

Judul *Clickbait* dalam Berita Kasus Prostitusi *Online*

Clickbait *Headline* in News of *Online* Prostitution Case

Olivia Lewi Pramesti

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari, Janti, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

olivia.lewi@uajy.ac.id

Diterima : 31 Oktober 2019 || Revisi : 3 April 2020 || Disetujui: 4 April 2020

Abstrak: Peningkatan penggunaan internet memicu pelaku media *online* berlomba untuk menarik pembaca. Salah satu caranya adalah penggunaan judul *clickbait* dalam berita. Judul-judul *clickbait* adalah judul yang menarik perhatian dan pikiran pembaca untuk mengklik berita. Penelitian ini bertujuan untuk melihat kecenderungan pola judul *clickbait* pada berita kriminal, yakni kasus prostitusi *online*. Metode penelitian adalah analisis isi kuantitatif. Berita yang akan diteliti merupakan berita kasus prostitusi *online* artis Vanessa Angel di Tribunnews.com periode Januari hingga Juni 2019. Hasil penelitian menunjukkan Tribunnews.com menerapkan pola judul *clickbait* dalam berita Vanessa Angel.

Kata kunci: berita, *clickbait*, judul, prostitusi *online*

Abstract: The increase of internet use triggers online media industry to compete for attracting readers. One of the ways is using the *clickbait* headline in the news. The *clickbait* is a catchy headline that attracts the readers to click on the news. This study aims to look at the tendency of *clickbait* title patterns in criminal news, namely online prostitution cases. The research method is quantitative content analysis. The news that will be examined is the news of Vanessa Angel's online prostitution case on Tribunnews.com for the period of January to June 2019. The result shows that Tribunnews.com applies the pattern of the *clickbait* headline in Vanessa Angel's news.

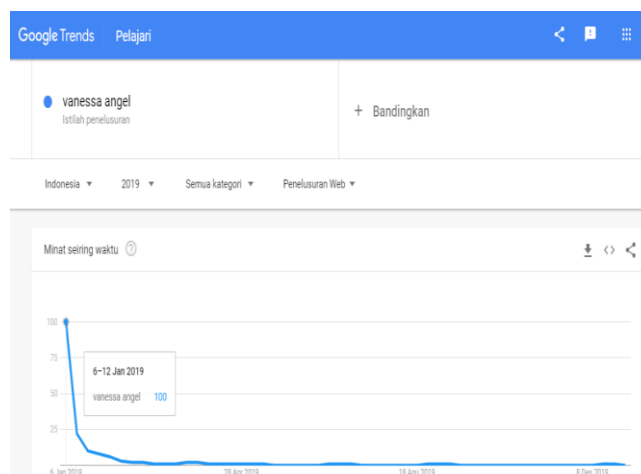
Keywords: *clickbait*, headline, news of online prostitution case

PENDAHULUAN

Prostitusi *online* di kalangan artis hangat diperbincangkan media pada Januari 2019. Kala itu, artis Vanessa Angel adalah nama artis yang tersangkut prostitusi *online* tersebut. Ia tertangkap di salah satu kamar hotel di Surabaya bersama pria bukan pasangannya. Vanessa Angel pun akhirnya dinyatakan bersalah dengan vonis 5 bulan penjara. Vanessa dinilai melanggar pasal 27 ayat 1 UU RI No. 19 tahun 2016 tentang Perubahan atas UU RI No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik jo Pasal 55 ayat (1) ke-1 KUHP terkait penyebaran konten asusila (CNN Indonesia, 2019).

Berita soal Vanessa Angel ramai diberitakan di media massa khususnya media *online*, dari kronologi penangkapan, sidang, hingga kebebasannya pada 30 Juni 2019. Berita Vanessa Angel ini layak diberitakan karena memenuhi beberapa unsur nilai berita seperti kebaruan (*timeliness*), penting (*significance*), dan menyangkut orang terkenal/*public figure* (*prominence*). Berita Vanessa yang diberitakan oleh media *online*, mendapatkan respon dari masyarakat. Hal ini diperkuat dengan data dari *Google*

Trend di mana berita ini menjadi *trending topic* sekitar bulan Januari 2019 lalu. Berikut adalah grafik dari *Google Trend* yang menunjukkan ketertarikan masyarakat pada berita Vanessa Angel. Berdasar grafik tersebut, pembaca berita penangkapan Vanessa Angel pada Januari 2019 meningkat tajam (*Google Trends*, 2019).



Gambar 1 Minat pembaca pada berita Vanessa Angel di *Google Trends* dalam rentang waktu 1 tahun di 2019 (*Google Trends*, 2019)

Berita Vanessa yang menjadi *trending topic* pada Januari 2019, tak terlepas dari efek judul berita yang menarik. Judul berita merupakan pintu pertama bagi pembaca untuk membaca berita. Judul yang menarik tentu akan mengundang rasa penasaran pembaca. Nadie (2018) menyatakan, judul adalah sebuah etalase yang berfungsi memberikan sedikit bocoran mengenai apa yang ada dalam tulisan. Jika judul menarik dan mengundang rasa ingin tahu, tentu orang akan berusaha untuk mendapatkan informasi lagi lebih jauh lagi

Judul berita turut andil menentukan banyaknya jumlah pembaca. Dalam konteks persaingan media *online*, penggunaan judul berita yang menarik menjadi salah satu strategi yang dilakukan redaksi. Di era perkembangan media *online* dikenal dengan istilah *clickbait*. *Clickbait* adalah judul yang menjebak, yang biasanya dipakai oleh pembuat konten untuk menarik pembaca. Zaenudin (2018) menyatakan *clickbait* adalah fenomena di media *online* karena memuja-muja *page view* atau jumlah klik yang masuk. Zaenudin menjelaskan media *online* berbeda dengan media konvensional, salah satunya adalah keterbacaan artikel. Semakin banyak yang membaca artikel, semakin menggelembung *page view* sebuah media. Penggelembungan ini berpengaruh pada peluang mendapatkan iklan. Oleh karena itu, *page view* banyak diburu oleh *media online*.

Clickbait merupakan bentuk baru dari jurnalis tabloid. Jurnalisme tabloid ini disebut jurnalisme kuning, yang berisi sensasi dan skandal. Jurnalisme yang pertama kali hadir di Amerika Serikat ini sudah mulai diperbicangkan sejak tahun 1800-an.. Jurnalisme ini dinilai melemahkan jurnalisme profesional karena menyebarkan rumor yang tidak diverifikasi kebenarannya (m).

