



**Pengaruh Kebutuhan Akan Informasi Tentang Figur Publik dan Intensitas  
Mengakses Berita *Clickbait* di Situs Berita Media Daring Terhadap Tingkat  
Kepuasan Pembaca yang Mengaksesnya**

**Disusun Oleh:**

**Hajar Azizatun Niswah**

**14030114120032**

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2018**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Manusia dalam hidupnya memiliki banyak kebutuhan. Satu di antaranya adalah kebutuhan untuk mendapatkan informasi. Kebutuhan informasi sendiri ada karena munculnya rasa keingintahuan manusia akan sesuatu, yang membuat manusia berusaha mencari informasi untuk menghilangkan rasa ingin tahunya. Dalam konteks ilmu informasi, kebutuhan akan informasi muncul ketika seseorang menyadari bahwa mereka tidak memiliki atau kekurangan pengetahuan, atau pemahaman untuk mencapai tujuan, menjawab pertanyaan, dan sebagainya (Batley, 2007:19).

Kebutuhan akan informasi ini juga sekaligus mendorong masyarakat untuk menempatkan media sebagai salah satu kebutuhan dalam hidupnya. Menurut Belkin (Nicholas, 2000:20), kebutuhan informasi muncul ketika seseorang menyadari adanya kesenjangan antara pengetahuan dan harapan untuk memecahkan masalah. Masyarakat biasanya cenderung menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan informasi tersebut, baik itu media cetak, penyiaran, maupun media yang sudah berbasis daring. Pentingnya media-media tersebut memang tidak dapat dipungkiri sudah menjadi sumber utama masyarakat dalam memperoleh informasi yang mereka butuhkan.

Seiring dengan berjalannya waktu, kebiasaan masyarakat untuk mendapatkan informasi kini mulai beralih ke media daring. Mencari informasi dengan mengaksesnya melalui internet dirasa lebih mudah ketimbang harus berlangganan koran atau menonton berita di televisi. Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2017 menyebutkan bahwa 143,26 juta dari total populasi penduduk di Indonesia 262 juta orang, sudah menggunakan internet. Jumlah

ini meningkat 10 juta dari tahun sebelumnya (2016) yaitu 132,7 juta. Berdasarkan kategori usia, pengguna internet didominasi oleh usia 13-18 tahun dengan tingkat penetrasi mencapai 75,50%. Dengan persentasi berdasarkan jenis kelaminnya yaitu 48,57% perempuan dan 51,43% laki-laki, *smartphone* menjadi perangkat yang paling banyak dipakai yakni sebesar 44,16% kemudian disusul oleh komputer/laptop sebanyak 4,49% dan yang menggunakan keduanya sebanyak 39,28%.

([https://www.kominfo.go.id/content/detail/12637/dirjen-apatika-apresiasi-hasil-survei-penetrasi-dan-perilaku-pengguna-internet2017/0/berita\\_satker?utm\\_source=dlvr.it&utm\\_medium=twitter](https://www.kominfo.go.id/content/detail/12637/dirjen-apatika-apresiasi-hasil-survei-penetrasi-dan-perilaku-pengguna-internet2017/0/berita_satker?utm_source=dlvr.it&utm_medium=twitter)).

Kebutuhan akan informasi memiliki berbagai macam topik atau isu, salah satunya yaitu kebutuhan akan informasi tentang figur publik. Figur publik sendiri memiliki pengertian sebagai seseorang yang memiliki kredibilitas, kekuatan, dan daya tarik (Praktiko, 1982). Rasa ingin tahu masyarakat di Indonesia akan figur publik cukup tinggi, di tahun 2017 sendiri, terdapat 10 pencarian teratas di Google Indonesia yaitu:

1. Surat Cinta Untuk Starla
2. Pengabdian Setan
3. Setya Novanto
4. Pilkada DKI
5. SEA Games
6. Jokowi Mantu
7. Ayam Geprek
8. Raja Salman
9. Sidang Ahok
10. Om Telolet Om

Sumber: <http://tekno.kompas.com/read/2017/12/13/17173857/2017-orang-indonesia-cari-apa-saja-di-google>

Dari 10 pencarian teratas pada tahun 2017, empat di antaranya merupakan informasi yang berkaitan dengan figur publik yaitu Setya Novanto, Jokowi, Raja Salman, dan Ahok. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat di Indonesia senang mencari tahu informasi atau berita terkini mengenai figur publik.

Berita *clickbait* atau jebakan klik/umpan klik merupakan istilah peyoratif yang merujuk pada konten web yang ditujukan untuk mendapatkan penghasilan iklan daring, terutama dengan mengorbankan kualitas atau akurasi, dengan bergantung kepada tajuk sensasional atau gambar mini yang menarik mata guna mengundang klik-tayang (*click-through*) dan mendorong penerusan bahan tersebut melalui jejaring sosial daring. Tajuk umpan klik umumnya bertujuan untuk mengeksploitasi "kesenjangan keingintahuan" (*curiosity gap*) dengan hanya memberi informasi yang cukup membuat pembaca penasaran ingin tahu, tetapi tidak cukup untuk memenuhi rasa ingin tahu tersebut tanpa mengklik pada tautan atau pranala yang diberikan ([https://id.wikipedia.org/wiki/Umpan\\_klik](https://id.wikipedia.org/wiki/Umpan_klik)).

Dalam praktiknya, situs berita yang ada di media daring, demi mendapatkan jumlah pengunjung yang banyak, akan melakukan strategi seperti ini. Berita dengan unsur *clickbait* dianggap efektif untuk menarik para pengiklan dan mendapatkan keuntungan, tanpa mempedulikan adanya unsur berita yang lengkap dan Kode Etik Jurnalistik yang benar. Tidak hanya satu atau dua situs berita media daring yang menggunakan *clickbait*, hampir semua situs berita di media daring melakukannya. Dalam kasus penistaan agama yang dilakukan oleh mantan gubernur DKI Jakarta, Ahok misalnya, terdapat banyak situs berita media daring yang berlomba-lomba menampilkan pemberitaan dengan judul-judul berita *clickbait*.

Dalam situs berita [www.tempo.co](http://www.tempo.co) misalnya, terdapat berita yang di dalam judulnya menyebutkan bahwa penyanyi terkenal di Indonesia, Raisa, akan turut hadir di sidang PK Ahok.

([https://metro.tempo.co/read/1064381/raisa-dihadirkan-di-sidang-pk-ahok-suaranya-bubarkan-pendemo?utm\\_source=Digital%20Marketing&utm\\_medium=Twitter&utm\\_campaign=Metro\\_Astari](https://metro.tempo.co/read/1064381/raisa-dihadirkan-di-sidang-pk-ahok-suaranya-bubarkan-pendemo?utm_source=Digital%20Marketing&utm_medium=Twitter&utm_campaign=Metro_Astari))

HOME > METRO > LAYANAN PUBLIK

## Raisa Dihadirkan di Sidang PK Ahok, Suaranya Bubarkan Pendemo

Reporter: [Alfan Hilmi](#)

Editor: [Clara Maria Tjandra Dewi H.](#)

Senin, 26 Februari 2018 08:44 WIB

0 KOMENTAR



450



5



4



0



467

TEMPO.CO, Jakarta - Raisa terlihat hadir pagi-pagi sekali di sidang pemeriksaan berkas [Peninjauan Kembali \(PK\)](#) kasus penodaan agama Basuki Tjahaja Purnama alias Ahok yang akan berlangsung hari ini. Raisa bergabung bersama kerumunan di depan Pengadilan Negeri Jakarta Utara, Jakarta Pusat, pukul 07.00.

