

STRATEGI *CLICKBAIT JOURNALISM* DALAM PRODUKSI BERITA DI MEDIA ONLINE RADAR JOGJA

**(Studi Kasus Praktik *Clickbait* Sebagai Strategi pada *Headline* Berita Viral di Radar
Jogja Digital 2024)**

Erlika Yusfiarista 200710283

ABSTRAK

Fenomena viral di era digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara media online menyajikan informasi, termasuk penerapan strategi *clickbait* untuk menarik perhatian pembaca. Di tengah persaingan ketat dalam ekosistem media digital, strategi *clickbait* menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan lalu lintas pembaca dengan memanfaatkan judul berita yang menarik perhatian secara instan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam praktik *clickbait journalism* yang diterapkan pada *headline* berita viral di Radar Jogja Digital, salah satu platform media online di Indonesia. Fokus penelitian ini adalah mengidentifikasi jenis-jenis *clickbait* yang digunakan berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Biyani, Tsioutsoulis, dan Blackmer. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, yang memungkinkan analisis mendalam terhadap praktik *clickbait journalism* di Radar Jogja. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Radar Jogja menggunakan berbagai strategi *clickbait* yakni *exaggeration*, *inflammatory*, *ambiguous*, *teasing*, *formatting*, *graphic* untuk menarik klik pembaca. Meskipun demikian, Radar Jogja tetap berusaha menjaga tanggung jawab jurnalistik dengan memastikan isi berita sesuai dengan judul.

Kata Kunci: *clickbait journalism*, media online, berita viral, strategi *headline*.

ABSTRACT

The viral phenomenon in the digital era has brought significant changes in the way online media presents information, including the implementation of clickbait strategies to attract readers' attention. Amidst the tight competition in the digital media ecosystem, clickbait strategies have become an effective tool to increase reader traffic by utilizing news titles that attract attention instantly. This study aims to explore more deeply the practice of clickbait journalism applied to viral news headlines on Radar Jogja Digital, one of the online media platforms in Indonesia. The focus of this study is to identify the types of clickbait used based on the theory developed by Biyani, Tsioutsoulouklis, and Blackmer. The method used in this study is qualitative with a case study approach, which allows for an in-depth analysis of clickbait journalism practices at Radar Jogja. The research findings show that Radar Jogja uses various clickbait strategies, namely exaggeration, inflammatory, ambiguous, teasing, formatting, graphic to attract readers' clicks. However, Radar Jogja still tries to maintain journalistic responsibility by ensuring that the news content is in accordance with the title.

Keywords: clickbait journalism, online media, viral news, headline strategies.