Karakteristik *clickbait* (Chakraborty, Paranjape, Kakarla, & Ganguly, 2016) di antaranya; jumlah kata dalam judul rata-rata 10 kata; judul dalam *headline* memiliki anak kalimat panjang; judul bombastis seperti menggunakan kata-kata “wow”, “astaga”, “ckckc”, “yuk”, dan lainnya; judul menggunakan tanda baca “!”, “*”, “!!!”; serta judul mengeksploitasi celah keingintahuan pembaca.

Peneliti berasumsi bahwa di era digital ini, media *online* di Indonesia menerapkan jurnalisme tabloid. Asumsi ini merujuk pada judul yang memicu respon emosional dan cenderung sensasional. Tak hanya itu, isi media pun sering tidak diverifikasi sehingga berita belum bisa diuji kebenarannya.

Kilgo, Harlow, Garcia-Perdomo, dan Salaverria (2016) dalam penelitiannya menyatakan, sensasionalisme muncul dalam cerita yang diproduksi oleh organisasi berita *online*. Sensasionalisme ini memancing emosi dari pembaca. Slattery and Hakanen (dalam Kilgo, Harlow, Garcia-Perdomo, dan Salaverria, 2016) menyatakan bahwa topik nonsensasional yang memiliki nilai berita sangat memungkinkan dibuat sensasional. Kilgo, Harlow, Garcia-Perdomo, dan Salaverria (2016) melakukan penelitian pada artikel yang dipublikasikan di media *online* di Amerika Utara dan Selatan, yakni di USA (The Huffington Post), Mexico (Aristegui Noticias), Brazil (G1), dan Argentina (Minutouno.com). Hasil penelitian menunjukkan bahwa artikel yang dimuat didominasi sensasional yang membangkitkan emosi di awal artikel dan disajikan dengan cara mirip tabloid. Kendati demikian, perlakuan sensasional pada berita tidak selalu menghasilkan banyak interaksi dari pembacanya.

Kitch menyatakan bahwa (Rahmitasari dalam Pramesti, 2019), jurnalisme tabloid sering menyertakan dramatisasi untuk mengagetkan dan memicu respons emosional di kalangan pembaca, yang justru sangat dihindari oleh jurnalisme pada umumnya. Bob Franklin (Rahmitasari dalam Pramesti, 2019), pun menyebut bahwa jurnalisme tabloid menghilangkan fungsi jurnalisme sebagai penyedia informasi, sehingga para jurnalis lebih mengutamakan untuk menyampaikan berita yang menarik bagi publik daripada berita yang ada di ranah publik.

Fenomena jurnalisme tabloid ini sudah dipraktekkan pada media cetak di Indonesia. Media cetak ini dikenal sebagai koran kuning, yang judul dan isi beritanya cenderung vulgar, bombastis, dan mengandung unsur sadis. Hal ini ditunjukkan melalui penelitian yang dilakukan oleh Awaluddin Yusuf (dalam Rahmitasari, 2013,) yang meneliti *headline* empat surat kabar tabloid di Jakarta, Yogyakarta, dan Jawa Tengah, yaitu *Pos Kota*, *Lampu Merah*, *Merapi*, dan *Meteor*. Hasil penelitian menunjukkan, keempat surat kabar tersebut menggunakan bahasa sensasional pada *headline* untuk menarik pembaca.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Rahmitasari (2013) yang melakukan esensi dari jurnalisme tabloid di Indonesia melalui dua surat kabar tabloid, yaitu *Pos Kota* dan *Lampu Hijau*. Hasil penelitian menunjukkan, jurnalisme tabloid di Indonesia berfokus pada isu-isu lokal seperti

kejahatan, kriminalitas, kejadian lokal dan cerita sensasional, serta menargetkan pembaca urban di Jakarta dan sekitarnya. Jurnalisme tabloid ini menasar pembaca urban yang tidak berasal dari desa, namun kehilangan relasi sosial karena tingginya tuntutan kerja di Jakarta dan sekitarnya.

Headline yang dimunculkan di media cetak seperti pada penelitian sebelumnya muncul dalam judul *clickbait* di media *online*. Fungsi *headline* dan *clickbait* relatif sama, yakni menarik pembaca untuk membaca serta mengklik berita tersebut. Penggunaan judul *clickbait* oleh media *online* akan semakin meningkat seiring penggunaan internet yang semakin tinggi. Riset dari Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan penetrasi internet tahun 2018 adalah 171,17 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 264,16 juta orang. Penetrasi internet 2018 ini meningkat dari tahun 2017 yang berjumlah 143,26 juta jiwa. Hasil riset APJII juga menunjukkan bahwa ada beberapa alasan orang menggunakan internet di antaranya komunikasi lewat pesan (24,7%), sosial media (18,9%), mencari informasi terkait pekerjaan (11,5%), serta membaca berita *online* di peringkat 7 dengan jumlah 5,5% (APJII, 2018). Data ini menunjukkan bahwa internet juga digunakan pengguna untuk mengakses berita *online*. Hal ini bisa membuka peluang bagi pelaku media *online* untuk turut menyuburkan penggunaan *clickbait*.

Penggunaan *clickbait* memiliki keuntungan tersendiri bagi pelaku media yakni mendapat klik dari pembaca. Klik dari pembaca ini menjadi pemasukan bagi media tersebut. Di sisi lain, penggunaan *clickbait* merugikan pembaca karena memberikan informasi yang tidak sesuai dengan judul yang diberikan. Chakraborty, Paranjape, Kakarla, & Ganguly (2016) menyatakan *clickbait* mengeksploitasi sisi kognitif manusia yang disebut dengan *curiosity gap*. *Curiosity gap* menampilkan *headline* yang menimbulkan rasa ingin tahu pembaca dan mendorong mereka untuk mengklik tautan tersebut. Tautan tersebut dapat menipu pembaca karena isinya tidak sesuai harapan pembaca, serta meninggalkan kekecewaan.

Kerugian pada pembaca atas judul *clickbait* sangat bertentangan dengan tujuan jurnalisme. Kovach & Rosenstiel (2014) menyatakan, tujuan utama dari jurnalisme adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat serta menjadi kontrol atas pemerintahan. Berita membantu komunitas mendefinisikan dirinya, memberikan

pengetahuan kepada mereka, serta membantu mengidentifikasi kepentingan komunitas. Kovach & Rosenstiel (2014) menambahkan, teknologi memungkinkan setiap orang membentuk jurnalismenya sendiri. Hanya saja, tujuan jurnalisme selalu berkaitan dengan penyediaan koneksi sosial dan pengetahuan.

