Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah
Fakultas Ekonomi
Universitas Surakarta

Smooting
ISSN 2085-2215
Vol.21 No.1 Januari 2023

PENGARUH *CLICKBAIT HEADLINE* PORTAL BERITA *ONLINE* TERHADAP MINAT BACA PELAJAR (Studi Kasus Pada SMA Negeri 1 Karanganyar)

Syifa Tri Hastuti[1)], Sri Wahyu Ening Handayani[2)], Ali Arif Setiawan[3)]
[1),2),3)]Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Surakarta
E-mail : syifa.trihastuti15@gmail.com[1)], swe.handayani@gmail.com[2)], Aliarifsetiawan@gmail.com[3)]

Abstract

This research was conducted to determine the effect of clickbait headlines on online news portals on students reading interest. The method used is quantitative research with the type of explanatory research. Data was collected by filling out a questionnaire via google form by 90 respondents who were students of class XI and XII at SMA Negeri 1 Karanganyar. Source of data taken using promotion stratified random sampling technique and Yamane formula. Analysis of the data using simple linear regression analysis whose data sources are processed using the SPSS statistical application. The results showed that there was a significant effect of clickbait headlines on online news portals on students reading interest, so the hypothesis (Ha) can be proven . The magnitude of the clickbait headline variable that can affect the reading interest variable is determined by the R Square value of 17.2%. While there are still 82.8% influenced by other variables that are not explained in this study.

Keywords: Clickbait Headline, Reading Interest, Online News Portals

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman tidak terlepas dari kemajuan teknologi yang akhirnya berpengaruh kepada berbagai sektor yang ada, tidak terkecuali media komunikasi yaitu dengan hadirnya media baru membuat cara kerja media juga ikut mengalami perubahan terutama dalam cara memperoleh keuntungan atau profit.

Kondisi ini kemudian memaksa media harus menyesuaikan diri dengan era digital. Media komunikasi digital seperti portal berita *online* pada akhirnya harus mencoba mecari berbagai model baru yaitu dengan memproduksi konten yang dapat menyebar dengan cepat di masyarakat atau kerap disebut dengan viral, salah satunya yaitu dengan membuat judul berita pada media *online* menjadi bombastis, membuat penasaran, atau membingungkan yang mampu menggugah pembaca untuk mengklik tautan berita tersebut. Menurut Anand, Chakraborty, dan Park dalam Hadiyat (2019: 2) judul seperti ini disebut *clickbait headline*.

Salah satu penelitian terkait *clickbait* di media *online* yang dilakukan oleh B García Orosa, S Gallur Santorun, X López García (2017) dalam Hadiyat (2019: 9) dengan judul "*Use of clickbait in the online news media of the 28 EU member countries*". Penelitian ini melihat penggunaan *clickbait* pada media *online* 28 negara di Uni Eropa. Hasilnya bahwa konsekuensi utama dari penggunaan *clickbait* adalah judul berita telah berubah yang tadinya hanya elemen kunci untuk memberikan informasi menjadi elemen penting untuk membujuk pembaca agar tetap berada di halaman (*website*) selama mungkin. Akan tetapi, penggunaan *clickbait* merugikan nilai jurnalistik tradisional dalam penulisan dan penyuntingan artikel. Secara umum media *online* di 28 negara di Uni Eropa menghasil klik tidak melalui konten yang berkualitas namun, hampir setengah kasus, melalui judul yang *catchy*, provokatif, dan *headline* yang sensasional yang bertujuan mengeksploitasi keingintahuan pembaca.

Sedangkan menurut Beritagar.id dalam jurnal Rahmatika dan Syahrul (2020: 272-273) hasil survei Sosial Ekonomi Nasional tahun 2017 oleh Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa pembaca media daring di Indonesia mencapai 50,7 juta orang. Dari jumlah tersebut, menurut latar belakang pendidikannya, pengakses media daring terdiri dari 2,2% siswa SD; 7,01% siswa SMP; 10,99% siswa SMA; 19,01% mahasiswa; dan 60,79% tidak sedang bersekolah.

Maka dari itu, peneliti ingin mengkaji tentang pengaruh *clickbait headline* portal berita *online* terhadap minat baca pelajar SMA Negeri 1 Karanganyar.

