

***Clickbait* dalam Pemberitaan Penyusunan Kabinet Prabowo-Gibran pada
Media Siber Tribunnews**

Ummu Nabiela Qurrota Aini¹, Sri Mustika², Andys Tiara³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

2006015256@uhamka.ac.id¹, srimustika@uhamka.ac.id², andys@uhamka.ac.id³

ABSTRACT

This study evaluates the use of clickbait in the reporting of the Prabowo-Gibran cabinet formation by the online media outlet Tribunnews. Utilizing a qualitative content analysis approach, the research examines 18 news articles published between September 23 and October 20, 2024. The study finds that focusing on popular topics or figures and the use of sensational language are frequently employed to attract readers, even though the content does not always meet the expectations set by the headlines. The study applies Harold Lasswell's communication model to analyze how clickbait usage influences public perception. It concludes that while clickbait increases revenue through higher traffic, excessive use can undermine trust in the media. Future research is recommended to explore the long-term impact of clickbait on media credibility and to conduct comparative studies across various online media platforms to provide a broader perspective on this phenomenon in Indonesia's digital media landscape.

Keywords : *Clickbait, Cyber Media, Cabinet Formation Coverage.*

ABSTRAK

Penelitian ini mengevaluasi tentang penggunaan *clickbait* dalam pemberitaan tentang pembentukan kabinet Prabowo-Gibran oleh media siber Tribunnews. Menggunakan pendekatan analisis isi kualitatif, penelitian ini menganalisis 18 artikel berita yang diterbitkan antara 23 September hingga 20 Oktober 2024. Studi ini menemukan bahwa fokus pada topik atau figur populer dan penggunaan kata sensasional sering digunakan untuk menarik perhatian pembaca, meskipun isi berita tidak selalu memenuhi harapan yang dibangun oleh judul. Studi ini menerapkan model komunikasi Harold Lasswell untuk menganalisis bagaimana penggunaan *clickbait* mempengaruhi persepsi publik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun *clickbait* meningkatkan keuntungan melalui jumlah kunjungan, penggunaannya yang berlebihan dapat mengurangi kepercayaan terhadap media. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang *clickbait* terhadap kredibilitas media dan melakukan studi komparatif di berbagai platform media siber untuk memberikan perspektif yang lebih luas tentang fenomena ini di media siber Indonesia.

Kata kunci : *Clickbait, Media Siber, Pemberitaan Penyusunan Kabinet.*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi *digital* telah membawa perubahan besar dalam industri media, termasuk kemunculan media siber sebagai platform utama akses informasi, seperti yang dilaporkan Reuters Institute yang diterbitkan oleh Data Indonesia, bahwa 84% responden di Indonesia memanfaatkan media siber untuk mengakses berita pada tahun 2023, menjadikannya sumber informasi paling banyak digunakan. Berbeda dengan media arus utama yang memiliki proses editorial lebih panjang dan formal. Media arus utama cenderung bersifat satu arah dan tersentral, sementara media siber memungkinkan komunikasi dua arah yang lebih dinamis dan interaktif (Nasrullah, 2016).

Oleh karena itu, media berita kini bersaing menarik perhatian pembaca untuk mendapatkan keuntungan dari klik halaman, mereka menggunakan berbagai macam cara, salah satunya sering menggunakan *clickbait*. *Clickbait* merupakan trik pembuatan berita yang bertujuan untuk menarik perhatian pembaca. Dalam menyampaikan pesan kepada pembacanya, media berita sering kali menggunakan bahasa yang ringan dan menarik, hingga tak jarang ditemukan adanya perubahan makna sebuah kata akibat dari manusia sebagai pemakai bahasa (Nur & Sofiah, 2024). Meski penggunaan *clickbait* oleh media siber tidak melanggar undang-undang negara, namun sebagian pembaca merasa dibohongi karena merasa disesatkan dengan judul berita yang terkadang tidak sesuai dengan konten.

Beberapa penelitian sebelumnya membahas penggunaan *clickbait* dalam media siber, terutama dari perspektif wartawan. Judul yang sensasional dan menggugah rasa ingin tahu cenderung lebih banyak di-klik oleh pengguna media daring. Meskipun efektif dalam menarik perhatian, para wartawan yang menjadi responden dalam penelitian ini menekankan pentingnya tetap memperhatikan kode etik jurnalistik. Menurut Abidin et al. (2021), meskipun *clickbait* efektif menarik perhatian pembaca, penggunaannya harus tetap memperhatikan kode etik jurnalistik untuk menjaga kredibilitas media.. Terutama dalam pemberitaan politik di Indonesia. Hampir semua jurnalis media siber menggunakan taktik ini. Berdasarkan temuan yang dilakukan oleh Soedarsono, Akhiruddin, Bur, dan Nursalam (2024), penggunaan *clickbait* media online Indonesia dalam pemberitaan Pemilihan Presiden 2024 menunjukkan bahwa media siber secara umum menggunakan judul berita yang mengandung *clickbait* untuk memicu rasa penasaran para pembaca.

Media siber memiliki peran penting dalam membentuk persepsi publik melalui penyajian berita. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi Harold Lasswell yang merumuskan proses komunikasi dalam lima elemen utama, yaitu "*Who says What in Which Channel to Whom with What Effect*" Teori ini menjelaskan bagaimana pesan dirancang, disampaikan, dan diterima oleh audiens, serta efek yang dihasilkan dari komunikasi tersebut. Spekulasi mengenai siapa yang akan mengisi posisi strategis dalam kabinet baru menarik perhatian media dan publik secara luas. Sebagai saluran utama informasi bagi masyarakat, media massa memainkan peran penting dalam membentuk persepsi publik melalui cara penyajian berita mereka, yang kerap kali mencerminkan karakteristik unik masing-masing media (Fuadin & Faza, 2024).