Tujuan jurnalisme di atas berbeda dengan tujuan dari jurnalisme tabloid. Rowe (dalam Bastos, 2018) menyatakan jurnalisme tabloid jauh dari kualitas jurnalisme. Artikel dalam jurnalisme tabloid rata-rata lebih pendek dan menekankan pada ruang judul dan gambar. Picard (dalam Bastos, 2018,) mengungkapkan perubahan industri media menyebabkan jurnalisme tabloid bermetamorfosis dalam bentuk *clickbait*, seperti yang terjadi di pasar Eropa dan Amerika. Metaformosis ini tidak terlalu berbeda dengan industri media cetak dengan konten yang berbicara pengalaman pribadi, karya yang menarik perhatian manusia, serta berita yang menimbulkan keingintahuan tinggi. Sayangnya, metaformosis dalam bentuk *clickbait* ini tidak memiliki nilai berita dalam kaidah jurnalistik.

Penelitian ini akan melihat fenomena *clickbait* pada berita Vanessa yang merupakan salah kategori berita kriminal. Menurut KBBI, kriminal adalah berkaitan dengan kejahatan (pelanggaran hukum) yang dapat dihukum menurut undang-undang. Berita kriminal cenderung disukai oleh khalayak. Di era 2000-an misalnya, banyak media televisi menayangkan acara kriminal dengan format yang berbeda. Ada tayangan *Brutal* di stasiun TV *Lativi* (berubah menjadi *TVOne*), *Patroli* di *Indosiar*, *Buser* di *SCTV*, *Sidik* di *TPI* (berubah menjadi *MNC TV*), *TKP* di *TV 7* (berubah menjadi *Trans TV*), serta *Sergap* di *RCTI* (Afifullah, 2018). Berita kriminal pun menjadi salah khas dari jurnalisme tabloid. Data ini menguatkan bahwa acara kriminal disukai oleh konsumen media.

Penelitian ini mengambil jenis berita kriminal soal prostitusi *online*. Latief dan Aziz (2019) menyatakan prostitusi *online* adalah perbuatan asusila sebagai mata pencaharian melalui media sosial yang dijadikan sebagai alat untuk membantu bernegosiasi harga dan tempat dilakukannya prostitusi tersebut. Prostitusi adalah kejahatan moral, ilegal, dan melawan hukum, dan bentuk kekerasan terhadap perempuan. Perempuan sendiri, di media, masih menjadi objek pemberitaan yang bersifat diskriminatif.

Tabel 1 Perbedaan *clickbait* dan non *clickbait*

No.	Kategorisasi	Karakteristik <i>Clickbait</i>	Karakteristik Non- <i>Clickbait</i>
1.	Panjang <i>headline</i> /judul	Panjang judul rata-rata 10 kata	Panjang judul rata-rata 7 kata
2.	Kata hiperbola	Menggunakan kata-kata yang mencolok yang sensasional	Tidak menggunakan kata-kata mencolok dan sensasional
3.	Bahasa Slang/tidak resmi dalam internet	Menggunakan bahasa Slang seperti kata-kata “wow”, “astaga”, LOL (<i>Laughing Out Loudly</i>),	Tidak menggunakan bahasa Slang
4.	Pola tanda baca dalam judul	Tanda baca tidak formal seperti !?, ..., **, !!!	Tidak menggunakan pola tanda baca
5.	Kata penghubung dalam judul	Terdapat kata penghubung dalam judul, seperti dan, maupun, bila, hingga, ketika, karena, dan lainnya yang saling berhubungan satu dengan lainnya	Tidak terdapat kata penghubung yang bermaksud memanjangkan kalimat
6.	Topik dalam judul berita	Topik dalam satu judul berita bisa berbeda	Topik dalam satu judul berita tidak berbeda
7.	Penekanan angka di awal judul	Terdapat angka di awal judul yang sifatnya membuat pembaca ingin tahu	Penggunaan angka tidak diutamakan di awal judul
8.	Judul bersifat narasi	Judul menceritakan sesuatu dengan deskripsi panjang	Judul menceritakan sesuatu tanpa deskripsi panjang

Sumber: Chakraborty, Paranjape, Kakarla, & Ganguly (2016) & Chen, Conroy, & Rubin (2015)

Sementara itu, penelitian ini akan mengidentifikasi pola-pola judul *clickbait* dalam berita Vanessa. Chakraborty, Paranjape, Kakarla, & Ganguly (2016) menyatakan pembaca bisa mengidentifikasi *clickbait* melalui bahasa yang ada dalam sebuah *headline*. Bahasa *headline* ini dapat dilihat secara langsung oleh pembaca dan berpengaruh terdapat respon pembaca untuk mengkliknya. Pada penelitian ini, identifikasi pola judul *clickbait* akan menggunakan konsep dari Chakraborty, Paranjape, Kakarla, & Ganguly (2016) dan Chen, Conroy, & Rubin (2015). Berikut ini adalah perbedaan *clickbait* dan non-*clickbait* bisa dijelaskan pada Tabel 1.

Penelitian mengenai *clickbait* di Indonesia sudah banyak dilakukan, namun belum ada yang secara khusus membahas pola judul *clickbait* di media *online* dengan konsep Chakraborty, Paranjape, Kakarla, & Ganguly (2016) dan Chen, Conroy, & Rubin (2015).

Penelitian judul *clickbait* pernah dilakukan oleh Hadiyat (2019) dengan judul penelitian “*Clickbait di Media Online Indonesia*”. Penelitian dilakukan secara kualitatif dengan mengidentifikasi judul berita media *online* di Indonesia berdasarkan delapan tipe *clickbait* yaitu *exaggeration*, *teasing*, *inflammatory*, *formatting*, *graphic*, *bait-and-switch*, *ambiguous*, dan *wrong*. Hasil penelitian menunjukkan penggunaan delapan tipe *clickbait* tersebut digunakan media *online* untuk menarik pembaca.

Penelitian lain dilakukan oleh Mardiyah (2019) yang berjudul *Fenomena Clickbait di Tribunnews.com Ditinjau dari Kode Etik Jurnalistik Indonesia Periode Maret 2018*. Penelitian ini menggunakan analisis fenomenologi Alfred Schütz. Penelitian ini mengidentifikasi berita di Tribunnews.com pada Maret 2018 dengan melihat kode etik jurnalistik Indonesia dan konsep dari penelitian Chakraborty, Paranjape, Kakarla, & Ganguly (2016). Peneliti hanya menggunakan tiga pola judul berita *clickbait* yakni panjang *headline*, karakter dalam judul, dan penggunaan kata ganti dalam *clickbait*. Hasil penelitian menunjukkan banyak judul berita di periode tersebut yang melanggar kode etik jurnalistik karena memenuhi unsur *clickbait*.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Menurut Barelson dalam Kriyantono (2010), analisis isi adalah sebuah teknik penelitian untuk mempelajari dan menganalisis isi komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak. Peneliti memilih media *online* *Tribunnews.com* sebagai subjek penelitian. Pemilihan media *Tribunnews.com* didasarkan pada peringkat *Alexa.com*. *Tribunnews.com* konsisten berada dalam peringkat lima besar media *online* yang sering dikunjungi. Media *online* *Tribunnews.com* berada pada urutan ke-2, namun peneliti memilih *Tribunnews.com* karena merupakan media berjejaring milik Kompas Gramedia. Penyebaran berita cenderung lebih banyak khususnya ke jaringan lain Tribun dibanding media yang tidak berjejaring. Kecenderungan penyebaran berita di berbagai jaringan Tribun akan memudahkan pembaca mendapatkan sebuah informasi. Lebih lagi ketika bicara dalam konteks *clickbait*, semakin tinggi penyebaran judul *clickbait*, semakin tinggi pula tingkat pengetahuan masyarakat atas informasi.

