

**PENGARUH LITERASI MEDIA TERHADAP FENOMENA
UMPAN KLIK (*CLICKBAIT*) PADA MAHASISWA ILMU
PERPUSTAKAAN FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN
AR-RANIRY BANDA ACEH ANGKATAN 2018**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

ARMAYA

NIM. 180503063

Mahasiswa Fakultas Adab dan Humaniora
Program Studi S1- Ilmu Perpustakaan



**FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM BANDA ACEH
2023 M/1444 H**

**PENGARUH LITERASI MEDIA TERHADAP FENOMENA UMPAN
KLIK (*CLICKBAIT*) PADA MAHASISWA ILMU PERPUSTAKAAN
FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY BANDA
ACEH ANGKATAN 2018**

SKRIPSI

Diajukan kepada Dekan Fakultas Adab dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S-1) Ilmu Perpustakaan

Disusun Oleh :

ARMAYA

NIM . 180503063

Mahasiswi Fakultas Adab dan Humaniora
Program Studi Ilmu Perpustakaan

Disetujui untuk Diuji/Dimunaqasyahkan oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II



Nazaruddin, M.LIS., Ph.D.
NIP. 197101101999031002



Umar Bin Abd. Aziz, S.Ag., S.S., M.A.
NIP. 197011071999031002

SKRIPSI

**Telah Diuji Oleh Peneliti Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan
Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Tugas Akhir Penyelesaian
Program Sarjana (S-1) Ilmu Perpustakaan**

Pada Hari/Tanggal

**Rabu, 24 Mei 2023
4 Dzulqaidah 1444 H**

Darussalam-Banda Aceh

PANITIA SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Ketua



**Nazaruddin, M.LIS., Ph.D.
NIP. 197101101999031002**

Sekretaris



**Umar Bin Abd. Aziz, S. Ag., S.S., M.A.
NIP. 197011071999031002**

Penguji I



**Drs. Saifuddin A. Rasyid, M.LIS.
NIP. 196002052000031001**

Penguji II



**Ruslan, S.Ag., M.Si., M.LIS.
NIP. 197701012006041004**

Mengetahui

**Dekan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry
Darussalam – Banda Aceh**



**Syarifuddin, M. Ag., Ph.D.
NIP. 197001011997031005**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Armaya

NIM : 180503063

Prodi : Ilmu Perpustakaan

Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Media terhadap Fenomena Umpan Klik (*Clickbait*)
pada Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora
UIN Ar-Raniry Banda Aceh Angkatan 2018

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah ini adalah asli karya saya sendiri, dan jika di kemudian hari ditemukan pelanggaran-pelanggaran akademik dalam penulisan ini, saya bersedia diberikan sanksi akademik sesuai dengan peraturan dan Undang-Undang yang berlaku.

Dengan demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Banda Aceh, 16 Mei 2023

Yang menyatakan,



Armaya

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah *Subhanahu wa Ta'ala*, Dzat yang telah memberikan segala nikmat dan taufik serta hidayah-Nya dan shalawat beriring salam kepada Nabi besar Muhammad *shallahu 'alaihi wa sallam*, dan juga kepada keluarganya, sahabatnya, dan orang-orang yang mengikuti mereka dengan baik. Alhamdulillah dengan rahmat dan hidayah-Nya, peneliti telah selesai dalam membuat skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Literasi Media terhadap Fenomena Umpan Klik (Clickbait) pada Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh angkatan 2018”. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Di dalam penulisan skripsi ini, tentunya peneliti tidak luput dari kesalahan baik dari segi penyampaian maupun teknis dalam pengolahan dan analisis suatu data. Namun, dosen pembimbing selalu memberikan arahan dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

Selanjutnya, peneliti ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi hingga sampai pada tahap ini. Di samping itu, izinkan peneliti untuk menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Kepada keluarga tercinta Ayah(Alm), bunda, abang, dan kakak atas doa dan pengorbanannya untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Syarifuddin, M.A, Ph. D., selaku Dekan Fakultas Adab dan Humaniora, para wakil dekan dan seluruh jajaran yang telah banyak membatu kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Mukhtaruddin, M.LIS., dan Bapak T. Mulkan Safri, M.IP selaku ketua dan sekretaris prodi Ilmu Perpustakaan dan seluruh jajarannya yang telah mendidik peneliti selama ini.
4. Bapak Nazaruddin, M. LIS, Ph. D, dan Bapak Umar Bin Abd Aziz, S.Ag., S.S., M.A. selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan membimbing peneliti selama ini.
5. Bapak Drs. Saifuddin A. Rasyid, M.LIS. dan Bapak Ruslan, S.Ag., M.Si., M.LIS. selaku penguji I dan penguji II yang telah memberikan arahan dan saran, agar skripsi ini lebih baik lagi.
6. Kepada ibu Cut Putroe Yuliana, M. IP, selaku penasehat akademik, yang telah banyak membantu dan membimbing penulis dari awal semester hingga saat ini.
7. Kepada sahabat-sahabat dan teman seperjuangan saya, yang sering membantu dan mendukung saya selama perkuliahan yaitu Neylul Izzati, Siska Putri Maulani, Maulina Muzdalifah dan Oca Marsella.
8. Terakhir peneliti ucapkan terimakasih kepada teman-teman Prodi Ilmu Perpustakaan angkatan 2018, dan yang lainnya yang tidak sempat peneliti

ucapkan satu persatu, yang telah membantu dan memberikan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini,

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak, sangat peneliti harapkan. Akhir kata, peneliti berharap semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah *Subhanahu wa Ta'ala*, dan semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun peneliti selanjutnya.

Jazakumullah Khayran.

Banda Aceh, 24 Mei 2023

Penulis,

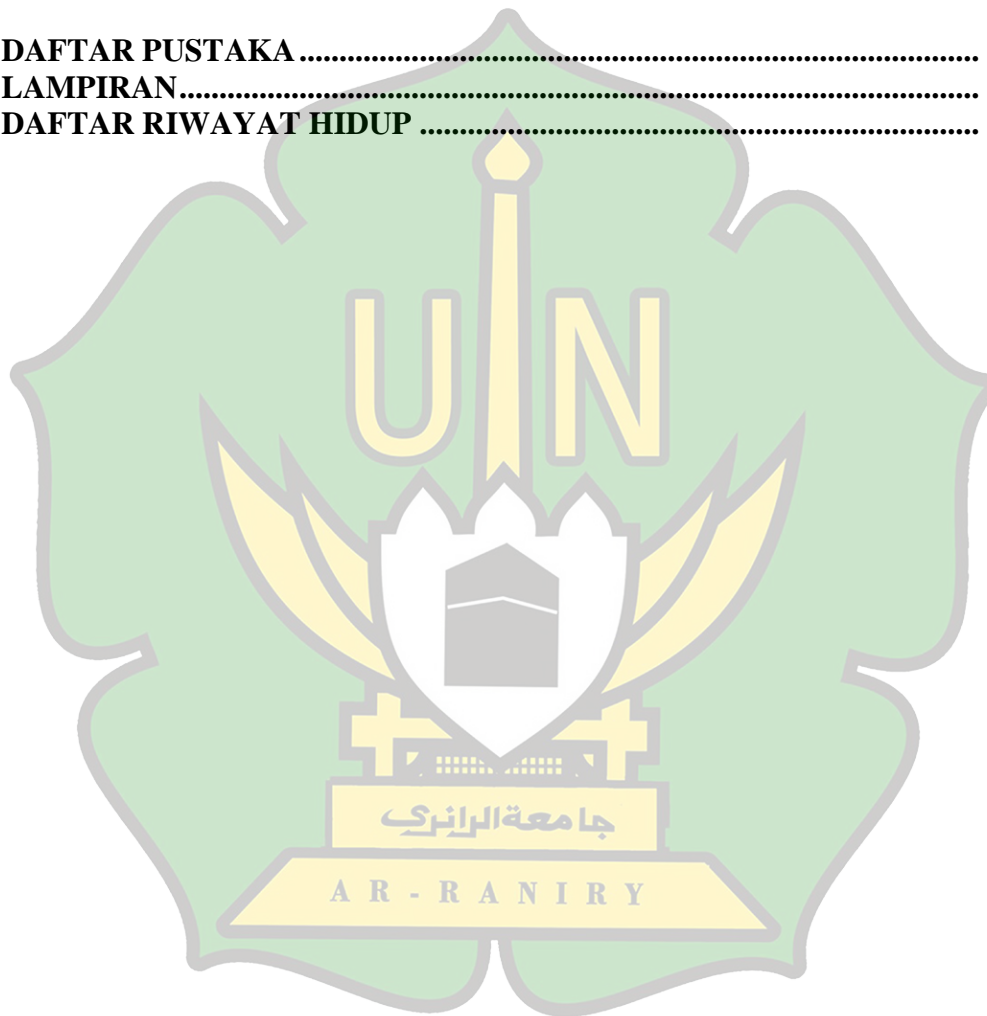
Armaya



DAFTAR ISI

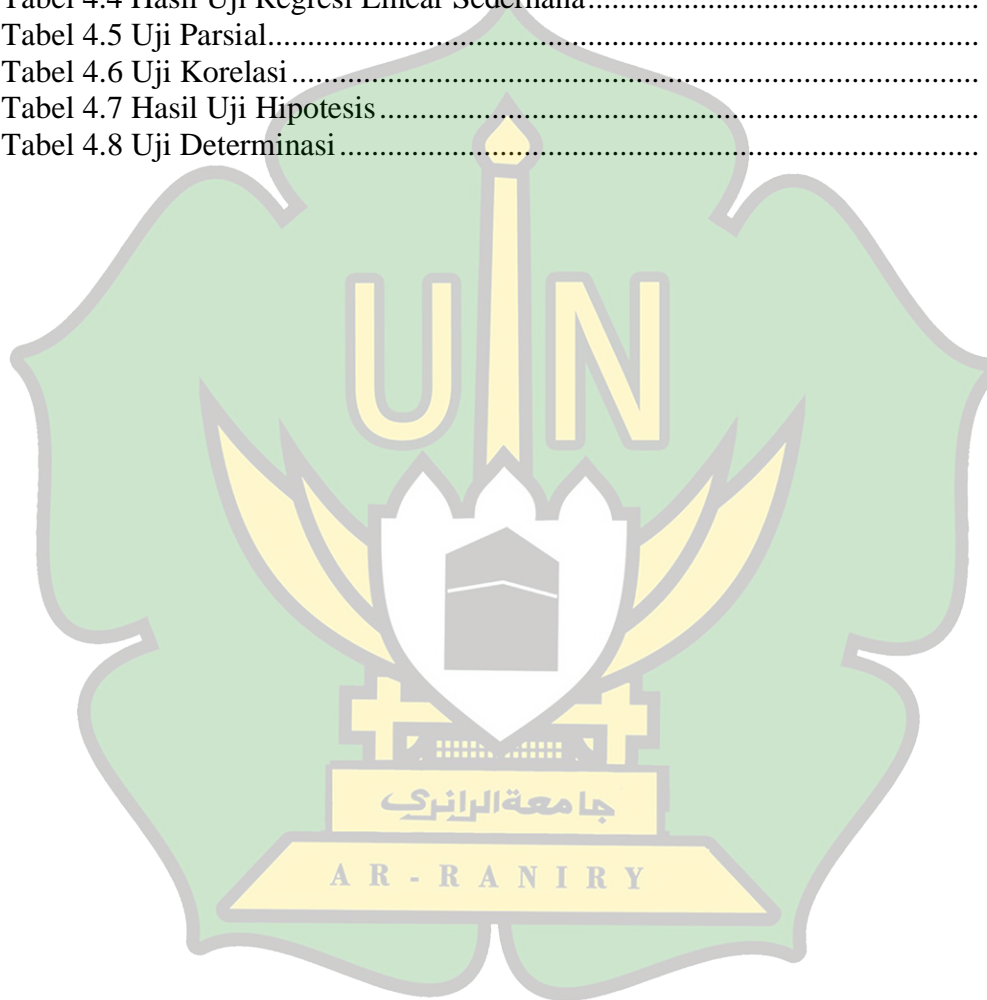
LEMBARAN JUDUL	
PENGESAHAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN SIDANG	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
LEMBARAN JUDUL	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Penjelasan Istilah.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	9
A. Kajian Pustaka.....	9
B. Literasi Media.....	11
1. Sejarah Literasi Media.....	11
2. Pengertian Literasi Media.....	13
3. Jenis Literasi Media.....	14
4. Tujuan dan Manfaat Literasi Media.....	15
5. Kemampuan dalam Berliterasi Media.....	17
C. Fenomena Umpan Klik (<i>Clickbait</i>).....	18
1. Sejarah Umpan Klik.....	18
2. Pengertian Umpan Klik.....	20
3. Ciri-Ciri Umpan Klik.....	21
4. Tujuan Umpan Klik.....	21
5. Contoh Umpan Klik.....	22
6. Dampak Umpan Klik.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Rancangan Penelitian.....	25
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
C. Populasi dan Sampel.....	26
D. Hipotesis.....	28
E. Validitas dan Reliabilitas.....	29
F. Teknik Pengumpulan Data.....	31
G. Teknik Analisis Data.....	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	36
B. Hasil Penelitian.....	39
C. Pembahasan	46
BAB V PENUTUP.....	49
A. Kesimpulan	49
B. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	55
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	74