Raisa di sidang Ahok kali ini akan mengeluarkan suara melengking nan memekakkan telinga, bukan untuk menghibur namun untuk mengganggu massa yang hadir.

Namun jangan salah, Raisa di sini bukanlah penyanyi pop yang akan bernyanyi lagu "terjebak nostalgia" melainkan mobil polisi. Namanya V8 Raisa, kepanjangan dari Pengurai Massa. Sesuai namanya Raisa bertugas mengurai massa melalui suara bising agar kumpulan demonstran kabur.

Baca: [Sidang Perdana PK Ahok: Pendukung Ahok Bakal Penuhi Pengadilan](#)

Mobil V8 ini memang memiliki kapasitas suara 1200 watt. Mobil Raisa ada dua kapasitas yakni 600 watt dan 1.000 watt ke atas. Kapasitas 1000 watt ke atas biasa digunakan jika massa tidak terkendali lagi.

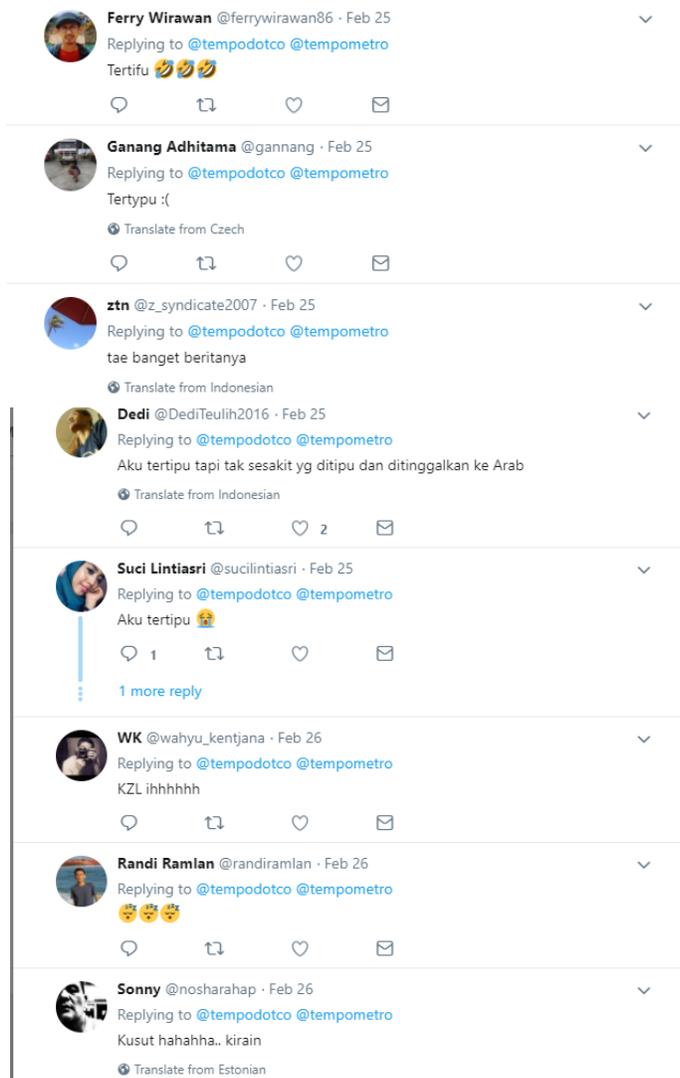
Penjagaan di depan PN Jakarta Utara sudah terlihat sejak pukul 06.00. Ratusan personel polisi dan TNI terlihat berjaga di depan gedung pengadilan. Satu mobil Barracuda dan tiga mobil Watercanon milik Korps Brigade Mobil (Brimob) terparkir di depan PN Jakarta Utara. Lalu lintas di Jalan Gadjah Mada terhenti-lancar.

Humas PN Jakarta Utara Jootje Sampaleng mengimbau masyarakat yang hadir ke PN Jakarta Utara untuk mengikuti proses sidang peninjauan kembali (PK) Ahok agar tertib. "Sidang kali ini sidang rutin di PN. Tetapi karena ini Pak Ahok sudah dikenal orang maka mungkin ada ekstra perhatian. Tetapi kami tetap berkoordinasi dengan pihak kepolisian," kata Joojte saat dihubungi Senin 26 Februari 2018.

Simak: [Bagaimana peluang PK Ahok? Bandingkan dakwaan, tuntutan, dan vonis hakim dalam kasus penistaan agama Ahok...](#)

Dari berita yang ditampilkan oleh Tempo.co, dapat diperhatikan bila yang dimaksud Raisa di dalam beritanya bukanlah penyanyi Raisa yang terkenal itu,

melainkan V8 Raisa yang merupakan singkatan dari Pengurai Massa. Hal ini tentu saja membuat pembaca yang mengakses beritanya melalui twitter menjadi kesal dan menumpahkan kekesalannya di kolom *reply*.



Masih di situs berita yang sama yaitu [www.tempo.co](http://www.tempo.co), terdapat judul berita yang menyebutkan selama di penjara lima bulan, Ahok hampir khatam Al-Qur'an.

([https://metro.tempo.co/read/1027712/lima-bulan-hidup-di-penjara-ahok-hampir-khatam-alquran?utm\\_source=Digital%20Marketing&utm\\_medium=Twitter&utm\\_campaign=DlvrIT](https://metro.tempo.co/read/1027712/lima-bulan-hidup-di-penjara-ahok-hampir-khatam-alquran?utm_source=Digital%20Marketing&utm_medium=Twitter&utm_campaign=DlvrIT))

HOME > METRO > METRO SUDUT

## Lima Bulan Hidup di Penjara, Ahok Hampir Khatam Alquran

Reporter: [Tempo.co](#)

Editor: [Suseno](#)

Rabu, 25 Oktober 2017 12:51 WIB

2 KOMENTAR



115K



33



30



69



116K

TEMPO.CO, Jakarta - Basuki Tjahaja Purnama alias [Ahok](#) banyak mengisi waktu dengan membaca selama menjalani hukuman. Buku apa saja dia lahap, termasuk Alquran. Bahkan, dia nyaris menyelesaikan isi kitab suci umat Islam itu.

"Di sini *gua* juga hampir khatam baca Alquran loh. *Gua* kan SD sama SMP di sekolah Islam, jadi *gua inget-inget dikit* lah," kata Ahok, kepada 10 penulis yang mengunjunginya rumah tahanan Mako Brimob, Kelapadua, Depok, Selasa, 24 Oktober 2017.

Pertemuan Ahok dengan para penulis itu diulas oleh Ignatius Haryanto dalam tulisannya berjudul, 'Sebuah Selasa Siang Bersama BTP'. Ignatius adalah satu dari 10 penulis yang mengunjungi Ahok. "Ia (Ahok) yang mendominasi pembicaraan, dan ia banyak berbicara tentang apa saja yang ia lakukan selama ia menghabiskan waktu dari hari ke hari dalam tahanan," kata Ignatius dalam tulisan itu.