Berikut lima peringkat media di *Alexa.com* per 16 Agustus 2019.

Tabel 2 Lima Peringkat Media *Online* yang sering dikunjungi berdasarkan ranking *Alexa.com* per 16 Agustus 2019

No.	Nama Media <i>Online</i>
1.	Okezone.com
2.	Tribunnews.com
3.	Detik.com
4.	Sindonews.com
5.	Kompas.com

Objek penelitian dalam penelitian adalah 100 berita Vanessa Angel yang diidentifikasi melalui kata kunci “*Vanessa Angel*”. Berdasarkan pencairan tersebut, muncul populasi berita sebanyak 95 berita dengan periode Januari hingga Juni 2019. Pemilihan rentang tersebut didasarkan dari awal mula kasus itu muncul (sejak penangkapan) Vanessa Angel hingga berakhirnya kasus (pembebasan Vanessa Angel dari penjara). Total sampling dalam penelitian ini berjumlah 95 berita.

Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan dua *coder*. Uji reliabilitas dua *coder* ini akan dihitung dengan rumus *Holsty* ($2M/N1+N2$). Ambang penerimaan yang dipakai untuk uji reliabilitas kategorisasi adalah 0,75, artinya quesioner peneliti dinilai *reliable* ketika memiliki ambang penerimaan ini. Setelah melakukan uji reliabilitas, analisis data dilakukan dengan mengolah data melalui program SPSS 25, kemudian peneliti akan mencatat frekuensi kemunculan unit analisis yang sudah ditetapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data Frekuensi Panjang *Headline*/ Judul

Chakraborty, Paranjape, Kakarla, & Ganguly (2016, h. 2) menyatakan panjang *headline clickbait* rata-rata 10 kata, sementara *non clickbait* adalah 7 kata. Tabel 3 memperlihatkan hasil distribusi frekuensinya.

Tabel 3 Hasil olah data distribusi frekuensi untuk kategori panjang *headline*

		Panjang <i>Headline</i>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Memenuhi	83	87,4	87,4	87,4
	Tidak	12	12,6	12,6	100,0
Total		95	100,0	100,0	

Hasil penelitian menunjukkan bahwa judul berita prostitusi *online* soal Vanessa Angel di *Tribunnews.com*, sebanyak 87,4 % memenuhi judul *clickbait*, yakni memenuhi unsur panjang *headline* 10 kata, dan hanya 12,6% memiliki panjang *headline non-clickbait*, yaitu 7 kata. Berdasar hasil penelitian, judul berita yang memenuhi unsur *clickbait* memiliki panjang *headline* rata-rata 10-14 kata, sedangkan yang tidak memenuhi memiliki panjang *headline* 6-9 kata. Tabel 4 memperlihatkan contoh judul berita yang memenuhi unsur *clickbait*.

Tabel 4 Judul Berita *Clickbait* dengan panjang *headline* rata-rata 10-14 kata

Judul berita	Tanggal tayang	Jumlah kata dalam judul
Bahagiaanya Vanessa Angel Jelang Keluar Penjara, Lebih Sehat dan Terlihat Riang	29 Juni 2019	10 kata
Bebas dari Penjara, Vanessa Angel Langsung Dapat Hadiah iPhone dan Kontrak Kerja	1 Juli 2019	11 kata
Sempat “Mengadu” ke Jokowi dan Prabowo, Bibi Kembali Pertanyakan Keadilan untuk Vanessa Angel	9 April 2019	12 kata
Fakta Kasus Vanessa Angel, Kronologi Penangkapan di Hotel hingga Satu Wanita di Jakarta Diamankan	6 Januari 2019	13 kata
Tampil Tanpa Jilbab Saat Sidang Lanjutan, Vanessa Angel Malah Minta Doanya: Semoga Cepat Berhijab Ya	10 Juli 2019	14 kata

Contoh judul berita *non-clickbait* yang terdapat dalam judul berita Vanessa Angel di antaranya ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5 Judul Berita *Clickbait* dengan panjang kurang dari 10 kata

Judul Berita	Tanggal Tayang	Jumlah kata dalam judul
Bebas Minggu Pagi, Ini Tempat Tujuan Vanessa Angel	29 Juni 2019	7 kata
Vanessa Angel Gunakan Hak Pilih di Rutan	17 April 2019	6 kata
Kata Kuasa Hukumnya, Vanessa Angel Ingin Pulang	26 Juni 2019	6 kata

Analisis Data Frekuensi Kata Hiperbolis

Kata hiperbolis, menurut Chakraborty, Paranjape, Kakarla, & Ganguly (2016), adalah kata-kata yang menunjukkan sentimen, seperti menginspirasi, memukau, menyayat hati, dan membangkitkan

semangat. Dalam KBBI, sentimen berarti pandangan yang didasarkan pada perasaan berlebih—lebih terhadap sesuatu (bertentangan dengan pertimbangan pikiran). Sentimen ini bisa bersifat positif (reaksi atau sikap yang meningkatkan nilai seseorang/sesuatu) dan bersifat negatif (reaksi atau sikap yang menurunkan nilai seseorang/sesuatu).

Tabel 6 Hasil Olah Data Distribusi Frekuensi untuk Kategori Kata Hiperbolis dalam Judul Berita

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	Memenuhi	25	26,3	26,3	26,3
	Tidak Memenuhi	70	73,7	73,7	100,0
Total		95	100,0	100,0	

Sumber: Olah data SPSS

Berdasarkan hasil penelitian, dari 95 judul berita soal prostitusi *online* Vanessa Angel, sekitar 26,3% mengandung unsur hiperbolis, sementara 73,7% sisanya tidak mengandung judul hiperbolis. Berikut ini contoh judul hiperbolis yang dituliskan dalam berita Vanessa Angel.