Setelah Pilpres 2024, nama-nama seperti Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka mendapatkan sorotan utama dalam pemberitaan. Pendekatan ini tidak hanya mencerminkan daya tarik figur politik tertentu tetapi juga mempertegas bagaimana media mempengaruhi persepsi publik. Penyajian berita dengan teknik *clickbait* dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap proses politik yang sedang berlangsung, serta menimbulkan pertanyaan tentang etika dalam jurnalistik dan dampaknya terhadap kualitas informasi yang diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengevaluasi bagaimana media siber memanfaatkan teknik ini, serta dampaknya terhadap integritas media, kredibilitas informasi, dan pembentukan opini publik. Dengan demikian, penelitian ini yang dilakukan pada pemberitaan yang dimuat Tribunnews pada 23 September hingga 20 Oktober 2024 tidak hanya memberi kontribusi dalam bidang komunikasi dan jurnalisme, tetapi juga menjadi bagian dari upaya untuk meningkatkan

kesadaran akan pentingnya akurasi dan tanggung jawab media dalam menyampaikan informasi di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi, menurut Rokhamah, Yana, dan Hernadi (2024), pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial atau humanis secara mendalam. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti menggali pola dan makna yang terkandung dalam teks berita secara mendalam. Fokusnya adalah penggunaan *clickbait* dalam judul berita politik oleh Tribunnews serta dampaknya terhadap persepsi pembaca. Unit analisis dalam penelitian ini adalah teks berita yang terdapat pada portal media siber Tribunnews yang membahas penyusunan kabinet Prabowo-Gibran dalam periode 23 September 2024 hingga 20 Oktober 2024, dengan total 18 berita.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Clickbait merujuk pada berita dengan judul yang menyesatkan atau melebih-lebihkan isi konten untuk menarik perhatian pembaca agar mengklik tautan tersebut (Rahmatika & Prisanto, 2023). Peneliti menganalisis elemen clickbait berdasarkan klasifikasi seperti penggunaan kata sensasional, ketidakjelasan informasi, frasa provokatif, eksploitasi rasa penasaran, penggunaan angka atau daftar, serta fokus pada topik atau figur populer (Zuhroh & Aini, 2020), yaitu:

1. Penggunaan Kata-Kata Sensasional

Penggunaan kata-kata sensasional dalam berita merujuk pada penggunaan bahasa yang dramatis dan berlebihan untuk menarik perhatian pembaca, dengan memberikan kesan bahwa ada informasi yang sangat penting, mengejutkan, atau kontroversial yang akan diungkapkan. Berikut analisisnya:

Tabel 2 Daftar Berita Tribunnews tentang Pembentukan Kabinet Prabowo-Gibran yang Teridentifikasi Mengandung Kata-Kata Sensual

No.	Judul Berita	Kalimat Clickbait	Analisis
1.	Eks Terpidana Korupsi Edhy Prabowo juga Dipanggil Prabowo ke Rumahnya, Ini Perjalanan Kasusnya	Eks Terpidana Korupsi	Frasa ini menonjolkan keterlibatan Edhy dalam kasus korupsi
2.	Sosok dan Sepak Terjang Isyana Bagoes Oka Calon Pembantu Prabowo di Kabinet, Anak Buah Kaesang	Anak Buah Kaesang	Frasa ini memberikan kesan bahwa Isyana Bagoes Oka bekerja di bawah Kaesang atau memiliki hubungan kerja yang erat dengannya, meskipun berita tersebut

3.	Harta Kekayaan Sri Mulyani Menteri Era Jokowi yang Akan Tetap Jadi Menkeu di Kabinet Prabowo-Gibran	Harta Kekayaan Sri Mulyani	Judul yang menyoroti kekayaan pribadi dan kontinuitas jabatannya, penggunaan angka besar untuk menekankan kekayaan.
----	---	----------------------------	---



Gambar 1 Berita Tribunnews dengan Judul “Eks Terpidana Korupsi Edhy Prabowo juga Dipanggil Prabowo ke Rumahnya, Ini Perjalanan Kasusnya”

Sumber: <https://www.tribunnews.com/nasional/2024/09/30/eks-terpidana-korupsi-edhy-prabowo-juga-dipanggil-prabowo-ke-rumahnya-ini-perjalanan-kasusnya>

Berita ini menonjolkan elemen sensasional melalui penggunaan frasa dramatis yang dapat memicu keterkejutan dan kekhawatiran terhadap integritas pejabat negara. Contoh frasa seperti "Eks Terpidana" digunakan untuk menarik perhatian pembaca. Reaksi emosional pembaca mencakup rasa ingin tahu yang tinggi terhadap detail kasus dan kecemasan mengenai dampak politik dari pemanggilan mantan terpidana korupsi apabila kembali menjadi pejabat negara. Pembaca terdorong untuk mengklik artikel dengan harapan menemukan informasi eksklusif, seperti langkah hukum terbaru atau wawancara dengan tokoh terkait, terlebih dengan judul "Ini Perjalanan Kasusnya" memberikan kesan bahwa berita akan menyajikan perkembangan penting tentang kasus Edhy Prabowo. Namun, isi berita hanya merangkum latar belakang kasus tanpa memberikan informasi baru atau kesimpulan yang signifikan, sehingga dapat menimbulkan kekecewaan pembaca.



Gambar 2 Berita Tribunnews dengan Judul “Sosok dan Sepak Terjang Isyana Bagoes Oka Calon Pembantu Prabowo di Kabinet, Anak Buah Kaesang”

Sumber: <https://makassar.tribunnews.com/2024/10/16/sosok-dan-sepak-terjang-isyana-bagoes-oka-calon-pembantu-prabowo-di-kabinet-anak-buah-kaesang>

Berita ini menyebut Isyana Bagoes Oka sebagai calon pembantu Prabowo di kabinet, serta menambahkan elemen sensasional dengan menyebutnya sebagai "anak buah Kaesang" karena ia merupakan politikus dari Partai Solidaritas Indonesia (PSI) yang diketuai oleh Kaesang Pangarep. Isi berita memberikan profil dan latar belakang Isyana Bagoes Oka, termasuk kariernya sebagai jurnalis dan politikus, serta spekulasi mengenai posisinya di kabinet Prabowo-Gibran. Namun, berita ini tidak memberikan konfirmasi jelas tentang jabatan yang akan diemban oleh Isyana Bagoes Oka. Penggunaan kalimat sensasional dalam judul bertujuan untuk menarik perhatian pembaca dan memberikan kesan adanya informasi penting yang akan diungkapkan.



