

# **Pengaruh Judul *Clickbait* Pada Media *Online* IDN Times Terhadap Tingkat Kepercayaan Gen Z di Kabupaten Gresik**

**Laili Salsabilla<sup>1</sup>, Tri Yulianti<sup>2</sup>, Beta Puspitaning Ayodya<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[lalisalsabilla79@gmail.com](mailto:lalisalsabilla79@gmail.com)<sup>1</sup>, [triyuli@untag-sby.ac.id](mailto:triyuli@untag-sby.ac.id)<sup>2</sup>, [betaayodya@untag-sby.ac.id](mailto:betaayodya@untag-sby.ac.id)<sup>3</sup>

## **Abstract**

*This research is motivated by the development of online media in Indonesia which is increasingly rapidly accompanied by the phenomenon of the use of Clickbait titles. The widespread use of clickbait titles in online media is quite a problem in the aspect of public trust in a media. Generation Z is no exception, who make their cellphones the main medium in accessing information. This study aims to see the effect of Clickbait News Titles in Online Media, especially IDN Times on the level of trust of Generation Z in Gresik Regency. The theory used is Value-Expectancy Theory, with descriptive quantitative methods and data analysis techniques using simple linear regression with SPSS 22 statistical test. Data collection techniques using questionnaires involving 100 respondents who are Generation Z in Gresik Regency. The sampling technique used is probability sampling. The results obtained are that there is a significant influence between the Clickbait News Title on the Trust Level. The magnitude of the effect of the Clickbait News Title on the Trust Level is 27.7%.*

**Keywords:** Clickbait, Trust Level, Generation Z

## **Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan Media Online di Indonesia yang semakin pesat dengan diiringi fenomena penggunaan judul *Clickbait*. Maraknya penggunaan judul *clickbait* dalam Media *Online* ini cukup menjadi permasalahan dalam aspek kepercayaan masyarakat terhadap suatu media. Tidak terkecuali pada Generasi Z yang menjadikan ponsel mereka sebagai media utama dalam mengakses sebuah informasi. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh Judul Berita *Clickbait* di Media *Online* khususnya IDN Times terhadap tingkat kepercayaan Generasi Z di Kabupaten Gresik. Teori yang digunakan menggunakan Teori Pengharapan Nilai (*Value-Expectancy Theory*) dengan metode Kuantitatif deskriptif dan teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana dengan uji statistika SPSS 22. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan melibatkan 100 responden yang merupakan Generasi Z di Kabupaten Gresik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan, yaitu *probability sampling*. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara Judul Berita Clickbait terhadap Tingkat Kepercayaan. Adapun besaran pengaruh Judul Berita Clickbait terhadap Tingkat Kepercayaan adalah sebesar 27,7%.

**Kata Kunci :** Clickbait, Tingkat Kepercayaan, Generasi Z

## **Pendahuluan**

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya fenomena perkembangan media *online* yang ada di Indonesia. Media online yang ada di Indonesia memiliki jumlah yang cukup

banyak, menurut (Adi Prasetyo, 2018) pada jurnal Dewan Pers jumlah media online yang ada di Indonesia sudah mencapai 43.000. Media online sendiri hadir untuk memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi secara *real time*. Adanya fenomena ini, tidak semua dari media online mampu menyajikan berita sesuai dengan kode etik jurnalistik, hoax dan penggunaan judul *clickbait* juga tidak jarang digunakan dalam sajian berita. *Clickbait* merupakan judul berita yang digunakan dengan tujuan untuk menarik perhatian pembaca dengan menggunakan bahasa yang provokatif. Pada tahun 2016 KOMINFO telah memblokir sekitar 700 ribu situs yang menyebarkan hoaks dan provokasi. Dalam hal ini kepercayaan khalayak terhadap sebuah media perlu untuk diketahui, tidak terkecuali pada Gen Z.

Generasi Z sendiri merupakan generasi muda yang lahir pada tahun 1997 – 2012 yang paham akan perkembangan informasi dan komunikasi. Generasi muda lebih menyukai berita yang bersifat audio visual, berbeda dengan generasi-generasi berusia lanjut yang lebih memilih membaca melalui media cetak (Hadiyat, 2019). Sehingga, dalam hal ini Gen Z lebih memilih untuk mengkonsumsi berita melalui media *online* yang mudah untuk diakses dan dipahami. Sebesar 97% Gen Z dengan tahun kelahiran 1997 hingga 2000 keatas menjadikan ponsel pintar mereka sebagai media utama dalam mengakses sebuah berita atau informasi (Indrajaya & Lukitawati, 2019). Maka, dengan adanya hal ini tingkat kepercayaan Gen Z terhadap suatu pemberitaan di portal media *online* perlu untuk diketahui, karena salah satu target yang dimiliki oleh sebuah media *online*, yaitu Generasi Z yang paham akan teknologi dan informasi zaman sekarang. Salah satu media yang disediakan untuk generasi muda adalah IDN Times. Selain itu, Menurut situs peringkat domain Alexa.com dalam (Putri, Anggi Kania, 2020), sampai Oktober 2019 IDN menjadi situs kunjungan tertinggi di posisi keempat setelah kompas.com, tribunnews.com dan liputan6.com, yaitu sebanyak 4,6 ribu pengunjung.