Gambar 1 Judul Berita Vanessa Angel dengan kata hiperbolis

Berita di atas berjudul “Terungkap, di Balik Keceriaan dan Senyum Vanessa Angel di Rutan Medaeng: Batinnya Tertekan” yang dimuat pada 14 April 2019. Kata “terungkap” menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti dapat diungkapkan, terbongkar, dan diketahui. Kata terungkap biasanya digunakan dalam berita kriminal untuk menjelaskan bagaimana sebuah kejahatan dan aktornya bisa terbongkar. Dalam berita Vanessa Angel ini, ternyata tubuh berita tidak sesuai dengan judul yang diberikan. Tubuh berita dalam berita ini ada dua topik. Pertama, soal bagaimana Vanessa membina hubungan baik dengan penghuni rutan dan sering curhat pada petugas Rutan usai sidang. Kedua, cerita Bibi Ardiansyah (mantan kekasih Vanessa) soal kondisi Vanessa di rutan. Kata “terungkap”, serta “batin tertekan” dalam judul pun belum merujuk pada pembongkaran akan

sesuatu hal. Di tubuh berita, justru sedikit membahas soal kesaksian dari Kasubsi Kegiatan Kerja Rutan Perempuan Kelas II A Surabaya (Siti Viona Aidilla) soal Vanessa usai sidang, serta kondisi psikologis Vanessa. Menurut peneliti, kata “terungkap” ini terkesan dilebih-lebihkan karena tidak sesuai dengan fakta yang dituliskan.

Analisis Data Frekuensi Bahasa Slang dalam Judul Berita

Bahasa Slang dalam judul *clickbait* dipahami sebagai bahasa yang tidak resmi digunakan seperti “oww”, “astaga”, *LOL (Laughing Out Loudly)*, dan “*Ckckckc*”. Tabel 7 memperlihatkan hasil distribusi frekuensi dari 95 berita yang diteliti.

Pada berita Vanessa Angel, dari 95 berita yang diteliti, tidak ditemukan sama sekali judul yang menggunakan bahasa slang/tidak resmi seperti “wow”, “astaga”, “lol”, dan lainnya. *Tribunnews.com* terbukti tidak menggunakan pola ini dalam judul berita prostitusi *online* Vanessa Angel

Tabel 7 Hasil Olah Data Distribusi Frekuensi untuk Kategori Bahasa Slang dalam Judul Berita

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	Tidak Memenuhi	95	100,0	100,0	100,0
	Memenuhi				

Analisis Data Frekuensi Tanda Baca dalam Judul Berita

Salah satu pola judul *clickbait* adalah menggunakan tanda baca tidak formal seperti !?, ..., ***, !!!, Berikuit ini adalah hasil olah data untuk kategori tanda baca dalam judul berita Vanessa Angel.

Tabel 8 Hasil Olah Data Distribusi Frekuensi untuk Kategori Tanda Baca dalam Judul Berita

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	Tidak Memenuhi	95	100,0	100,0	100,0
	Memenuhi				

Berdasarkan hasil penelitian, 100% judul berita soal prostitusi *online* Vanessa Angel di *Tribunnews.com* tidak menggunakan tanda baca tidak formal.

Analisis Data Frekuensi Kata Penghubung dalam Judul Berita

Ciri pola judul *clickbait* adalah adanya kata penghubung dalam judul berita. Beberapa contoh kata

penghubung yang bisa digunakan dalam judul berita seperti, dan, maupun, bila, hingga, ketika, dan karena. Kata penghubung tersebut berfungsi untuk menghubungkan induk kalimat dan anak kalimat. Tabel 9 merupoakan hasil olah data distribusi frekuensinya.

Berdasarkan olah data kategori ini, *Tribunnews.com* menggunakan pola penggunaan kata hubung dalam judul berita prostitusi *online* Vanessa Angel sebanyak 70,5%, sedangkan hanya 29,5% yang tidak menggunakan kata penghubung dalam judul beritanya. Di bawah ini adalah contoh judul berita yang menggunakan kata penghubung.

Tabel 9 Hasil Olah Data Distribusi Frekuensi untuk Kategori Kata Penghubung dalam Judul Berita

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	Memenuhi	67	70,5	70,5	70,5
	Tidak	28	29,5	29,5	100,0
	Memenuhi				
	Total	95	100,0	100,0	

Tabel 10 Kata penghubung dalam judul berita Vanessa Angel

Judul berita	Tanggal tayang	Kata penghubung
5 Kontroversi Vanessa Angel: Pernah Disebut Orang Ketiga hingga Keluhkan Pesawat Delay karena Jokowi	5 Januari 2019	hingga, karena
10 Fakta Kasus Prostitusi Artis Vanessa Angel: Sempat Dilepas hingga Akhirnya Jadi Tersangka	17 Januari 2019	hingga, akhirnya
Vanessa Angel Masih Ditahan, Bibi Ardiansyah Singgung Nilai Pancasila dan Minta Perhatian Jokowi	26 Februari 2019	dan
Sempat "Mengadu" ke Jokowi dan Prabowo Bibi Kembali Pertanyakan Keadilan untuk Vanessa Angel	5 Maret 2019	dan, untuk
Setelah Sekian Lama, Sidang Prostitusi <i>Online</i> Vanessa Angel Akhirnya Dihadiri Sosok Istimewa Ini	9 Mei 2019	akhirnya

Sumber: Olah data primer

Analisis Data Frekuensi Topik dalam Judul Berita

Salah satu ciri judul *clickbait* adalah beragamnya topik dalam satu judul berita. Topik berbeda tersebut dihubungkan dengan kata hubung. Berikut adalah hasil olah data *Tribunnews.com* tentang berita prostitusi *online* Vanessa Angel.

Tabel 11 Hasil Olah Data Distribusi Frekuensi untuk Kategori Topik dalam Judul Berita

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	Memenuhi	55	57,9	57,9	57,9
	Tidak	40	42,1	42,1	100,0
	Memenuhi				
	Total	95	100,0	100,0	

Berdasarkan kategori ini, sebanyak 55% judul berita di *Tribunnews.com* soal prostitusi *online* Vanessa Angel berisi topik yang berbeda, sedangkan hanya 40% judul berita yang topiknya hanya membahas satu hal. Tabel 12 menunjukkan contoh judul berita yang melebihi satu topik dalam satu judulnya.