Kepada tamunya, Ahok mengatakan, Alquran yang dia baca didapat dari seorang ibu. Ahok tidak menjelaskan secara rinci, siapa ibu yang dia maksud. Lelaki kelahiran Belitung Timur, 29 Juni 1966 itu memuji cetakan Alquran berikut hiasannya yang indah. "Nah *gua* baca juga tuh Al Maidah, bagus isinya," kata Ahok.

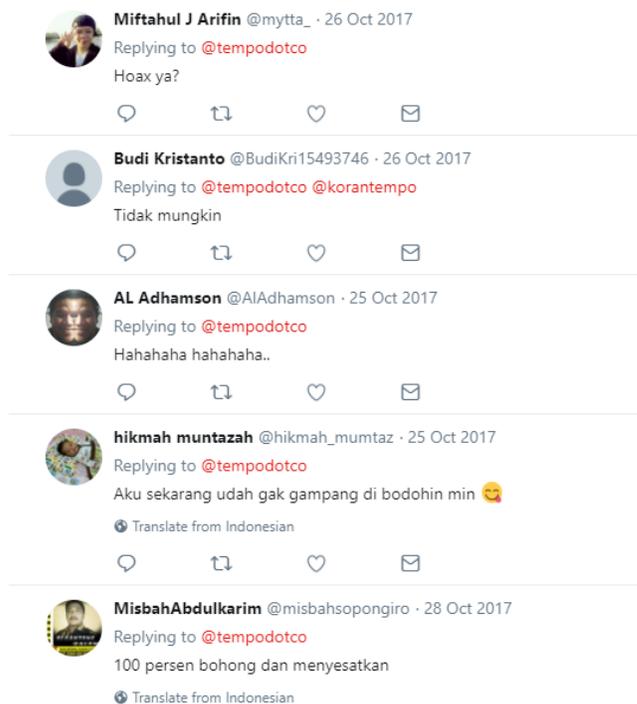
**Simak:** [Ahok Bisa Berbahasa Arab, Video Ini Buktinya](#)

Menurut Ahok, dia benar-benar memanfaatkan waktunya untuk membaca. Bahkan dia merasa seperti dikejar-kejar menyelesaikan seluruh bacaannya. Kadang kalau dia bosan, dia bisa pindah ke buku lain, padahal buku sebelumnya belum habis dibaca. "Yah *gua tandain aja*, terus *gua* buka buku lain," katanya. "Ini hari ke-168 *gua* ada di sini, dan sepanjang itu *gua udah abis* baca 18 buku."

**Baca:** [Alasan Ahok-Djarot Kalah di Pilkada DKI 2017](#)

Dari sekian banyak buku bacaannya, Ahok terkesan dengan buku Guntur Soekarno Putra berjudul *Bung Karno: Bapakku, Kawanku, Guruku*. Buku ini pertama kali terbit tahun 1977 dan tahun 2007 buku tersebut dicetak ulang. "Buku itu lucu dan Bung Karno jadi sangat kelihatan humanisnya, dan walaupun dia presiden, buat Guntur, dia tetap seorang ayah dan seorang teman," ujar Ahok kepada tamunya, seperti dikutip Ignatius Haryanto.

Di dalam isi beritanya, ternyata tidak disebutkan kalau Ahok khatam Al-Qur'an melainkan sudah membaca 18 judul buku selama lima bulan berada di sel tahanan. Hal ini juga tentu saja membuat kesal pembaca yang selesai mengakses dan membaca beritanya.



Selain kasus Ahok, terdapat pula contoh lainnya yaitu keterlibatan Setya Novanto di korupsi E- KTP yang sempat menjadi bahan perbincangan masyarakat di Indonesia pada bulan November lalu, banyak situs berita media daring yang menampilkan pemberitaan dengan judul-judul berita *clickbait*.

Dalam situs berita media daring [www.okezone.com](http://www.okezone.com), terdapat berita lama yang diterbitkan pada tahun 2016 tetapi dinaikkan kembali oleh Okezone.com ketika kasus korupsi Setya Novanto terbongkar dan menjadi perbincangan banyak orang

(<https://news.okezone.com/read/2016/05/26/510/1398607/setya-novanto-ditemukan-tewas-mengambang-di-pantai-baron>).



## Setya Novanto Ditemukan Tewas Mengambang di Pantai Baron

Markus Yuwono, Jurnalis · Kamis 26 Mei 2016, 18:12 WIB



Ilustrasi (Okezone)

**YOGYAKARTA** - Tim SAR gabungan berhasil menemukan jasad Dwi Setya Novanto (12) yang tenggelam di Pantai Baron Gunungkidul, Yogyakarta sejak kemarin. Bocah asal Magetan, Jawa Timur itu ditemukan tewas, Kamis (26/5/2016).

Setya Novanto ditemukan sekira 50 meter arah barat dari lokasi tenggelamnya. Kondisi siswa SD itu saat ditemukan masih berpakaian lengkap, namun sebagian tubuhnya sudah membengkak bahkan kulitnya terkelupas karena terendam air laut hampir 24 jam.



Trik simpel yang jadikan saya jutawan



Hobi aneh memberikannya Rp 900 juta per bulan!



Pemilik yacht ini adalah pelajar Indonesia biasa!



Hobi aneh memberikannya Rp 900 juta per bulan!



Pemilik yacht ini adalah pelajar Indonesia biasa!

### BERITA TERKAIT

Warga Sragen Hilang saat Mancing di Sungai Bengawan Solo

Sempat Hilang, Bocah 12 Tahun Ditemukan Tewas Tersangkut di Dasar Sungai

Kapal yang Ditumpangi Tabrak Tongkang, Ayah & Anaknya Berumur 3 Tahun Hilang

Koordinator Tim SAR Wilayah II Pantai Baron, Marjono mengatakan, korban ditemukan setelah tim SAR gabungan melakukan pencarian sehari semalam sejak Setya Novanto hilang terseret ombak pada Rabu 25 Mei 2016 siang.

Tim mengerahkan berbagai peralatan, termasuk kapal milik nelayan dan jetski untuk mencari Setya Novanto. "Sempat ada kendala untuk pencarian karena ombak besar," ujarnya.

Akhirnya Setya Novanto ditemukan meninggal dunia. Setelah divisum, jenazah korban kemudian dibawa pulang ke rumah duka di Magetan. "Korban sudah diserahkan ke keluarga," ucapnya.

Sementara itu, Sekertaris SAR Linmas II Pantai Baron, Surisdianto menambahkan, pihaknya sudah mengingatkan kepada wisatawan untuk tidak berenang di lokasi. "Kita sudah mengingatkan baik melalui pengeras maupun tulisan agar wisatawan tidak berenang,"katanya.

(sal)



TERPOPULER

BERITA PILIHAN

1. Awas! 42 Desa di 9 Kecamatan Gunungkidul Terima Paket DVD

Hilang di Afrika

8. Kecelakaan Dua Mobil di KM 11 Tol Cikampek, Lalin ke Arah Jakarta Padat

9. Jakarta Diguyur Hujan, Permukiman Warga Cipinang Melayu Banjir

10. Golkar Pede OTT Bupati Jombang Tak Pengaruhi Suara Kandidatnya di Pilkada Serentak

120h



1. 5 Pemain Bintang yang Transferynya Rampung Hari Ini, Nomor 2 ke Chelsea

2. Awas! 42 Desa di 9 Kecamatan Gunungkidul Terima Paket DVD Komunis

3. Conte Dipecat Chelsea Sebelum

Dari berita *clickbait* yang ditampilkan oleh Okezone.com, terlihat jelas bahwa isi berita yang ada di dalamnya tidak memberitakan soal kasus Setya Novanto melainkan meninggalnya seorang anak bernama Dwi Setya Novanto yang tenggelam di pantai. Meskipun isi beritanya memang benar mengenai seseorang bernama Setya Novanto, tetapi Okezone.com menaikkan kembali beritanya di saat kasus korupsi E-KTP Setya Novanto mencuat ke publik. Hal ini tentu menimbulkan reaksi kesal bagi pembaca yang mengakses beritanya dari twitter.