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala penilaian pada jawaban kuesioner.....	32
Tabel 3.2 Interpretasi Koefisien Korelasi r	34
Tabel 3.3 Indikator Penelitian	35
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel X (Literasi Media)	39
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Y (Fenomena Umpan Klik (Clickbait)	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	42
Tabel 4.5 Uji Parsial.....	43
Tabel 4.6 Uji Korelasi	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis	45
Tabel 4.8 Uji Determinasi	46



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keputusan Pembimbing Skripsi dari Dekan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh
- Lampiran 2 Surat Izin Penelitian di Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh
- Lampiran 3 Surat Telah Melakukan Penelitian
- Lampiran 4 Angket Penelitian
- Lampiran 5 Lampiran Data Mentah Uji Validitas Variabel X dan Y
- Lampiran 6 Lampiran Data Mentah Uji Reliabilitas Variabel X dan Y
- Lampiran 7 Lampiran Tabulasi Data Mentah Hasil penelitian
- Lampiran 8 Lampiran Dokumentasi Penyebaran Kuesioner Melalui WhatsApp
- Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup



ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Literasi Media terhadap Fenomena Umpan Klik (*Clickbait*) pada Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh Angkatan 2018”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi media terhadap fenomena umpan klik (*clickbait*) pada mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh angkatan 2018. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner/angket. Teknik analisis data menggunakan uji korelasi dan uji regresi linear sederhana. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh angkatan 2018 yang berjumlah 56 orang yang diambil dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *pearson correlation* sebesar 0,403 dan dapat disimpulkan bahwa variabel X mempengaruhi variabel Y, yang artinya pengaruh variabel X dan variabel Y tergolong kategori sedang. Hasil uji F terbukti bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $10,488 > 4,02$, maka dapat disimpulkan H_1 diterima sedangkan H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara literasi media terhadap fenomena *clickbait*. Sedangkan pada hasil koefisien determinasi (R^2) menyatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), sebesar 40,3% dan sisanya 59,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Literasi Media, Umpan Klik (*clickbait*).



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi saat ini, berperan sangat penting bagi masyarakat untuk memperoleh dan mengakses berbagai informasi baik secara faktual maupun aktual. Kemudahan dalam mendapatkan informasi, membuat para penulis berlomba-lomba dalam meyebarakan artikel mereka ke media sosial, agar situs atau tautannya itu menarik dan dikunjungi oleh pengguna media sosial.¹ Salah satu srategi yang dilakukan oleh penulis maupun kreator dalam membuat dan menyebarkan informasi adalah dengan cara membuat *headline* ataupun judul yang dapat mengundang para pengguna media sosial, yang dimana judul tersebut bersifat provokatif. Terkadang, dari beberapa informasi yang disediakan oleh penulis maupun kreator, sesuai dengan kebutuhan pembacanya, akan tetapi, ada beberapa informasi yang menjebak, hingga informasi tersebut tak sesuai harapan yang dibutuhkan bagi pembaca dalam menggunakan media sosial. Fenomena ini sering disebut dengan umpan klik. Sederhananya, umpan klik ini mampu membuat pengakses media untuk meng-klik ke sebuah situs atau *website* yang tersedia di *platfrom* media sosial mereka.²

Umpan klik (*clickbait*) merupakan pancingan atau judul jebakan, yang biasanya informasi yang disediakan tidak memenuhi ekspetasi atau kebutuhan

¹ Budi Wijaya Rauf, Suwanto Raharjo, and Heri Sismoro, "Deteksi Clickbait Dengan Sentence Scoring Based On Frequency Di Detik.Com," *Jurnal Teknologi Informasi* 4, no. 2 (2020): 247–252.

² M Rizky Kertanegara, *Penggunaan Clickbait Headline Pada Situs Berita*, *Jurnal Komunikasi*, vol. 11, 2018.

pembacanya, hingga sebagian dari mereka ikut terpancing dan terhanyut dalam jebakan judul tersebut. Ciri-ciri umpan klik itu, biasanya informasi antara judul dan isinya tidaklah sesuai. Tujuan dari umpan klik, sebenarnya untuk mendorong para pembaca ataupun pengguna agar mengunjungi situs media tersebut dengan cara mengklik judul tertentu. Umpan klik, pada dasarnya banyak ditemukan di dalam media sosial seperti, Facebook, Instagram, WhatsApp, Youtube hingga artikel maupun berita di media online. Istilah judul umpan klik ini awalnya lebih sering terdengar pada *platform* di Youtube, yang dimana kreator memanfaatkan umpan klik di setiap videonya untuk menaikkan jumlah *viewer* (penonton) ataupun *subscriber*, walaupun pada akhirnya masyarakat merasa terjebak dan kecewa dengan ketidakakuratan informasi yang tersedia hingga membuat sebagian waktu mereka terbuang secara percuma.³

Mayoritas masyarakat Indonesia, cenderung menyukai hal-hal yang instan dan mengundang penasaran, sehingga mereka sendiri merupakan tipikal yang menyukai kehebohan dan drama di setiap konten maupun berita yang ada di media sosial.⁴ Umumnya, di era saat ini, sebagian masyarakat hanya tertarik dengan judul atau *headline* yang di tampilkan di media sosial mereka, tanpa membaca isi ataupun informasi lengkapnya, hingga sebagian dari mereka suka menilai dan berspekulasi dalam menyimpulkan lewat judul yang ditampilkan, seolah-olah paham dan mengerti apa maksud informasi tersebut. Maka tak heran sebagian generasi saat ini ikut serta dalam menyebarkan informasi yang tidak

³ Godham Eko Saputro and Toto Eko Haryadi, "Komik Strip Dan Fenomena Clickbait," *Titik Imaji* 2, no. 1 (2019): 63–70.

⁴ A Syafieq, "Penggunaan Umpan Klik Pada Judul Berita Untuk Menarik Minat Pembaca," *Uniska* (2018), <http://repository.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/352>.

relevan. Situasi tersebut, dimanfaatkan oleh penulis untuk menyebarkan artikel miliknya dengan menggunakan metode umpan klik. Rendahnya tingkat literasi, dan rasa malas membaca yang menjadi kebiasaan, tak heran sebagian generasi saat ini belum ada yang mengerti bagaimana memanfaatkan dan menggunakan informasi di media sosial secara baik dan benar.⁵

Dengan berkembang pesatnya teknologi di era digital, informasi telah menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat saat ini. Lebih jauh, informasi dengan teknologi, saat ini dapat membantu mereka dalam memenuhi dan menelusur segala pengetahuan dengan cepat. Salah satunya media sosial. Media sosial merupakan sebuah media dengan segala informasi, dengan layanan yang berbasis internet yang banyak diakses baik di kalangan anak-anak, remaja hingga dewasa. Media sosial juga berperan sebagai media berinteraksi dan saling bertukar informasi dengan pengguna lainnya. Namun media sosial tidak dibuat hanya untuk berinteraksi dengan yang lainnya, melainkan juga pengguna diberi kesempatan untuk membagikan, membuat dan menyebar luaskan informasi, baik informasi pada diri sendiri maupun informasi publik. Banyaknya informasi yang tersedia dan tersebar di media sosial, tidak selalu memberi pengaruh positif, membuat pengguna media harus berhati-hati untuk menerima segala informasi. Informasi yang disajikan sangat beragam, mulai dari fakta, opini, dan informasi yang dibuat dengan maksud tertentu. Di sinilah para masyarakat sekaligus

⁵ Yayat D. Hadiyat, "Clickbait on Indonesia Online Media," *Journal Pekommas* 4, no. 1 (2019): 1.

pengguna dapat menggunakan kemampuan dan pengetahuannya dalam berliterasi media sosial.⁶

Dalam menggunakan media sosial, seseorang harus di sertai dengan adanya literasi pada diri sendiri. Literasi media merupakan kemampuan atau pengetahuan, yang dimana seseorang memiliki tingkat pemahaman serta dapat menilai makna di setiap informasi atau pesan yang disampaikan lewat media, hingga informasi tersebut bermanfaat, dan layak untuk di sampaikan kepada orang lain. Literasi media ini hadir, dalam memberikan pengaruh yang besar terhadap kehidupan masyarakat sebagai pelindung sekaligus mendorong masyarakat agar dapat berpikir kritis dan bijak dalam menghadapi berbagai dampak negatif dalam menggunakan dan memanfaatkan media sosial saat ini.⁷ Sebuah studi menyatakan bahwa kegiatan literasi media ini mampu membuat mereka menahan diri untuk tidak menyebarkan informasi atau berita palsu, dan mereka hanya aktif menyebarkan kesadaran betapa pentingnya literasi media saat ini.⁸

Kemampuan literasi dalam bermedia, juga wajib dimiliki oleh setiap orang, khususnya mahasiswa. Sebagai mahasiswa, pastinya kita juga tidak ingin tertinggal dan menjadi asing di kalangan masyarakat dan lingkungan yang sudah era serba digital. Hal ini sesuai, dengan poin ke tiga Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat, yang berperan untuk mengedukasi dan memberikan kontribusi serta arahan kepada masyarakat, agar dapat menghadapi

⁶ Roro Isyawati Permata Ganggi, "Materi Pokok Dalam Literasi Media Sosial Sebagai Salah Satu Upaya Mewujudkan Masyarakat Yang Kritis Dalam Bermedia Sosial," *Anuva* 2, no. 4 (2018): 337.

⁷ Muhammad Sulthan and S Bektu Istiyanto, "Model Literasi Media Sosial Bagi Mahasiswa," *Jurnal ASPIKOM* 3, no. 6 (2019): 1076.

⁸ Haryadi Mujianto and Zikri Fachrul Nurhadi, "Dampak Literasi Media Berbasis Digital Terhadap Perilaku Anti Penyebaran Hoaks" 21, no. 1 (2022): 31–47.

berbagai tantangan perkembangan saat ini. Dan dengan konsep literasi media yang baik dari mahasiswa, akan mampu membantu masyarakat untuk terus berpikir secara positif dalam memahami dan mengaplikasikan segala informasi yang sehat, sehingga informasi tersebut dapat bermanfaat bagi orang lain.⁹

Ada beberapa alasan mengapa mahasiswa Ilmu Perpustakaan dijadikan subjek di dalam penelitian ini. Yang pertama, mahasiswa Ilmu Perpustakaan merupakan generasi yang tak pernah terlepas dari tuntutan untuk menggunakan dan menelusur informasi dari berbagai media massa. Kedua, mahasiswa Ilmu Perpustakaan mampu berliterasi dalam menghadapi perkembangan yang semakin digital, sehingga diharapkan kemampuan dan keahlian mereka dapat bermanfaat untuk di masa yang akan datang. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian secara langsung bagaimana pengaruh literasi media pada mahasiswa dalam menghadapi fenomena umpan klik yang berlangsung pada saat ini. Hal ini yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Literasi Media terhadap Fenomena Umpan Klik (*Clickbait*) pada Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh Angkatan 2018”**.

B. Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan yang akan dikaji dan menjadi permasalahan pada penelitian ini adalah apakah literasi media berpengaruh terhadap fenomena umpan klik (*clickbait*) pada Mahasiswa Ilmu

⁹ Gracia Rachmi Adiarsi, Yolanda Stellarosa, and Martha Warta Silaban, “Literasi Media Internet Di Kalangan Mahasiswa,” *Humaniora* 6, no. 4 (2015): 470.

Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh Angkatan 2018?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh literasi media terhadap fenomena umpan klik (*clickbait*) pada mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh angkatan 2018.

D. Manfaat Penelitian

Dengan terpenuhinya tujuan tersebut, maka manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

a. peneliti

Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan yang luas. Terutama pada bidang teknologi informasi dan juga menjadi referensi atau bahan masukan untuk penelitian kedepannya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi kepada mahasiswa untuk meningkatkan literasi medianya di masa mendatang agar terhindar dari bahayanya fenomena yang terjadi di media sosial, salah satunya seperti umpan klik.