Berdasarkan Tabel 12, berita dengan judul "*Fakta Terbaru Dugaan Prostitusi Artis Vanessa Angel, Fee Mucikari hingga Reaksi Hotman Paris*", misalnya, yang dimuat 6 Januari 2019 memiliki 3 topik dalam judulnya. Setelah dilihat tubuh beritanya, justru terdapat enam topik dalam beritanya. Topik pertama mengenai detik-detik kedatangan Vanessa Angel di Polda Jatim, topik kedua mengenai *fee* mucikari artis, topik ketiga mengenai pemeriksaan pacar Vanessa Angel, topik keempat berbicara soal tanggapan Jane Shalimar (sahabat Vanessa) mengenai penangkapan Vanessa, topik kelima mengenai unggahan di *story instagram* Hotman Paris (pengacara) kondang Indonesia soal penangkapan Vanessa, serta topik keenam adalah kronologis dari Vanessa Angel. Keseluruhan topik yang dituliskan dalam berita ini hanya dituliskan sepenggal-sepenggal dan bukan fakta yang utuh.

Analisis Data Frekuensi Penekanan Angka dalam Judul Berita

Salah satu ciri lain dari penggunaan judul *clickbait* adalah adanya angka di awal judul yang sifatnya membuat pembaca ingin tahu. Tabel 13 menunjukkan data distribusi frekuensi untuk kategori Penekanan Angka dalam Judul Berita.

Berdasarkan Tabel 13, *Tribunnews.com* tidak banyak menggunakan angka dalam judul beritanya. Hanya 11,6% atau sekitar 11 berita saja yang menggunakan angka dalam judul berita, sedangkan 88,4% atau 84 berita tidak menggunakan angka. Biasanya angka tersebut terletak di depan judul berita. Tabel 14 menunjukkan contoh judul berita yang menggunakan angka di depan judul

Tabel 12 Topik dalam judul berita Vanessa Angel

Judul berita	Tanggal tayang	Kata penghubung topik	Topik dalam berita
5 Kontroversi Vanessa Angel: Pernah Disebut Orang Ketiga hingga Keluhkan Pesawat Delay karena Jokowi	5 Januari 2019	hingga	1. 5 Kontroversi Vanessa Angel: Pernah Disebut Orang Ketiga (Topik 1) 2. Keluhkan Pesawat Delay Karena Jokowi (Topik 2)
Vanessa Angel Masih Ditahan, Bibi Ardiansyah Singgung Nilai Pancasila dan Minta Perhatian Jokowi	26 Februari dan 2019	dan	1. Vanessa Angel Masih Ditahan (Topik 1) 2. Bibi Ardiansyah Singgung Nilai Pancasila (Topik 2) 3. Bibi Ardiansyah Minta Perhatian Jokowi (Topik 3)
Vanessa Angel Pamer Foto Senyum Semringah, Komentar Dewi Persik Tuai Perbincangan	30 Juni 2019	-	1. Vanessa Angel Pamer Foto Senyum Semringah (Topik 1) 2. Komentar Dewi Persik Tuai Perbincangan (Topik 2)
Fakta Terbaru Dugaan Prostitusi Artis Vanessa Angel, <i>Fee</i> Mucikari hingga Reaksi Hotman Paris	6 Januari 2019	hingga	1. Fakta Terbaru Dugaan Prostitusi Artis Vanessa Angel (Topik 1) 2. <i>Fee</i> Mucikari (Topik 2) 3. Reaksi Hotman Paris (Topik 3)
Kuasa Hukum Vanessa Angel Mundur, Jane Shalimar Buat Postingan Bernada Kekecewaan pada Vanessa	8 Januari 2019	-	1. Kuasa Hukum Vanessa Angel Mundur (Topik 1) 2. Jane Shalimar Buat Postingan Bernada Kekecewaan pada Vanesa (Topik 2)

Sumber: olah data primer

Tabel 13 Hasil Olah Data Distribusi Frekuensi untuk Kategori Penekanan Angka dalam Judul Berita

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Memenuhi	11	11,6	11,6	11,6
Tidak Memenuhi	84	88,4	88,4	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Sumber: Olah Data SPSS

Tabel 14 Penekanan angka dalam judul berita Vanessa Angel

Judul berita	Tanggal tayang
5 Kontroversi Vanessa Angel: Pernah Disebut Orang Ketiga hingga Keluhkan Pesawat Delay karena Jokowi	5 Januari 2019
10 Fakta Kasus Prostitusi Artis Vanessa Angel: Sempat Dilepas hingga Akhirnya Jadi Tersangka	17 Januari 2019
5 Fakta Penangkapan 2 Artis Terkait Prostitusi <i>Online</i> : Polisi Benarkan Vanessa Angel Ikut Ditangkap	5 Januari 2019
4 Fakta Terbaru Kasus Vanessa Angel, Mucikari Ungkap VA Terima <i>Fee</i> Sejak Awal 2018	11 Januari 2019
10 Fakta Kasus Prostitusi Artis Vanessa Angel: Sempat Dilepas hingga Akhirnya jadi Tersangka	17 Januari 2019

Sumber : Olah data primer

Penggunaan angka di judul menjadi salah satu cara redaksi untuk membuat pembaca penasaran. Pada berita dengan judul “4 Fakta Terbaru Kasus Vanessa Angel, Mucikari Ungkap VA Terima *Fee* Sejak Awal

2018”, misalnya, judul mengarahkan pada *fee* yang diterima oleh Vanessa. Pembaca pun memiliki harapan untuk mendapatkan informasi mengenai jumlah *fee* yang diterima oleh Vanessa. Padahal ketika pembaca membaca beritanya, pembahasan *fee* Vanessa hanya terdapat dalam dua poin saja, dan poin lainnya dengan topik yang berbeda. Poin pertama membahas Vanessa menerima transfer dari mucikari sebanyak 15 kali. Poin kedua membahas data transaksi mucikari sebanyak Rp 2, 8 miliar. Poin ketiga membahas polisi akan memeriksa lima artis baru, dan poin keempat membahas kekecewaan Jane Shalimar karena Vanessa tidak menghubungi secara langsung dirinya melainkan melalui kekasihnya (Bibi Ardiansyah).

Analisis Data Frekuensi Judul narasi dalam Judul Berita

Ciri judul *clickbait* lain adalah judul yang bersifat narasi atau pengisahan suatu cerita/kejadian. Judul berita di Tribunnews.com soal Vanessa Angel ternyata memenuhi judul *clickbait* untuk kategori judul narasi ini. Sebanyak 95,8 % judul berita menggunakan judul narasi, sedangkan 4,2 % sisanya tidak menggunakan judul narasi. Data distribusi frekuensi untuk kategori judul narasi dalam judul berita ditunjukkan pada Tabel 15.

Contoh judul berita yang bersifat narasi, dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 15 Hasil Olah Data Distribusi Frekuensi untuk Kategori Judul Narasi dalam Judul Berita

		Judul Bersifat Narasi		Cumulative	
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Memenuhi	91	95,8	95,8	95,8
	Tidak	4	4,2	4,2	100,0
Total		95	100,0	100,0	

Sumber: Olah Data SPSS

Tabel 16 Judul yang Bersifat Narasi dalam Judul

Judul berita	Tanggal tayang
Tanggapi Kasus Vanessa Angel, Afi Nihaya Tuai Kontroversi karena Dianggap Rendahkan Martabat Istri	8 Januari 2019
Nicky Tirta Sempat Marah Sampai <i>Unfollow</i> Vanessa Angel Setelah Sang Sahabat Bebas, Ini Alasannya	22 Juli 2019
Inilah Penyakit yang Menyerang Vanessa Angel, Sepele tapi Ternyata Bisa Sebabkan Kematian	4 Februari 2019
Segera Bebas, Vanessa Angel Akan Makan Malam Hingga Menjemput Rezeki, Sosok Ini yang Menemaninya	29 Juni 2019
Sidang Vanessa Angel Ungkap Ada Menteri Sempat Tawar Sang Artis untuk <i>Dinner</i> 'Mimik-Mimik Cantik'	5 April 2019

Sumber : Olah data primer

Hasil penelitian menunjukkan *Tribunnews.com* menggunakan pola judul *clickbait* dalam berita prostitusi *online* Vanessa Angel. Pola judul *clickbait* yang dominan digunakan (lebih dari 50% jumlah populasi berita) adalah panjang judul dengan rata-rata 10 hingga 13 kata (87,4%), penggunaan kata hubung dalam judul (70,5%), adanya keberagaman topik dalam judul (57,9%), dan judul berita yang bersifat naratif (95,8% berita). Di sisi lain, pola lain judul *clickbait* dengan penggunaan angka di depan judul, kata hiperbolis, bahasa Slang, tanda baca dalam judul, serta penekanan angka dalam judul belum banyak digunakan oleh *Tribunnews.com* khususnya dalam berita Vanessa Angel.

Penggunaan *clickbait* dalam judul berita menjadi fenomena menarik dalam perkembangan media *online* di Indonesia. *Clickbait* memanfaatkan sisi kognitif dan emosional pembaca dengan judul-judul yang membuat penasaran serta memiliki konten ringan. Tanpa disadari judul-judul tersebut menggiring pembaca untuk mengklik beritanya. Lebih lagi dengan

salah satu ciri judul *clickbait* yakni bersifat narasi, membuat pembaca penasaran untuk melihat detail berita. Padahal, isi berita belum tentu sama seperti yang dimaksud dalam judul berita. Hal ini pun terbukti melalui penelitian, di mana isi berita seringkali berbeda dengan judul berita. Dampaknya pun terlihat dari kekecewaan pembaca setelah membuka dan membaca berita tersebut. Inilah yang disebut dengan fenomena *curiosity gap*. Chakraborty, Paranjape, Kakarla, & Ganguly (2016) menyatakan *curiosity gap* menampilkan *headline* yang menimbulkan rasa ingin tahu pembaca dan mendorong mereka untuk mengklik tautan tersebut. Tautan tersebut dapat menipu pembaca karena isinya tidak sesuai harapan pembaca, serta meninggalkan kekecewaan.

Penggunaan *clickbait* dalam judul berita sering dikaitkan dengan kebangkitan jurnalisme tabloid. Jurnalisme tabloid cenderung membuat dramatisasi dalam *headlinenya*, untuk mengagetkan dan memicu respon emosional. Sementara itu, berita-berita yang menjadi ciri khas jurnalisme tabloid di antaranya berita soal kriminal, mistis, skandal, serta rumor. Berkaitan dengan ciri judul jurnalisme tabloid yang mendramatisir, data penelitian menunjukkan bahwa judul yang mendramatisir masih digunakan dalam judul berita. Dramatisir (KBBI) berarti penyesuaian cerita untuk sandirawa, serta hal membuat suatu peristiwa menjadi mengesankan atau mengharukan. *Tribunnews.com* masih melakukan dramatisasi pada judul seperti penggunaan judul narasi dengan jumlah kata rata-rata 10 kata-13 kata.

Judul dramatisir pun di media *online*, menurut pengamatan peneliti, tidak hanya terbatas pada berita kriminal, melainkan jenis berita lain, seperti berita sosial, ekonomi, politik, serta budaya. Hal ini bisa terjadi karena berbagai faktor. Faktor pertama yakni profit. Faktor profit bagi media, di mana klik dari pembaca menghasilkan pemasukan bagi media. Semakin banyak pembaca yang masuk dalam tautan, semakin tinggi pemasukan media tersebut. Oleh karena itu, redaksi media berita *online* biasanya harus membuat judul menarik dan penasaran di setiap ragam jenis berita. Hal ini juga dikemukakan oleh Chakraborty, Paranjape, Kakarla, & Ganguly (2016) yang menyatakan bahwa media berita *online* sangat bergantung pada klik pembaca untuk pendapatannya. Oleh karenanya, media *online* bersaing untuk mendapatkan perhatian pembaca salah satunya dengan *clickbait*.

Faktor kedua, karakteristik pembaca. Riset APJII 2018 menunjukkan bahwa ada peningkatan pengguna internet di Indonesia yang mencapai 171,17 juta jiwa. Tiga peringkat besar pengguna internet adalah di rentang usia 15-19 tahun (91%), 20-24 tahun (88,5%), dan 25-29 tahun (82,7%). Alasan mereka menggunakan internet adalah komunikasi lewat pesan, sosial media, dan mengisi waktu luang. Dalam menggunakan internet, Jamaludin (2017) menyatakan bahwa pengguna lebih menyukai konten yang bernuansa menghibur. Konten menghibur tersebut dikemas melalui artikel dengan gaya *listicle* (bentuk artikel informal yang berisi fakta, kutipan, yang biasanya diberi nomor (Nordquist, 2019)), memes, dan kuis interaktif.

Berdasarkan data penelitian dan merujuk pada karakteristik pengguna internet, penggunaan *clickbait* diterapkan di *Tribunnews.com* karena pengguna internet menyukai konten yang bersifat menghibur. Konten menghibur ini akan dilihat pertama kali ketika pengguna membaca judul berita. Konten ini pun dikemas melalui *listicle* yang disertai gambar serta gaya narasi (mengisahkan sesuatu). Bentuk *listicle* dan narasi ini juga memenuhi kebutuhan pengguna untuk mendapatkan informasi yang mudah dipahami, ringan, dan tidak terlalu panjang. Menurut (Idntimes, 2018), *listicle* dan narasi ini banyak sekali digunakan oleh berbagai media karena memudahkan pembaca untuk menangkap informasi dalam tulisan tersebut.