[www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com) juga membuat berita *clickbait* mengenai Setya Novanto ketika pada saat itu, Setya Novanto tengah dirawat di rumah sakit akibat kecelakaan mobil yang menimpa dirinya.

([http://style.tribunnews.com/2017/11/25/jenguk-setya-novanto-istri-berderai-air-mata-wakil-bendahara-golkar-bawa-buku-yang-jleb-banget?utm\\_source=share\\_sosmed](http://style.tribunnews.com/2017/11/25/jenguk-setya-novanto-istri-berderai-air-mata-wakil-bendahara-golkar-bawa-buku-yang-jleb-banget?utm_source=share_sosmed)).

tribunstyle.com      Senin, 5 Februari 2018      Cari      Network      f      t      s      r      Login

# Jenguk Setya Novanto, Istri Berderai Air Mata, Wakil Bendahara Golkar Bawa Buku yang Jleb Banget!

Sabtu, 25 November 2017 14:57



**berita POPULER**

- Live Streaming Liverpool vs Tottenham Hotspur di RCTI Pukul 23.00 WIB ...  
11 jam lalu
- Heboh Kartu Kuning Ke Presiden Jokowi, Kampus UI dan UGM Mendadak...  
2 jam lalu
- Live Streaming Atletico Madrid Vs Valencia di SCTV 02.45 WIB ...  
9 jam lalu
- Ternyata Begini Para
- Millendaru Pakai Celana Super Pendek, Tonjolan di Celananya Bikin Gagal...  
11 jam lalu

**TRIBUNSTYLE.COM** - Ketua Umum Partai Golongan Karya (Golkar) dan Ketua DPR Indonesia yang kini menjadi tersangka dugaan korupsi pengadaan Kartu Tanda Penduduk Elektronik (e-KTP) Setya Novanto, saat ini telah mendekam di salah satu kamar isolasi Rumah Tahanan (Rutan) Negara Klas 1 Jakarta Timur cabang Rutan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), mulai Senin (20/11).

Setelah beberapa hari mendekam, Istri Setnov, Deisti Astriani Tagor, menjenguk suaminya tersebut, Kamis (23/11).

Melansir dari Tribunnews.com, air mata Deisti tidak terbendung ketika menjenguk suaminya itu.





Menurut pengacara Setya Novanto, Fredrich, hal itu sangat wajar.

Pasalnya, selama ini, Deisti biasa sehari-hari bersama dengan suami di rumah tinggal yang sama.

Tetapi kali ini, situasinya berbeda.

Keduanya harus berpisah tempat.

"Iya, tadi ibu nangis. Selama saya temani di dalam ruangan tadi, ibu selalu menangis," ungkap Fredrich Yunadi di Gedung KPK, Jakarta, Kamis (23/11).

Saat membesuk Novanto, Deisti juga membawa makanan untuk sang suami.

**MENANGKAN SEPP MIZUNO BARE SEHA**

**VIK**  
VISUAL INTERAKTIF KOMPAS

Dari berita *clickbait* yang ditampilkan oleh Tribunnews.com, judul yang digunakan oleh mereka terkesan hiperbola dan membuat penasaran sehingga dapat menarik perhatian pembaca ketika membaca judulnya. Namun setelah dilihat dan dibaca keseluruhan isi beritanya, istri dari Setya Novanto menangis karena wajar melihat suaminya berada di rumah tahanan. Selain itu, wakil bendahara membawa buku yang katanya 'Jleb', padahal dirinya hanya membawa buku renungan kalbu.

Reaksi pembaca yang mengaksesnya melalui twitter tentu kesal dan merasa sudah membuang waktu untuk membaca berita yang ternyata isinya hanya begitu saja.



ClickUnbait  
@ClickUnbait

Following

Reaksi istri = menangis, yang mana tentu saja wajar sekali.

Anyway, headline artikelnya warbyasak:  
"Jenguk Setya Novanto, Istri Berderai Air Mata, Wakil Bendahara Golkar Bawa Buku yang Jleb Banget!"

Judul bukunya = Renungan Kalbu. Entah jleb buat siapa.

TribunStyle @TribunStyle  
KUNJUNGI SUAMI DI RUTAN, BEGINI REAKSI ISTRI SETYA NOVANTO!  
style.tribunnews.com/s/idjfb via @TribunStyle



Hendra @Hendraaa22 · 25 Nov 2017

Replying to @ClickUnbait

Udahlah, min, tribunmah cuekin aja. Capek hhhhh

Translate from Indonesian



1



Xaverius Leonardo Tarigan Silangit @xaveriustrgn · 25 Nov 2017

Replying to @ClickUnbait

Mungkin buat admin TribunStyle

Translate from Indonesian



franco @fahryaminuddin · 25 Nov 2017

Replying to @ClickUnbait

👍👍👍👍



Zelda Safira @myZelda · 25 Nov 2017

Replying to @ClickUnbait

Namanya usaha dalam pekerjaan, emg selalu melebih2an judul agar menarik untuk dibaca, yang notabene sbnrnya ga patut dilakukan. Saya udh sering bgk ketipu judul2 gitu 😂

Dari respon pembaca yang mengakses beritanya melalui twitter, dapat dilihat bahwa mereka tidak menunjukkan reaksi yang baik. Adanya berita *clickbait* yang marak muncul di situs berita media daring seringkali membuat pembaca yang mengaksesnya merasa kecewa karena berita yang ditampilkan tidak sesuai dengan judul yang ada. Berita *clickbait* dianggap telah kehilangan nilai-nilai beritanya hanya karena mementingkan jumlah pengunjung (*page views*) yang tinggi agar mendapatkan

pengiklan dan keuntungan yang besar, padahal berita *clickbait* di sisi lain, melanggar Kode Etik Jurnalistik dari Dewan Pers sendiri, khususnya di Pasal 1, Pasal 2, dan Pasal 3 yang berisi:

### **Pasal 1**

Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.

#### **Penafsiran**

- a. Independen berarti memberitakan peristiwa atau fakta sesuai dengan suara hati nurani tanpa campur tangan, paksaan, dan intervensi dari pihak lain termasuk pemilik perusahaan pers.
- b. Akurat berarti dipercaya benar sesuai keadaan objektif ketika peristiwa terjadi.
- c. Berimbang berarti semua pihak mendapat kesempatan setara.
- d. Tidak beritikad buruk berarti tidak ada niat secara sengaja dan semata-mata untuk menimbulkan kerugian pihak lain.

### **Pasal 2**

Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik.

#### **Penafsiran**

Cara-cara yang profesional adalah:

- a. menunjukkan identitas diri kepada narasumber;
- b. menghormati hak privasi;
- c. tidak menyuap;
- d. menghasilkan berita yang faktual dan jelas sumbernya;
- e. rekayasa pengambilan dan pemuatan atau penyiaran gambar, foto, suara dilengkapi dengan keterangan tentang sumber dan ditampilkan secara berimbang;
- f. menghormati pengalaman traumatik narasumber dalam penyajian gambar, foto, suara;
- g. tidak melakukan plagiat, termasuk menyatakan hasil liputan wartawan lain sebagai karya sendiri;
- h. penggunaan cara-cara tertentu dapat dipertimbangkan untuk peliputan berita investigasi bagi kepentingan publik.

### **Pasal 3**

Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.

### **Penafsiran**

- a. Menguji informasi berarti melakukan check and recheck tentang kebenaran informasi itu.
- b. Berimbang adalah memberikan ruang atau waktu pemberitaan kepada masing-masing pihak secara proporsional.
- c. Opini yang menghakimi adalah pendapat pribadi wartawan. Hal ini berbeda dengan opini interpretatif, yaitu pendapat yang berupa interpretasi wartawan atas fakta.
- d. Asas praduga tak bersalah adalah prinsip tidak menghakimi seseorang.

Sumber: [www.dewanpers.or.id](http://www.dewanpers.or.id)

Berkurangnya respon yang baik dari pembaca setelah membaca berita *clickbait* tentu mempengaruhi kepuasan mereka saat mengakses berita di situs berita media daring. Pembaca merasa kebutuhannya untuk mencari dan mendapatkan informasi melalui berita yang ada di situs media daring tidak terpenuhi atau tercukupi dengan baik.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Pemberian judul berita *clickbait* yang terkesan hiperbola dan terkadang isi beritanya tidak sesuai dengan judulnya, menjadikan para pembaca di situs berita media daring tidak dapat memenuhi kebutuhan yang seharusnya diperoleh, atau menjadikannya tidak sesuai dengan ekspektasi para pembaca setelah selesai membaca berita. Hal ini tentu mempengaruhi kepercayaan dan kepuasan para pembaca situs berita di media daring. Penelitian yang dilakukan oleh Bobby Priambodo pada tahun 2016 lalu (<https://medium.com/@bobbypriambodo/hasil-survei-kepercayaan-terhadap-berita-online-d09afb702219>) menunjukkan bahwa dari 98 responden, lebih dari 50% (57 responden) menjawab bahwa mereka cenderung merasa tidak percaya dan tidak puas, disusul 27,6% (27 responden) menjawab merasa puas dan percaya, lalu

sisanya yaitu 10,2% (10 responden) merasa sangat tidak percaya dan tidak puas, dan 4,1% (4 responden) merasa sangat percaya dan sangat puas. Sedangkan terdapat 6 aspek yang mempengaruhi kredibilitas sebuah berita/artikel, di nomor pertama, relevansi judul terhadap isi berita mendapatkan 77 suara dari 98 responden. Hal ini menunjukkan bahwa berita/artikel *clickbait* memiliki tingkat kredibilitas yang rendah di mata responden.

Adanya berita *clickbait* di hampir setiap situs berita media daring, tentu bukan tanpa alasan bila dilakukan oleh berbagai situs berita tersebut. Jumlah pengunjung (*pageviews*) situs berita akan mempengaruhi harga iklan yang dipasang di situs tersebut. Semakin banyak jumlah pengunjungnya, maka akan semakin banyak pengiklan yang berminat untuk memasang iklan di sana. Selain persoalan keuntungan yang akan didapatkan oleh situs berita, masyarakat di Indonesia cenderung menyukai pemberitaan yang menyangkut kehidupan orang lain, seperti figur publik. Entah itu presiden, gubernur, walikota, tokoh masyarakat, atlet, artis, seniman, dan sebagainya. Rasa keingintahuan yang besar masyarakat di Indonesia mengenai figur publik kemudian disandingkan dengan tipikal orang-orangnya yang menyukai pemberitaan yang heboh. Dari dua tahun terakhir pencarian teratas di google dapat dilihat, pada tahun 2016, 4 dari 10 pencarian teratas menunjukkan adanya topik yang berkaitan dengan figur publik, yaitu Timnas Indonesia, Donald Trump, Rio Haryanto, dan Joey Alexander (<http://inet.detik.com/cyberlife/d-3371333/orang-indonesia-kepo-banget>). Sedangkan pada tahun 2017, 4 dari 10 pencarian teratas merupakan topik yang dicari oleh pembaca yang berkaitan dengan figur publik yaitu Setya Novanto, Jokowi, Raja Salman, dan Ahok

(<http://tekno.kompas.com/read/2017/12/13/17173857/2017-orang-indonesia-cari-apa-saja-di-google>).

Dari pernyataan di atas, terdapat kesenjangan dari kondisi ideal yang seharusnya terjadi dengan kondisi yang sebenarnya terjadi. Kebutuhan akan informasi

tentang figur publik dan intensitas mengakses berita *clickbait* di situs berita media daring seharusnya dapat memenuhi kepuasan pembaca yang mengaksesnya, namun ternyata tidak. Sehingga permasalahan yang ingin dibahas dalam penelitian ini adalah: “Apakah kebutuhan untuk mendapatkan informasi tentang figur publik dan intensitas mengakses berita *clickbait* di situs berita media daring dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pembaca yang mengaksesnya?”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kebutuhan akan informasi tentang figur publik dan intensitas mengakses berita *clickbait* di situs berita media daring terhadap tingkat kepuasan pembaca yang mengaksesnya.

### **1.4 Signifikansi Penelitian**

- Signifikansi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi kajian ilmu komunikasi massa, khususnya terkait penerapan teori *Uses and Gratification* dalam penggunaan media massa.

- Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi:

1. Khalayak dalam memilih atau mencari informasi di media massa atas dasar tingkat kebutuhan dalam mencari isi berita
2. Dewan Pers dalam mengawasi pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik
3. Redaktur situs berita media daring untuk menjadikan landasan perbaikan etika penulisan
4. Wartawan di Indonesia untuk meningkatkan profesionalisme jurnalis

## 1.5 Kerangka Teori

### 1.5.1 State of The Art

- Menginvestigasi Pengaruh dari Pokok Berita (*Headline*) “Clickbait”

Penelitian ini dilakukan oleh Joshua M, Scacco dan Ashley Muddiman pada tahun 2016. Pokok berita adalah potret dari sebuah berita, didesain untuk merangkum, memprovokasi, mempertanyakan, dan juga menghibur pembacanya. Seiring dengan berkembangnya zaman, mulai banyak sumber berita yang berasal dari bentuk jurnalisme *online*, fungsi dari pokok berita sendiri banyak mengalami pembaharuan, salah satunya adalah ”*clickbait*”, pokok berita yang mencoba untuk menarik dan mengikat pembaca berita dari segi kepenulisan judul beritanya. Di dalam penelitian ini, peneliti meneliti pokok berita yang ditulis menggunakan berbagai tingkat ketidakpastian yang menimbulkan reaksi berbeda terhadap berita politik. Lebih spesifik lagi, peneliti menentukan apakah pokok berita yang ditulis masuk ke dalam kategori *traditional*, *forward-reference*, atau *question-based* yang menghasilkan respon negatif pada pokok berita bagi pembacanya, ekspektasi yang tidak sesuai tentang suatu berita atau peristiwa, dan perhatian yang berkurang untuk tertarik terhadap berita yang dibacanya. Hasil dari penelitian ini yaitu (1) Pokok berita dibingkai sebagai pertanyaan yang lebih menghasilkan hasil yang negatif. (2) Jenis-jenis pokok berita seharusnya dapat lebih hati-hati bila digabungkan dengan isu-isu kebijakan tertentu. (3) Berbagai sumber berita yang dijadikan sebagai pokok berita dan persepsi cerita. Penelitian menggunakan metode *survey sampling* yang dilakukan terhadap 2000 responden dengan rata-rata usianya 18 tahun. Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah jumlah dari ketidakpastian yang terbingkai dalam suatu pokok berita sebenarnya sudah diketahui oleh para pembacanya dan memiliki beragam efek bagi tiap individunya. Pokok berita yang menggunakan kalimat tanya (*question-based*) menjadi yang paling memiliki respon atau reaksi