Smooting
ISSN 2085-2215
Vol.21 No.1 Januari 2023

TINJAUAN PUSTAKA

1. *Clickbait*

Romli dalam Susilowati (2021: 7) menjelaskan bahwa *clickbait* atau umpan klik adalah judul berita yang dibuat seolah berita tersebut adalah berita yang sensaional sehingga pembaca tertarik untuk membacanya, akan tetapi judul yang diklik tersebut hanya akan berubah menjadi iklan atau hanya menyesatkan agar pembaca mengklik tanpa hasil yang sesuai. Terdapat 8 (delapan) bentuk umpan klik menurut Biyani, Tsioutsiouliklis, dan Blackmer dalam Wahyusuci (2021: 42), yaitu:

1) *Exaggeration* (berlebihan) adalah judul yang berlebihan pada alamat website atau halaman URL *(Uniform Resource Locator).*
2) *Teasing* (ejekan) merupakan pembuatan judul yang seolah mengolok dan memprovokasi dengan cara yang menyenangkan, seperti dengan menghilangkan rincian pada judul berita agar terjadi ketegangan dan dapat menggoda pembaca.
3) *Imflammatory* (menghasut) adalah judul yang dibuat dengan kata-kata yang tidak tepat atau vulgar untuk mengundang amarah pembaca.
4) *Formatting* (pemformatan) merupakan judul yang banyak menggunakan huruf kapital, tanda seru, dan tanda baca.
5) *Graphic* (grafis) adalah judul yang tidak dapat dipercaya dan mengandung unsur yang cabul atau menjijikan.
6) *Bait and Switch* (umpan dan beralih) merupakan judul yang dibuat tidak terdapat didalam halaman *website*, sehingga pembaca harus melakukan klik tambahan.
7) *Ambiguous* (ambigu) adalah judul yang dibuat tidak jelas dan membingungkan sehingga membuat pembaca merasa penasaran dan ingin tahu isi berita terkait.
8) *Wrong* (salah) adalah judul yang dibuat dengan fakta yang tidak sesuai.

2. Minat Baca

Minat atau kemampuan atau kehendak adalah fungsi jiwa untuk mencapai suatu kehendak. Kehendak ini merupakan kekuatan dari dalam jiwa dan terlihat dari luar melalui gerak gerik. Siregar dalam Kasiyun (2015: 81) menyatakan bahwa minat baca adalah keinginan atau kecenderungan hati yang tinggi (gairah) untuk membaca.

Ada empat indikator minat baca yang dikemukakan oleh Mattew dalam Amalia (2015: 3), yaitu sebagai berikut:

1) Motivasi

   Motivasi merupakan dorongan yang dimiliki seorang individu agar merangsang diri untuk melakukan tindakan-tindakan atau sesuatu yang menjadi dasar atau alasan untuk berperilaku atau melakukan sesuatu.
2) Perhatian

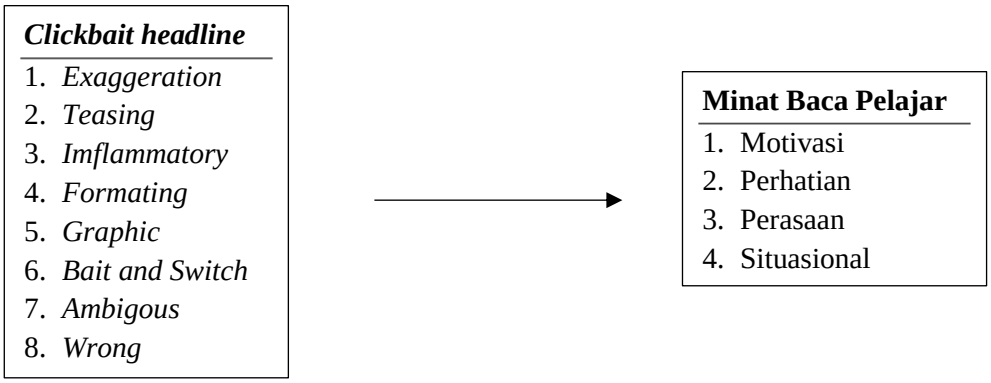
   Perhatian merupakan kegiatan seseorang individu yang mengkonsentrasikan dirinya terhadap rangsangan yang datang dari lingkungannya.
3) Perasaan

   Perasaan merupakan berbagai macam emosi yang terdapat dalam diri manusia sesuai dengan situasi dan kondisi yang sedang dialami.
4) Situasional

   Situasional yakni keadaan atau situasi yang mendukung timbulnya minat baca.