E. Penjelasan Istilah

1. Literasi Media

Menurut Teale & Sulzby mengartikan literasi secara sempit, yaitu literasi sebagai kemampuan membaca dan menulis.¹⁰ Selain itu, Hobbs mengatakan bahwa, literasi media dapat dikatakan sebagai suatu proses mengakses, menganalisis secara kritis pesan media, dan menciptakan pesan menggunakan alat media.¹¹ Adapun media yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah media sosial yaitu Youtube dan Instagram. Media Youtube merupakan salah satu web di media sosial yang menggunakan internet agar dapat menjalankan fiturnya, yang dimana seseorang mampu menonton, membagi hingga memposting videonya.¹² Sedangkan media Instagram adalah suatu aplikasi yang dapat mengunggah dan membagikan foto dan video sesuai yang dibutuhkan pemiliknya, sehingga pemilik Instagram sendiri dapat mengatur foto dan videonya, baik bersifat privat maupun publik.¹³ Literasi media yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah kemampuan dalam memahami dan mengevaluasi berbagai bentuk segala informasi, serta kreatif dan kritis dalam memanfaatkan informasi yang disampaikan lewat media yang akan digunakan oleh Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh Angkatan 2018.

¹⁰ Joan N Kaderavek and Elizabeth Sulzby, "Issues in Emergent Literacy for Children with Language Impairments" (1999): 45.

¹¹ Hobbs, R, Media Literacy, Media Activism. *Telemidium, the Journal of Media Literacy*, (1996):42(3).

¹² Gede Lingga Ananta Kusuma Putra, "Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube," *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA) 2* (2019): 259–265, <https://cashbac.com>.

¹³ Muhammad Nurul Fahmi, "Endorse Dan Paid Promote Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam," *An-Nawa : Jurnal Studi Islam* 1, no. 1 (2019): 1–27.

2. Umpan Klik (*Clickbait*)

Menurut Beleslin, Ratkovic dan S. Vukadinovic, *clickbait* adalah istilah yang menggambarkan sebuah judul berita yang terlihat menjanjikan dan provokatif untuk menarik perhatian pembaca, padahal isi berita tersebut terkadang tidak sesuai dengan apa yang ditulis di judul.¹⁴ Sedangkan menurut Zaenudin dalam Sukmono, yang dimaksud dengan *clickbait* adalah suatu fenomena di media online untuk menjangkau banyaknya khalayak yang mengeklik halaman tersebut. Karena dengan semakin banyaknya pengguna yang mengunjungi situsnya, maka semakin banyak pula peluang yang akan di peroleh untuk mendapatkan sponsor ataupun iklan.¹⁵ Judul berita ataupun *headline* yang disediakan, biasanya tidak memberikan deskripsi inti berita, hingga seringkali menipu para pembaca maupun pengguna di media sosial.¹⁶ Dengan demikian, yang dimaksudkan umpan klik dalam penelitian ini adalah peneliti ingin melihat bagaimana tindakan Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh Angkatan 2018 dalam menghadapi fenomena umpan klik di era saat ini.

¹⁴ Iva Beleslin and Biljana Ratković Njegovan, "Clickbait Titles: Risky Formula for Attracting Readers and Advertisers," *XVII International Scientific Conference on Industrial Systems* 17 (2017): 364–369.

¹⁵ Nur Dwi Sukmono, "Dalam Pemberitaan Covid-19 Clickbait Judul Berita Online" 5, no. 1 (2021): 1–13.

¹⁶ Sandi and Risa Dwi Ayuni, "Tren Umpan Klik Di Media Daring : Keselarasan Antara," *Jurnal Mutakallimin* 1, no. 2 (2018): 1–7, <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/mutakallimin/article/view/3409/2287>.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Kemajuan di era teknologi saat ini, membuat cara kerja media sosial ikut berubah setiap saat. Beragamnya media sosial saat ini, membuat beberapa fenomena permasalahan baru muncul, seperti fenomena umpan klik yang terus berlanjut hingga saat ini.¹⁷ Berdasarkan beberapa sumber yang di telusuri oleh peneliti, minimal terdapat tiga sumber yang mengkaji tentang umpan klik.

Pertama, penelitian yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *Clickbait* *Headline* Berita terhadap Persepsi Pembaca (Studi Deskriptif Kuantitatif Pengaruh Penggunaan *Clickbait* *Headline* Berita Media Online Okezone.com terhadap Persepsi Pembaca pada Kalangan Mahasiswa Institut Pendidikan Indonesia Garut angkatan 2018)” oleh Kenny Adam Gunawan. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Penggunaan *Clickbait* *Headline* Berita pada kalangan Mahasiswa Institut Pendidikan Indonesia Garut. Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori *Agenda Setting* dari Lippman, 1965, dengan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dan termasuk dalam paradigma positivism. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana, korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil

¹⁷ Mochammad Sinung Restendy and Fahri Hilmi, “Social Media Influencer: Clickbait Dalam Pusaran Etika Jurnalistik,” *Jurnal Komunika Islamika : Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam* 7, no. 2 (2021): 270.

penelitian menunjukkan besarnya pengaruh penggunaan *clickbait headline* berita terhadap persepsi pembaca adalah sebesar 71,4%.¹⁸

Kedua, penelitian yang berjudul “Perspektif Mahasiswa S-1 Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro dalam menanggapi judul *Clickbait* pada Portal Berita Online di Indonesia” oleh Nurul Chakimah dan Rukiyah. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perspektif mahasiswa S-1 Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro dalam menanggapi judul *clickbait* di portal berita online di Indonesia. Di dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara dan studi dokumen. Sumber data yang digunakan adalah teknik *snowball sampling*. Analisis data dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa persepsi mahasiswa S-1 Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro terhadap judul *clickbait*, menurut mereka terlalu banyak menggunakan kata bombastis dan jurnalis yang saat ini hanya mementingkan judul sehingga isi berita terkadang kurang akurat.¹⁹

Ketiga, penelitian yang berjudul “Pengaruh *Clickbait Podcast* Deddy Corbuzier terhadap Minat Penonton (Survei pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UMJ Angkatan 2017)” oleh Azhari Fairuz dan Amin Shabana. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *clickbait podcast* Deddy Corbuzier khususnya terhadap minat menonton mahasiswa prodi

¹⁸ Gunawan KA, “PENGARUH PENGGUNAAN CLICKBAIT HEADLINE BERITA TERHADAP PERSEPSI PEMBACA (Studi Deskriptif Kuantitatif Pengaruh Penggunaan” (2018).

¹⁹ Nurul Chakimah Mutharoh, “Perspektif Mahasiswa S-1 Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Dalam Menanggapi Judul Clickbait Pada Portal Berita Online Di Indonesia” 6, no. 4 (2022): 455–464.

Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta angkatan 2017. Penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan metode survey yang bersifat deskriptif, dengan cara menyebarkan kuesioner melalui WhatsApp grup dan chat. Pengambilan kuesioner dilakukan dengan *simple random sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh *clickbait podcast* Deddy Corbuzier, secara keseluruhan responden merespon 78,4% (baik/setuju) dari semua pernyataan variabel Y dalam seluruh kuesioner penelitian. Hasil ini juga memiliki hubungan positif dan kuat sebesar 0,784 terhadap minat menonton mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2017, dengan presentase *clickbait* memiliki pengaruh terhadap minat menonton sebesar 61,4% sementara sisanya 38,6% dipengaruhi oleh faktor lain.²⁰

Persamaan penelitian ini pada penelitian pertama, kedua dan ketiga, terletak pada bagian yang sama-sama membahas dan meneliti tentang *clickbait* pada mahasiswa. Sedangkan perbedaannya, penelitian pertama berfokus pada media online Okezone.com. Penelitian kedua, berfokus pada portal berita online di Indonesia dan metode yang digunakannya. Pada penelitian ketiga, peneliti membahas tentang *clickbait podcast* milik Deddy Corbuzier yang ada di Youtube.

B. Literasi Media

1. Sejarah Literasi Media

Sejarah literasi media ini, telah dimulai pada tahun 1964 saat UNESCO mengembangkan sebuah model program pendidikan media yang akan di jalankan

²⁰ Survei Pada et al., "PENGARUH CLICKBAIT PODCAST DEDDY CORBUZIER" 1, no. 1 (2023): 15–20.

di seluruh dunia. Sejak saat itu, berbagai Negara mulai menaruh perhatian terhadap literasi media, salah satunya dengan melakukan literasi media atau pendidikan media melalui pendidikan formal dan non formal. Di Indonesia, kegiatan literasi media mulai dikenal sejak tahun 2000-an setelah maraknya fenomena dampak media massa saat itu. Umumnya media massa saat itu merupakan suatu hal yang bersahabat dan diterima di kalangan masyarakat, khususnya para remaja. Di era saat ini, masyarakat Indonesia masih memiliki tingkat kualitas literasi yang terbilang rendah. Misalnya pada tingkat membaca dan menulis, tingkat minat membaca pada masyarakat sangatlah minim.²¹

Melihat Indonesia yang merupakan salah satu wilayah yang memiliki beragamnya budaya dan juga bangsa yang terdiri dari beragamnya masyarakat, terlihat ada beberapa orang-orang yang memperlakukan isu-isu yang berhubungan dengan suku, ras, etnis, dan agama, akibat kurangnya literasi media dalam mengontrol urusan keberagaman. Berbagai macam tantangan yang dihadapi di Indonesia dalam pendidikan literasi media, masih menjadi hal yang tidak penting bagi pemerintah dan kurang di pandang oleh sebagian masyarakat. Pendidikan literasi media oleh masyarakat Indonesia tergolong rendah pada pengenalan teknologi, bagaimana menggunakan teknologi dan media secara baik, dan belum menyentuh pada aspek sosial yang berhubungan dengan masyarakat melalui teknologi saat ini. Tidak bisa dipungkiri, bahwa kemudian pendidikan literasi media ini dilupakan begitu saja, hingga kurang membentuk adanya

²¹ Rila Setyaningsih, "Literasi Media Mahasiswa Guru Pondok Modern Darussalam Gontor," *ETTISAL Journal of Communication* 2, no. 2 (2017): 1.

pemahaman pada diri seseorang, yang nantinya terdapat bahaya yang bisa saja berasal dari terpaan media.²²

2. Pengertian Literasi Media

Literasi terdiri dari dua kata yaitu *literate* dan *literation*. *Literate* dalam bahasa Inggris berarti *able to read and write* (membaca dan menulis). Sedangkan *literation* berarti *the representation of sound or words by letters* (representasi suara atau kata-kata dengan huruf). Namun pengertian literasi media tersebut tidak bisa disederhanakan begitu saja. Literasi media ini lebih kepada sejauh mana pemahaman seseorang tentang informasi dengan lebih mendalam lagi.²³ Menurut Tamburaka dalam Fadhil, literasi media mengarah kepada kemampuan masyarakat yang melek dalam menelusur informasi atau pesan media dalam konteks komunikasi massa.²⁴ Sedangkan menurut W. James Potter mendefinisikan literasi media sebagai satu perangkat perspektif dimana kita secara aktif memberdayakan diri kita sendiri dalam menafsirkan pesan-pesan yang kita terima dan bagaimana cara mengantisipasinya.²⁵

Menurut Ana Nadya Abrar dalam Isma Adila, Pentingnya literasi media saat ini dapat memberi dampak positif bagi masyarakat, agar nantinya mereka aktif, cakap, berpikir kritis dan peka dalam mengamati fenomena yang terjadi dalam pemberitaan media saat ini. Dengan terpaan informasi saat ini, seseorang

²² Andika Cahya Cita Utama and Irwansyah Irwansyah, "Indonesia Dan Dunia: Komparasi Pendidikan Literasi Media Untuk Masyarakat Yang Beragam," *Media Komunikasi FPIPS* 20, no. 2 (2021): 93.

²³ Individual Competence, "*Jurnal ADHUM* Vol. VII No. 1, Januari 2017 1" VII, no. 1 (2017): 1–9.

²⁴ Magister Ilmu Komunikasi et al., "Literasi Media Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Di Kota Medan" (2018): 1–5.

²⁵ W. James Potter, "*Media Literacy 4th Edition*", (University California, Santa Barbara. Los Angeles: Sage Publications, 2008).

diharuskan mampu dalam mengontrol dan mengendalikan informasi ataupun pesan yang diterima. Dengan hadirnya literasi pada kehidupan seseorang, maka seseorang akan memiliki otoritas atas dirinya, hingga dirinya mampu menilai suatu pesan atau makna yang disampaikan oleh media dengan penuh kesadaran dan berani bertanggung jawab.²⁶ Dapat disimpulkan, bahwa literasi media sebagai proses dalam mengolah dan mengakses berbagai pesan atau informasi yang disajikan lewat media kemudian informasi tersebut di saring kembali hingga menjadi informasi yang akurat dan terpercaya.

