



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**KESESUAIAN JUDUL *CLICKBAIT* DENGAN ISI BERITA
DALAM KANAL NUSANTARA DI STRATEGI.ID
PERIODE MARET 2025**



LAPORAN TUGAS AKHIR

TASYA WULANDARI

2206321102

PENERBITAN (JURNALISTIK)

JURUSAN TEKNIK GRAFIKA DAN PENERBITAN

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2025



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**KESESUAIAN JUDUL *CLICKBAIT* DENGAN ISI BERITA
DALAM KANAL NUSANTARA DI STRATEGI.ID
PERIODE MARET 2025**



**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA DAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2025



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN

**KESESUAIAN JUDUL *CLICKBAIT* DENGAN ISI BERITA
DALAM KANAL NUSANTARA DI STRATEGI.ID PERIODE
MARET 2025**

Disetujui Depok, 4 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Ade Haryani, S.E., M.M

NIP. 198209062010121003

Kepala Program Studi,

Fitri Nur Ardiantika, S.I.Kom., M.Si.

NIP. 199004032022032011



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

**KESESUAIAN JUDUL *CLICKBAIT* DENGAN ISI BERITA
DALAM KANAL NUSANTARA DI STRATEGI.ID
PERIODE MARET 2025**

Disahkan Depok, 4 Juli 2025

Penguji I

Djony Herfan

Drs. Djony Herfan, M.I.Kom.
NIP22992014110319631213

Penguji II

Fitri Nur Ardiantika

Fitri Nur Ardiantika, S.I.Kom., M.Si.
NIP199004032022032011

Kepala Program Studi

Fitri Nur Ardiantika

Fitri Nur Ardiantika, S.I.Kom., M.Si.
NIP199004032022032011

Ketua Jurusan

Teknik Grafika dan Penerbitan



Dr. Zulkarnain
Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng.
NIP198405292012121002



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya akan bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar benarnya bahwa semua pernyataan dalam tugas akhir saya ini dengan judul

KESESUAIAN JUDUL CLICKBAIT DENGAN ISI BERITA DALAM KANAL NUSANTARA DI STRATEGI.ID PERIODE MARET 2025

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan tugas karya akhir saya sendiri dibawah bimbingan Dosen Pembimbing yang telah ditetapkan oleh pihak Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.

Tugas Karya ini belum pernah diajukan sebagai syarat kelulusan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil Analisa maupun pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan sumbernya dengan jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Depok, 4 Juli 2025



(Tasya Wulandari)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan kemudahannya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “*Kesesuaian Judul Clickbait dengan Isi Berita dalam Kanal Nusantara di Strategi.id Periode Maret 2025*”

Tugas Akhir ini penulis susun sebagai persyaratan kelulusan Diploma III program studi Penerbitan (Jurnalistik), Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa tidak akan dapat menyelesaikan tanpa bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Fitri Nur Ardiantika, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Penerbitan (Jurnalistik), Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
4. Ade Haryani, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah memberikan bimbingan, panduan, arahan, serta saran dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Antonius Danar P selaku pemimpin redaksi dari media Strategi.id yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data serta wawancara terkait penerapan judul *clickbait* di media Strategi.id.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

6. Kedua orang tua penulis tercinta, Mama Zarnida dan mendiang Papa Darmilus serta kedua kakak penulis, Fajar dan Angga, atas doa tanpa henti dalam mengiringi langkah penulis. Senantiasa selalu ada dan membantu serta menjadi sumber kekuatan dan keinginan penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Teman-teman dekat seperjuangan yang penulis sayangi, Dian Septia, Aisha Okta, Giesla Azhar, Dara Tera, Deskinanti, Siti Ika, Rubiatul Adawiyah yang hadir memberikan semangat, saling menguatkan, dan menemani proses selama penyusunan Tugas Akhir ini.
8. Teman-teman pejuang bimbingan, Dinda, Audy, Rendy, Sasmita, Putri, Gemma, Dinar, Aii, Mahesa, yang memberikan semangat dan menjadi teman diskusi dikala penulis bingung.
9. Penyuntik semangat penulis, Mas Bilal, dari karya-karya musiknya yang menjadi teman setia di malam malam panjang penuh revisi, yang lewat alunan musik dan suaranya mampu mengembalikan semangat penulis yang terkadang suka hilang entah kemana.
10. Untuk sosok anomali kanan bawah, Bang Brando, dari gimmick-gimmick khasnya yang tak pernah gagal menghibur penulis. Tayangan-tayangannya yang setia menemani jam makan dan menjadi podcast dadakan yang menemani penulis saat larut dalam revisi.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penulisan.....	4
1.5 Metode Penulisan	4
1.6 Teknik Pengumpulan Data	4
1.7 Sistematika Penyusunan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1. Media Massa	6
2.2. Jenis Media Massa	7
2.3. Media Online.....	8
2.4. Berita	9
2.5. Struktur Berita.....	10
2.6 Judul Berita	13
2.7 Syarat Judul Berita	14
2.8 Clickbait	16
2.90 Ciri dan Jenis Clickbait	18
2.10 Kesesuaian Judul Clickbait dengan Isi Berita.....	21
BAB III SUBJEK PEMBAHASAN	23
3.1 Profil Singkat Perusahaan	23
3.2 Sejarah Perusahaan.....	23
3.3 Visi dan Misi	25
3.3.1 Visi	25
3.3.2 Misi	26
3.4 Logo Media Strategi.....	27