Gambar 3 Berita Tribunnews dengan Judul “Harta Kekayaan Sri Mulyani Menteri Era Jokowi yang Akan Tetap Jadi Menkeu di Kabinet Prabowo-Gibran”

Sumber: <https://www.tribunnews.com/nasional/2024/10/18/harta-kekayaan-sri-mulyani-menteri-era-jokowi-yang-akan-tetap-jadi-menkeu-di-kabinet-prabowo-gibran>

Berita ini menggunakan kalimat yang menarik perhatian dengan menyoroti kekayaan pribadi yang signifikan dan kontinuitas jabatannya untuk memancing perhatian pembaca. Judul ini dapat memicu reaksi emosional, seperti kekhawatiran tentang transparansi dan akuntabilitas pejabat publik. Pembaca mungkin bertanya-tanya tentang bagaimana kekayaan tersebut diperoleh, terutama mengingat posisi Sri Mulyani sebagai Menteri Keuangan.

Secara keseluruhan ketiga berita ini menggunakan clickbait dengan elemen kalimat sensasional. Penggunaan clickbait yang tidak sesuai dapat menurunkan kredibilitas media. Berdasarkan teori clickbait, strategi ini bertujuan meningkatkan jumlah klik untuk menambah angka kunjungan artikel, meskipun kontennya tidak selalu sesuai dengan judul, guna meningkatkan trafik dan pendapatan iklan (Indriani, ST, M.Si, Jurnalis Antara, Januari 3, 2025). Pernyataan ini menegaskan bahwa penggunaan clickbait dapat meningkatkan trafik, namun jika berlebihan, dapat menurunkan kepercayaan pembaca terhadap media tersebut.

2. Ketidakjelasan Informasi

Dalam analisis isi media, teori Harold Lasswell yang terkenal dengan model komunikasi 'siapa mengatakan apa kepada siapa melalui saluran apa dengan efek apa' menjadi relevan ketika membahas clickbait dengan elemen ketidakjelasan informasi. Clickbait seringkali dirancang untuk memancing klik tanpa memberikan informasi yang jelas, sehingga dapat menimbulkan misinterpretasi dan mempengaruhi persepsi publik. Berikut analisisnya:

Tabel 3 Daftar Berita Tribunnews tentang Pembentukan Kabinet Prabowo-Gibran yang Teridentifikasi Ketidakjelasan Informasi

No.	Judul Berita	Kalimat Clickbait	Analisis
1.	Profil Darmawan Prasodjo, Dirut PLN yang Dipanggil Prabowo ke Kediamannya, Calon Menteri?	Calon Menteri?	Frasa ini menambahkan elemen spekulatif yang menimbulkan rasa penasaran apakah Darmawan Prasodjo akan menjadi calon menteri di kabinet baru. Penggunaan tanda tanya juga menegaskan bahwa ini masih berupa spekulasi, tanpa memberikan informasi pasti.
2.	Politik Nasi Goreng Ala Megawati, Memori Pilpres 2009 dan Gabungannya PDIP ke Kabinet Prabowo-Gibran	Politik Nasi Goreng	Kalimat ini menarik perhatian dengan menyebutkan "politik nasi goreng"

3.	Tiga Elite PDIP jadi Menteri? Dasco: Nanti Saya Tanya ke Pak Prabowo	Nanti Saya Tanya ke Pak Prabowo	Kalimat ini menunjukkan bahwa Sufmi Dasco Ahmad belum memiliki informasi pasti mengenai tiga elite PDIP yang disebut-sebut akan menjadi menteri, dan akan menanyakannya langsung kepada Prabowo Subianto.
----	--	---------------------------------	---



Gambar 4 Berita Tribunnews dengan Judul “Profil Darmawan Prasodjo, Dirut PLN yang Dipanggil Prabowo ke Kediamannya, Calon Menteri?”

Sumber: <https://www.tribunnews.com/nasional/2024/09/30/profil-darmawan-prasodjo-dirut-pln-yang-dipanggil-prabowo-ke-kediamannya-calon-menteri>

Berita ini menyebutkan bahwa Darmawan Prasodjo, Direktur Utama PLN, dipanggil oleh Prabowo Subianto ke kediamannya dan menimbulkan spekulasi tentang kemungkinan Darmawan menjadi calon menteri. Kata-kata yang mengandung clickbait dalam judul ini adalah "Dipanggil Prabowo ke Kediamannya" dan "Calon Menteri?" Frasa ini menimbulkan rasa penasaran dan spekulasi dari pembaca, karena tidak memberikan informasi yang pasti dan mengundang pembaca untuk mencari tahu lebih lanjut. Isi berita memberikan profil dan latar belakang Darmawan Prasodjo, termasuk karirnya sebagai jurnalis dan politikus, serta spekulasi tentang posisinya di kabinet Prabowo-Gibran. Namun, berita ini tidak memberikan konfirmasi yang jelas tentang jabatan apa yang akan diemban oleh Darmawan Prasodjo.



Gambar 5 Berita Tribunnews dengan Judul “Politik Nasi Goreng Ala Megawati, Memori Pilpres 2009 dan Gabungannya PDIP ke Kabinet Prabowo-Gibran”

Sumber: <https://www.tribunnews.com/nasional/2024/10/03/politik-nasi-goreng-ala-megawati-memori-pilpres-2009-dan-gabungnya-pdip-ke-kabinet-prabowo-gibran>

Dengan judul ini tentunya menarik perhatian dengan menyebutkan "Politik Nasi Goreng" dan gabungannya PDIP ke kabinet Prabowo-Gibran. Kalimat "Politik Nasi Goreng Ala Megawati" merujuk pada gaya politik Megawati Soekarnoputri yang sering kali menggunakan pendekatan informal dan personal dalam berpolitik. Istilah ini muncul dari kebiasaan Megawati yang sering mengundang tokoh-tokoh politik untuk makan nasi goreng di kediamannya sebagai bentuk pendekatan dan komunikasi politik. Ini mencerminkan cara Megawati membangun hubungan dan bernegosiasi dalam dunia politik dengan cara yang lebih santai dan akrab. Namun, pembaca yang tidak paham dengan kalimat tersebut mungkin merasa bingung atau tidak mendapatkan konteks yang tepat dari berita tersebut. Akibatnya, mereka bisa kehilangan makna penting dari berita dan merasa bahwa informasi yang disajikan tidak relevan atau tidak jelas.



Gambar 6 Berita Tribunnews dengan Judul “Tiga Elite PDIP jadi Menteri? Dasco: Nanti Saya Tanya ke Pak Prabowo”

Sumber: <https://www.tribunnews.com/nasional/2024/10/04/tiga-elite-pdip-jadi-menteri-dasco-nanti-saya-tanya-ke-pak-prabowo>

Judul berita ini menarik perhatian dengan menyebutkan kemungkinan tiga elite PDIP menjadi menteri di kabinet Prabowo-Gibran, namun tidak memberikan informasi yang jelas atau konfirmasi tentang hal tersebut. Pembaca merasakan beberapa hal saat membaca berita dengan kalimat clickbait seperti "Nanti Saya Tanya ke Pak Prabowo", kebingungan karena tidak mendapatkan informasi yang jelas atau pasti dari berita tersebut, kekecewaan karena judul yang menarik perhatian ternyata tidak memberikan informasi yang dijanjikan, serta rasa ingin tahu lebih lanjut tentang apa yang sebenarnya terjadi dan apa yang akan dikatakan oleh Prabowo. Meskipun demikian, kalimat tersebut bisa menimbulkan skeptisisme terhadap kredibilitas media yang menggunakan clickbait, karena pembaca merasa bahwa informasi yang disajikan tidak sesuai dengan judul.

Secara keseluruhan, ketiga berita tersebut menggunakan clickbait untuk menarik perhatian pembaca, namun sering kali tidak memberikan informasi yang sesuai dengan judul. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan clickbait dalam berita-berita tersebut bertujuan untuk meningkatkan jumlah klik atau view artikel melalui elemen clickbait ketidakjelasan informasi, meskipun kontennya tidak selalu sesuai dengan judul. Strategi ini sering digunakan oleh media untuk menarik perhatian pembaca, namun dapat menurunkan kredibilitas media jika informasi yang disajikan tidak sesuai dengan judul. Pembaca yang merasa tertipu oleh judul yang menyesatkan cenderung menjadi skeptis terhadap media tersebut dan kehilangan kepercayaan terhadap informasi yang disajikan (Indriani, ST, M.Si, Jurnalis Antara, Januari 3, 2025). Oleh karena itu, penting bagi media untuk menjaga keseimbangan antara menarik perhatian pembaca dan memberikan informasi yang akurat dan relevan sesuai dengan judul yang digunakan.

3. Frasa Provokatif

Penggunaan clickbait dengan frasa provokatif sering kali bertujuan untuk menarik perhatian pembaca dengan memberikan kesan bahwa ada informasi penting atau kontroversial yang akan diungkapkan. Frasa provokatif sering kali menggunakan kata-kata yang kuat, dramatis, dan memancing spekulasi untuk membuat pembaca merasa bahwa ada sesuatu yang mendesak atau penting yang perlu diketahui. Berikut analisisnya:

Tabel 4 Daftar Berita Tribunnews tentang Pembentukan Kabinet Prabowo-Gibran yang Teridentifikasi Frasa Provokatif

No.	Judul Berita	Kalimat Clickbait	Analisis
1.	Prabowo Kabarnya Tambah Kursi Menteri Jelang Pelantikan Presiden, Golkar Bantah Bagi-bagi Jabatan	Tambah Kursi Menteri	Frasa ini memberikan kesan bahwa ada perubahan signifikan dalam struktur kabinet yang akan datang.
		Golkar Bantah Bagi-bagi Jabatan	Frasa ini mengandung konotasi negatif, yang menunjukkan

			praktik nepotisme atau politik transaksional.
2.	Pengamat Nilai Pertemuan Prabowo dan Megawati Akan Rugikan Keduanya, Imbas ke PDIP dan Pemerintahan	Akan Rugikan Keduanya	Penggunaan kata "akan" menandakan bahwa pernyataan ini adalah prediksi atau spekulasi, bukan fakta yang sudah terjadi. Kata "rugi" adalah kata yang kuat dan membawa konotasi negatif, yang bisa menarik perhatian pembaca.
		Imbas ke PDIP dan Pemerintahan	Frasa ini menyiratkan adanya dampak negatif yang signifikan terhadap PDIP dan pemerintahan. Kata "imbis" memiliki konotasi negatif, seolah-olah pertemuan tersebut akan membawa konsekuensi yang tidak diinginkan.
3.	Prabowo Panggil Sejumlah Tokoh ke Hambalang Jelang Pengumuman Menteri, Kader PDIP Tak Ikut Dipanggil	Kader PDIP Tak Ikut Dipanggil	Frasa seperti "Kader PDIP Tak Ikut Dipanggil" dapat dianggap provokatif karena menyoroti absennya partai politik besar dalam proses tersebut, yang dapat memicu spekulasi atau interpretasi mengenai hubungan antara Prabowo dan PDIP.



Gambar 7 Berita Tribunnews dengan Judul "Prabowo Kabarnya Tambah Kursi Menteri Jelang Pelantikan Presiden, Golkar Bantah Bagi-bagi Jabatan"

Sumber: <https://www.tribunnews.com/nasional/2024/09/27/prabowo-kabarnya-tambah-kursi-menteri-jelang-pelantikan-presiden-golkar-bantah-bagi-bagi-jabatan>

Pada kalimat "Prabowo Kabarnya Tambah Kursi Menteri" dan "Golkar Bantah Bagi-bagi Jabatan" memanfaatkan elemen yang berbeda untuk menarik perhatian pembaca, namun keduanya memiliki potensi menimbulkan reaksi yang signifikan. Kalimat pertama, "Prabowo Kabarnya Tambah Kursi Menteri," menggunakan kata "Kabarnya" yang menunjukkan ketidakpastian atau rumor, yang dapat memancing rasa penasaran pembaca. Frasa "Tambah Kursi Menteri" memberikan kesan adanya perubahan besar dalam kabinet yang bisa berdampak signifikan, meskipun tidak secara eksplisit bersifat provokatif. Sementara itu, kalimat kedua, "Golkar Bantah Bagi-bagi Jabatan" lebih provokatif karena menggunakan frasa "Bagi-bagi Jabatan" yang memiliki konotasi negatif dan sering dikaitkan dengan praktik nepotisme atau politik transaksional. Kata "Bantah" menegaskan adanya kontroversi, menunjukkan bahwa ada tuduhan serius yang sedang diluruskan oleh Golkar. Secara keseluruhan, kalimat pertama lebih bersifat informatif dengan unsur spekulasi, sementara kalimat kedua secara langsung menyinggung isu sensitif, menjadikannya lebih provokatif dan cenderung menimbulkan reaksi emosional dari pembaca yang peduli terhadap transparansi dan integritas dalam pemerintahan.