negatif bila dibandingkan dengan pokok berita *traditional* dan *forward-reference*, terutama bila dikaitkan dengan topik yang tidak menarik minat pembacanya. Jenis-jenis dari pokok berita dan sumber-sumber dari pokok berita dapat memberikan dampak bagi seseorang untuk bereaksi lebih atau kurang positif pada sebuah produk berita dan bermaksud untuk mengikat pembaca terhadap produk beritanya di masa depan.

- Konten Daring yang Disalahartikan: Mengenal *Clickbait* sebagai “Berita Palsu”

Penelitian ini dilakukan oleh Yimin Chen, Victoria Rubin, dan Niall J. Conroy pada tahun 2015. Berita *clickbait* adalah berita yang melaporkan rumor yang belum diverifikasi sebagai kebenaran dan secara sengaja memanipulasi fakta untuk menarik lebih banyak pembaca untuk mengklik dan berbagi tautan berbahaya bagi gagasan integritas jurnalistik dan kebaikan publik, terutama dalam aktivitas daring. Terdapat tiga ciri khas rasa ingin tahu menurut peneliti yaitu: intensitas, kefananaan, hubungan dengan impulsivitas, dan kecenderungan untuk mengecewakan. Menurut peneliti lagi, ada berbagai metode yang bisa dilakukan untuk mendeteksi *clickbait* yang kemudian diarahkan pada berbagai level, dari kehadiran kata individu yang digunakan dalam berita utama, hingga struktur bahasa dan tata bahasa yang lebih kompleks, hingga genre atau materi pelajaran itu sendiri. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah meskipun *clickbait* masih merupakan studi fenomena baru, pemeriksaan awal dari berita utama populer telah memperkenalkan pola isyarat yang mungkin membantu dalam identifikasi *clickbait*. isyarat-isyarat ini mencakup beragam contoh seperti penggunaan angka, kata-kata yang menginspirasi tindakan, dan nama-nama selebriti. Blom dan Hansen (2015) mendalilkan contoh *clickbait* semacam ini paling menonjol di situs komersial dan menemukan manifestasinya dalam 'jurnalisme kuning' atau konten 'berita lembut', dalam bentuk kata ganti demonstratif, kata keterangan, interogatif, dan imperatif. Selain itu, gambar dapat berfungsi untuk menarik perhatian dan biasanya diproses

sebelum artikel lengkap dibaca. Ditemukan kesimpulan yang lainnya bahwa *clickbait* sering mengintegrasikan penggunaan gambar sebagai cara untuk menarik pengguna melalui informasi yang salah. Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah: berita *clickbait* dapat diidentifikasi melalui pertimbangan adanya pola linguistik tertentu, seperti penggunaan bahasa yang menegangkan, kata ganti yang belum terselesaikan, gaya naratif pembalikan, referensi ke depan, penempatan gambar, perilaku pembaca dan isyarat penting lainnya.

- Kepuasan Pembaca Terhadap *Layout* Koran Tribun Jogja (Penelitian Komparatif Tingkat Kepuasan Pembaca Terhadap Layout Koran Tribun Jogja di Kota Yogyakarta Ditinjau dari Jenis Kelamin dan Usia)

Penelitian ini dilakukan oleh Paulina Brillianti pada tahun 2016. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pembaca pada layout Koran Harian Tribun Jogja berdasarkan karakteristik pembaca (jenis kelamin dan usia). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini pelanggan Tribun Jogja yang tinggal di kota Yogyakarta. Berdasarkan data dari agen koran Lendi populasi terjangkau dalam penelitian ini adalah sebanyak 816 pelanggan. Jumlah sampelnya sebanyak 90 pelanggan Tribun Jogja yang termasuk dalam wilayah kerja agen Lendi terdiri dari 14 kecamatan (*quota sampling*). Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan kuesioner dan diolah menjadi dua bagian utama yakni statistik deskriptif baik demografi maupun variabel serta perbedaannya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden puas pada atribut halaman khusus, halaman dalam, atribut desain template di koran Tribun. Sedangkan pada dimensi yang lain koran Tribun Jogja belum mampu memenuhi harapan pembacanya. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa koran Tribun Jogja memiliki rubrik bersifat aktif dan atraktif, elemen tampilan pada Koran diberikan perlakuan yang berani, logo dan *header* pada Koran dipoles, “*eye catching*” sehingga menarik perhatian pembaca. Warna digunakan secara efektif pada foto dan gambar,

sedangkan ilustrasi dan halaman pada koran dikemas dengan *feature* dan format yang bagus, isi koran ditata dengan baik, logis dan konsisten, setiap halaman isi ditandai dengan *header* yang konsisten dan halaman bersambung diberi label dengan baik serta mudah ditemukan. Isi berita menggunakan kutipan secara efektif, margin dan spasi pada koran dibuat seragam dan tepat, *header*, logo pada koran dibuat atraktif, konsisten dan menarik. Garis, kotak serta kolom ditata dengan rapi agar konten terorganisir dengan efektif dan halaman bersambung dibuat dengan baik dan ditempatkan secara tepat.

### **1.5.2 Kebutuhan Akan Informasi Tentang Figur Publik**

Kebutuhan akan informasi adalah penggunaan media massa yang dilakukan oleh khalayak yang didorong oleh motif-motif tertentu untuk memuaskan khalayak. Kebutuhan akan informasi dapat dipenuhi melalui media massa atau pun sumber-sumber lainnya (Rakhmat, 2013:205). Kebutuhan akan informasi bagi masing-masing individu tidaklah sama, Jalaluddin Rakhmat mengatakan, “latar belakang, kebutuhan, pengalaman, dan pendidikan menentukan informasi apa yang diperlukan atau menarik perhatian seseorang”. Ia juga mengatakan bahwa setiap orang yang mencari informasi akan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Secara umum, kebutuhan manusia dikategorikan berupa kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan pelarian. Sedangkan berkaitan dengan penggunaan media, berbagai jenis kebutuhan tersebut oleh Katz, Gurevitch, dan Haas (Severin, 2014:357) didefinisikan sebagai berikut:

1. Kebutuhan Kognitif: Memperoleh informasi, pengetahuan, dan pemahaman.
2. Kebutuhan Afektif: Emosional, pengalaman menyenangkan, atau estetis.
3. Kebutuhan Integratif Personal: Memperkuat kredibilitas, rasa percaya diri, stabilitas, dan status.

4. Kebutuhan Integratif Sosial: Mempererat hubungan dengan keluarga, teman, dan sebagainya.
5. Kebutuhan Pelepasan Ketegangan: Pelarian dan pengalihan.

Figur publik adalah seseorang yang memiliki peran penting dalam ranah publik, dapat dibilang sebagai seseorang yang memiliki kepentingan dengan banyak orang (Alexander, 2012:697). Seseorang yang biasa disebut dengan figur publik adalah para pesohor seperti artis, tokoh masyarakat, pejabat pemerintahan, tokoh politik, tokoh agama, dan sejenisnya. Kebutuhan akan informasi tentang figur publik merupakan usaha yang dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi keinginannya atau rasa penasarannya dalam proses pencarian informasi mengenai figur publik yang diinginkan.

### **1.5.3 Intensitas Mengakses Berita *Clickbait* di Situs Media Daring**

Intensitas dalam mengakses informasi bisa dilihat melalui keteraturan seseorang dalam menonton/mendengarkan/mengakses informasi mengenai barang atau gagasan yang menggunakan media massa, salah satunya menggunakan media *online* secara berkali-kali disertai dengan variasi (Rakhmat, 2005:52).

Berita *clickbait* (jebakan klik) di situs media daring adalah berita yang berisikan konten-konten yang bertujuan untuk menarik perhatian dan meningkatkan jumlah pengunjung untuk meng-klik situs berita tertentu, melibatkan penyebaran rumor yang cepat, dan kesalahan informasi dalam dunia daring (Chen, dkk:2015).

Menurut Craig (2010:167), terdapat beberapa elemen penting dalam jurnalisme daring. Elemen itu adalah keluasan dan kelengkapan (komprehensif), kecepatan dan akurasi, selalu terbuka untuk pemutakhiran, dan interaksi dengan pembaca. Media daring digunakan sebagai sarana mengakses berita oleh para pembaca karena sifat beritanya yang lebih cepat, dan bersifat *highlight* atau menyoroti hal-hal yang penting saja sehingga lebih singkat dan membutuhkan waktu yang tidak lama untuk dibaca.

Selain itu, dibandingkan dengan media massa lainnya, media daring lebih mudah untuk diakses karena hanya dengan menggunakan *smartphone* dan internet, siapa pun bisa menggunakannya. Intensitas mengakses berita *clickbait* di situs media daring berarti seberapa sering pembaca mengakses berita *clickbait* di situs media daring yang tersedia di internet.

#### **1.5.4 Tingkat Kepuasan Pembaca yang Mengaksesnya**

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 1995:46). Jalaluddin Rakhmat (2013) menambahkan, ada berbagai kebutuhan yang bisa dipuaskan melalui media massa betapapun kecilnya pemuasan yang dapat dilakukan oleh media.

Phillip Palmgreen, Lawrence Wenner, dan Karl Rosengren menulis studi yang menunjukkan bahwa beragam kepuasan seseorang dari segala sesuatu yang dicari dan didapatkan berhubungan dengan spektrum yang luas dari efek media, termasuk pengetahuan, ketergantungan, sikap, persepsi terhadap realitas sosial, diskusi agenda-setting, dan beragam variabel efek politik (Baran, 2014:302). Blumler menambahkan kepuasan dari efek media memiliki tiga proposisi yaitu:

1. Kepuasan dapat diasumsikan bahwa motivasi kognitif akan memfasilitasi pencapaian informasi
2. Kepuasan berasal dari konsumsi media dengan tujuan hiburan dan pelepasan/penerimaan khalayak atas persepsi terhadap situasi sosial yang sejalan dengan penggambaran yang sering ditemukan dalam materi hiburan
3. Kepuasan berasal dari adanya keterlibatan individu atau alasan pribadi terhadap materi media/informasi sehingga memunculkan adanya dorongan untuk mencari tahu

Tingkat kepuasan pembaca dapat diartikan sebagai perasaan senang para pembaca ketika harapan-harapannya dapat terpenuhi setelah mengakses situs berita media daring.

### **1.5.5 Pengaruh Kebutuhan Akan Informasi Tentang Figur Publik dan Intensitas Mengakses Berita *Clickbait* di Situs Berita Media Daring Terhadap Tingkat Kepuasan Pembaca yang Mengaksesnya**

Teori yang digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel ini adalah Teori *Uses and Gratifications* milik Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch (dalam West dan Turner, 2008:101). Teori ini menyatakan bahwa orang secara aktif mencari media tertentu dan muatan (isi) tertentu untuk menghasilkan kepuasan (atau hasil) tertentu. Teori *Uses and Gratifications* menganggap orang aktif karena mereka mampu untuk mempelajari dan mengevaluasi berbagai jenis media untuk mencapai komunikasi.

Teori *Uses and Gratifications* berpusat pada khalayak media yang menekankan seorang konsumen media yang aktif dan selektif menggunakan media untuk mendapatkan kepuasan (*gratifications*). Artinya, individu atau audiens (khalayak) sebagai makhluk sosial mempunyai sifat selektif dalam menerima pesan yang ada dalam media massa.

Teori *Uses and Gratifications* memberikan sebuah kerangka untuk memahami kapan dan bagaimana konsumen media menjadi lebih atau kurang aktif dan konsekuensi dari keterlibatan yang meningkat atau menurun.

Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch (Rakhmat, 2013:203) menyatakan terdapat lima asumsi dasar teori *Uses and Gratifications*:

- Khalayak dianggap aktif; artinya, sebagian besar penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan

- Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak
- Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan dan bagaimana kebutuhan dapat terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan
- Orang mempunyai kesadaran diri yang cukup akan penggunaan media, minat, dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaannya
- Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khayalak

Teori *Uses and Gratifications* pada intinya mengemukakan bahwa khalayak lebih selektif dalam memilih atau mencari informasi memenuhi kebutuhan mereka, dalam hal ini informasi mengenai figur publik dan intensitas mengakses berita *clickbait* akan mempengaruhi kepuasan pembacanya berdasarkan pemahaman yang dibentuk oleh para pembaca sendiri dari isi media yang sudah dibaca dan diterima, bukan pemahaman yang semata-mata didapatkan dari media. Teori *Uses and Gratification* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia mempunyai otonomi dan wewenang untuk memperlakukan media.

## **1.6 Hipotesis**

Terdapat pengaruh antara kebutuhan akan informasi tentang figur publik dan intensitas mengakses berita *clickbait* di situs berita media daring terhadap tingkat kepuasan pembaca yang mengaksesnya.

## **1.7 Definisi Konsep**

### **1.7.1 Kebutuhan Akan Informasi Tentang Figur Publik**

Informasi adalah penerangan beserta penjelasannya mengenai sesuatu hal atau peristiwa (Effendi, 2002:79). Kebutuhan akan informasi tentang figur publik adalah usaha yang dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi keinginannya atau rasa penasarannya dalam mendapatkan informasi atau penjelasan mengenai figur publik yang diinginkan atau dicari.

### **1.7.2 Intensitas Mengakses Berita *Clickbait* di Situs Berita Media Daring**

Intensitas dalam mengakses informasi bisa dilihat melalui keteraturan seseorang dalam menonton/mendengarkan/mengakses informasi mengenai barang atau gagasan yang menggunakan media massa, salah satunya menggunakan media *online* secara berkali-kali disertai dengan variasi (Rakhmat, 2005:52). Intensitas mengakses berita *clickbait* di situs media daring berarti seberapa sering pembaca mengakses berita *clickbait* di situs media daring yang tersedia di internet.

