2	Uji Reliabilitas Koder1+3	Uji Reliabilitas Koder2+3
Panjang Headline	10	9	10	0.90	1.00	0.90
Hiperbola	1	1	1	1.00	1.00	1.00
Slang	5	5	5	1.00	1.00	1.00
Pota Tanda Baca	1	0	0	0.90	0.90	1.00
Kata Penghubung	0	0	0	1.00	1.00	1.00
Topik Judul	5	4	5	0.90	1.00	0.90
Penekanan di Awal	1	0	0	1.00	1.00	1.00
Sifat Narasi	10	8	8	0.80	0.80	1.00

Tabel 1.2. Uji Reliabilitas
Sumber: Olah data SPSS

Pada rumus Holsty, batas ambang penelitian dikatakan reliabel sebesar 0,70. Hasil di atas dapat dibaca bahwa masing-masing kriteria berada di ambang batas minimal 0.70, sehingga semua reliabel untuk dilanjutkan menjadi penelitian.