3. Jenis Literasi Media

Beragamnya media informasi yang muncul, dapat membantu seseorang mengenal karakteristik literasi agar lebih efektif dalam mengolah berbagai informasi. Berikut adalah jenis – jenis literasi media yang perlu diketahui yaitu:

a. Literasi Media Cetak

Media cetak yang sangat umum meliputi surat kabar, majalah dan tabloid. Saat ini saja, keberadaannya sudah berkurang akibat hadirnya internet. Namun sebagai seorang pembaca hal ini juga harus diiringi dengan melakukan literasi. Hingga kini masih ada beberapa media cetak yang terus tetap bertahan walaupun tersedia dalam media online.

b. Literasi Media Elektronik

Media elektronik seperti televisi dan radio memiliki keunggulan daripada media cetak, seperti menampilkan teks, gambar melalui televisi dan bisa mendapatkan informasi melalui suara dari radio. Lewat media ini, seseorang bisa

²⁶ Isma Adila, Wayan Weda, and Dian Tamitiadini, "Pengembangan Model Literasi Dan Informasi Berbasis Pancasila Dalam Menangkal Hoaks," *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 18, no. 1 (2019): 101–111.

memiliki literasi dengan menangkap informasi yang disampaikan sekaligus mendengar dan melihat apa saja informasi yang disajikan. Hingga kini, media elektronik semakin terancam dengan adanya media baru.

c. Literasi New Media (internet)

Media cetak hingga media elektronik hingga kini dikemas dalam bentuk digital dan berbasis internet. Dengan adanya media baru ini, maka segala informasi dapat ditemukan dengan mudah, dan cepat. Namun dengan berkembangnya informasi, banyak informasi yang menimbulkan keresahan bagi masyarakat hingga tidak dapat membedakan mana informasi fakta ataupun palsu. Hal ini membuat sebagian masyarakat harus berpikir secara kritis dengan membekali literasi media pada diri sendiri.²⁷

4. Tujuan dan Manfaat Literasi Media

Tujuan dari literasi media bagi masyarakat sekaligus pengguna media sosial adalah sebagai berikut :

- a. Membantu masyarakat untuk mengembangkan serta meningkatkan pemahaman terhadap suatu informasi dengan baik.
- b. Membantu mereka untuk dapat menghadapi dan melawan pengaruh buruk yang ada di media sosial.
- c. Membantu mereka agar mampu membedakan informasi atau pesan yang baik dan tidak baik.

²⁷ Pratiwi Cristin Harnita, "Masihkah Perlu Khalayak Belajar Literasi Media?," *Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial* 6, no. 1 (2017): 117–136, <https://ejournal.uksw.edu/cakrawala/article/view/1291>.

- d. Menciptakan wawasan dan pengetahuan yang luas bagi masyarakat melalui media dengan cara membaca informasi yang relevan dan berasal dari sumber terpercaya.
- e. Membantu seseorang berpikir secara rasional dan kritis dalam mengambil kesimpulan.²⁸

Sedangkan manfaat yang di peroleh dari literasi media bagi masyarakat adalah sebagai berikut :

- a. Melatih meningkatkan kemampuan mengasah seseorang dalam mengolah dan mengevaluasi informasi yang ada di media.
- b. Mampu dalam berpikir kritis, agar masyarakat sekaligus pengguna media sosial dapat menyikapi informasi yang diterima.
- c. Mampu membaca dan berkomunikasi dengan lancar, karena dengan berliterasi seseorang mudah diterima oleh orang lain.²⁹
- d. Memudahkan masyarakat untuk mendapat dan mengakses informasi dimana saja.
- e. Mendorong masyarakat agar mampu menyaring informasi yang dibutuhkan.
- f. Meningkatkan minat baca masyarakat terhadap informasi yang diaksesnya.³⁰

²⁸ Nur Ainiyah, "Membangun Penguatan Budaya Literasi Media Dan Informasi Dalam Dunia Pendidikan," *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia* 2, no. 1 (2017): 65–77.

²⁹ Asih Andriyati Mardiyah, "Budaya Literasi Sebagai Upaya Peningkatan Keterampilan Berpikir Kritis Di Era Industri Revolusi 4.0," *Prosiding SNP2M (Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) UNIM* 0, no. 1 (2019): 171–176.

³⁰ Dkk Ihda Latifatus Syarifah, "Pentingnya Literasi Digital Di Era Pandemi," *Jurnal Implementasi* 1 (2), no. 2 (2021): 162–168, <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/ji/article/view/60>.

5. Kemampuan dalam Berliterasi Media

Menurut James W. Potter ada tujuh kecakapan dalam literasi media. Keterampilan ataupun keahlian dalam berliterasi media, harus dimiliki oleh seseorang, agar nantinya mereka dapat memanfaatkan beragam macam media, antara lain:

- a. *Analyze* (menganalisa) : artinya seseorang mampu memahami di setiap pesan atau informasi yang disampaikan, sehingga seseorang dapat menganalisa dengan membandingkan informasinya, baik itu fakta maupun opini yang ada.
- b. *Evaluate* (evaluasi atau menilai) : setelah mampu menganalisa, seseorang juga harus memiliki kemampuan dalam menilai informasi, seperti melihat apakah informasi tersebut layak di dibagikan ke publik atau tidak. Sehingga seseorang yang memiliki kemampuan tersebut akan mengetahui apakah informasi ini akurat atau tidak.
- c. *Grouping* (mengelompokkan) : artinya seseorang mampu menentukan persamaan dan perbedaan di setiap informasi yang disampaikan, antara melalui media yang diterimanya dengan sumber media lainnya, baik dari segi sudut pandang maupun titik permasalahannya.
- d. *Induction* (induksi) : artinya seseorang mampu menarik kesimpulan dari informasi yang dibaca dan di pahami, yang bersifat umum.
- e. *Deduction* (deduksi) : deduksi adalah kebalikan dari induksi yang artinya seseorang dalam menarik kesimpulan mampu menjelaskan secara khusus/ spesifik dan terperinci kepada orang lain.

- f. *Synthesis* (sintesis) : artinya seseorang mampu merangkum segala informasi dan berbagai sumber lainnya yang dibutuhkannya, sehingga dengan informasi yang di rangkum seseorang memperoleh pengetahuan dan wawasan yang baru, dengan bahasa yang ia pahami.
- g. *Abstracting* (abstrak) : artinya seseorang mampu menjelaskan segala informasi yang ada di dalam media secara singkat, jelas dan tepat, dengan menyajikan informasinya kembali secara ringkas.³¹

Dari pendapat di atas, peneliti mengambil 3 kemampuan literasi media menurut James W. Potter, yang akan dijadikan indikator, yaitu, *Analyze* (menganalisa), *evaluate* (mengevaluasi) dan *abstracting* (abstrak).

C. Fenomena Umpan Klik (*Clickbait*)

1. Sejarah Umpan Klik

Umpan klik dulunya disebut sebagai jurnalisme kuning. Bicara tentang jurnalisme kuning, tak lepas dari sejarah persuratkabaran di Amerika Serikat yang lebih dari dua abad silam lalu, yaitu pada pertengahan abad 19, yang dimana saat itu ketatnya persaingan antar bisnis surat kabar yang kemudian nantinya akan memunculkan teori masyarakat massa. Teori ini menyatakan bahwa media saat itu mengganggu tatanan sosial yang ada dan media dipandang sebagai sebuah kekacauan yang mereka ciptakan. Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis mengemukakan, bahwa penyebabnya saat itu di Amerika Serikat terjadi perkembangan yang cepat dari pabrik-pabrik besar yang terdapat di wilayah kota

³¹ W. James Potter, “*Media Literacy*”, (Los Angeles: Sage Publications, 2019).

yang kemudian mengundang semakin banyak orang dari wilayah pedesaan untuk pindah ke wilayah perkotaan. Pada waktu yang sama, media cetak pun berkembang dan dijual dengan harga yang murah karena populasi pembaca saat itu terus meningkat.

Pada tahun 1890 an tingkat persaingan antar-koran dari jurnalis Joseph Pulitzer dan William Randolph Hearst berimbas pada persaingan yang tidak sehat antara mereka, bahkan Hearst bersumpah untuk mengalahkannya sekaligus ingin menyingkirkan Pulitzer dari bisnis surat kabar, sehingga saat itu melahirkan jurnalisme kuning atau *yellow period* (periode kuning). Istilah ini kemudian menjadi arti ejekan bagi berita yang berlebihan dan mengandung sensasional. Pulitzer dan Hearst bertemu kembali, yang dimana mereka sama-sama akan meliput ketegangan antara Spanyol dan Amerika Serikat. Namun semuanya berubah, lantaran Pulitzer dan Hearst membuat laporan berita yang di dramatisasi dan berilustrasikan kartun antara Spanyol dan Amerika Serikat akhirnya menimbulkan perang antar kedua belah pihak. Walaupun mendapat banyak kritikan karena dramatis dan bersifat provokatif agar dapat menarik sebanyak-banyaknya pembaca, namun jurnalisme kuning milik Pulitzer dan Hearst ini banyak ditiru di Amerika Serikat dan di Negara lainnya termasuk Indonesia yang saat ini masih berkembang.³²

Fenomena jurnalisme kuning di Indonesia telah muncul sejak demokrasi liberal antara tahun 1950-1959, yang dimana kala itu Indonesia memberlakukan sistem multipartai dan berbagai penerbitan berasal dari organ partai, sehingga

³² Abdul Malik, "Jurnalisme Kuning, 'Lampu Kuning' Etika Komunikasi Massa," *Ajudikasi : Jurnal Ilmu Hukum* 1, no. 2 (2018): 1-14.

lebih mementingkan suara partai. Dampaknya, antara satu koran dengan koran lainnya sering sekali terjadi perang berita untuk saling menjatuhkan.³³ Istilah “jurnalisme kuning” ini identik dengan media cetak, maka dari itu dengan mengikuti perkembangan era digital dan teknologi saat ini istilah yang dipakai adalah “umpan klik” karena lebih cocok untuk mendeskripsikan pemberitaan di yang mirip dengan jurnalisme kuning dalam bentuk media elektronik.

2. Pengertian Umpan Klik

Belakangan ini, sebagian masyarakat atau pengguna media sosial masih belum mengenal apa itu umpan klik atau *clickbait*. Menurut Zaenudin dalam Sukmono yang dimaksud dengan *clickbait* adalah suatu fenomena di media online untuk menjangkau banyaknya khalayak yang mengeklik halaman tersebut. Karena semakin banyaknya pengguna yang mengunjungi situsnya, maka semakin banyak pula peluang yang akan di peroleh untuk mendapatkan sponsor ataupun iklan.³⁴ Bahkan, berita yang ditampilkan terkadang tidak memiliki sumber yang pasti dan tidak jelas asal usulnya.³⁵ Menurut Saputro, pada umumnya, judul yang bersifat umpan klik, terkadang terkesan berlebihan atau heboh, dan mengundang rasa penasaran masyarakat pada berita yang ditampilkan di media sosialnya.³⁶

Pada hakikatnya, jurnalisme umpan klik bukanlah jurnalisme yang baik. Jurnalisme ini lebih mengarah dan mendorong seseorang secara tidak sadar untuk mengklik sebuah situs web ataupun tautan. Karena pada dasarnya, pembuat umpan klik ini hanya mementingkan, berapa banyaknya pengunjung situs dan

³³ *Ibid.*

³⁴ Sukmono, “Dalam Pemberitaan Covid-19 Clickbait Judul Berita Online.”

³⁵ Malik, “Jurnalisme Kuning, ‘Lampu Kuning’ Etika Komunikasi Massa.”

³⁶ Saputro and Haryadi, “Komik Strip Dan Fenomena Clickbait.”

hanya ingin situsnya laku dan dikenal. Biasanya judul berita ataupun *headline* yang disediakan tidak memberikan deskripsi inti berita, hingga seringkali menipu para pembaca maupun pengguna di media sosial. Umpan klik ini bekerja dengan memanfaatkan waktu pembaca di saat informasinya dibuat cukup penasaran, tetapi tidak cukup untuk memenuhi rasa penasaran tersebut yang akhirnya memberi rasa tidak puas setelah mengetahui bahwa informasi yang dibaca tidak sesuai dengan kebutuhannya.³⁷

3. Ciri-Ciri Umpan Klik

Ciri-ciri dari umpan klik yang terdapat di situs web media sosial adalah sebagai berikut:

- a. Menggunakan kata-kata yang berlebihan atau terkesan heboh seperti “wow”, “kamu tidak akan percaya” dan sebagainya.
- b. Judul dibuat semenarik mungkin dan mengundang rasa penasaran.³⁸
- c. Pada judul terkadang terdapat tanda baca seru (!).
- d. Terdapat tanda tanya pada sebuah judul (?).³⁹

4. Tujuan Umpan Klik

Umpan klik biasanya bertujuan untuk memperoleh penghasilan dari iklan ataupun *adsense* dengan menyungahi gambar atau judul yang menarik pengguna agar mengunjungi situs webnya, hingga mendorong sebagian pembaca maupun pengguna untuk membagikan situsnya. Maka dari itu, sangat banyak dijumpai judul-judul yang memakai metode umpan klik pada media sosial, karena pada dasarnya, pembuat umpan klik hanya mengincar pembaca demi meraih

³⁷ Sandi and Ayuni, “Tren Umpan Klik Di Media Daring : Keselarasan Antara.”