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.5 Struktur Organisasi Perusahaan	27
3.6 Ragam Kanal	29
3.7 Alur Kerja Redaksi	51
BAB IV PEMBAHASAN	53
4.1 Kriteria Analisis	53
4.2 Bahan Analisis	54
4.3 Analisis Berita	57
4.3.1 Analisis Berita 1	58
4.3.2 Analisis Berita 2	61
4.3.3 Analisis Berita 3	63
4.3.4 Analisis Berita 4	67
4.3.5 Analisis Berita 5	69
4.3.6 Analisis Berita 6	72
4.3.7 Analisis Berita 7	74
4.3.8 Analisis Berita 8	77
4.3.9 Analisis Berita 9	80
4.3.10 Analisis Berita 10	83
4.3.11 Analisis Berita 11	86
4.3.12 Analisis Berita 12	89
4.4 Tabel Hasil Analisis Berita	91
4.5 Korelasi antara Hasil Analisis dengan Pernyataan Pemimpin Redaksi Strategi.id	94
BAB V PENUTUP	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	
KEGIATAN BIMBINGAN	
TRANSKRIP WAWANCARA	
RIWAYAT HIDUP	

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Strategi.id.....	27
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Perusahaan Strategi.id.....	28
Gambar 3.3 Tangkapan Layar Kanal Infrastruktur.....	30
Gambar 3.4 Tangkapan Layar Kanal BUMN	31
Gambar 3.5 Tangkapan Layar Kanal Budaya.....	32
Gambar 3.6 Tangkapan Layar Kanal Teknologi.....	33
Gambar 3.7 Tangkapan Layar Kanal Nusantara.....	344
Gambar 3.8 Tangkapan Layar Kanal Merah Putih	355
Gambar 3.9 Tangkapan Layar Kanal Tokoh.....	366
Gambar 3.10 Tangkapan Layar Kanal Dialektika.....	377
Gambar 3.11 Tangkapan Layar Kanal Corong	38
Gambar 3.12 Tangkapan Layar Kanal Daerah.....	39
Gambar 3.13 Tangkapan Layar Kanal Internasional	40
Gambar 3.14 Tangkapan Layar Kanal Gaya Hidup.....	41
Gambar 3.15 Tangkapan Layar Kanal Bugar	42
Gambar 3.16 Tangkapan Layar Kanal Diatasroda.....	43
Gambar 3.17 Tangkapan Layar Kanal Anggaran	44
Gambar 3.18 Tangkapan Layar Kanal Edukasi	45
Gambar 3.19 Tangkapan Layar Kanal Plesir.....	46
Gambar 3.20 Tangkapan Layar Kanal Hype.....	47
Gambar 3.21 Tangkapan Layar Kanal Kuliner.....	48
Gambar 3.22 Tangkapan Layar Kanal Video	49
Gambar 3.23 Tangkapan Layar Kanal Photo.....	50
Gambar 3.24 Alur Kerja Redaksi Strategi.id	52
Gambar 4.1 Tangkapan Layar Bahan Berita 1	60
Gambar 4.2 Tangkapan Layar Bahan Berita 2	63
Gambar 4.3 Tangkapan Layar Bahan Berita 3	66
Gambar 4.4 Tangkapan Layar Bahan Berita 4	69
Gambar 4.5 Tangkapan Layar Bahan Berita 5	71
Gambar 4.6 Tangkapan Layar Bahan Berita 6	74
Gambar 4.7 Tangkapan Layar Bahan Berita 7	76
Gambar 4.8 Tangkapan Layar Bahan Berita 8	79
Gambar 4.9 Tangkapan Layar Bahan Berita 9	82
Gambar 4.10 Tangkapan Layar Bahan Berita 10	85
Gambar 4.11 Tangkapan Layar Bahan Berita 11	88



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 4.12 Tangkapan Layar Bahan Berita 12	91
Gambar 4.13 Diagram Persentase Hasil Analisis	93
Gambar 5.1 Infografik	98





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Susunan Redaksi Media Strategi.id	28
Tabel 4.1 Tabel Bahan Analisis	54
Tabel 4.2 Tabel Analisis Judul Clickbait Berita 1	59
Tabel 4.3 Tabel Analisis Kesesuaian Judul Clickbait dengan Isi Berita 1	59
Tabel 4.4 Tabel Analisis Judul Clickbait Berita 2	61
Tabel 4.5 Tabel Analisis Kesesuaian Judul Clickbait dengan Isi Berita 2	62
Tabel 4.6 Tabel Analisis Judul Clickbait Berita 3	64
Tabel 4.7 Tabel Analisis Kesesuaian Judul Clickbait dengan Isi Berita 3	65
Tabel 4.8 Tabel Analisis Judul Clickbait Berita 4	67
Tabel 4.9 Tabel Analisis Kesesuaian Judul Clickbait dengan Isi Berita 4	68
Tabel 4.10 Tabel Analisis Judul Clickbait Berita 5	70
Tabel 4.11 Tabel Analisis Kesesuaian Judul Clickbait dengan Isi Berita 5	70
Tabel 4.12 Tabel Analisis Judul Clickbait Berita 6	72
Tabel 4.13 Tabel Analisis Kesesuaian Judul Clickbait dengan Isi Berita 6	73
Tabel 4.14 Tabel Analisis Judul Clickbait Berita 7	75
Tabel 4.15 Tabel Analisis Kesesuaian Judul Clickbait dengan Isi Berita 7	75
Tabel 4.16 Tabel Analisis Judul Clickbait Berita 8	77
Tabel 4.17 Tabel Analisis Kesesuaian Judul Clickbait dengan Isi Berita 8	78
Tabel 4.18 Tabel Analisis Judul Clickbait Berita 9	81
Tabel 4.19 Tabel Analisis Kesesuaian Judul Clickbait dengan Isi Berita 9	81
Tabel 4.20 Tabel Analisis Judul Clickbait Berita 10	84
Tabel 4.21 Tabel Analisis Kesesuaian Judul Clickbait dengan Isi Berita 10	84
Tabel 4.22 Tabel Analisis Judul Clickbait Berita 11	87
Tabel 4.23 Tabel Analisis Kesesuaian Judul Clickbait dengan Isi Berita 11	87
Tabel 4.24 Tabel Analisis Judul Clickbait Berita 12	89
Tabel 4.25 Tabel Analisis Kesesuaian Judul Clickbait dengan Isi Berita 12	90
Tabel 4.26 Tabel Hasil Analisis	91



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi yang ditandai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat, penyebaran informasi menjadi semakin cepat dan luas. Masyarakat saat ini dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi dari seluruh penjuru dunia hanya dengan menggunakan perangkat digital seperti ponsel pintar, tablet, atau komputer. Perubahan ini turut memengaruhi gaya hidup masyarakat dalam mengonsumsi informasi yang kini lebih memilih media yang praktis, instan, dan dapat diakses kapan pun dan di manapun.

Media sendiri secara umum dapat dipahami sebagai alat atau saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada massa (Widarmanto, 2017). Media memiliki beragam bentuk, mulai dari media cetak seperti surat kabar dan majalah, media elektronik seperti televisi dan radio, hingga media daring (*online*) yang berbasis internet (Yunus, 2012). Setiap bentuk media memiliki karakteristik dan cara kerja yang berbeda, menyesuaikan dengan perkembangan teknologi serta kebutuhan audiens.

Transformasi digital mendorong media massa untuk beradaptasi dan berinovasi dalam menyampaikan informasi. Media massa yang sebelumnya hanya hadir dalam bentuk cetak seperti surat kabar dan majalah, atau elektronik seperti televisi dan radio, kini telah menjelma menjadi media daring (*online*) yang menggabungkan elemen teks, gambar, audio, dan video. Kehadiran media daring tidak hanya memperluas jangkauan penyebaran informasi, tetapi juga menciptakan ekosistem baru dalam dunia jurnalistik yang lebih kompetitif dan dinamis.

Media daring saat ini berkembang pesat seiring dengan meningkatnya konsumsi berita digital oleh masyarakat. Pengguna internet terus bertambah dari waktu ke waktu karena masyarakat mulai menjadikan media daring sebagai rujukan utama ketika membutuhkan informasi (Romli, 2018). Dalam perkembangannya,



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

terdapat beberapa perbedaan mencolok antara media cetak dan media daring, salah satunya dalam hal sistem perolehan pendapatan. Menurut Romli, media cetak biasanya memperoleh pendapatan melalui jumlah iklan yang dimuat, sementara media daring mengandalkan jumlah kunjungan, banyaknya halaman yang dilihat, atau biasanya disebut *traffic* di portal berita mereka.

Untuk meningkatkan *traffic* ini, tak sedikit media daring menggunakan strategi judul *clickbait*, yaitu judul yang dirancang agar menarik perhatian pembaca sehingga mereka terdorong untuk mengklik berita tersebut (Romli, 2018). Meskipun *clickbait* kerap dikritik karena dianggap berpotensi melanggar prinsip jurnalistik, penggunaannya tetap marak dalam industri media daring sebagai strategi mempertahankan eksistensi.

Dalam praktik jurnalistik digital, penggunaan judul *clickbait* tidak selalu identik dengan penyimpangan. Terdapat dua kecenderungan yang umum ditemukan di media daring, yakni *clickbait* yang disusun secara relevan terhadap isi berita dan *clickbait* yang justru menyesatkan karena tidak sesuai dengan isi.

Clickbait yang relevan biasanya disusun dengan diksi provokatif, gaya bahasa interogatif, atau penggunaan kata penunjuk, namun tetap menjaga kesesuaian makna dengan isi berita. Jenis *clickbait* ini digunakan sebagai strategi menarik perhatian audiens di tengah persaingan media daring yang ketat, tetapi tetap memenuhi prinsip akurasi dan tanggung jawab. Menurut Abidin, Sumadiria, dan Rusmulyadi (2021), judul berita dalam bentuk *clickbait* seperti di atas, dapat diterima secara profesional selama tetap berkaitan erat dengan isi berita dan tidak melanggar etika jurnalistik.

Sebaliknya, *clickbait* yang tidak relevan atau menyesatkan umumnya menggunakan judul yang berlebihan, bombastis, atau menjanjikan informasi yang tidak ditemukan dalam isi berita. Judul semacam ini hanya difokuskan untuk memperoleh klik semata tanpa memperhatikan integritas isi, sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dan menurunkan kepercayaan terhadap media itu sendiri. Rahmatika dan Prisanto (2023) menyebutkan bahwa *clickbait* yang tidak sesuai dengan isi berita dapat menciptakan ekspektasi palsu dan dinilai melanggar prinsip kejujuran dalam jurnalistik digital.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sebagai salah satu media daring, Strategi.id juga menerapkan judul *clickbait* untuk meningkatkan *traffic* pembaca. Hal ini menjadi menarik untuk dibahas karena penggunaan *clickbait* yang tetap relevan dengan isi berita dapat menjadi solusi bagi media daring dalam menarik pembaca tanpa melanggar prinsip jurnalistik.

Dalam pengamatan awal terhadap media Strategi.id, ditemukan bahwa media ini menerapkan strategi *clickbait* yang tetap menjaga relevansi isi. Beberapa contoh judul seperti “Ditengah Sorotan Kasus Korupsi Pertamina, Direktur Shell Tiba-tiba Mengundurkan Diri, Ada Apa Yah?” dan “Udah Punya Gaji Gede tapi Masih Kurang, Ini Sederet Dirut Pertamina yang Terjerat Kasus Korupsi Terbaru Ada Riva Siahaan” menggunakan pendekatan *clickbait* secara struktural, tetapi isi berita tetap menyampaikan informasi secara faktual, sesuai dengan apa yang diindikasikan dalam judul. Hal ini menunjukkan bahwa Strategi.id berupaya menggabungkan strategi menarik klik dengan tetap menjaga keakuratan dan relevansi isi.

Fenomena penggunaan *clickbait* yang marak di berbagai media daring tadi serta strategi yang digunakan media Strategi.id dengan penggunaan judul *clickbait* yang relevan dengan isi, menarik perhatian penulis untuk membahas bagaimana kesesuaian antara judul *clickbait* dengan isi berita yang disajikan pada laman berita Strategi.id. Oleh karena itu, tugas akhir ini berfokus pada analisis berita di kanal Nusantara dalam media daring Strategi.id periode maret 2025 untuk mengkaji kesesuaian antara judul *clickbait* dengan isi berita yang disampaikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang di atas, maka penulis membuat rumusan masalah yang akan dibahas dalam Tugas Akhir adalah “Bagaimana Kesesuaian Judul *Clickbait* dengan Isi Berita dalam Kanal Nusantara di Strategi.id Periode Maret 2025?”



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam Tugas Akhir ini lebih terarah, penulis membatasi ruang lingkup pembahasan pada analisis kesesuaian antara judul *clickbait* dengan isi berita yang dimuat dalam kanal Nusantara di media daring Strategi.id. Pembahasan ini difokuskan pada berita dengan judul *clickbait* yang diterbitkan selama periode Maret 2025, sehingga pembahasan tetap spesifik dan tidak melebar ke aspek lain di luar konteks yang telah ditetapkan.

1.4 Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Ingin mengetahui penerapan judul *clickbait* di media online Strategi.id selama periode Maret 2025.
2. Ingin mengetahui isi berita yang menggunakan judul *clickbait* di media online Strategi.id selama periode Maret 2025.
3. Ingin mengetahui kesesuaian judul *clickbait* dengan isi berita yang dimuat dalam kanal Nusantara di media daring Strategi.id selama periode Maret 2025.

1.5 Metode Penulisan

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis isi. Analisis dilakukan terhadap berita yang dipublikasikan di Strategi.id selama periode Maret 2025. Tugas Akhir ini nantinya juga dapat dilengkapi dengan wawancara kepada pihak terkait seperti pemimpin redaksi dan editor di Strategi.id untuk mendapatkan pemahaman lebih mendalam tentang strategi *clickbait* yang digunakan.

1.6 Teknik Pengumpulan Data

- **Observasi:** Mengamati secara langsung berita yang dipublikasikan di Strategi.id untuk mengidentifikasi penggunaan judul *clickbait*.
- **Studi Literatur:** Mengkaji referensi dari jurnal, buku, yang relevan dengan penggunaan *clickbait* dalam media online.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- **Wawancara:** Melakukan wawancara dengan pemimpin redaksi atau editor Strategi.id untuk memahami alasan dan strategi penggunaan judul *clickbait*.

1.7 Sistematika Penyusunan

Tugas Akhir ini nantinya akan disusun dalam lima bab dengan sistematika yang mengikuti buku *Pedoman Tugas Akhir PB 2025* sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, Bab ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, serta sistematika penyusunan penelitian.

Bab II Landasan Teori, Bab ini membahas teori-teori yang berkaitan dengan penelitian, seperti media *online*, struktur berita yang terdapat judul dan isi. konsep *clickbait*, serta kesesuaian judul *clickbait* dengan isi menurut pemimpin redaksi Strategi.id.

Bab III Subjek Pembahasan, Bab ini menjelaskan subjek penelitian, yaitu media *online* Strategi.id, serta aspek yang diteliti terkait penerapan judul *clickbait* yang relevan terhadap isi berita dalam periode Maret 2025.

Bab IV Pembahasan, Bab ini berisi hasil analisis dan pembahasan mengenai penerapan judul *clickbait* di Strategi.id, serta bagaimana kesesuaian antara judul *clickbait* dengan isi berita.

Bab V Penutup, Bab terakhir ini berisi kesimpulan serta saran dari tugas akhir yang telah dilakukan mengenai penerapan judul *clickbait* yang relevan terhadap isi berita di media *online* Strategi.id.

Dengan sistematika ini, diharapkan proses penyelesaian Tugas Akhir penulis dapat berjalan secara sistematis dan memberikan kontribusi terhadap pemahaman mengenai penerapan judul *clickbait* yang relevan dalam dunia jurnalistik digital.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari Tugas Akhir yang berisi simpulan dari hasil analisis terhadap Kesesuaian Judul *Clickbait* dengan Isi Berita Pada Kanal Nusantara di Strategi.id Periode Maret 2025. Dalam Tugas akhir ini, media yang dianalisis adalah Strategi.id, sebuah portal berita daring yang aktif menyajikan informasi aktual kepada publik. Strategi.id memiliki berbagai kanal seperti kanal Nusantara, Budaya, Teknologi, Internasional, yang menjadi sarana penyebaran informasi yang mudah diakses oleh masyarakat secara luas.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap 12 berita yang dimuat dalam kanal Nusantara di media online Strategi.id selama periode Maret 2025, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Pertama, dalam hal penerapan judul *clickbait*, dari 12 berita yang penulis analisis, media Strategi.id secara konsisten menggunakan teknik penulisan judul *clickbait* dengan ciri penggunaan diksi yang sensasional, bersifat interogatif dengan menggunakan tanda tanya, terdapat tanda seru, serta memakai kata ganti atau penunjuk seperti “ini, begini”. Judul-judul tersebut disusun dengan gaya *clickbait*, namun tetap relevan dengan isi berita. Strategi.id tampak memanfaatkan judul sebagai bagian penting dalam strategi penyajian berita di era persaingan digital.

Kedua, isi berita yang menggunakan judul *clickbait* umumnya mengandung informasi yang lengkap dan sesuai dengan apa yang dijanjikan pada judul. Berita-berita tersebut tetap menyajikan fakta dan isi yang jelas, serta tidak menyimpang dari inti persoalan yang disebutkan dalam judul.

Ketiga, seluruh judul *clickbait* yang dianalisis terbukti sesuai dengan isi berita yang disajikan. Meskipun menggunakan unsur provokatif atau gaya bahasa yang memancing klik, keseluruhan judul tidak menyimpang dari isi dan tetap mencerminkan fakta dan isi berita secara utuh.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Dengan demikian, menjawab rumusan masalah dalam penulisan Tugas Akhir ini, dapat disimpulkan bahwa kesesuaian judul *clickbait* dengan isi berita pada kanal Nusantara di media Strategi.id selama periode Maret 2025 berada dalam kategori relevan. Strategi.id menerapkan *clickbait* secara etis, dengan tetap menjaga akurasi dan tidak menyimpang dari isi berita, sehingga tidak menyalahi prinsip jurnalistik.

Untuk mempermudah pemahaman terhadap simpulan dari hasil analisis penulisan Tugas Akhir ini, berikut disajikan infografik yang merangkum hasil analisis mengenai kesesuaian judul *clickbait* dengan isi berita pada kanal Nusantara di media daring Strategi.id selama periode Maret 2025.





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 5.1 Infografik



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5.2 Saran

1. Untuk pembaca yang tertarik pada praktik jurnalistik digital

Pembahasan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pembaca yang memiliki minat pada dunia jurnalistik di media digital, khususnya dalam penggunaan judul *clickbait*. Melalui pembahasan ini, pembaca dapat memahami bagaimana strategi *clickbait* diterapkan secara relevan tanpa menyimpang dari isi berita.

2. Untuk mahasiswa atau peneliti selanjutnya

Bagi peneliti berikutnya yang ingin mengangkat topik serupa, disarankan untuk memperluas cakupan analisis, baik dari segi periode waktu yang lebih panjang, maupun dengan membandingkan media Strategi.id dengan media *online* lain. Hal ini bertujuan agar diperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai variasi penggunaan *clickbait* di berbagai platform media digital.

3. Untuk pembaca umum pengguna media daring

Pembaca juga diharapkan memiliki kesadaran dalam menyaring informasi saat mengonsumsi berita daring. Penting bagi pembaca untuk mampu mengenali judul-judul yang bersifat menarik namun tetap sesuai dengan isi berita. Dengan begitu, pembaca dapat menjadi audiens yang lebih kritis dan tidak mudah terpengaruh oleh judul-judul yang bersifat sensasional semata.



DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, J. J., & Sumadiria, H. (2021). *Persepsi Wartawan Mengenai Penggunaan Clickbait pada Judul Berita di Media Daring*. 6(4).
- Ashari, M. A., & Putra, R. E. (2021). Pengukuran Probabilitas Berita Hoax Berdasarkan Judul Clickbait Menggunakan Metode Adaptive Neuro Fuzzy Inference System Berbasis Web. *Journal of Informatics and Computer Science (JINACS)*, 2(04), 290–294. <https://doi.org/10.26740/jinacs.v2n04.p290-294>
- Hadiyat, Y. D. (2019). Clickbait on Indonesia Online Media. *Journal Pekommas*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2019.2040101>
- Mahendra, K., & Sukartik, D. (n.d.). *Jurnalisme Clickbait di Media Online TribunPekanbaru.com dan RiauOnline.co.id*. 6(1).
- Musman, Mulyadi, A., Nadi. (2017). *Jurnalisme Dasar Panduan Praktis Para Jurnalis*. Komunika.
- Mustakim Mustakim, Andi Adam, & Anin Asnidar. (2023). *Penggunaan Clickbait terhadap Judul Berita pada Media Online Edisi Tahun 2022–2023 untuk Menarik Minat Pembaca*. *Jurnal Motivasi Pendidikan Dan Bahasa*, 1(2), 211–222. <https://doi.org/10.59581/jmpb-widyakarya.v1i2.442>
- RN, Herman. (2018). *Jurnalistik Praktis*. Syiah Kuala University Press.
- Romli, A. (2018). *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online*. Nuansa Cendikia.
- S, Inung Cahya. (2018). *Menulis Berita di Media Massa*. PT Citra Aji Parama.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sambo, M. (2019). *Media Relations Kontemporer: Teori & Praktik*. PrenadaMedia Group.

Sumadiria, H. (2014). *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Simbiosis Rekatama Media.

Trustyanda, N. D., & Rizki, C. R. A. (2021). *Budaya Clickbait pada Judul Berita di Era Digital 4.0*. 6(9).

Wahjuwibowo, I. (2015). *Pengantar Jurnalistik Teknik Penulisan Berita, Artikel, & Feature*. PT. Matana Publishing Utama.

Widarmanto, T. (2017). *Pengantar Jurnalistik Panduan Awal Penulis dan Jurnalis*. Araska.

Yunus, Syarifudin. (2012). *Jurnalistik Terapan*. Ghalia Indonesia.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

KEGIATAN BIMBINGAN

Tanggal	Catatan Bimbingan	Paraf Pembimbing
6 Maret 2025	Konsultasi awal dan menyerahkan Proposal Tugas Akhir	
13 Maret 2025	Bimbingan tatap muka menyerahkan Bab 1	
20 Maret 2025	Bimbingan tatap muka menyerahkan revisi Bab 1	
27 Maret 2025	Menyerahkan revisi Bab 1 dan penyusunan Bab 2	
10 April 2025	Menyerahkan revisi Bab 2 dan penyusunan Bab 3	
17 April 2025	menyerahkan revisi Bab 2 dan Bab 3	
15 Mei 2025	Menyerahkan hasil revisi Bab 2,3 dan penyusunan Bab 4	
22 Mei 2025	Revisi dan diskusi Bab 4	
29 Mei 2025	Revisi dan diskusi Bab 4	
02 Juni 2025	Menyerahkan hasil revisi Bab 4 dan penyusunan Bab 5	
11 Juni 2025	Menyerahkan hasil revisi Bab 5	



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber : Antonius Danar P

Jabatan : Pemimpin Redaksi Strategi.id

Hari/Tanggal : 07 Juni 2025

Keterangan:

Pewawancara (P)

Narasumber (N)

P: Bisa dijelaskan bagaimana alur kerja redaksi di Strategi.id, mulai dari mengusulkan ide hingga berita dipublikasikan?

N: Biasanya, ide konten publikasi diawali dengan menggunakan alat ukur seperti Google Trends atau Google Trending Media Sosial. Alat ini membantu menentukan arah dan ide pemberitaan media Strategi.id untuk minggu berjalan atau minggu berikutnya. Redaksi juga mengadakan rapat redaksi mingguan, biasanya setiap hari Senin, untuk menentukan topik-topik yang akan digarap berdasarkan hasil dari alat ukur tersebut.

P: Siapa saja yang terlibat dalam proses penyusunan berita hingga penentuan judul? Apakah ada tim khusus yang menangani judul berita, atau itu tanggung jawab reporter/penulis masing-masing?

N: Penentuan berita berawal dari rapat redaksi, dimana dilakukan diskusi untuk menentukan arah pemberitaan. Setelah topik ditentukan, masing-masing penulis akan menulis berita sesuai topik tersebut. Selanjutnya, editor akan mengoreksi tulisan—mulai dari judul hingga isi—untuk memastikan kesesuaian, kelengkapan data, dan kejelasan informasi. Jika diperlukan, editor juga akan berdiskusi langsung dengan pemimpin redaksi (pemred) atau redaktur pelaksana (redpel). Setelah proses editing selesai, berita bisa langsung ditayangkan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

P: Seberapa besar peran redaktur dalam mengubah atau menyesuaikan judul yang dibuat oleh penulis?