### **1.7.3 Tingkat Kepuasan Pembaca yang Mengaksesnya**

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 1995:46). Tingkat kepuasan pembaca dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa para pembaca ketika harapan-harapannya dapat atau tidak dapat terpenuhi setelah mengakses situs berita media daring.

## 1.8 Definisi Operasional

### 1.8.1 Kebutuhan Akan Informasi Tentang Figur Publik

Indikatornya adalah:

- a. Indikator kebutuhan kognitif dengan menggunakan tolok ukur: usaha pembaca dalam mencari informasi tentang figur publik
- b. Indikator kebutuhan afektif dengan menggunakan tolok ukur: usaha untuk mendapatkan informasi mengenai figur publik yang diinginkan pembaca
- c. Indikator kebutuhan integratif personal dengan menggunakan tolok ukur: usaha pembaca untuk mendapatkan informasi tentang figur publik dengan tepat dan terpercaya
- d. Indikator kebutuhan integratif sosial dengan menggunakan tolok ukur: usaha pembaca untuk membagikan informasi tentang figur publik yang dicari kepada keluarga, teman, dan sebagainya
- e. Indikator pelepasan ketegangan dengan tolok ukur: usaha pembaca untuk merasa terhibur ketika mendapatkan informasi tentang figur publik

### 1.8.2 Intensitas Mengakses Berita *Clickbait* di Situs Berita Media Daring

Indikatornya adalah:

- a. Frekuensi mengakses berita *clickbait* di situs berita media daring

### 1.8.3 Tingkat Kepuasan Pembaca yang Mengaksesnya

Indikatornya adalah:

- a. Terpenuhinya kebutuhan dalam mencari informasi mengenai figur publik
- b. Terpenuhinya informasi mengenai figur publik yang diinginkan
- c. Terpenuhinya informasi mengenai figur publik yang tepat dan terpercaya

- d. Terpenuhinya pembagian informasi mengenai figur publik kepada keluarga, teman, dan sebagainya
- e. Terpenuhinya rasa terhibur setelah mendapatkan informasi mengenai figur publik yang dicari

## **1.9 Metode Penelitian**

### **1.9.1 Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk melihat hubungan variabel terhadap objek yang diteliti lebih bersifat sebab akibat, sehingga dalam penelitiannya ada variabel independen dan dependen. Dari variabel tersebut selanjutnya dicari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2009:11). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatif yaitu menghubungkan pola-pola yang berbeda namun saling berkaitan (Prasetyo dan Jannah, 2008:43).

### **1.9.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel**

#### **1.9.2.1 Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang mengakses informasi di situs berita media daring minimal tiga kali dalam satu minggu. Jumlah populasi tidak dapat diketahui karena tidak tersedia daftar populasi yang akurat dan tidak tersedia informasi yang lengkap mengenai ukuran populasi.

#### **1.9.2.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

Penelitian ini menggunakan teknik sampling non-probabilitas (*non-probability sampling*). *Non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi

untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2009:84). Teknik ini dipilih karena tidak terdapat data valid mengenai total jumlah (populasi) masyarakat yang mengakses situs berita di media daring yang mencari informasi mengenai figur publik, sehingga jumlah responden yang akan diteliti tidak dapat diidentifikasi/dihitung secara pasti.

Teknik pengambilan sampel non-probabilitas yang dipilih adalah *convenience sampling*. Di mana sampel yang diambil adalah jenis non-probabilitas tertentu bergantung pada pengumpulan data dari anggota populasi yang dianggap mudah untuk partisipasi dalam studi penelitian. Sampel dipilih berdasarkan yang sesuai dengan ketentuan atau persyaratan sampel dari populasi tertentu yang paling mudah dijangkau atau didapatkan. Misalnya yang terdekat dengan tempat peneliti berdomisili.

*“Convenience sampling is a type of sampling where the first available primary data source will be used for the research without additional requirements. In other words, this sampling method involves getting participants wherever you can find them and typically wherever is convenient.”* (<http://research-methodology.net/sampling-in-primary-data-collection/convenience-sampling/>)

Kriteria utama sumber data penelitian ini adalah orang-orang berusia 20-49 tahun yang mengakses situs berita media daring minimal tiga kali dalam seminggu. Dipilihnya usia 20-49 tahun karena media berupa situs berita atau pun surat kabar cenderung dikonsumsi oleh konsumen dari rentang usia 20-49 tahun. (<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/MEDIA-CETAK-MAMPU-MEMPERTAHANKAN-POSISINYA.html>)

Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Hal ini dikarenakan ukuran sampel yang layak dalam penelitian korelasional menurut Roscoe dalam (Sugiyono, 2009:91) antara 30 sampai dengan 500, dan batas minimal 30 responden sudah dianggap memiliki tingkat stabilitas yang baik.

### **1.9.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **1.9.3.1 Jenis Data**

Data primer adalah data utama yang diperoleh dari sumber penelitian atau responden dengan menggunakan kuesioner. Kegunaan data primer adalah untuk menguji kebenaran hipotesis. Data primer ini digunakan untuk menguji hipotesis dan mencari temuan-temuan penelitian tentang pengaruh kebutuhan akan informasi tentang figur publik dan intensitas mengakses berita *clickbait* di situs berita media daring terhadap tingkat kepuasan pembaca yang mengaksesnya.

#### **1.9.3.2 Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah responden yaitu pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel, yang sesuai dengan kriteria utama data penelitian.

### **1.9.4 Alat dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Alat Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang berisi daftar pertanyaan yang akan diberikan kepada responden untuk dijawab.

#### **b. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang digunakan adalah dengan mengajukan pertanyaan secara langsung atau wawancara terhadap responden mengenai pertanyaan-pertanyaan yang tertera pada kuesioner.

### **1.9.5 Teknik Pengolahan Data**

#### a. Editing

Meneliti kembali catatan – catatan dari data yang terkumpul untuk mengetahui apakah catatan tersebut cukup baik dan siap untuk diproses.

#### b. Coding

Pemberian simbol atau kode pada setiap data masuk dengan suatu kategori-kategori tertentu.

#### c. Tabulasi

Pengelompokan jawaban secara teratur dan teliti untuk menghitung banyaknya gejala yang masuk pada kategori tertentu dan menyajikannya dalam bentuk tabel

### **1.9.6 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan alat bantu SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Analisis kuantitatif adalah analisis yang mempergunakan alat analisis bersifat kuantitatif. Alat analisis yang bersifat kuantitatif adalah alat analisis yang menggunakan model-model, seperti model matematika, model statistik, dan model ekonometrik. Hasil analisis disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam satu uraian.

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan melalui uji asumsi klasik yang terdiri dari 5 jenis yaitu uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas. Uji normalitas terpenuhi apabila nilai signifikansi Kolmogorof Smirnov menunjukkan angka  $> 0,05$ . Uji autokorelasi terpenuhi apabila nilai signifikansi  $> 0,05$ . Uji multikolonieritas terpenuhi apabila nilai tolerance dari variabel  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ . Uji heteroskedastisitas

terpenuhi apabila nilai signifikansi variabel  $> 0,05$ . Uji linearitas terpenuhi apabila  $F$  hitung  $< F$  tabel dan nilai signifikansi  $> 0,05$ . Jika kelima syarat ini terpenuhi maka Uji Regresi Linear Berganda dapat digunakan. Namun apabila tidak memenuhi Uji Asumsi Klasik, maka akan menggunakan Statistika Non Parametrik sebagai alternatif.