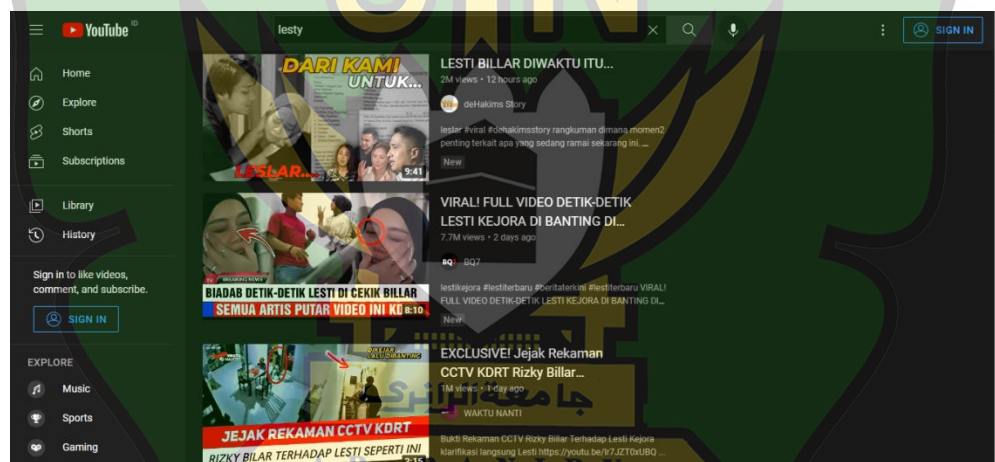
³⁸ Saputro and Haryadi, “Komik Strip Dan Fenomena Clickbait.”

³⁹ Sukmono, “Dalam Pemberitaan Covid-19 Clickbait Judul Berita Online.”

keuntungan, tanpa memikirkan apa yang dirasakan oleh pembaca saat informasi yang di butuhkan tidak sesuai.

5. Contoh Umpan Klik

Terkadang video-video umpan klik atau bisa disebut dengan *clickbait* banyak muncul pada saat tersebarnya berita-berita heboh di media sosial, seperti kejadian-kejadian kriminal, berita KDRT artis, berita duka artis, dan sebagainya. Seiring berjalannya waktu, saat beritanya tidak lagi heboh sering kita jumpai bahwa videonya telah dihapus ataupun hilang, dikarenakan pembuat konten maupun penulis sudah berhasil mendapatkan target dari *viewers*nya. Contohnya seperti berikut:



Sumber : Youtube.com

Bedasarkan gambar di atas, terlihat ada beberapa video di Youtube saat ini tengah viral yang berkaitan dengan masalah KDRT seseorang artis. Dengan berita viral tersebut, banyak dari kreator berlomba-lomba untuk membuat video semenarik mungkin agar videonya ramai dikunjungi. Faktanya isi dari beberapa video tersebut tidak sesuai dengan apa yang di tampilkan pada judul tersebut, sehingga banyak dari *viewers* yang merasa tertipu akan informasi yang tidak tepat.



Sumber : Instagram

Dari judul berita Instagram di atas, terlihat bahwa Prabowo Subianto tewas tenggelam di sungai musu dalam keadaan telanjang, nyatanya sebagian masyarakat merasa terkejut dengan judul tersebut karena nama yang disebutkan merupakan nama tokoh terkemuka. Padahal, isi berita tersebut hanyalah anak kecil yang berusia delapan tahun bernama Prabowo Subianto yang hanyut dan tenggelam terseret arus sungai musu saat sedang mandi bersama tiga orang temannya di 1 Ilir Kecamatan Ilir Timur II Palembang, pada pukul 15.00 WIB.

6. Dampak Umpan Klik

Ada beberapa dampak dari penggunaan judul umpan klik ataupun *clickbait* yang tersebar di media sosial, yaitu :

- a. Tidak mencerdaskan masyarakat bila berita yang ditampilkan hanya sepotong-potong.
- b. Muncul berbagai macam hoaks yang tersebar di berbagai media sosial.
- c. Terjadinya keresahan antarmasyarakat yang menganggap sebagian berita ataupun informasi sangat mengganggu.
- d. Terbuangnya sebagian waktu pembaca dalam mengakses berbagai berita dan informasi yang tidak sesuai.
- e. Termakan informasi yang tidak bermutu, sehingga rendahnya tingkat literasi media pada masyarakat.⁴⁰
- f. Merugikan masyarakat karena informasi yang dibutuhkan tidak relevan sehingga dapat memicu kemarahan.
- g. Situs media online atau media berita yang bersangkutan bisa kehilangan kepercayaan dari masyarakat pada websitenya.
- h. Media online bisa saja nantinya terkena kasus UU ITE, karena menyajikan dan menampilkan berita / informasi yang tidak sesuai dengan isi yang disampaikannya.⁴¹

⁴⁰ Hadiyat, "Clickbait on Indonesia Online Media."

⁴¹ Sandi and Ayuni, "Tren Umpan Klik Di Media Daring : Keselarasan Antara."

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode kuantitatif dengan pendekatan regresi linear sederhana, yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana menghitung suatu perkiraan atau persamaan dari hasil regresi yang nantinya akan menjelaskan pengaruh atau hubungan antar dua variabel. Sedangkan metode kuantitatif adalah metode penelitian yang menggambarkan suatu kondisi atau peristiwa secara sistematis, aktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan atau fenomena yang diselidiki dengan menggunakan perhitungan statistik.⁴²

Berdasarkan pengertian di atas, sehubungan dengan penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa metode kuantitatif merupakan rancangan penelitian yang berfokus pada pengolahan statistik yang berbentuk angka atau nilai suatu variabel dalam penelitian, sehingga nilai atau hasil yang diperoleh dalam penelitian ini memiliki makna dan dapat mendeskripsikan masalah penelitian sebagaimana mestinya. Sederhananya, metode penelitian ini digunakan karena dapat memberi gambaran pengaruh literasi media terhadap fenomena umpan klik (*clickbait*) pada mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh angkatan 2018 melalui angka-angka dari hasil akhir penelitian.

⁴² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hal 10.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang diambil untuk dijadikan sebagai tempat penelitian ialah di Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang beralamat di Jl. Syekh Abdul Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh. Penelitian ini berlangsung mulai dari bulan Januari s/d Februari 2023.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Burhan Bungin, populasi merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, dan sikap hidup, sehingga objek-objek ini dapat menjadi data sumber penelitian.⁴³ Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh angkatan 2018, dengan jumlah mahasiswa 126 orang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono, sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode yang diambil dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.⁴⁴ Dalam menentukan suatu sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin:

⁴³ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2018) hal 109.

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019) hal. 127.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Ket:

n = Jumlah pada sampel

N = Jumlah pada populasi

e = Batas kesalahan yang diinginkan.⁴⁵

tingkat kesalahan dalam rumus Slovin, yaitu :

Nilai e = 5% (0,05) untuk populasi dalam jumlah yang besar

Nilai e = 10% (0,1) untuk populasi dalam jumlah yang kecil.⁴⁶

$$n = \frac{126}{1 + 126(0,1)^2}$$

$$n = \frac{126}{1 + 126(0,01)}$$

$$n = \frac{126}{1 + 1,26} = \frac{126}{2,26} = 55,75.$$

Dibulatkan menjadi 56.

Bedasarkan penjelasan diatas, bahwa penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Sampel merupakan mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh angkatan 2018.
2. Sampel pernah terlibat dan terkena umpan klik di media sosial.
3. Sampel yang dibutuhkan berjumlah 56 orang.

⁴⁵ M. Pabundu Tika, Metodologi Riset Bisnis, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016) hal. 33.

⁴⁶ Raudhatul Jannah, *Pengukuran Literasi Digital Mahasiswa Angkatan 2017 Prodi Arsitektur Fakultas Sains dan Teknologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh dalam Pembelajaran Daring*, (Skripsi) Fakultas Adab dan Humaniora Program Studi Ilmu Perpustakaan, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh, 2022, hal. 39.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris.⁴⁷ Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan, masih berdasarkan teori, belum berdasarkan pada fakta empiris yang nantinya di dapatkan melalui pengumpulan data. Menurut Sugiyono dalam Kartika, hipotesis dibagi ke dalam dua macam yaitu hipotesis penelitian dan hipotesis statistik. Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, sedangkan hipotesis statistik itu ada bila peneliti bekerja pada sampel.⁴⁸ Berdasarkan judul penelitian ini, terlihat bahwa penelitian ini memiliki dua variabel yang saling berpengaruh antara satu sama lain. Literasi Media adalah variabel independen (X) dan Fenomena Umpan Klik (*Clickbait*) adalah variabel dependen (Y). Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

H_a : Adanya pengaruh antara literasi media terhadap fenomena umpan klik (*clickbait*).

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara literasi media terhadap fenomena umpan klik (*clickbait*).

Hipotesis penelitian yang diatas dapat dirumuskan dalam bentuk hipotesis statistik, yaitu sebagai berikut:

$H_a : \rho \neq 0$ (terdapat pengaruh)

$H_0 : \rho = 0$ (tidak terdapat pengaruh)

ρ = Nilai korelasi dalam formulasi yang dihipotesiskan.

⁴⁷ Suryabrata, Sumadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta : Rajawali Pres, 2014) hal 75.

⁴⁸ Sinta Kartika, Husni Husni, and Saepul Millah, "Pengaruh Kualitas Sarana Dan Prasarana Terhadap Minat Belajar Siswa Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam," *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam* 7, no. 1 (2019): 113.

E. Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu instrumen pengukuran yang valid untuk mengukur apa seharusnya yang diukur, atau mengukur apa hendaknya yang diukur.⁴⁹ Dalam penelitian ini, tujuan dilakukannya uji validitas adalah untuk memastikan dan menentukan apakah data atau kuesioner yang dibuat, dapat teruji kebenarannya atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang dapat digunakan (angket/kuesioner). Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 10 orang yang tidak termasuk ke dalam sampel, tetapi masuk ke dalam populasi. Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan secara statistik, yaitu dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 29. Pengujian validitas yang dilakukan peneliti adalah dengan persamaan korelasi *product moment*:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Ket:

r_{xy} : Koefisien Korelasi

n : Jumlah responden (sampel)

$\sum X$: Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum Y$: Jumlah skor dalam sebaran Y

$\sum X^2$ = Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran X

$\sum Y^2$ = Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran Y

$\sum XY$ = Jumlah hasil kali dari skor X dan Y yang saling berpasangan.

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016) hal 354.

Ketentuan yang peneliti lakukan dalam menentukan validitas suatu kuesioner atau angket dalam penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan tidak valid.⁵⁰

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ketepatan memperoleh jawaban yang relatif sama dari pengukuran gejala yang tidak berubah.⁵¹ Artinya, reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten dan dapat dipercaya, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap permasalahan yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitasnya (r_{11}) $> 0,6$.⁵² Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 10 responden yang tidak termasuk ke dalam sampel untuk mengetahui sejauh mana tingkat dari reliabilitas terhadap suatu instrumen. Untuk menguji reliabilitas peneliti menggunakan teknik atau rumus *cronbach's a Alpha* dengan bantuan aplikasi SPSS versi 29.

$$\alpha = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^{2t}}{\sigma^{2t}} \right]$$

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi.....*, hal. 357.

⁵¹ Husein Umar, *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), hal. 97.

⁵² Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), hal. 87-90.

Ket:

α = Koefisien *Cronbach's Alpha*

k = Butir pernyataan yang valid

$\sum \sigma \alpha^{2t}$ = Jumlah varian butir pernyataan yang valid

σ^{2t} = Varian total.⁵³

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan data merupakan teknik ataupun cara yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data, yang nantinya data tersebut dapat digunakan untuk mendapatkan bahan, maupun informasi yang berhubungan dengan penelitian ini.⁵⁴

1. Kuesioner/Angket

Kuesioner juga dikenal sebagai angket. Pada dasarnya, kuesioner adalah daftar dari beberapa pernyataan yang harus diisi oleh beberapa responden yang dibutuhkan oleh peneliti. Keadaan atau data diri, pengalaman, pengetahuan dan lain-lain perlu diketahui dalam kuesioner ini.⁵⁵ Kuesioner merupakan salah satu cara yang dipakai oleh peneliti untuk memperoleh informasi atau data secara langsung dari pendapat atau pandangan yang berbeda-beda setiap responden. Jenis kuesioner yang digunakan oleh peneliti berbentuk tertutup. Kuesioner tertutup adalah kuesioner yang pernyataannya telah disediakan, sehingga responden hanya

⁵³ Azwar, *Reliabilitas dan Validitas*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar Offset, 2000), hal 95.