Smooting
ISSN 2085-2215
Vol.21 No.1 Januari 2023

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Dalam penelitian ini, hipotesis umum yang diajukan peneliti adalah sebagai berikut: "Terdapat pengaruh antara *clickbait headline* portal berita *online* terhadap minat baca pelajar SMA Negeri 1 Karanganyar".

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini juga menggunakan jenis riset eksplanatif, untuk menjabarkan alasan terjadinya suatu fenomena.

Populasi dan Sampel

Populasi untuk penelitian ini adalah pelajar SMA Negeri 1 Karanganyar yang membaca berita *online* dengan jumlah 819 siswa. Teknik pengambilan sampel menggukan teknik *promotion stratified random sampling* dan pada penelitian ini dikelompokan berdasarkan tingkatan kelas, yaitu kelas XI dan Kelas XII. Untuk menghitung ukuran sampel maka peneliti menggunakan rumus Yamane dengan menggunakan *sampling error* 10%, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan: N = Besar populasi
n = Besar sampel
d = Presisi (*sampling error*)

Berdasarkan perhitungan rumus diatas diperoleh sampel sebanyak 90 responden.

Definisi Operasional

1. *Clickbait Headline*

Romli dalam Susilowati (2021: 7) menjelaskan bahwa *clickbait* atau umpan klik adalah judul berita yang dibuat seolah berita tersebut adalah berita yang sensaional sehingga pembaca tertarik untuk membacanya, akan tetapi judul yang diklik tersebut hanya akan berubah menjadi iklan atau hanya menyesatkan agar pembaca mengklik tanpa hasil yang sesuai.

Untuk menunjukkan variabel *clickbait headline*, menurut Biyani, Tsioutsiouliklis, dan Blackmer dalam Wahyusuci (2021: 42) terdapat delapan indikator *clickbait headline*, *clickbait headline* yang ada di media *online* Portal berita *online*, yaitu:

a. *Exaggeration* (berlebihan)
b. *Teasing* (ejekan)
c. *Imflammatory* (menghasut
d. *Formatting* (pemformatan)
e. *Graphic* (grafis).
f. *Bait and Switch* (umpan dan beralih)
g. *Ambiguous* (ambigu)

Smooting
ISSN 2085-2215
Vol.21 No.1 Januari 2023

h. *Wrong* (salah).
2. Minat Baca

Siregar dalam Kasiyun (2015: 81) menyatakan bahwa minat baca adalah keinginan atau kecenderungan hati yang tinggi (gairah) untuk membaca. Untuk menunjukan variabel minat baca, ada empat indikator minat baca yang dikemukakan oleh Mattew dalam Amalia (2015: 3), yaitu sebagai berikut:

a. Motivasi
b. Perhatian
c. Perasaan
d. Situasional

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan teknik analisis data regresi linear sederhana. Menurut Sugiyono dalam Muizu dkk (2016: 175), analisis regresi linear sederhana adalah suatu alat analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Muhidin dan Maman (2007: 188) menjelaskan bahwa regresi sederhana bertujuan untuk mempelajari hubungan antara dua variabel.

Teknik analisis regresi linier sederhana dipilih karena dalam penelitian ini, peneliti hanya memiliki dua variabel yaitu *clickbait headline* sebagai veriabel X dan minat baca pelajar sebagai variabel Y. Dimana penelitian ini untuk mengukur pengaruh *clickbait headline* terhadap minat baca pelajar, sehingga teknik tersebut dianggap sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini.

Persamaan regresi linear sederhana untuk mengukur variabel X terhadap variabel Y yaitu:

$Y = a + bX$

Keterangan: X = *Clickbait headline*
Y = Pelajar SMA Negeri 1 Karanganyar
a = Konstanta
b = Koefisien Regresi

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskripsi

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian yang dilakukan oleh peneliti di SMA Negeri 1 Karanganyar, dari total 90 responden digolongkan kedalam dua kelompok yaitu berdasarkan jenis kelamin dan berdasarkan kelas.

2. Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Variabel *Clickbait headline*

Kuesioner penelitian variabel *clickbait headline* terdiri dari 14 item pernyataan yang hasilnya disajikan dalam tabel berikut ini :

Smooting
ISSN 2085-2215
Vol.21 No.1 Januari 2023

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Variabel *Clickbait headline*

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	Sig.	A	Keterangan
1	X1.1	0,473	0,207	0,000	0,05	Valid
2	X1.2	0,262	0,207	0,013	0,05	Valid
3	X1.3	0,569	0,207	0,000	0,05	Valid
4	X1.4	0,686	0,207	0,000	0,05	Valid
5	X1.5	0,670	0,207	0,000	0,05	Valid
6	X1.6	0,534	0,207	0,000	0,05	Valid
7	X1.7	0,592	0,207	0,000	0,05	Valid
8	X1.8	0,329	0,207	0,002	0,05	Valid
9	X1.9	0,293	0,207	0,000	0,05	Valid
10	X1.10	0,259	0,207	0,014	0,05	Valid
11	X1.11	0,333	0,207	0,001	0,05	Valid
12	X1.12	0,515	0,207	0,000	0,05	Valid
13	X1.13	0,308	0,207	0,003	0,05	Valid
14	X1.14	0,318	0,207	0,003	0,05	Valid

Sumber: Hasil output SPSS yang diolah 2022

Tabel diatas menunjukan bahwa semua pernyataan variabel *clickbait headline* dinyatakan valid.

Hasil Uji Validitas Variabel Minat Baca

Kuesioner penelitian variabel minat baca terdiri dari 8 item pernyataan yang hasilnya disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Baca

No	Peryataan	rhitung	rtabel	Sig.	α	Keterangan
1	Y1.1	0,670	0,207	0,000	0,05	Valid
2	Y1.2	0,518	0,207	0,000	0,05	Valid
3	Y1.3	0,656	0,207	0,000	0,05	Valid
4	Y1.4	0,434	0,207	0,000	0,05	Valid
5	Y1.5	0,718	0,207	0,000	0,05	Valid
6	Y1.6	0,638	0,207	0,000	0,05	Valid
7	Y1.7	0,677	0,207	0,000	0,05	Valid
8	Y1.8	0,590	0,207	0,000	0,05	Valid

Sumber: Hasil output SPSS yang diolah 2022

Tabel diatas menunjukan bahwa semua pernyataan variabel minat baca dinyatakan valid.

3. Uji Reliabilitas

Teknik yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Cronbach Alpha.* Kuesioner ini dapat dikatakan reliabel jika mempunya koefisien korelasi lebih dari 0,6.

Smooting
ISSN 2085-2215
Vol.21 No.1 Januari 2023

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel Penelitian	Koefisien Alpha	*Critical Value*	Keterangan
1	*Clickbait Headline*	0,666	0,6	Reliabel
2	Minat Baca	0,761	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil *output* SPSS yang diolah 2022

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

4. Uji Regresi Linier Sederhana

Sebelum dilakukan uji analisis regresi linier sederhana terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat penelitian. Asumsi yang harus dipenuhi adalah uji normalitas dan uji linieritas. Data dalam penelitian ini setelah diuji dan diperoleh hasil bahwa seluruh data nomal dan linier, sehingga dapat dilakukan pengujian dengan persamaan sebagai berikut:

Y = a + bX

Tabel 4
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

No	Item	*Kofision regresi*	*Statistic*	Signifikansi
1	Konstanta (α)	16,454	4,983	0,000
2	*Clickbait headline*	0,274	4,274	
3	R-Square		0,172	
4	F Statistic		18,283	0,000

Sumber: Hasil output SPSS yang diolah 2022

Berdasarkan tabel 4, diatas diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

Y = 16,454 + 0,274X

5. Uji t

Ha diterima, karena **t**hitung > **t**tabel yaitu 4,274 > 1,987 dan nilai signifikansi < 0,05, yaitu 0,000.

6. Uji R Square

Hasil uji *R Square* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5
Hasil Uji *R Square*

Variabel	R	*R Square*	*Adjust R Square*
Clickbait Headline Minat Baca	0,415	0,172	3,493

Sumber: Hasil *output* SPSS yang diolah 2022

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi atau nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,172.

7. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisa data dinyatakan dalam persamaan regresi linier sederhana berikut:

Y = 16,454 + 0,274X

Diketahui bahwa koefisien regresi dari variabel *clickbait headline* portal berita *online* sebesar 16,454. Untuk uji keberartian regresi ini didapatkan koefisien regresi (b) sebesar positif 0,274.

Hasil uji t menghasilkan keputusan uji Ha diterima, maka ada pengaruh yang signifikan antara *clickbait headline* portal berita *online* terhadap minat baca pelajar di SMA Negeri 1 Karanganyar.

Hasil Uji R Square diperoleh koefisien R Square sebesar 0,172 atau 17,2 %. Perolehan ini menunjukkan bahwa *clickbait headline* portal berita *online* berperan sebanyak 17,2 % terhadap peningkatan minat baca pelajar di SMA Negeri 1 Karanganyar.

Smooting
ISSN 2085-2215
Vol.21 No.1 Januari 2023

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil penelitian ini menujukkan bahwa *Clickbait headline* portal berita *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat baca pelajar di SMA Negeri 1 Karanganyar.
2. Dalam penelitian ini *clickbait headline* portal berita *online* berperan sebanyak 17,2 % terhadap peningkatan minat baca pelajar di SMA Negeri 1 Karanganyar, sedangkan masih terdapat sebesar 82,8 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Saran

1. Hendaknya perusaan media yang menerbitkan portal berita *online* tidak lagi membuat *bait and switch* atau klik tambahan ke laman berita berikutnya. Hal tersebut dikarenakan para pelajar cenderung malas membaca berita yang mengharusan dirinya mengklik tambahan untuk dapat membaca berita secara utuh.
2. Hendaknya perusaan media yang menerbitkan portal berita *online* lebih mengutamakan kebenaran dan kesesuaian antara judul berita dengan isi beritanya serta menerbitkan Program-program tulisan yang dapat memotivasi para pelajar untuk ikut berperan aktif mencari berita untuk dapat dimuat, tidak hanya mencari aspek bisnis akan tetapi bisa ikut membantu mencerdasakan anak bangsa.
3. Hekdaknya pelajar atau pembaca dapat memilah bacaan di portal berita *online* mana yang baik untuk dikonsumsi dan yang tidak, sehingga bermanfaat serta menambah wawasannya.
4. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan untuk mencantumkan variabel-variabel lain yang diduga berhubungan dengan *clickbait headline* ataupun minat baca yang belum dapat diteliti pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Biyani, Prakhar., Kostas Tsioutsiouliklis, and John Blackmer. (2016). “8 Amazing Secrets for Getting More Clicks”: Detecting Clickbaits in News Streams Using Article Informality. Proceedings of the Thirtieth AAAI Conference on Artificial Intelligence (AAAI-16).

Gunawan, Kenny Adam. (2018). *Pengaruh Penggunaan Clickbait Headline Berita Terhadap Persepsi Pembaca (Studi deskriptif kuantitatif pengaruh penggunaan Clickbait Headline Berita Media Online Okezone,com terhadap Persepsi Pembaca Kalangan Mahasiswa Institut Pendidikan Indonesia Garut Angkatan 2018).* Skripsi. Garut. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Garut.

Hadiyat, Yayat D. (2019). Clickbait di Media Online Indonesia. *Jurnal Pekommas*. Vol. 04 No. 1:1-10.

Kasiyun, Suharmono. (2015). Upaya Peningkatan Minat Baca Sebagai Sarana Untuk Mencerdaskan Bangsa. *Jurnal Bahasa Indonesia, Sastra, dan Pengajarannya*. Vol. 1 No.1: 79-95.

Rahmatika, Nurisma & Syahrul, Hidayanto. (2020). Pengaruh Clickbait Journalism Terhadap Minat Baca Generasi Z. *Jurnalisa.* Vol. 06 No. 2: 270-290.

Susilowati, Rifha. (2021). *Clickbait Pada Headline Youtube (Analisis isi pesan terhadap judul-judul konten clicbait di chanel Bobon Santoso edisi konten terbarunya).* Skripsi. Ponorogo. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Wahyusuci, Hadynda. (2021). *Persepsi Masyarakat Tentang Judul Cerita Clickbait Pada Media Kumparan.com (studi deskripsi pada Masyarakat Kelurahan Desa Lama Kecamatan Pancar Batu).* Skripsi. Medan: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan.