

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa sekarang ini, setiap manusia tidak bisa lepas dari telepon genggam atau *Handphone (HP)*. Semua kegiatan manusia sangat bergantung pada telepon genggam. Ketergantungan ini lah yang membuat banyak perubahan dari berbagai sektor usaha. Salah satunya adalah usaha penerbit berita. Usaha penerbit berita yang dulunya berupa media cetak kini berupa media *online*.

Media online adalah media yang berbasis internet dan melakukan kegiatan jurnalistik (Romli, 2018:34). Dalam perspepektif studi media massa, media *online* mengacu pada permintaan akan suatu informasi atau berita kapan saja, dimana saja, tetang peristiwa yang baru terjadi atau yang sedang terjadi.

Pembaca media *online* mudah untuk mengakses informasi dan berita yang sedang terjadi dan yang sedang hangat dibicarakan. Selain itu pembaca media *online* dapat langsung memberikan umpan balik atas konten yang ada di media *online*, dan akan membentuk komunitas di sekitar konten media *online*.

Media online merupakan bagian dari jurnalisme online. Menurut Romli (2018) jurnalisme *online* adalah kegiatan pembuatan berita dimana wartawan mampu merilis berita secara up to date berdasarkan peristiwa yang

terjadi di lapangan. Wartawan mempunyai kebebasan untuk segera mempublikasi informasi atau berita tanpa adanya kendala pada editor di sebuah lembaga pers.

Perubahan pada usaha penerbit berita, membuat perusahaan penerbit berita merubah fokus pada bagian pemasaran yang dulunya fokus pada jumlah eksemplar penerbitan, agar terjual habis, dan media nya laku dipasangi iklan. Kini perusahaan penerbit berita lebih fokus pada *traffic* jumlah kunjungan di laman berita *online*, semakin banyak pengunjung yang mengklik laman berita *online* maka akan banyak tawaran pemasangan iklan.

Salah satu trik untuk menarik pengunjung adalah dengan membuat berita umpan klik atau *clickbait*. Menurut Romli (2018) berita umpan klik atau *clickbait* adalah berita-berita pancingan agar pembaca mengklik judul berita, ketika berita tersebut diklik ternyata isi berita tidak sesuai dugaan dan harapan pembaca berita.

ADUH! Ternyata Revi Mariska Jarang Mandi, Netizen Sebut Banyak Jerawat Pula: Katanya Cantik

Situr Wijaya 4 Oktober 2021, 10:30 WIB

Gambar 1. Contoh Berita Umpan Klik
(sumber : *insulteng.pikiran-rakyat.com*)

Berita umpan klik menjadi salah satu trik untuk menaikkan *traffic* jumlah kunjungan. Kini berbagai perusahaan penerbit berita berlomba-lomba membuat berita umpan klik tanpa peduli pada kode etik jurnalistik. (Romli, 2018) Sehingga melupakan kaidah-kaidah dan prinsip-prinsip jurnalistik.

Mengenai pelanggaran berita umpan klik pada kode etik jurnalistik, telah ada sebuah jurnal dari penelitian yang dilakukan oleh Akhsanatul Mardiyah tentang “Fenomena *Clickbait* Di Tribunnews.com Ditinjau Dari Kode Etik Jurnalistik Indonesia Periode Maret 2018” menunjukkan hasil bahwa karakteristik teknologi yang maju dan media online sebagai tempat terkumpulnya semua informasi dan keharusan yang perlu dipenuhi oleh media online dan mengimbas pada wartawan media online. Keharusan inilah yang membuat para wartawan harus bekerja cepat dan mengikuti perkembangan sehingga melupakan untuk mengutamakan dan menjadikan pedoman dalam kode etik profesi, tetapi banyak jurnalis online yang membuat berita-berita umpan klik yang merugikan para pembaca.

Berdasarkan penelitian sebelumnya dapat dilihat bahwa kebutuhan akan informasi dan berita membuat para wartawan bekerja dengan cepat dan *up to date* sehingga mengabaikan kaidah kaidah jurnalistik, prinsip-prinsip jurnalistik dan akhirnya melanggar kode etik jurnalistik itu sendiri.