⁵⁴ Imron Imron, "Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang," *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)* 5, no. 1 (2019): 19–28.

⁵⁵ Suharsimi Arikunto, *Dasar – Dasar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2013), hal 42.

tinggal memilih saja.⁵⁶ Kuesioner ini dibuat atas lima pilihan jawaban dengan mengikuti pedoman Skala Likert. Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur tersebut dapat dijabarkan yang nantinya menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan untuk menyusun item instrumen yang berupa pertanyaan maupun pernyataan.⁵⁷ Penelitian ini menggunakan angket, dengan cara membagikan melalui *Google Form* ke via grup WhatsApp dalam bentuk pernyataan kepada mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh angkatan 2018 untuk mengumpulkan data dan informasi.

Tabel 3.1 Skala penilaian pada jawaban kuesioner

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

G. Teknik Analisis Data

Data penelitian yang telah dikumpulkan oleh peneliti selanjutnya dilakukan dengan cara analisis. Penganalisis data merupakan suatu proses lanjutan dari proses pengolahan data yang meliputi pengurutan dan penyederhanaan data, sehingga data yang dikumpulkan tersebut dapat dihubungkan kembali dengan masalah penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bantuan aplikasi

⁵⁶ Andi Fitriani Djollong, "Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif", *Jurnal ISTIQRA*, Vol. 2, No. 1, (2014): 94-95.

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, hal. 146.

program SPSS. Program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) merupakan suatu program untuk mengolah dan menganalisis data dalam bentuk statistik.⁵⁸

Setelah penyebaran kuesioner dilakukan, kemudian kuesioner tersebut akan dikembalikan kepada peneliti agar dapat diperiksa dan diberi nilai. Data yang telah diberikan responden, nantinya akan diolah oleh peneliti dengan cara menginput data angket dari Excel ke aplikasi SPSS versi 29.

1. Uji Korelasi

Untuk menghitung korelasi antar variabel penelitian, maka digunakan rumus korelasi *product moment*, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Ket:

r_{xy} : Koefisien Korelasi

n : Jumlah responden (sampel)

$\sum X$: Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum Y$: Jumlah skor dalam sebaran Y

$\sum X^2$: Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran X

$\sum Y^2$: Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran Y

$\sum XY$: Jumlah hasil kali dari skor X dan Y yang saling berpasangan.⁵⁹

Dari hasil yang diperoleh dengan rumus di atas, dapat diketahui tingkat pengaruh variabel X dan variabel Y. Hakikatnya, nilai r dapat bervariasi dari 0-1

⁵⁸ Abd. Mukhid, *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2021), hal. 181.

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, hal 354-357.

hingga +1, atau secara matematis dapat ditulis menjadi $-1 \leq r \leq +1$. Hasil dari perhitungan akan memberikan dalam bentuk tiga alternatif, yaitu:

1. Bila $r = 0$ atau mendekati 0, maka korelasi antar kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan antara variabel X terhadap variabel Y.
2. Bila $r = +1$ atau mendekati +1, maka korelasi antar kedua variabel adalah kuat dan searah, dikatakan positif.
3. Bila $r = -1$ atau mendekati -1, maka korelasi antar kedua variabel adalah kuat dan berlawanan arah, dikatakan negatif.

Berdasarkan metode penelitian yang peneliti gunakan yaitu metode kuantitatif. Data kuantitatif akan di analisis menggunakan Regresi Linear Sederhana. Analisis regresi linear sederhana adalah sebuah analisis yang digunakan untuk mengukur suatu keterkaitan atau hubungan sebab akibat yang terjadi antar variabel.

Tabel 3.2 Interpretasi Koefisien Korelasi r

Besarnya Nilai	Interprestasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1000	Sangat Kuat ⁶⁰

2. Uji Regresi

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana. Manfaat dari hasil analisis regresi linear sederhana ini adalah untuk

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, hal 231.

membuat suatu keputusan, apakah dengan naik dan menurunnya variabel dependen ini, bisa dilakukan melalui peningkatan variabel independen atau tidak.

Perumusan umum regresi linear sederhana adalah :

$$Y = a + bX$$

Ket :

Y = subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a = konstanta.

b = koefisien regresi.

X = subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.⁶¹

Tabel 3.3 Indikator Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Bentuk Data
1.	Literasi Media	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisa. 2. Mengevaluasi. 3. Abstrak.⁶² 4. Berpikir Kritis.⁶³ 5. Penelusuran Informasi.⁶⁴ 	Angket dan Dokumentasi	Interval
2.	Fenomena Umpan Klik (<i>clickbait</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketidakesesuaian judul dan isinya.⁶⁵ 2. Sumber tidak jelas.⁶⁶ 3. Terkesan heboh. 4. Dibuat menarik dan penasaran.⁶⁷ 5. Mengganggu dan membuang waktu.⁶⁸ 	Angket dan Dokumentasi	Interval

⁶¹ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 260-261.

⁶² W. James Potter, *Media Literacy*, (Los Angeles: Sage Publications, 2019).

⁶³ Adila, Weda, and Tamitiadini, "Pengembangan Model Literasi Dan Informasi Berbasis Pancasila Dalam Menangkal Hoaks."

⁶⁴ Komunikasi et al., "Literasi Media Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Di Kota Medan."

⁶⁵ Sandi and Ayuni, "Tren Umpan Klik Di Media Daring : Keselarasan Antara."

⁶⁶ Malik, "Jurnalisme Kuning, 'Lampu Kuning' Etika Komunikasi Massa."

⁶⁷ Saputro and Haryadi, "Komik Strip Dan Fenomena Clickbait."

⁶⁸ Hadiyat, "Clickbait on Indonesia Online Media."

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Prodi Ilmu Perpustakaan

Program Studi S1 Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh untuk sementara ini merupakan prodi termuda di Fakultas Adab dan Humaniora. Prodi ini mulai menerima mahasiswa perdana pada tahun 2006 berdasarkan persetujuan Menteri Agama RI sebagaimana tertuang dalam Surat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Agama RI Nomor: Dj.I/416/2008 Tanggal 21 November 2008. Selanjutnya dikeluarkan Surat Keputusan izin operasional nomor: 387 tahun 2013 tanggal 18 Februari 2013 dengan peringkat (nilai) akreditasi saat itu C berdasarkan keputusan BAN-PT Nomor: BAN-P025/BAN-PT/Ak-XIV/S1/IX/2011 dan untuk akreditasi terakhir adalah B berdasarkan keputusan BAN-PT No. 1122/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2015 tanggal 31 Oktober 2015. Prodi ini selain memiliki kelas reguler, juga membuka kelas lanjutan bagi pustakawan yang telah memiliki ijazah D3 Kepustakawan. Lahirnya Prodi ini dengan dasar pertimbangan bahwa *information is power* (informasi adalah kekuatan) dan perpustakaan sebagai salah satu pusat sumber informasi bagi masyarakat. Sehingga perpustakaan perlu dikelola secara professional agar mampu menciptakan masyarakat informasi (*literate society*) semakin cepat akses dan penguasaan informasi akan semakin menunjang profesionalisme seseorang dalam

menjalankan tugas dan aktivitasnya. Aktivitas pengumpulan, pemrosesan dan penyebaran informasi menjadi kegiatan yang signifikan dalam kehidupan masyarakat di era informasi. Peran lembaga pengelola informasi seperti perpustakaan juga semakin strategis.⁶⁹

2. Visi dan Misi Prodi Ilmu Perpustakaan

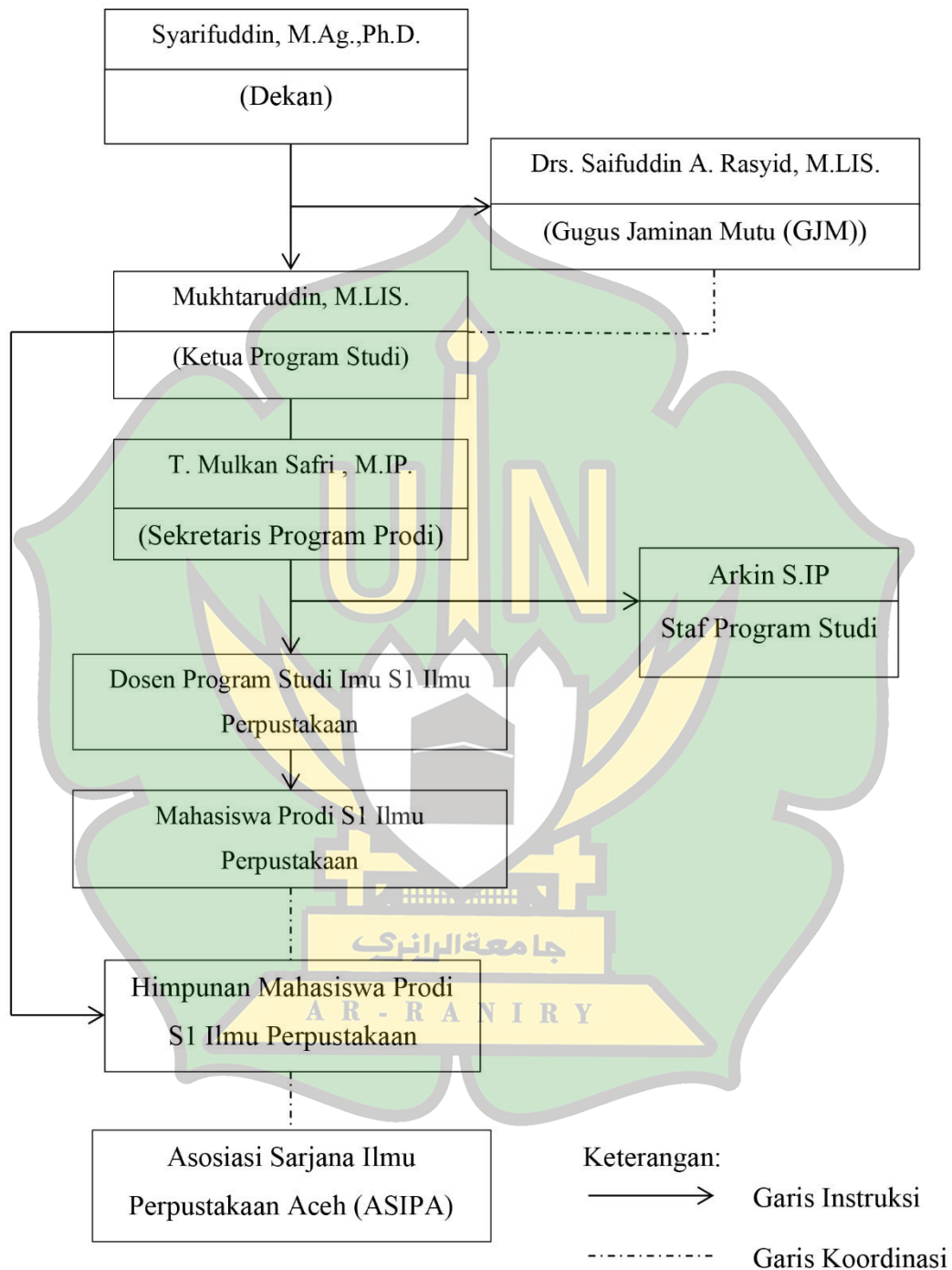
Visi dari Prodi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora yaitu :
“Menjadi program studi yang unggul dan inovatif dalam pengembangan Ilmu Perpustakaan berbasis riset, teknologi, dan kearifan lokal (2020).”

Misi dari Prodi Ilmu Perpustakaan Fakultas adab dan Humaniora yaitu :

- a. Menyiapkan dan meningkatkan mutu lulusan yang inovatif, kompetitif, professional dan berakhlak mulia di bidang Ilmu Perpustakaan dan Informasi.
- b. Menyelenggarakan kegiatan pendidikan dan pengajaran di bidang Ilmu Perpustakaan berbasis riset sesuai dengan kebutuhan pasar dan perkembangan teknologi.
- c. Menyelenggarakan kajian dan penelitian yang praktis, aplikatif dan berkualitas dalam bidang Ilmu Perpustakaan dan informasi serta sumber-sumber kearifan lokal.
- d. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat di bidang Ilmu Perpustakaan dan informasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat akademik maupun masyarakat umum dan perkembangan teknologi.

⁶⁹ Website Prodi Ilmu Perpustakaan : Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh., <http://ilpus.uin.ar-raniry.ac.id/index.php/id/pages/sejarah>, diakses pada 21 Desember 2022.

3. Struktur Organisasi Prodi Ilmu Perpustakaan



Sumber: Website Prodi Ilmu Perpustakaan : Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

B. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data tentang pengaruh literasi media terhadap fenomena umpan klik (*clickbait*) pada mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh angkatan 2018. Hasil penelitian didapatkan dari serangkaian pelaksanaan dalam pengumpulan data, dengan membagikan angket *Google Form*, kepada Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Angkatan 2018, yang berjumlah 56 orang dari sampel penelitian, melalui via grup WhatsApp.

1. Pengujian Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara menyebarkan angket kepada 10 orang yang merupakan bagian dari populasi penelitian ini, namun tidak termasuk dalam sampel penelitian. Dari hasil perhitungan tersebut peneliti menggunakan bantuan SPSS versi 29. Selanjutnya, peneliti menghitung r_{hitung} dengan kriteria jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dinyatakan valid, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel X (Literasi Media)

No	Item	Variabel	Koefisien Relasi (r_{hitung})	Nilai Kritis 5% (r_{tabel})	Keterangan
1	X.1	Variabel X (Literasi Media)	0,704	0,222	Valid
2	X.2		0,698	0,222	Valid
3	X.3		0,739	0,222	Valid
4	X.4		0,704	0,222	Valid
5	X.5		0,892	0,222	Valid

Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Y (Fenomena Umpan Klik (Clickbait))

No	Item	Variabel	Koefisien Relasi (r_{hitung})	Nilai Kritis 5% (r_{tabel})	Keterangan
1	Y.1	Variabel Y (Fenomena Umpan Klik (Clickbait))	0,948	0,222	Valid
2	Y.2		0,873	0,222	Valid
3	Y.3		0,880	0,222	Valid
4	Y.4		0,752	0,222	Valid
5	Y.5		0,937	0,222	Valid
6	Y.6		0,894	0,222	Valid
7	Y.7		0,984	0,222	Valid
8	Y.8		0,877	0,222	Valid
9	Y.9		0,252	0,222	Valid
10	Y.10		0,252	0,222	Valid

Berdasarkan kedua tabel di atas, hasil uji validitas variabel X dan Y menunjukkan bahwa pengujian validitas pada angket sejumlah 15 pernyataan telah dinyatakan valid, karena memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$, sebelum angket digunakan di lapangan.

2. Pengujian Reliabilitas - RANIRY

Pengujian reliabilitas ini, dilakukan setelah semua pernyataan atau item yang dinyatakan telah valid. Pengujian reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil suatu instrumen tetap konsisten atau reliabel. Peneliti menyebarkan angket kepada 10 orang responden yang tidak termasuk sampel. Hasil pengujian ini dilakukan dengan uji *Cronbach's Alpha* yaitu dengan bantuan aplikasi SPSS versi 29.

Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Minimal <i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
Variabel X (Literasi Media)	0,610	0,60	5	Reliabel
Variabel Y (Fenomena <i>Clickbait</i>)	0,927	0,60	10	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel. Variabel X (literasi media) mendapatkan nilai sebesar 0,610, sehingga lebih besar daripada 0,60 dan dinyatakan bahwa item atau pernyataan tersebut sudah reliabel. Sedangkan untuk variabel Y (fenomena umpan klik (*clickbait*)) mendapatkan nilai 0,927 yang artinya pernyataan tersebut juga telah reliabel.

3. Uji Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono dalam Bisma Indrawan, regresi linear sederhana adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan turunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independen atau tidak.⁷⁰ Tujuan utama dari regresi untuk mengetahui bagaimana menghitung suatu perkiraan atau persamaan dari hasil regresi yang nantinya akan menjelaskan pengaruh atau hubungan antar dua variabel. Teknik analisis data ini peneliti menggunakan bantuan SPSS versi 29.

⁷⁰ Bisma Indrawan and Rina Kaniawati Dewi, "Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017," *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)* 4, no. 1 (2020): 78–87.

Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	52.371	2.787		18.792	.000
	Literasi Media (X)	-.455	.141	-.403	-3.239	.002
a. Dependent Variable: Fenomena <i>Clickbait</i> (Y)						

$$Y = a + bX$$

$$Y = 52,371 - 0,455 X$$

- a. Konstanta mempunyai nilai sebesar 52,371 yang artinya apabila variabel literasi media (X) konstan maka fenomena umpan klik (*clickbait*) (Y) sebesar 52,371.
- b. Literasi media (X) sebesar negatif 0,455 yang artinya apabila mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka akan menurunkan fenomena umpan klik (*clickbait*) (Y) sebesar 0,455.

4. Uji Parsial

Uji parsial atau bisa disebut sebagai uji t merupakan pengujian koefisien regresi parsial individual yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y).⁷¹

⁷¹ Ita Rahmawati and Rissalatul Illiyin, "Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hp Oppo," *Jurnal Ilmiah Hospitality* 10, no. 1 (2021): 103–112, <https://stp-mataram.e-journal.id/JIH/article/view/728>.

Tabel 4. 5 Uji Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	52.371	2.787		18.792	.000
	Literasi Media (X)	-.455	.141	-.403	-3.239	.002
a. Dependent Variable: Fenomena <i>Clickbait</i> (Y)						

Hasil dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan dari regresi adalah $0,002 < 0,050$ yang menyatakan bahwa H_1 diterima dengan pernyataan yaitu terdapatnya pengaruh antara variabel X (literasi media) terhadap variabel Y (fenomena umpan klik (*clickbait*)). Dari hasil ini, peneliti menyimpulkan adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

5. Uji Korelasi

Bedasarkan uji korelasi dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS, dapat diperoleh nilai *correlation* antara variabel X dan variabel Y dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Uji Korelasi

Correlations			
		Literasi Media (X)	Fenomena <i>Clickbait</i> (Y)
Literasi Media	Pearson Correlation	1	.403**
	Sig. (2-tailed)		.002
	N	56	56
Fenomena <i>Clickbait</i>	Pearson Correlation	.403**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	
	N	56	56
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Berdasarkan uji korelasi diatas didapatkan bahwa nilai *pearson correlation* sebesar 0,403 dan dapat disimpulkan bahwa variabel X mempengaruhi variabel Y, yang artinya pengaruh variabel X dan variabel Y tergolong kategori sedang. selain itu, juga dikuatkan dengan nilai signifikan yaitu $0,002 < 0,05$ sehingga menyatakan adanya pengaruh dari hasil uji korelasi terhadap variabel yang diteliti.

6. Pembuktian Hipotesis - R A N I R Y

Untuk mengetahui apakah hipotesis di dalam penelitian ini diterima atau ditolak, maka peneliti melakukan pengujian sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Hipotesis

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	242.905	1	242.905	10.488	.002 ^b
	Residual	1250.648	54	23.160		
	Total	1493.554	55			
a. Dependent Variable: Fenomena <i>Clickbait</i> (Y)						
b. Predictors: (Constant), Literasi Media (X)						

Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas, dapat diketahui bahwa hasil untuk nilai F_{hitung} sebesar 10.488 dengan signifikansi 0,002. Selanjutnya, peneliti membandingkan besarnya F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan menghitung $df = N - nr = (56 - 2) = 54$, maka diperoleh nilai F_{tabel} pada taraf signifikan 5% sebesar 4,02. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $10,488 > 4,02$, maka dapat disimpulkan H_1 diterima sedangkan H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara literasi media terhadap fenomena *clickbait*.

7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa persen pengaruh variabel X (literasi media) terhadap variabel Y (fenomena umpan klik (*clickbait*)), pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 8 Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.403 ^a	.163	.147	4.812
a. Predictors: (Constant), Literasi Media (X)				
b. Dependent Variable: Fenomena <i>Clickbait</i> (Y)				

Pada tabel di atas, menjelaskan bahwa besarnya nilai Determinasi (R) yaitu : 0,403 yang menyatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), sebesar 40,3% dan sisanya 59,7% dipengaruhi oleh faktor lain seperti faktor teknologi, pengetahuan, minat baca dan sebagainya yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

Hasil uji parsial pada tabel 4.5, menunjukkan bahwa nilai signifikan dari regresi adalah $0,002 < 0,050$ yang menyatakan bahwa H_1 diterima dengan pernyataan yaitu terdapatnya pengaruh antara variabel X (literasi media) terhadap variabel Y (fenomena umpan klik (*clickbait*)). Hal ini sejalan dengan pendapat Sulthan bahwa hadirnya literasi media saat ini dapat memberikan dampak positif bagi siapa saja, agar nantinya mereka dapat berpikir kritis dan peka dalam mengamati fenomena yang terjadi dalam pemberitaan media saat ini.⁷² Kemudian hasil uji korelasi pada tabel 4.6, didapatkan bahwa nilai *pearson correlation*

⁷² Sulthan and Istiyanto, "Model Literasi Media Sosial Bagi Mahasiswa."

sebesar 0,403 dan dapat disimpulkan bahwa variabel X mempengaruhi variabel Y, yang artinya pengaruh variabel X (literasi media) dan variabel Y (umpan klik) tergolong kategori sedang. Dalam hal ini, uji korelasi digunakan untuk melihat apakah terdapat keeratan dalam hubungan antara 2 variabel atau lebih.

Hasil uji hipotesis pada tabel 4.7, dapat diketahui bahwa hasil untuk nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $10,488 > 4,02$, maka dapat disimpulkan H_1 diterima sedangkan H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara literasi media terhadap fenomena *clickbait*. Hal ini sesuai dengan pendapat Nuraini, yang dalam penelitiannya menyatakan, bahwa literasi media mampu mengoperasikan suatu media secara baik, dengan memilih dan menganalisa informasi. Dengan begitu, salah satu cara agar khalayak cerdas dalam menyikapi berbagai fenomena media sosial, adalah dengan menghindari dan mengabaikan informasi yang tidak jelas. Sehingga, perlu dilakukan untuk menyaring segala informasi yang masuk, yaitu dengan mendalami kembali informasi yang diperoleh, hingga menjadi informasi yang bermutu.⁷³

Terakhir, pada tabel 4.8 hasil uji determinasi menjelaskan bahwa besarnya nilai Determinasi (R) yaitu : 0,403 yang menyatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), sebesar 40,3% dan sisanya 59,7% dipengaruhi oleh faktor lain seperti faktor teknologi, pengetahuan, minat baca dan sebagainya yang tidak diteliti di dalam penelitian ini. Hal ini sesuai dengan salah satu penelitian yang dikemukakan oleh Kenny Adam G. bahwa faktor minat baca mahasiswa mampu mempengaruhi *clickbait*. Dalam penelitiannya menyebutkan

⁷³ Quote Nuraini C, "Literasi Media di Kalangan Mahasiswa di Kota Bogor", *Jurnal ADHUM*, Vol. 7, No.1 (2017) : 7-8.

bahwa, mereka tidak hanya membaca judul atau persepsi saja, melainkan membaca seluruh pesan atau berita yang menurut mereka penting. Jika berita atau informasi yang diterima mengandung *clickbait* lalu tidak sesuai dengan yang disampaikan, maka mereka akan mengabaikan dan mengkritisi informasi tersebut, dengan cara mencari dan memperkuat informasi melalui media atau berita lainnya yang menurut mereka relevan.⁷⁴



⁷⁴ KA, "PENGARUH PENGGUNAAN CLICKBAIT HEADLINE BERITA TERHADAP PERSEPSI PEMBACA (Studi Deskriptif Kuantitatif Pengaruh Penggunaan.)"