Sementara itu, merujuk pada penelitian terdahulu (Rahmitasari, 2013) di mana jurnalisme tabloid hanya dikonsumsi oleh kalangan tertentu, di saat ini *clickbait* sebagai bentuk baru jurnalisme tabloid ternyata disukai oleh semua kalangan. Hal ini karena semua media *online* relatif menggunakan judul-judul menjebak untuk menarik pembaca. Ironisnya, pembaca pun mau mengklik tautan berita *clickbait* karena sifatnya tulisan ringan dan menghibur. Hanya saja, bentuk ringan tulisan ini memiliki kelemahan yakni isi berita tidak sesuai dengan judulnya yang berdampak pada penipuan publik, sumber dalam berita sering luput dan tidak tercantum, serta tidak ada prinsip *cover both sides* (peliputan dua sisi).

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan judul berita prostitusi *online* tentang Vanessa Angel di *Tribunnews.com* tidak sepenuhnya menerapkan pola judul *clickbait* sesuai konsep penelitian. Dari 95 berita

yang diteliti, pola judul *clickbait* yang dominan digunakan adalah panjang judul dengan rata-rata 10 hingga 13 kata (87,4%), penggunaan kata hubung dalam judul (70,5%), adanya keberagaman topik dalam judul (57,9%), dan judul berita yang bersifat naratif (95,8% berita). Sementara pola judul *clickbait* yang tidak diterapkan yaitu penggunaan kata hiperbolis (26,3%), tidak adanya penggunaan bahasa Slang dalam judul berita (100%), tidak menggunakan pola tanda baca dalam judul berita (100%), dan penggunaan angka dalam judul (11,6%).

Strategi judul *clickbait* ini tentu akan mendatangkan keuntungan bagi media *online*. Namun, di sisi lain, *clickbait* melunturkan esensi kerja jurnalisme di mana fakta tidak sesuai dengan kenyataan.

Sebagai pilar keempat, media harus mengutamakan kepentingan publik sebagai kepentingan utamanya. Bukanlah persoalan mudah untuk mengutamakan kepentingan publik di atas kepentingan lainnya karena media memiliki motif ekonomi yang juga berjalan beriringan. Hanya saja, media harus mampu meletakkan profesionalitasnya. Profesionalitas ini tak semata-mata berkaitan dengan kemampuan teknis dalam memberitakan sebuah peristiwa, melainkan juga bicara pada level etika dari berita yang dimunculkan.

Saran dari penelitian meliputi saran akademis dan praktis. Saran secara akademis adalah dengan mengembangkan penelitian ini dengan metode kualitatif, yakni terkait pertimbangan redaksi atas penggunaan *clickbait*. Sementara itu, terkait dengan saran praktis, media *online* harus tetap memperhatikan kebenaran dalam berita, meskipun judulnya menarik. Judul tidak lagi menjebak dan membuat kekecewaan, melainkan mampu membuat pembaca mendapatkan informasi yang utuh atas sebuah peristiwa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih pada semua pihak yang telah membantu sehingga penelitian ini bisa berjalan dengan baik dan lancar. Penulis juga berterimakasih atas penerbitan artikel penelitian ini sehingga harapannya penelitian ini bisa berguna bagi semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

Afifullah, I. (2018, 16 Oktober). Antisipasi aksi kejahatan ini 6 acara berita kriminalera 2000-an. *Idntimes.com*.

- <<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/iip-afifullah/antisipasi-aksi-kejahatan-ini-6-acara-berita-kriminal-era-2000-an/full>>
- APJII. (2018). Laporan Survei. Penetrasi dan Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia, Survey 2018. Jakarta, Indonesia.
- Bastos, M.L. 2018. Tabloid Journalism. *The International Encyclopedia of Journalism Studies, Forthcoming*. <<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3195268>>
- Chakraborty, A., Paranjape, B., Kakarla, S., & Ganguly, N. 2016. *Stop clickbait: Detecting and preventing clickbaits in online news media*. Paper dipresentasikan dalam IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM).
- Chen, Y, Conroy, N, & Rubin, V. (2015). *Misleading online content: Recognizing clickbait as "false news"*. <https://www.researchgate.net/publication/283721117_Misleading_Online_Content_Recognizing_Clickbait_as_False_News>
- CNN Indonesia. (2019, Juni 30). Vanessa angel alhamdulillah sudah bebas. *Cnnindonesia.com*. <<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190630124418-12-407687/vanessa-angel-alhamdulillah-sudah-bebas>>
- Google Trends. 2019. <<https://trends.google.co.id/trends/explore?date=2019-01-01%202019-12-31&geo=ID&q=vanessa%20angel>>
- Hadiyat, Y. D. *Clickbait Di Media Online Indonesia. Jurnal Pekommas*, 4(1), h. 1-10
- Idntimes. (2018, 12 April). Article listicle vs narasi, ini lho perbedaanya. *Idntimes.com*. <<https://www.idntimes.com/life/inspiration/idn-community/perbedaan-artikel-listicle-vs-narasi-c1c2/full>>
- Jamaludin, F. (2017, 6 Oktober). Menyuguhkan konten pembaca milineal. *Merdeka.com*. <<https://www.merdeka.com/teknologi/menyuguhkan-konten-pembaca-milenial.html>>
- Kilgo, D. K., Harlow, S., Garcia-Perdomo, V., & Salaverria, R. (2016) A New Sensation? And International Exploration of Sensationalism and Social Media Recommendation in *Online News Publications. Journalism*, 1-20. DOI: 10.1177/1464884916683549
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism, what newspeople should know and the public should expect*. New York, NY: Three Rivers Press.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis, Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Latief, R., & Aziz, F. (2019). Penerapan Jurnalisme Berperspektif Gender dalam Berita Prostitusi Online Vanessa Angel di Detik.com. *Jurnalisa*, 5(2), 166-180
- Mardiyah, A. (2018). Fenomena *Clickbait* di *Tribunnews.com* Ditinjau adri Kode Etik Jurnalistik Indonesia Periode Maret 2018. *Jurnal Heritage*, 20-28
- Nadie, L. (2018). *Mediamassa dan Pasar mModal, Strategi Komunikasi bagi Perusahaan go Public*. Jakarta, Indonesia: Media Center.
- Nordquist, R. (2019, 4 Maret). What's a Listicle. *Thoughtco.com*. <<https://www.thoughtco.com/what-is-a-listicle-1691130>>
- Pramesti, O. L. 2019. *Era Digital, Adu Clickbait, dan Jurnalisme Tabloid*. Dalam Wicaksono (Ed), *Demokrasi Damai Era Digital, h. 1 – 8* . Jakarta: Siberkreasi.
- Rahmitasari, D., H. (2013). Jurnalisme Tabloid di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 99- 111.
- Zaenudin, A. (2018, Maret 14). *Clickbait* jebakan judul berita yang menipu pembaca. *Tirto.id*.

Halaman ini sengaja dikosongkan