Menurut Romli (2018) Berita umpan klik sangat merugikan pembaca karena pembaca merasa ditipu dan dibohongi oleh media. Pembaca berita hanya membuang-buang waktu dengan membaca berita umpan klik.

Dengan memuat berita umpan klik perusahaan berita tanpa sadar akan merusak citra dan kredibilitas perusahaan tersebut.

Dikutip dari sebuah jurnal yang diteliti oleh Sandi dan Risa Dwi Ayuni (2018) tentang “*Tren Umpan Klik Di Media Daring : Keselarasan Antara Judul Dan Isi Berita*” Di dalam jurnal tersebut Sandi dan Ayuni menyebutkan ada dampak yang ditimbulkan dari berita umpan klik, yaitu :

1. Masyarakat mengalami kemunduran informasi karena mengonsumsi berita-berita yang tidak berkualitas.
2. Memancing kemarahan pembaca berita karena merasa dirugikan waktu dan biaya untuk mengakses situs berita.
3. Media *online* yang memuat berita umpan klik bisa kehilangan kepercayaan dari pembacanya.
4. Media *online* bisa terkena kasus UU ITE, karena tak ubahnya menyajikan berita bohong atau *hoax*.

Dari pembahasan diatas dapat dilihat bahwa berita umpan klik memberikan banyak dampak yang merugikan masyarakat dan media *online*. Hal ini menarik untuk diteliti karena banyak dampak yang terjadi pada masyarakat dan media *online* yang sama-sama dirugikan dari berita umpan klik.

Selain itu berita umpan klik memberikan persepsi baru bagi masyarakat. Menurut Saleh (2018) persepsi adalah suatu proses pemaknaan yang diterima alat indra dari penglihatan sebagai fungsi mata, penciuman sebagai fungsi hidung, pendengaran sebagai fungsi telinga, perabaan sebagai

fungsi kulit serta pengecapan sebagai fungsi lidah. Semua alat indra akan menerima dan menafsirkan pesan yang disampaikan dan akan memberikan pemahaman dan persepsi kepada manusia.

Dikutip dari sebuah jurnal yang diteliti oleh Kenny Adam Gunawan (2018) tentang “Pengaruh Penggunaan *Clickbait Headline* Berita Terhadap Persepsi Pembaca” Di dalam jurnal tersebut Kenny Adam Gunawan menyebutkan ada tiga persepsi pembaca mengenai berita umpan klik, yaitu :

1. Persepsi dari segi atensi, pembaca berita awalnya menolak dan menghindari berita yang tidak sesuai dengan minat, tetapi dengan adanya berita umpan klik pembaca berita menjadi tertarik dengan *headline* berita tersebut dan meng-klik lalu membacanya.
2. Persepsi dari segi persepsi, pembaca berita awalnya hanya membaca berita yang dianggapnya penting saja, dan saat membaca berita umpan klik maka akan mengkritisi dan mempertanyakan kebenaran dari berita tersebut kemudian akan mencari kebenaran berita dengan cara mencari berita di situs berita lain.
3. Persepsi dari segi retensi, pembaca berita awalnya hanya membaca berita yang sesuai dengan minat, tidak terlalu tertarik dengan berita lainnya. Dan lebih mementingkan isi berita daripada judul berita.

Dari penelitian diatas dapat dilihat bahwa persepsi mengenai berita umpan klik memiliki beragam persepsi ada yang menerima, menolak berita

umpan klik, dan ada yang tidak tertarik untuk membaca berita yang tidak sesuai dengan minatnya

UIN Raden Fatah Palembang adalah Universitas Islam Negeri yang berada di Palembang, Sumatera Selatan. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, tidak ditemukan data atau informasi yang berkaitan dengan persepsi mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang dalam jurnalisme umpan klik. Akan tetapi ada penelitian yang diteliti oleh Amir Syam Suriyadi (2018) tentang “Membaca Sebagai Gaya Hidup (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang)” menunjukkan hasil bahwa dalam kegiatan minat, seringnya membaca serta kapasitas gaya hidup dideskripsikan melalui indikator minat yaitu:

Tabel 1 : Hasil Penelitian

Bahan bacaan yang sering dibaca mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang		
No.	Bahan Bacaan	Presentasi
1.	Berita dan tulisan online di internet	43,87%
2.	Buku perkuliahan	38,78%
3.	Cerpen dan Buku Novel	12,25%
4.	Surat Kabar, majalah dan tabloid	5,10%

Sumber : Hasil Penelitian Suriyadi, A.S (2018))

Tabel 2 : Hasil Penelitian

Cara mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang mendapatkan bahan bacaan		
No.	Bahan Bacaan	Presentasi
1.	Searching internet	47,95%
2.	Berkunjung ke perpustakaan kampus	30,61%
3.	Beli dari toko	14,29%
4.	Perpustakaan Umum	7,14%

(Sumber : Hasil Penelitian Suriyadi, A.S (2018))

Dari penelitian diatas, dilihat bahwasannya mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang lebih sering memperhatikan tulisan berita *online* dan lebih sering mendapatkan bahan bacaan melalui *searching* internet dibandingkan buku, majalah dan surat kabar.

Menurut Pratiwi Handayani (2019) di dalam skripsinya yang berjudul “Pemaknaan Tayangan Indonesia *Lawyers Club* (ILC) ditvOne Terhadap Perubahan Perilaku Politik Mahasiswa FISIP UIN Raden Fatah Palembang” menjelaskan yaitu, mahasiswa UIN mempunyai pengetahuan serta wawasan dalam berpikir selektif, kritis menerima sebuah informasi dan pesan dari media sehingga mampu mengambil keputusan, menentukan sikap serta perilakunya.

Dari uraian latar belakang diatas, peneliti membuat keputusan untuk menjadikannya sebagai bahan objek penelitian dengan judul “Persepsi Mahasiswa Mengenai Jurnalisme Umpan Klik”.

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian latar belakang masalah, rumusan penelitian dibuat yaitu: “*Bagaimanakah persepsi mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang dalam jurnalisme umpan klik?*”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada penelitian ini digunakan menjadi sarana untuk menemukan adanya persepsi mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang dalam jurnalisme umpan klik.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Manfaat teoritis pada penelitian ini yaitu keberhasilan dari penelitian diharapkan mampu berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada ilmu komunikasi, dapat memberikan masukan, bahan referensi, dan bahan perbandingan mengenai persepsi mahasiswa dalam jurnalisme umpan klik.

2. Kegunaan Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian diharapkan mampu dimanfaatkan sebagai sumber referensi bagi masyarakat, pelajar, mahasiswa atau bahkan guru dan dosen yang hendak melakukan penelitian yang sama mengenai persepsi mahasiswa dalam jurnalisme umpan klik.

E. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan tinjauan pustaka mengenai masalah yang ada di penelitian terdahulu. Peneliti menemukan tinjauan pustaka yang lain:

Pertama, penelitian yang dilakukan Hilmi Ananda Robianes tentang “Persepsi Wartawan Mengenai Penggunaan *Clickbait* (Umpan Klik) Pada Judul Berita di Media Siber : Studi Deskriptif Pada Anggota Persatuan Wartawan Indonesia di Kabupaten Purwakarta” menunjukkan hasil bahwa semua wartawan mengetahui berita *clickbait*, yaitu berita umpan klik yang dibuat oleh media menggunakan kata-kata yang kurang transparan untuk memancing minat pembaca berita, penggunaan judul berita juga untuk

menarik minat pembaca, yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung dalam jangkauan yang luas. Ketika membuat judul berita umpan klik, judul berita yang digunakan harus tidak berbeda dengan isi berita, dan judul berita harus berkaitan dengan konten berita.

Kedua, menurut Jenetia Nikita Pangerapan, dkk pada “Persepsi Mahasiswa Tentang Kepala Berita *Clickbait* Media *Online Instagram* (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Unsrat Konsentrasi Jurnalistik)” menunjukkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa persepsi mahasiswa menilai berita *clickbait* tersebut adalah berita yang sangat merugikan para pengguna media *online instagram* karena isi berita dengan kepala berita *clickbait* itu sangat berbeda.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Oren Wahyudy tentang “Persepsi Generasi *Milenial* di Jabodetabek dalam Mengakses Berita *Clickbait* Tentang *Virus Corona* di Media *Daring*” menunjukkan hasil penelitian bahwasannya keseluruhan responden kurang menyetujui adanya berita *clickbait* terkait *virus Corona*. Melihat berita *clickbait* mengakibatkan responden menyalah artikan saat membaca informasi dari berita. Seluruh responden memperoleh informasi dari berita tersebut, namun jika tidak bijak dalam membaca akan keliru, pengaruh negatif yang akan dialami pembaca adalah merasa kesal.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Tanti Sugiharti tentang “Pemahaman Wartawan Tentang Bahasa Jurnalistik pada Judul *Clickbait*: Studi Deskriptif Pandangan Wartawan Detik. Com” menunjukkan hasil

penelitian bahwa pengetahuan wartawan Detik Kota Bandung terkait fenomena berita *clickbait* adalah sama, namun dalam menyampaikannya berbeda. Berita *clickbait* adalah langkah strategi yang digunakan oleh perusahaan media melalui penggunaan kata kunci dan memainkan kata untuk menarik perhatian pembaca berita.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Sandi dan Risa Dwi Ayuni tentang “Tren Umpan Klik Di Media *Daring* : Keselarasan Antara Judul Dan Isi Berita ” menunjukkan hasil penelitian yaitu, judul berita umpan klik tidaklah melanggar kode etik jurnalistik saat menulis sebuah berita, selama judul merupakan intisari dari sebuah informasi, selama judul dan isi berita selaras.

Tabel 3. Tinjauan Pustaka

No	Nama, Tahun, Judul	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan, Persamaan
1.	Hilmi Ananda Robianes (2021) Persepsi Wartawan Mengenai Penggunaan <i>Clickbait</i> (Umpan Klik) Pada Judul Berita di Media Siber : Studi Deskriptif Pada Anggota Persatuan Wartawan Indonesia di Kabupaten	Teori Persepsi	Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua wartawan mengetahui berita <i>clickbait</i> , yaitu berita umpan klik yang dibuat oleh media menggunakan kata-kata yang kurang transparan untuk memancing minat pembaca berita, penggunaan judul berita juga untuk menarik minat pembaca, yang bertujuan	Perbedaan : 1. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif 2. Penelitian ini fokus pada persepsi wartawan mengenai berita umpan klik Persamaan : Sama-sama

	Purwakarta			untuk meningkatkan jumlah pengunjung dalam jangkauan yang luas.	membahas persepsi mengenai berita umpan klik
2.	Jenetia Nikita Pangerapan, Antonius Boham, dan Julius L. K Randang (2020) Persepsi Mahasiswa Tentang Kepala Berita <i>Clickbait</i> Media Online Instagram (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Unsrat Konsentrasi Jurnalistik)	Teori Persepsi	Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif	Hasil penelitian dapat diketahui bahwa persepsi mahasiswa menilai berita <i>clickbait</i> tersebut adalah berita yang sangat merugikan para pengguna media online <i>instagram</i> karena isi berita dengan kepala berita <i>clickbait</i> itu sangat berbeda.	Perbedaan : <ol style="list-style-type: none"> 1. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif 2. Penelitian ini fokus pada media online instagram Persamaan : <ol style="list-style-type: none"> 1. Sama-sama membahas persepsi mengenai berita umpan klik 2. Sama-sama fokus pada persepsi mahasiswa
3.	Oren Wahyudy (2020) Persepsi Generasi <i>Milenial</i> di Jabodetabek dalam Mengakses Berita <i>Clickbait</i> Tentang <i>Virus Corona</i> di Media <i>Daring</i>	Teori Presepsi	Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif	Hasil penelitian bahwasannya keseluruhan responden kurang menyetujui adanya berita <i>clickbait</i> terkait <i>virus Corona</i> . Melihat berita <i>clickbait</i> mengakibatkan responden menyalah artikan saat membaca informasi dari berita. Seluruh responden	Perbedaan : <ol style="list-style-type: none"> 1. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif 2. Pembahasan mengenai persepsi generasi milenial 3. Fokus penelitian pada berita <i>clickbait</i>

				memperoleh informasi dari berita tersebut, namun jika tidak bijak dalam membaca akan keliru, pengaruh negatif yang akan dialami pembaca adalah merasa kesal.	tentang <i>virus corona</i> Persamaan : Sama-sama membahas persepsi mengenai berita umpan klik
4.	Tanti Sugiharti (2019) Pemahaman Wartawan Tentang Bahasa Jurnalistik pada Judul <i>Clickbait: Studi Deskriptif Pandangan Wartawan Detik. Com</i>	Teori Pemahaman	Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif	Hasil penelitian bahwa pengetahuan wartawan Detik Kota Bandung terkait fenomena berita <i>clickbait</i> adalah sama, namun dalam menyampaikannya berbeda. Berita <i>clickbait</i> adalah langkah strategi yang digunakan oleh perusahaan media melalui penggunaan kata kunci dan memainkan kata untuk menarik perhatian pembaca berita.	Perbedaan : 1. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif 2. Penelitian ini fokus pada persepsi wartawan mengenai berita umpan klik Persamaan : Sama-sama membahas persepsi mengenai berita umpan klik
5.	Sandi dan Risa Dwi Ayuni (2018) Tren Umpan Klik Di Media <i>Daring</i> : Keselarasan Antara Judul Dan Isi Berita	Teori Pemakaian	Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif	Hasil penelitian yaitu, judul berita umpan klik tidaklah melanggar kode etik jurnalistik saat menulis sebuah berita, selama judul merupakan intisari dari sebuah informasi, selama judul dan isi berita	Perbedaan : 1. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif 2. Penelitian ini fokus pada keselarasan judul berita umpan klik

				selaras.	Persamaan : Sama-sama membahas mengenai berita umpan klik
--	--	--	--	----------	--

(Sumber : Diolah oleh peneliti)

F. Kerangka Teori

1. Persepsi

Persepsi adalah proses pemaknaan pemaknaan yang diterima alat indra dari alat penglihatan fungsi dari mata, alat penciuman fungsi dari hidung, alat pendengaran fungsi dari telinga, alat perabaan fungsi dari kulit, serta alat pengecap fungsi dari lidah. Semua alat indra akan menerima dan menafsirkan pesan yang disampaikan dan akan memberikan pemahaman dan persepsi kepada manusia. (Saleh, 2018:79)

Menurut Mukarom (2020:15) persepsi adalah pengalaman tentang suatu peristiwa yang terjadi kemudian disimpulkan dan ditafsirkan menjadi sebuah informasi atau pesan.

Menurut Walgito (2018) proses yang dilakukan oleh indra manusia, yaitu proses diterimanya rangsangan oleh seseorang melalui alat indra. Proses ini diteruskan ke saraf otak dan kemudian terjadi proses persepsi dimana seseorang menyadari apa yang didengar dan dilihatnya.

Dari pendapat diatas, dapat dipahami bahwa persepsi merupakan pandangan dari pengalaman seseorang terkait sebuah objek atau peristiwa yang terjadi dan diterima oleh alat indra sehingga kemudian disimpulkan dan ditafsirkan menjadi sebuah informasi dan pesan.

2. Teori Resepsi (Reception Theory)

Menurut Stuart Hall dalam papernya “*Encoding And Decoding In The Television Discourse* (1973)” menjelaskan bahwa teori resepsi merupakan teori yang memfokuskan peran penerima pesan dalam menerima pesan. Pemaknaan pesan dilatar belakangi oleh pengalaman hidup dan budaya penerima pesan itu. Yang berarti bahwa sebuah makna pesan pada teks tersebut tidak bergantung pada teks itu melainkan pada pengalaman hidup dan budaya penerima pesan itu.

Ada tiga tipe perimaan pesan yaitu :

- a. Dominan, adalah tipe dimana penerima pesan dapat memaknai sebuah pesan seperti apa yang diinginkan oleh media. Tipe ini disebut sempurna, karena penerima pesan berada dalam posisi dominan.
- b. Negosiasi, adalah tipe penerima pesan yang cukup memaknai sebuah pesan seperti yang diinginkan media, namun beberapa kali pesan tidak dapat dipahami oleh penerima pesan. Kasus ini mengandung dua unsur yakni, unsur oposisi dan unsur adaptif. Yaitu pesan yang dapat dinegosiasikan.
- c. Alternatif atau Oposisi, tipe ini adalah tipe yang mengerti pesan yang disampaikan media, tetapi menolak untuk menerima karena tidak sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman.

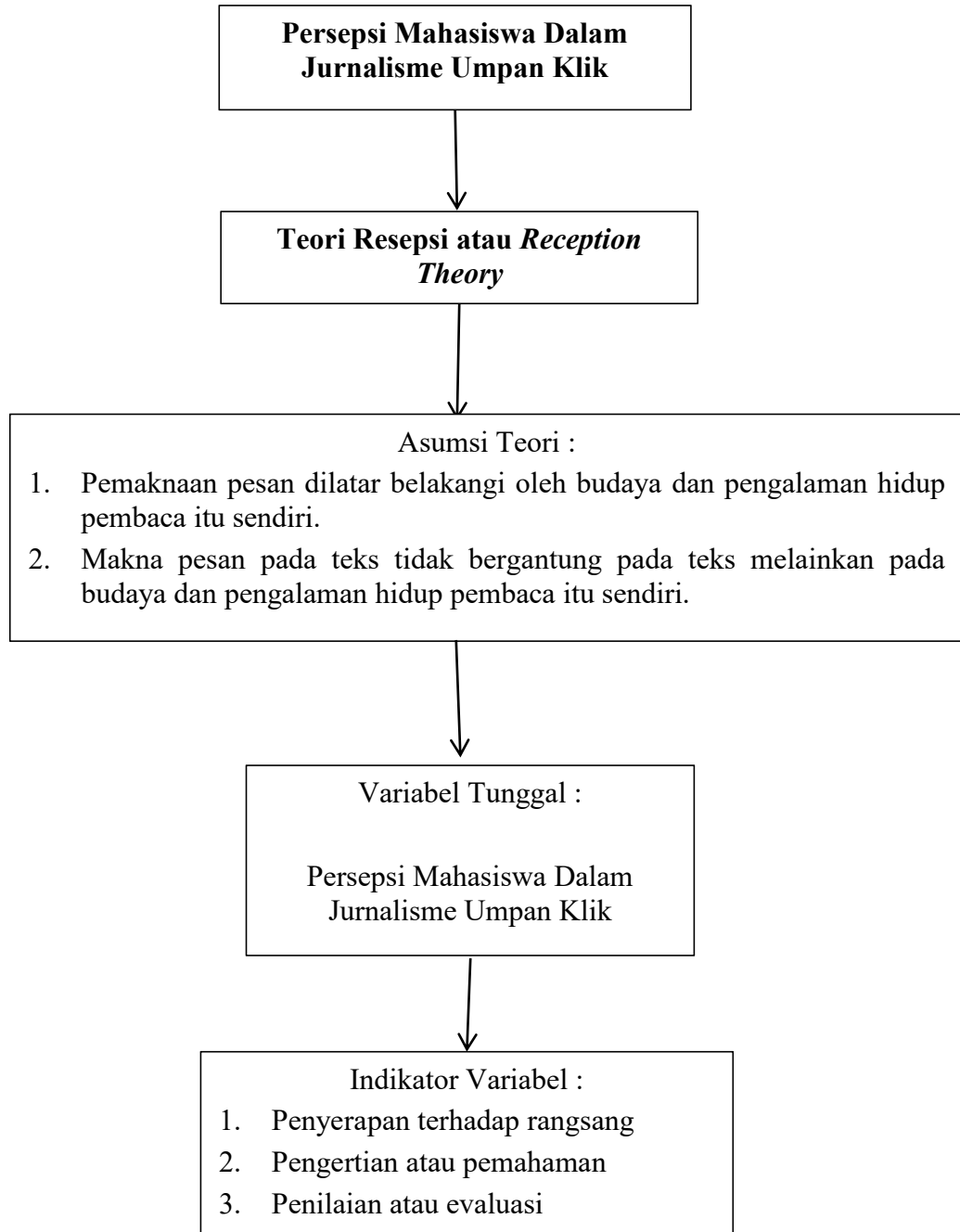
Teori ini dapat melihat dan memahami penerima pesan dalam memaknai pesan yang disampaikan oleh media. Sehingga menimbulkan

persepsi mengenai pesan yang disampaikan oleh media. Peneliti akan mencoba melihat, memahami, menganalisis dan mendeskripsikan proses pemaknaan responden atau informan terhadap berita umpan klik.

3. Pengertian Jurnalisme Umpan Klik (ClickBait Journalism)

Jurnalisme umpan klik adalah berita yang memiliki judul yang membuat pembaca penasaran tetapi ketika dibaca ternyata tidak seperti dugaan pembacanya. Maka ketika media online atau wartawan membuat berita dengan kalimat yang “menyembunyikan isi berita” atau kalimat yang “menggunakan kalimat tanya”, maka berita tersebut termasuk dalam berita umpan klik. Tujuan jurnalisme umpan klik ini adalah menarik minat pembaca berita untuk membaca sebuah berita. (Romli, 2018:147-148)

G. Kerangka Berpikir



Bagan 1. Kerangka Berpikir
(Sumber : Diolah oleh Peneliti)

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif digunakan pada penelitian ini dengan tabulasi frekuensi sederhana. Menurut Sugiyono (2019:16) teknik yang keseluruhan datanya berupa angka, persentase serta analisis statistic merupakan jenis kuantitatif. Metode ini dinilai bersamaan dengan penelitian dan nantinya akan menggunakan sampel dari populasi mahasiswa UIN Raden Fatah Palembag.

2. Data dan Sumber Data

a. Data Primer

Adalah data utama dan dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui responden kuisisioner atau angket serta mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang sebagai responden.

b. Data Sekunder

Adalah data pendukung dan didapatkan melalui berbagai sumber data layaknya buku, jurnal, internet serta sumber lain yang masih relevan.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Dimana peneliti mengamati aktivitas seseorang dalam suatu kejadian yang terjadi. Tujuannya untuk menndapat informasi tentang peristiwa yang terjadi untuk dijadikan suatu objek penelitian.

b. Wawancara

Wawancara merupakan cara dalam mencari persoalan yang terjadi dan dilakukan penelitian untuk memahami permasalahan yang lebih mendalam. (Sugiyono 2019:195)

c. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah memberikan pertanyaan-pertanyaan terbuka atau tertutup kepada responden secara langsung (tertulis) atau dengan menggunakan internet. (Sugiyono 2019:199)

d. Dokumentasi

Adalah data-data seperti, buku, jurnal, internet dan sumber lainnya baik dalam bentuk tulisan, foto maupun bentuk video.

4. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Kampus A yang berada di Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri Kel. Pahlawan Kec. Kemuning Kota Palembang, Sumatera Selatan.

5. Variabel Penelitian

Variabel merupakan segala sesuatu yang sudah ditentukan oleh peneliti untuk dapat dipahami dan memperoleh sebuah informasi terkait hal tersebut serta dapat diambil kesimpulan. (Sugiyono 2019:67)

Variabel penelitian ini menggunakan penelitian variabel tunggal yaitu Persepsi Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Dalam Jurnalisme Umpsn Klik.

Menurut Bimo Walgito (2010) ada tiga indikator persepsi yaitu :

1) Penyerapan terhadap rangsang

Yaitu penerimaan atau penyerapan yang diterima oleh alat indra yang kemudian menciptakan suatu gambaran, tanggapan, dan kesan.

2) Pengertian atau pemahaman

Setelah menimbulkan rancangan, tanggapan, dan kesan maka otak akan mengolongkan dan membandingkan dengan gambaran lama, kemudian akan membentuk sebuah pengertian dan pemahaman baru.

3) Penilaian atau evaluasi

Setelah memiliki sebuah pemahaman, seseorang akan menilai dan membandingkan dengan kriteria, norma dan pengalaman yang dimiliki individu dan akan ikut berperan dalam membentuk sebuah persepsi.

6. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan area generalisasi suatu objek maupun subjek dengan karakteristik serta kuantitas tertentu dan ditetapkan

untuk tujuan diteliti serta dapat diambil hasil akhirnya. (Sugiyono, 2019:126)

Peneliti pada penelitian ini akan memilih populasi dari responden mahasiswa UIN Raden Fatah di Palembang, dimulai dari angkatan 2017 hingga angkatan 2021. Populasi pada penelitian ini sebanyak 21.550 mahasiswa.

b. Sampel

Bagian dari karakteristik dan jumlah populasi adalah sampel. (Sugiyono, 2019:127) Pada penelitian yang dilaksanakan, akan memakai teknik sampel yaitu Teknik *Stratified Random Sampling* yakni menggunakan populasi yang memiliki perbedaan pada anggota dan secara proposional memiliki strata. (Sugiyono, 2019:130)

Jumlah sampel yang digunakan peneliti menghitung dengan memasukkan persamaan Slovin dan mempunyai tingkat toleransi kesalahan sampel (sampling error) yaitu 10%

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan sampel atau *sampling error*, (10%)

$$N = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$N = \frac{21.550}{1 + (21.550 (0,1)^2)}$$

$$N = \frac{21.550}{216,5}$$

$$N = 99,53$$

Dari rumus diatas peneliti mendapatkan hasil 99,53 dan dibulatkan menjadi 100 orang mahasiswa. Jadi, peneliti akan meneliti dengan jumlah responden sebanyak 100 orang mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

7. Teknik Analisis Data

Analisis data dimanfaatkan dalam membuat kelompok, mentabulasi, menyajikan, dan melakukan perhitungan data dengan variabel dan jenis responden untuk menjawab semua rumusan masalah. (Sugiyono 2019:206)

Teknik analisis data yang diterapkan yaitu teknik analisa univariat. Analisa univariat adalah analisa yang biasanya digunakan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul atau nilai karakteristik responden dan hanya menghasilkan distribusi dan presentase. (Budiarto, 2016:3)

Rumus dari teknik analisa univariat yaitu :

$$X = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

X = Hasil presentase

F = Frekuensi hasil pencapaian

N = Total seluruh observasi

100% = Bilangan Genap

I. Sistematika Penulisan Laporan

Berikut adalah sistematika penulisan laporan yang telah dibuat peneliti, yaitu :

BAB I Pendahuluan

Menjabarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, kerangka berpikir, metodologi penelitian, teknik analisis data, serta sistematika penulisan.

BAB II Jurnalisme Dan Jurnalisme Umpan Klik

Menjelaskan tentang sejarah jurnalisme online, komponen dalam jurnalisme, prinsip jurnalisme online, karakteristik jurnalisme online, perkembangan teknologi komunikasi, pengertian jurnalisme umpan klik, masuknya jurnalisme umpan klik, pengaruh jurnalisme umpan klik, dan ciri-ciri jurnalisme umpan klik.

BAB III Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Menjelaskan tentang sejarah lokasi penelitian, alamat lokasi penelitian, visi dan misi lokasi penelitian, struktur organisasi lokasi penelitian, dan jumlah populasi dan sampel penelitian.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini berupa prosedur penelitian analisis data dan temuan, dan analisis hasil penelitian.

BAB V Penutup

Pada bab ini menjabarkan kesimpulan serta saran penelitian yang telah dilakukan peneliti.