Pengamat Nilai Pertemuan
Prabowo dan Megawati Akan
Rugikan Keduanya, Imbas ke
PDIP dan Pemerintahan

Tayang: Sabtu, 28 September 2024 15:30
WITA

Editor: Heriani AM



Gambar 8 Berita Tribunnews dengan Judul “Pengamat Nilai Pertemuan Prabowo dan Megawati Akan Rugikan Keduanya, Imbas ke PDIP dan Pemerintahan”

Sumber: <https://kaltim.tribunnews.com/2024/09/28/pengamat-nilai-pertemuan-prabowo-dan-megawati-akan-rugikan-keduanya-imbas-ke-pdip-dan-pemerintahan>

Kalimat "Akan Rugikan Keduanya" dan "Imbas ke PDIP dan Pemerintahan" dalam judul berita memiliki nuansa provokatif karena menyiratkan dampak negatif yang signifikan tanpa memberikan rincian spesifik. Frasa "Akan Rugikan Keduanya" menggunakan bahasa yang kuat dan spekulatif, menyiratkan kerugian bagi Prabowo dan Megawati tanpa menjelaskan secara langsung bagaimana atau mengapa hal tersebut bisa terjadi. Sementara itu, "Imbas ke PDIP dan Pemerintahan" menimbulkan kesan bahwa dampaknya akan meluas dan merugikan, namun tidak menjelaskan lebih lanjut tentang bentuk dan sejauh mana dampak tersebut dirasakan. Judul berita ini sudah secara langsung mencerminkan isi artikel, yang berfokus pada analisis seorang pengamat politik mengenai potensi dampak negatif dari pertemuan antara Prabowo Subianto dan Megawati Soekarnoputri terhadap kedua tokoh tersebut, PDIP, dan pemerintahan. Dengan demikian, judul dan isi artikel konsisten dan sesuai satu sama lain.



Gambar 9 Berita Tribunnews dengan Judul “Prabowo Panggil Sejumlah Tokoh ke Hambalang Jelang Pengumuman Menteri, Kader PDIP Tak Ikut Dipanggil”

Sumber: <https://www.tribunnews.com/nasional/2024/09/30/prabowo-panggil-sejumlah-tokoh-ke-hambalang-jelang-pengumuman-menteri-kader-pdip-tak-ikut-dipanggil>

Berita ini menyampaikan informasi spesifik mengenai tindakan Prabowo Subianto yang memanggil sejumlah tokoh ke Hambalang menjelang pengumuman menteri, serta penekanan bahwa kader PDIP tidak dipanggil. Judul ini menarik perhatian karena menyiratkan adanya dinamika politik tertentu. Frasa seperti "Kader PDIP Tak Ikut Dipanggil" dapat dianggap provokatif karena menyoroti absennya partai politik besar dalam proses tersebut, yang dapat memicu spekulasi atau interpretasi mengenai hubungan antara Prabowo dan PDIP.

Secara keseluruhan, ketiga berita tersebut menggunakan clickbait untuk menarik perhatian pembaca melalui frasa provokatif agar menarik pembaca. Penggunaan clickbait dalam berita-berita tersebut bertujuan untuk meningkatkan jumlah klik atau view artikel

dengan menghadirkan spekulasi-spekulasi yang ada dari kalimat provokatif tersebut (Indriani, ST, M.Si, Jurnal Antara, Januari 3, 2025).

4. Eksploitasi Rasa Penasaran

Penggunaan clickbait dengan eksploitasi rasa penasaran sering kali bertujuan untuk menarik perhatian pembaca dengan memberikan kesan bahwa ada informasi penting atau mengejutkan yang akan diungkapkan.. Berikut analisisnya:

Tabel 5 Daftar Berita Tribunnews tentang Pembentukan Kabinet Prabowo-Gibran yang Teridentifikasi Eksploitasi Rasa Penasaran

No.	Judul Berita	Kalimat Clickbait	Analisis
1.	Megawati dan Prabowo Segera Bertemu, Bisa Tentukan PDIP Gabung Kabinet Prabowo-Gibran atau Tidak	Segera Bertemu	Frasa ini menunjukkan adanya pertemuan yang akan terjadi dalam waktu dekat antara Megawati Soekarnoputri dan Prabowo Subianto. Kata "segera" memberikan kesan urgensi dan eksklusivitas, yang bertujuan untuk menarik perhatian pembaca dengan menawarkan informasi terbaru.
		Bisa Tentukan PDIP Gabung Kabinet Prabowo-Gibran atau Tidak	Frasa ini mengandung unsur spekulasi, di mana kata "bisa" menunjukkan potensi atau kemungkinan, bukan kepastian. Ini memberikan kesan bahwa hasil dari pertemuan tersebut dapat mempengaruhi keputusan politik besar, yaitu apakah PDIP akan bergabung dengan kabinet Prabowo-Gibran.
2.	Bocoran Calon Menteri Kabinet Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Didominasi Kader Gerindra-Golkar	Bocoran	Kata "bocoran" mengandung unsur bahwa informasi yang disampaikan bersifat eksklusif atau rahasia yang telah diungkapkan.
		Didominasi Kader Gerindra-Golkar	Frasa "Didominasi Kader Gerindra-Golkar" memberikan

			kesan bahwa mayoritas calon menteri dalam kabinet akan berasal dari dua partai politik tersebut.
3.	Viral! Anies Baswedan Masuk Kabinet Prabowo Subianto: Fakta atau Hoaks?	Viral!	Memberikan kesan bahwa informasi yang disajikan sedang banyak dibicarakan dan penting.
		Fakta atau Hoaks	Frasa ini menimbulkan rasa penasaran dan spekulasi dari pembaca, karena tidak memberikan informasi yang pasti dan mengundang pembaca untuk mencari tahu lebih lanjut.



Gambar 10 Berita Tribunnews dengan Judul “Megawati dan Prabowo Segera Bertemu, Bisa Tentukan PDIP Gabung Kabinet Prabowo-Gibran atau Tidak”

Sumber: <https://kaltim.tribunnews.com/2024/09/23/megawati-dan-prabowo-segera-bertemu-bisa-tentukan-pdip-gabung-kabinet-prabowo-gibran-atau-tidak>

Frasa "segera bertemu" menciptakan kesan urgensi, menarik pembaca untuk mengetahui detail pertemuan tersebut. Sementara itu, "bisa tentukan" menambahkan unsur spekulasi, menggambarkan potensi pengaruh pertemuan terhadap keputusan politik besar, yaitu apakah PDIP akan bergabung dengan kabinet Prabowo-Gibran. Berita tersebut membahas rencana pertemuan antara Megawati Soekarnoputri dan Prabowo Subianto, serta kemungkinan PDIP bergabung dalam kabinet Prabowo-Gibran. Pernyataan dari Ketua DPP PDI Perjuangan Bidang Politik, Puan Maharani, yang menyatakan bahwa pertemuan tersebut tidak menutup kemungkinan PDIP bergabung ke kabinet, mendukung kesesuaian antara judul dan isi berita. Meskipun judulnya dirancang untuk menarik perhatian, dalam hal ini, judul tersebut tidak menyesatkan dan sesuai dengan konten yang disajikan. Oleh

karena itu, berita ini tidak dapat dikategorikan sebagai clickbait yang mengeksploitasi rasa penasaran secara negatif, karena memenuhi ekspektasi yang dibangun oleh judulnya.



Gambar 11 Berita Tribunnews dengan Judul “Bocoran Calon Menteri Kabinet Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Didominasi Kader Gerindra-Golkar”

Sumber: <https://newsmaker.tribunnews.com/amp/2024/09/23/bocoran-calon-menteri-kabinet-prabowo-subianto-gibran-rakabuming-didominasi-kader-gerindra-golkar>

Penggunaan kata "Bocoran" dan frasa "Didominasi Kader Gerindra-Golkar" dirancang untuk memancing keingintahuan dan mendorong pembaca mengklik tautan tersebut. Informasi yang disajikan pada berita ini cenderung spekulatif dan tidak didukung oleh sumber resmi atau data konkret. Berita tersebut memuat daftar nama calon menteri yang diklaim berasal dari bocoran, namun tidak ada konfirmasi atau pernyataan resmi yang mendukung klaim tersebut. Selain itu, beberapa nama yang disebutkan tidak disertai dengan latar belakang atau alasan pemilihan yang jelas, sehingga menambah kesan spekulatif. Dengan demikian, judul Berita ini tidak sepenuhnya sesuai dengan isi beritanya. Judulnya memberikan kesan adanya informasi eksklusif dan terpercaya mengenai susunan kabinet, sementara berita tersebut lebih bersifat spekulatif tanpa dukungan fakta yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa artikel tersebut menggunakan judul yang mengeksploitasi rasa penasaran untuk menarik perhatian pembaca, meskipun isinya tidak memberikan informasi yang substansial sesuai dengan yang diindikasikan oleh judul.



Gambar 12 Berita Tribunnews dengan Judul “Viral! Anies Baswedan Masuk Kabinet Prabowo Subianto: Fakta atau Hoaks?”

Sumber: <https://medan.tribunnews.com/2024/10/05/viral-anies-baswedan-masuk-kabinet-prabowo-subianto-fakta-atau-hoaks>

Berita ini termasuk eksploitasi rasa penasaran karena judulnya menarik perhatian dengan menyebutkan nama Anies Baswedan dan menimbulkan rasa penasaran tentang kebenaran informasi tersebut. Isi berita lebih banyak membahas spekulasi dan pernyataan dari berbagai pihak mengenai kemungkinan Anies Baswedan masuk kabinet Prabowo Subianto, namun tidak memberikan konfirmasi yang jelas atau informasi yang pasti. Penggunaan kata "Viral!" dan tanda tanya dalam judul bertujuan untuk menarik perhatian pembaca dengan memberikan kesan bahwa ada informasi penting yang belum terungkap. Berdasarkan teori clickbait, strategi ini digunakan untuk meningkatkan jumlah klik atau view artikel, meskipun kontennya tidak selalu sesuai dengan judul. Dalam kasus ini, judul dan isi berita tidak sepenuhnya konsisten, karena tidak ada konfirmasi yang jelas tentang kebenaran informasi yang disajikan.

5. Penggunaan Angka atau Daftar

Penggunaan clickbait dengan angka atau daftar adalah strategi yang sering digunakan oleh media untuk menarik perhatian pembaca dengan memberikan kesan bahwa ada informasi konkret dan terstruktur yang akan disajikan. Strategi ini memanfaatkan kecenderungan pembaca untuk tertarik pada konten yang terlihat jelas dan mudah diikuti.

Tabel 6 Daftar Berita Tribunnews tentang Pembentukan Kabinet Prabowo-Gibran yang Teridentifikasi Penggunaan Angka atau Daftar

No.	Judul Berita	Kalimat Clickbait	Analisis
1.	Daftar 3 Kader PDIP Diisukan Masuk Kabinet Prabowo, Tinggal Tunggu Titah Megawati	Daftar 3 Kader PDIP	Penggunaan angka "3" untuk informasi konkret dan terstruktur yang akan disajikan tentang kader PDIP.
2.	44 Nama Diprediksi jadi Menteri di Kabinet Prabowo-Gibran, 4 Orang Lulusan SMA Taruna Nusantara	44 Nama Diprediksi jadi Menteri	Menyebutkan 44 nama yang diprediksi akan menjadi menteri dan menyoroti 4 orang lulusan SMA Taruna Nusantara
		4 Orang Lulusan SMA Taruna Nusantara	
3.	3 Calon Menteri Pendidikan Kabinet Prabowo yang Mengemuka Jelang Pelantikan Presiden 20 Oktober 2024	3 Calon	Angka "3" untuk informasi calon kandidat untuk Menteri Pendidikan.



Gambar 13 Berita Tribunnews dengan Judul “Daftar 3 Kader PDIP Diisukan Masuk Kabinet Prabowo, Tinggal Tunggu Titah Megawati”

Sumber: <https://kaltara.tribunnews.com/2024/10/05/daftar-3-kader-pdip-diisukan-masuk-kabinet-prabowo-tinggal-tunggu-titah-megawati>

Berita menyebutkan tiga nama yang diisukan akan masuk kabinet Prabowo. Isi berita memang menyebutkan tiga nama tersebut, yaitu Budi Gunawan, Abdullah Azwar Anas, dan Olly Dondokambey, serta memberikan sedikit latar belakang tentang masing-masing kandidat. Namun, berita ini tidak memberikan konfirmasi atau informasi yang jelas tentang siapa yang benar-benar akan mengisi posisi tersebut. Penggunaan angka "3" dan daftar nama memberikan kesan bahwa ada informasi konkret dan terstruktur yang akan disajikan. Namun, berita ini lebih banyak berisi spekulasi dan prediksi tanpa konfirmasi yang jelas.



Gambar 14 Berita Tribunnews dengan Judul “44 Nama Diprediksi jadi Menteri di Kabinet Prabowo-Gibran, 4 Orang Lulusan SMA Taruna Nusantara”

Sumber: <https://kaltim.tribunnews.com/2024/10/05/44-nama-diprediksi-jadi-menteri-di-kabinet-prabowo-gibran-4-orang-lulusan-sma-taruna-nusantara>

Berita ini menyebutkan 44 nama yang diprediksi akan menjadi menteri dan menyoroti 4 orang lulusan SMA Taruna Nusantara. Isi berita memang menyebutkan beberapa nama yang diprediksi akan menjadi menteri di kabinet Prabowo-Gibran, namun tidak memberikan konfirmasi atau informasi yang jelas tentang siapa yang benar-benar

akan mengisi posisi tersebut. Penggunaan angka "44" dan daftar nama memberikan kesan bahwa ada informasi konkret dan terstruktur yang akan disajikan. Namun, berita ini lebih banyak berisi spekulasi dan prediksi tanpa konfirmasi yang jelas. Berdasarkan teori clickbait, strategi ini digunakan untuk meningkatkan jumlah klik atau view artikel, meskipun kontennya tidak selalu sesuai dengan judul. Penggunaan clickbait yang tidak sesuai dapat menurunkan kredibilitas media, karena pembaca merasa judulnya menyesatkan dan tidak memberikan informasi yang dijanjikan.



Gambar 15 Berita Tribunnews dengan Judul "3 Calon Menteri Pendidikan Kabinet Prabowo yang Mengemuka Jelang Pelantikan Presiden 20 Oktober 2024"

Sumber: <https://kaltim.tribunnews.com/2024/10/08/3-calon-menteri-pendidikan-kabinet-prabowo-yang-mengemuka-jelang-pelantikan-presiden-20-oktober-2024>

Berita ini menyebutkan tiga nama yang memiliki peluang untuk mengisi posisi Menteri Pendidikan. Isi berita memang menyebutkan tiga nama tersebut, yaitu Ace Hasan Syadzily, Arif Satria, dan Abdul Mu'ti, serta memberikan sedikit latar belakang tentang masing-masing kandidat. Namun, berita ini tidak memberikan konfirmasi atau informasi yang jelas tentang siapa yang benar-benar akan mengisi posisi tersebut.

6. Pemfokusan Topik atau Figur Populer

Pemfokusan topik atau figur populer adalah salah satu elemen clickbait yang sering digunakan oleh media untuk menarik perhatian pembaca dengan menyebutkan nama-nama tokoh terkenal atau topik yang sedang hangat diperbincangkan. Berdasarkan teori clickbait, strategi ini bertujuan untuk memanfaatkan popularitas atau kontroversi yang melekat pada figur atau topik tersebut guna meningkatkan jumlah klik atau view artikel. Berikut analisisnya:

Tabel 6 Daftar Berita Tribunnews tentang Pembentukan Kabinet Prabowo-Gibran yang Teridentifikasi Pemfokusan Topik atau Figur Populer

No.	Judul Berita	Kalimat Clickbait	Analisis
1.	3 Tokoh Ini Tegas Menolak Tawaran Jadi Menteri di Kabinet	Loyalis Jokowi	Judul menyebut "Loyalis Jokowi" yang dapat memancing rasa ingin tahu

	Prabowo, Satu di Antaranya Loyalis Jokowi		pembaca tentang siapa tokoh tersebut dan alasannya menolak tawaran.
2.	Profil Budi Gunawan, Orang Dekat Megawati Masuk Bursa Menteri Prabowo	Orang Dekat Megawati	Penggunaan frasa ini menimbulkan rasa ingin tahu dan spekulasi tentang hubungan antara Budi Gunawan dan Megawati, serta bagaimana kedekatan ini dapat mempengaruhi peluang Budi Gunawan untuk masuk dalam kabinet Prabowo.
3.	Kejutan! Veronica Tan Diangkat jadi Wakil Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak	Veronica Tan	Menyebutkan Veronica Tan, mantan istri Basuki Tjahaja Purnama (Ahok)



Gambar 16 Berita Tribunnews dengan Judul “3 Tokoh Ini Tegas Menolak Tawaran Jadi Menteri di Kabinet Prabowo, Satu di Antaranya Loyalis Jokowi”

Sumber: <https://www.tribunnews.com/nasional/2024/09/25/3-tokoh-ini-tegas-menolak-tawaran-jadi-menteri-di-kabinet-prabowo-satu-di-antaranya-loyalis-jokowi>

Berita ini menyoroti penolakan tiga tokoh terhadap tawaran menjadi menteri dalam kabinet Prabowo. Judul ini memfokuskan pada topik yang menarik dan figur populer, seperti Prabowo dan seorang loyalis Jokowi, untuk menarik perhatian pembaca. Secara keseluruhan, judul berita ini dapat dianggap sebagai clickbait karena menggunakan elemen yang menarik perhatian dengan menyebut figur populer dan memberikan kesan dramatis.

Namun, karena judul tersebut sesuai dengan isi berita, penggunaan clickbait di sini tidak menyesatkan pembaca.



Gambar 17 Berita Tribunnews dengan Judul “Profil Budi Gunawan, Orang Dekat Megawati Masuk Bursa Menteri Prabowo”

Sumber: <https://www.tribunnews.com/nasional/2024/09/30/profil-budi-gunawan-orang-dekat-megawati-masuk-bursa-menteri-prabowo>

Dalam berita ini mengandung unsur clickbait karena menyebutkan figur populer, yaitu Megawati, untuk menarik perhatian pembaca. Penggunaan frasa ini menimbulkan rasa ingin tahu dan spekulasi tentang hubungan antara Budi Gunawan dan Megawati, serta bagaimana kedekatan ini dapat mempengaruhi peluang Budi Gunawan untuk masuk dalam kabinet Prabowo. Namun, tidak ada informasi yang jelas atau konfirmasi tentang apakah Budi Gunawan benar-benar akan menjadi menteri di kabinet Prabowo. Berdasarkan teori clickbait, strategi ini digunakan untuk meningkatkan jumlah klik atau view artikel, meskipun kontennya tidak selalu sesuai dengan judul, guna meningkatkan trafik dan pendapatan iklan.



Gambar 18 Berita Tribunnews dengan Judul “Profil Budi Gunawan, Orang Dekat Megawati Masuk Bursa Menteri Prabowo”

Sumber: <https://www.tribunnews.com/nasional/2024/10/20/kejutan-veronica-tan-diangkat-jadi-wakil-menteri-pemberdayaan-perempuan-dan-perlindungan-anak>

Penggunaan kata "Kejutan!" di awal judul bertujuan untuk menarik perhatian pembaca dan memicu rasa ingin tahu mereka. Selain itu, menyebutkan nama menyebutkan

Veronica Tan, mantan istri Basuki Tjahaja Purnama (Ahok), yang merupakan figur publik terkenal, juga menambah daya tarik judul tersebut. Dalam kasus ini, judul dan isi berita konsisten dan memberikan informasi yang dijanjikan, sehingga meskipun menggunakan clickbait, berita ini tetap memberikan informasi yang relevan dan sesuai dengan judul.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan clickbait dalam berita politik cenderung berfokus pada elemen sensasional untuk menarik perhatian pembaca. Judul-judul yang memanfaatkan frasa dramatis dan provokatif sering kali tidak memberikan informasi yang substansial atau relevan dengan isi berita, sehingga berpotensi menurunkan kredibilitas media. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan trafik pembaca, namun bisa memicu kekecewaan dan skeptisisme jika isi berita tidak sesuai dengan ekspektasi yang dibangun oleh judul. Penerapan teori komunikasi Harold Lasswell menunjukkan bahwa clickbait dapat mempengaruhi persepsi publik dengan menyajikan informasi yang ambigu dan memancing reaksi emosional. Penggunaan angka atau daftar, serta pemfokusan pada tokoh-tokoh populer, juga menjadi bagian dari strategi clickbait untuk meningkatkan klik dan perhatian pembaca.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang penggunaan clickbait terhadap kepercayaan publik terhadap media. Penelitian bisa difokuskan pada analisis komparatif antara media yang sering menggunakan clickbait dan yang lebih mengutamakan jurnalisme berbasis fakta. Selain itu, evaluasi terhadap respon pembaca melalui survei atau wawancara bisa memberikan wawasan lebih dalam tentang bagaimana clickbait mempengaruhi perilaku pembaca. Upaya untuk meningkatkan literasi media di kalangan masyarakat juga perlu dipertimbangkan, guna membantu pembaca dalam menilai kredibilitas informasi dan mengurangi dampak negatif dari clickbait.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, J. J., Sumadiria, H., & Rusmulyadi, R. (2021). Persepsi Wartawan Mengenai Penggunaan Clickbait di Media Daring.
- Arianto, B. (2024). Teknik wawancara dalam metode penelitian kualitatif. Borneo Novelty Publishing
- Dataindonesia.id. 2024. Media online jadi sumber berita paling banyak dipakai warga RI. diakses dari <https://dataindonesia.id/varia/detail/media-online-jadi-sumber-berita-paling-banyak-dipakai-warga-ri> pada 4 Januari 2024 pukul 09.00 WIB.
- Fuadin, R. F., & Faza, G. R. (2024, Juni 8). Analisis Framing Pemberitaan Deklarasi Kemenangan Prabowo dan Gibran pada CNNINDONESIA.com dan Popmama.com.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*. Kencana.
- Nur, A. M., & Sofiah, S. (2024, Juni 30). Perubahan Makna Kata pada Judul Berita sebagai Upaya Kreatif Media Berita Digital.
- Nurlim, A. I. A. R., Wa Ode Sri Asnaniar, R., Iftitah, R. A., Nur, A., Padhila, E., & Ramli, R. (2023). Studi Literatur: Systematic, Narrative, Scoping, Argumentative, Theoretical. Eureka Media Aksara.

- Rahmatika, N., & Prisanto, G. F. (2023). Pengaruh berita clickbait terhadap kepercayaan pada media di era attention economy. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 145-160.
- Rokhamah, R., Yana, P. R., & Hernadi, N. A. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori, Metode, dan Praktik*. Penerbit. Widina Media Utama.
- SimilarWeb. (2021). Jumlah pengunjung Tribunnews.com melebihi 165 juta per Februari 2021. Diakses dari <https://www.similarweb.com/>
- Soedarsono M., S. M., Akhiruddin, A., Eka Yulianti Bur, & Nursalam, N. (2024). Penggunaan Clickbait Media Online Indonesia dalam Pemberitaan Pilpres 2024. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 4(4), 938-948. <https://doi.org/10.53769/deiktis.v3i4.1160>
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tribunnews. (n.d.). Tentang Kami: Tribunnews. <https://www.tribunnews.com/tentang-kami>
- Wajdi, F., Atiningsih, S., Sinurat, J., Agustina, E. B., & Ridhasyah, R. (2023). *Metodologi Penelitian & Analisis Data Komprehensif*. Pustaka Ilmu.
- Zuhroh, Z., & Aini, N. (2020). Analisis Clickbait pada Judul Berita Bahasa Indonesia menggunakan Word2Vec, Node2Vec, dan Support Vector Machine.