N: Judul awal tetap berasal dari penulis, terutama bagi penulis yang sudah berpengalaman dalam menentukan judul. Namun, peran redaktur menjadi penting ketika judul yang diajukan berada pada batas-batas sensitif, seperti cenderung tendensius, terlalu clickbait, atau berpotensi menyesatkan. Dalam kondisi seperti itu, redaktur akan membantu memastikan bahwa judul tidak membahayakan kredibilitas media.

P: Bagaimana pandangan Bapak selaku pimpinan redaksi Strategi.id mengenai penggunaan judul clickbait?

N: Judul clickbait secara umum sebenarnya tidak disukai pembaca, meskipun bisa mendatangkan traffic. Terlebih lagi, algoritma Google terbaru justru menurunkan peringkat berita dengan judul-judul yang dianggap clickbait.

P: Apakah penggunaan judul clickbait merupakan strategi yang dirancang, atau lebih bersifat spontan tergantung situasi berita?

N: Mungkin istilahnya bukan "clickbait", tetapi lebih tepat disebut sebagai judul yang menarik pembaca. Pembuatan judul dilakukan melalui metode, syarat, dan tahapan tertentu. Tujuannya adalah membuat pembaca penasaran, tanpa harus menyesatkan. Misalnya, jika judulnya langsung mengungkapkan isi berita seperti "Indonesia Menang 1-0 atas China", maka pembaca merasa sudah tahu isinya dan tidak tertarik untuk mengklik. Maka dari itu, pemilihan judul perlu mempertimbangkan rasa penasaran pembaca.

P: Menurut Bapak, seperti apa bentuk judul clickbait yang masih dianggap sesuai dengan isi berita? Apakah Strategi.id memiliki batasan atau kriteria tersendiri?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

N: Sekali lagi, istilah yang lebih tepat adalah "judul menarik", bukan clickbait. Judul yang menarik adalah yang mampu menggugah rasa ingin tahu pembaca, terutama saat bersaing di halaman pertama Google bersama banyak artikel lain. Strategi.id memiliki pelatihan, metode, dan syarat khusus dalam penulisan judul agar tetap sesuai dengan isi dan tidak menyesatkan. Pedoman tersebut menjadi acuan bagi redaksi untuk menjaga kualitas pemberitaan.

P: Bisa Bapak berikan contoh judul clickbait yang ideal namun tetap relevan dengan isi berita?

N: Contohnya, daripada menggunakan judul datar seperti "5 Bahan Dapur yang Bisa Membuat Daging Empuk", bisa diubah menjadi "Ternyata Ini 5 Bahan Dapur yang Mudah Ditemui agar Daging Jadi Empuk". Pemilihan diksi seperti “ternyata” dan “mudah ditemui” dapat membangkitkan rasa penasaran, sehingga pembaca terdorong untuk mengklik berita dan mengetahui isinya.



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

RIWAYAT HIDUP



Tasya Wulandari atau yang akrab disapa Tasya, merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara. Ia lahir di Jakarta pada 11 Oktober 2003 dan saat ini tengah menempuh pendidikan tinggi di Politeknik Negeri Jakarta, Program Studi Penerbitan (Jurnalistik).

Sebelum menempuh pendidikan di perguruan tinggi, Tasya menyelesaikan pendidikan menengah atas di SMA Negeri 5 Padang. Selama menjalani masa perkuliahan, Tasya aktif mengikuti beberapa kegiatan di luar akademik, di antaranya terlibat dalam program Pengabdian Masyarakat di Desa Ciasihan, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor yang merupakan salah satu program kerja Himpunan Mahasiswa Grafika dan Penerbitan (HMGP PNJ). Selain itu, Tasya juga pernah menjadi pendamping dalam kegiatan MAPING (Masa Pendampingan Mahasiswa Baru Teknik Grafika dan Penerbitan), sebagai bentuk kontribusinya dalam membantu proses adaptasi mahasiswa baru di lingkungan kampus.

Saat ini, Tasya mulai aktif menulis di media online Strategi.id, membahas berbagai topik seperti teknologi, olahraga, dan isu-isu aktual yang sedang menjadi perhatian publik. Dengan latar belakang jurnalistik yang ia tekuni, Tasya berkomitmen untuk terus belajar menyajikan informasi yang akurat, menarik, dan mudah dipahami oleh pembaca .

Untuk keperluan komunikasi atau silaturahmi, Tasya dapat dihubungi melalui akun Instagram @tsywuuu maupun melalui nomor 0812-1267-7680.