Menurut hasil Survei Edelman Trust Barometer yang dilansir oleh *Beritasatu.com* yang ditulis oleh Mutia Rachma, menunjukkan bahwa kepercayaan khalayak di Indonesia terhadap sebuah media semakin rendah. Pada tahun 2015 kepercayaan terhadap sebuah media mencapai 80 persen, sedangkan pada tahun 2016 turun menjadi 70 persen dan 67 persen pada tahun 2017 (Rachma, 2016). Adapun kepercayaan khalayak terhadap sebuah media, salah satunya dengan bagaimana media menggunakan judul *clickbait* dalam sajian beritanya. Menurut (Gunawan, 2018) melalui pengujian dalam penelitiannya, menghasilkan nilai R Square sebesar 0,714 yang artinya 71,4% terjadi perubahan terhadap persepsi pembaca mahasiswa di Institut Pendidikan Indonesia dipengaruhi oleh *clickbait* yang terdapat di Media *online*. Sedangkan, 28,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang bukan termasuk dalam variabel penelitian yang digunakan dan tidak diteliti. Maka, dalam hal ini tujuan peneliti melakukan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh atau tidak judul *clickbait* di Media *Online* IDN Times terhadap tingkat kepercayaan Gen Z di Kabupaten Gresik dan untuk mengetahui persentase besaran pengaruh judul *clickbait* di Media *Online* IDN Times terhadap tingkat kepercayaan Gen Z di Kabupaten Gresik.

Menggunakan teori pengharapan nilai (*Value Expectancy Theory*) yang pertama kali dikenalkan oleh Palmgreen pada 1984. Asumsi dasar pada teori pengharapan nilai ini bahwa khalayak akan menggunakan media sesuai dengan kepercayaan mereka masing-masing dengan didorong oleh motif atau nilai tertentu dari konten yang disediakan oleh media tersebut dari masing-masing individu.

## Metode Penelitian

Metode kuantitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarluaskan kepada 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan

teknik *probability sampling* dengan menggunakan *simple random sampling*. Adapun teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana yang digunakan untuk menafsirkan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

## **Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier dengan program SPSS 22 diatas, dapat dilihat bahwa ada pengaruh antara judul berita *clickbait* di Media *Online* IDN Times terhadap tingkat kepercayaan Generasi Z di Kabupaten Gresik. Dengan berdasarkan dasar pengambilan keputusan regresi linier sederhana, jika nilai signifikansi yang dihasilkan  $>0,005$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (x) berpengaruh terhadap variabel dependen (y). Maka, dalam penelitian ini Variabel X Judul berita *clickbait* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Variabel Y Tingkat Kepercayaan karena nilai signifikansi yang dihasilkan kurang dari 0,005 yaitu 0,000. Berdasarkan hasil uji hipotesis uji T, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima karena nilai t hitung 6,123 lebih besar dari t tabel 1,984. Sehingga terdapat pengaruh antara judul berita *clickbait* di media *online* IDN Times terhadap tingkat kepercayaan Gen Z di Kabupaten Gresik. Besaran pengaruh antara judul berita *clickbait* terhadap tingkat kepercayaan bisa dilihat melalui uji koefisien determinasi dalam tabel *model summary* dengan melihat R square, yaitu sebesar 0,277 atau 27,7% yang dapat diartikan bahwa besaran pengaruh judul berita *clickbait* terhadap tingkat kepercayaan sebesar 27,7%. Sedangkan 72,3% sisanya merupakan variabel lain yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan Gen Z terhadap media *online*.

## **Penutup**

Melalui hasil analisis SPSS yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang bisa didapat melalui penelitian ini yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara judul berita *clickbait* media *online* IDN Times terhadap tingkat kepercayaan Generasi Z di Kabupaten Gresik. Adapun besaran pengaruh yang dihasilkan, yaitu sebesar 27,7% yang artinya Judul Berita *Clickbait* memberikan pengaruh sebesar 27,7% terhadap Tingkat Kepercayaan Gen Z. Sedangkan, 72,3% sisanya merupakan variabel lain yang mempengaruhi tingkat kepercayaan Generasi Z. Bahwa penelitian ini hanya mengungkapkan sebagian kecil dari pengaruh tingkat kepercayaan khalayak terhadap sebuah media. Oleh karenanya, masih terdapat aspek-aspek lainnya yang dapat mempengaruhi kepercayaan khalayak terhadap media khususnya dalam media *online* IDN Times. Untuk itu, disarankan kepada peneliti lainnya yang tertarik dan berminat melakukan penelitian lebih lanjut dengan topik tingkat kepercayaan khalayak terhadap sebuah media dengan menggunakan metode yang sama maupun metode lainnya yang relevan.

## **Daftar Pustaka**

- Adi Prasetyo, Y. (2018). *Media dan Praktik Abal-Abal*.
- Hadiyat, Y. D. (2019). Clickbait on Indonesia Online Media. *Journal Pekommas*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2019.2040101>
- Indrajaya, S. E., & Lukitawati, L. (2019). Tingkat Kepercayaan Generasi Z terhadap Berita Infografis dan Berita Ringkas di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 169. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.5045>

KA, G. (2018). Pengaruh Penggunaan Clickbait Headline Berita Terhadap Persepsi Pembaca (Studi Deskriptif Kuantitatif Pengaruh Penggunaan). *Skripsi*.

Rachma, M. (2016). *Beritasatu*. <https://www.beritasatu.com/nasional/346900/survei-edelman-kepercayaan-publik-cenderung-menurun>