BAB V

PENUTUP

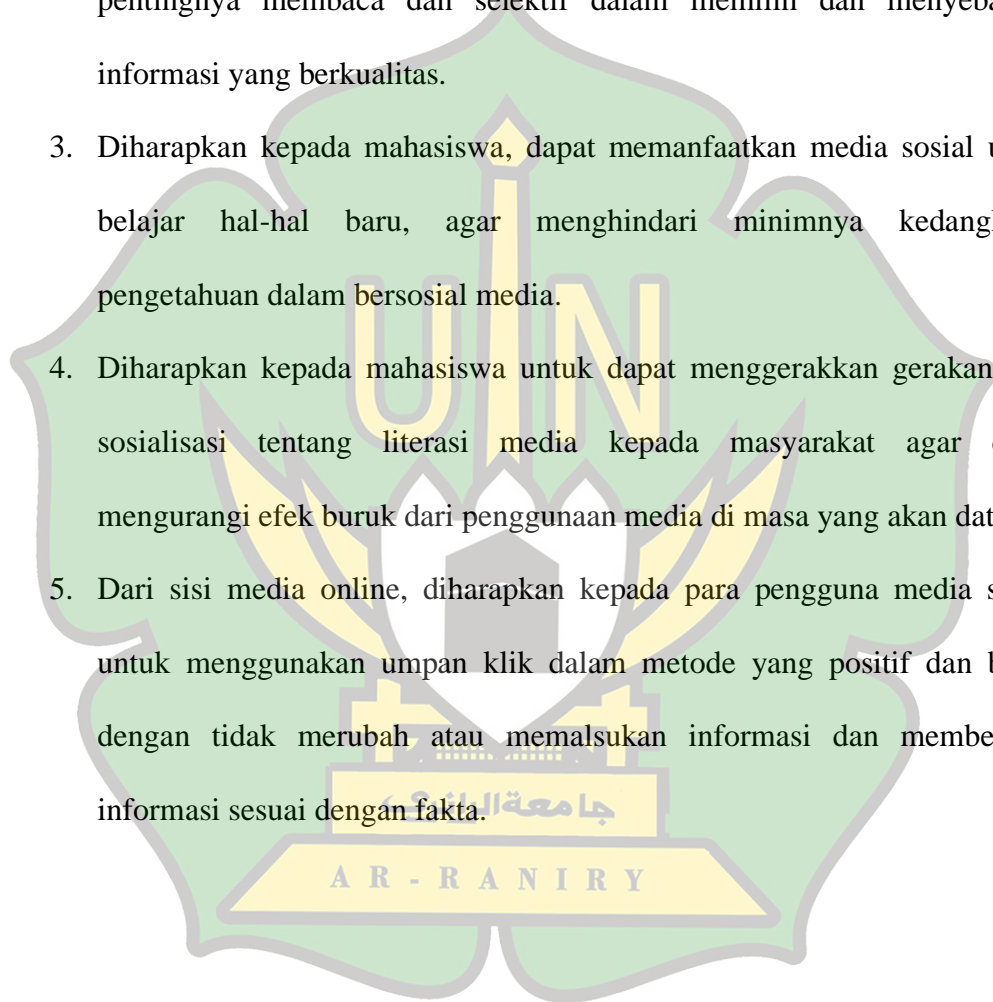
A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan, dapat disimpulkan, bahwa adanya pengaruh literasi media terhadap fenomena umpan klik (*clickbait*) pada Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji hipotesis, yang diketahui bahwa hasil untuk nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $10,488 > 4,02$, dapat disimpulkan H_1 diterima sedangkan H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara literasi media terhadap fenomena umpan klik. Hasil analisis korelasi *product moment* mendapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,403 yang terletak antara 0,40 – 0,599, yang berarti literasi media memiliki pengaruh dalam kategori sedang dengan fenomena umpan klik. Kemudian nilai koefisien determinasi pada kolom *R Square* menyatakan bahwa pengaruh variabel X (literasi media) terhadap variabel Y (fenomena umpan klik), sebesar 40,3%, dan sisanya 59,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

B. Saran

Bedarsarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang di paparkan di atas, dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada mahasiswa untuk meningkatkan kapasitas literasi media, agar dapat menghadapi berbagai macam isu dan fenomena yang ada di media sosial saat ini.
2. Diharapkan kepada mahasiswa untuk dapat menumbuhkan kesadaran pentingnya membaca dan selektif dalam memilih dan menyebarkan informasi yang berkualitas.
3. Diharapkan kepada mahasiswa, dapat memanfaatkan media sosial untuk belajar hal-hal baru, agar menghindari minimnya kedangkalan pengetahuan dalam bersosial media.
4. Diharapkan kepada mahasiswa untuk dapat menggerakkan gerakan atau sosialisasi tentang literasi media kepada masyarakat agar dapat mengurangi efek buruk dari penggunaan media di masa yang akan datang.
5. Dari sisi media online, diharapkan kepada para pengguna media sosial untuk menggunakan umpan klik dalam metode yang positif dan bijak, dengan tidak merubah atau memalsukan informasi dan memberikan informasi sesuai dengan fakta.



DAFTAR PUSTAKA

- A. Muri Yusuf. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana.
- Adiarsi, Gracia Rachmi, Yolanda Stellarosa, and Martha Warta Silaban. "Literasi Media Internet Di Kalangan Mahasiswa." *Humaniora* 6, no. 4 (2015): 470.
- Adila, Isma, Wayan Weda, and Dian Tamitiadini. "Pengembangan Model Literasi Dan Informasi Berbasis Pancasila Dalam Menangkal Hoaks." *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 18, no. 1 (2019): 101–111.
- Ainiyah, Nur. "Membangun Penguatan Budaya Literasi Media Dan Informasi Dalam Dunia Pendidikan." *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia* 2, no. 1 (2017): 65–77.
- Arikunto Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto Suharsimi. 2013. *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Azwar. 2000. *Reliabilitas dan Validitas*, Yogyakarta: Pustaka Belajar Offset.
- Beleslin, Iva, and Biljana Ratković Njegovan. "Clickbait Titles: Risky Formula for Attracting Readers and Advertisers." *XVII International Scientific Conference on Industrial Systems* 17 (2017): 364–369.
- Bungin Burhan. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya*, Jakarta: Kencana.
- Competence, Individual. "Jurnal ADHUM Vol. VII No. 1, Januari 2017 1" VII, no. 1 (2017): 1–9.
- Djollong Andi Fitriani, "Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif", *Jurnal ITIQRA*, Vol. 2, No. 1, (2014): 94-95.
- Fahmi, Muhammad Nurul. "Endorse Dan Paid Promote Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam." *An-Nawa : Jurnal Studi Islam* 1, no. 1 (2019): 1–27.
- Ganggi, Roro Isyawati Permata. "Materi Pokok Dalam Literasi Media Sosial Sebagai Salah Satu Upaya Mewujudkan Masyarakat Yang Kritis Dalam Bermedia Sosial." *Anuva* 2, no. 4 (2018): 337.
- Hadiyat, Yayat D. "Clickbait on Indonesia Online Media." *Journal Pekommas* 4, no. 1 (2019): 1.

- Harnita, Pratiwi Cristin. "Masihkah Perlu Khalayak Belajar Literasi Media?" *Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial* 6, no. 1 (2017): 117–136. <https://ejournal.uksw.edu/cakrawala/article/view/1291>.
- Hobbs, R. 1996. *Media Literacy, Media Activism. Telemidium, the Journal of Media Literacy*.
- Ihda Latifatus Syarifah, Dkk. "Pentingnya Literasi Digital Di Era Pandemi." *Jurnal Implementasi* 1 (2), no. 2 (2021): 162–168. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/ji/article/view/60>.
- Imron, Imron. "Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang." *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)* 5, no. 1 (2019): 19–28.
- Indrawan, Bisma, and Rina Kaniawati Dewi. "Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017." *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)* 4, no. 1 (2020): 78–87.
- KA, Gunawan. "PENGARUH PENGGUNAAN CLICKBAIT HEADLINE BERITA TERHADAP PERSEPSI PEMBACA (Studi Deskriptif Kuantitatif Pengaruh Penggunaan)" (2018).
- Kaderavek, Joan N, and Elizabeth Sulzby. "Issues in Emergent Literacy for Children with Language Impairments" (1999): 45.
- Kartika, Sinta, Husni Husni, and Saepul Millah. "Pengaruh Kualitas Sarana Dan Prasarana Terhadap Minat Belajar Siswa Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam." *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam* 7, no. 1 (2019): 113.
- Kertanegara, M Rizky. *Penggunaan Clickbait Headline Pada Situs Berita. Jurnal Komunikasi*. Vol. 11, 2018.
- Komunikasi, Magister Ilmu, Program Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah, and Sumatera Utara. "Literasi Media Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Di Kota Medan" (2018): 1–5.
- M. Pabundu Tika. 2016. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Malik, Abdul. "Jurnalisme Kuning, 'Lampu Kuning' Etika Komunikasi Massa." *Ajudikasi : Jurnal Ilmu Hukum* 1, no. 2 (2018): 1–14.
- Mardiyah, Asih Andriyati. "Budaya Literasi Sebagai Upaya Peningkatan Keterampilan Berpikir Kritis Di Era Industri Revolusi 4.0." *Prosiding SNP2M (Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) UNIM* 0, no. 1 (2019): 171–176.
- Mujiyanto, Haryadi, and Zikri Fachrul Nurhadi. "Dampak Literasi Media Berbasis Digital Terhadap Perilaku Anti Penyebaran Hoaks" 21, no. 1 (2022): 31–47.

- Mukhid Abd. 2021. *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Mutharoh, Nurul Chakimah. “Perspektif Mahasiswa S-1 Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Dalam Menanggapi Judul Clickbait Pada Portal Berita Online Di Indonesia” 6, no. 4 (2022): 455–464.
- Pada, Survei, Mahasiswa Prodi, Ilmu Komunikasi, and U M J Angkatan. “PENGARUH CLICKBAIT PODCAST DEDDY CORBUZIER” 1, no. 1 (2023): 15–20.
- Putra, Gede Lingga Ananta Kusuma. “Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube.” *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA)* 2 (2019): 259–265. <https://cashbac.com>.
- Quote Nuraini C, “Literasi Media di Kalangan Mahasiswa di Kota Bogor”, *Jurnal ADHUM*, Vol. 7, No.1 (2017).
- Rahmawati, Ita, and Rissalatul Illiyin. “Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hp Oppo.” *Jurnal Ilmiah Hospitality* 10, no. 1 (2021): 103–112. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIH/article/view/728>.
- Raudhatul Jannah. 2022. Pengukuran Literasi Digital Mahasiswa Angkatan 2017 Prodi Arsitektur Fakultas Sains dan Teknologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh dalam Pembelajaran Daring, (Skripsi) Fakultas Adab dan Humaniora Program Studi Ilmu Perpustakaan, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh.
- Rauf, Budi Wijaya, Suwanto Raharjo, and Heri Sismoro. “Deteksi Clickbait Dengan Sentence Scoring Based On Frequency Di Detik.Com.” *Jurnal Teknologi Informasi* 4, no. 2 (2020): 247–252.
- Restendy, Mochammad Sinung, and Fahri Hilmi. “Social Media Influencer: Clickbait Dalam Pusaran Etika Jurnalistik.” *Jurnal Komunika Islamika : Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam* 7, no. 2 (2021): 270.
- Sandi, and Risa Dwi Ayuni. “Tren Umpan Klik Di Media Daring : Keselarasan Antara.” *Jurnal Mutakallimin* 1, no. 2 (2018): 1–7. <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/mutakallimin/article/view/3409/2287>.
- Saputro, Godham Eko, and Toto Eko Haryadi. “Komik Strip Dan Fenomena Clickbait.” *Titik Imaji* 2, no. 1 (2019): 63–70.
- Setyaningsih, Rila. “Literasi Media Mahasiswa Guru Pondok Modern Darussalam Gontor.” *ETTISAL Journal of Communication* 2, no. 2 (2017): 1.
- Siregar Syofian. 2017. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Jakarta: Bumi Aksara.

- Sugiyono. 2010. *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sukmono, Nur Dwi. “Dalam Pemberitaan Covid-19 Clickbait Judul Berita Online” 5, no. 1 (2021): 1–13.
- Sulthan, Muhammad, and S Bekti Istiyanto. “Model Literasi Media Sosial Bagi Mahasiswa.” *Jurnal ASPIKOM* 3, no. 6 (2019): 1076.
- Suryabrata, Sumadi. 2014. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pres.
- Syafieq, A. “Penggunaan Umpan Klik Pada Judul Berita Untuk Menarik Minat Pembaca.” *Uniska* (2018). <http://repository.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/352>.
- Umar Husein. 2002. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Utama, Andika Cahya Cita, and Irwansyah Irwansyah. “Indonesia Dan Dunia: Komparasi Pendidikan Literasi Media Untuk Masyarakat Yang Beragam.” *Media Komunikasi FPIPS* 20, no. 2 (2021): 93.
- W. James Potter. 2008. “Media Literacy 4th Edition”, (University California, Santa Barbara. Los Angeles: Sage Publications.
- Website Prodi Ilmu Perpustakaan : Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh., <http://ilpus.uin.ar-raniry.ac.id/index.php/id/pages/sejarah>, diakses pada 21 Desember 2022.

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keputusan Pembimbing Skripsi dari Dekan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh



SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
NOMOR: 745/Un.08/FAH/KP.004/05/2022

TENTANG

PENGANGKATAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

DEKAN FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran ujian skripsi mahasiswa pada Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh di pandang perlu menunjuk pembimbing skripsi tersebut;
b. bahwa saudara yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai pembimbing skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 74 Tahun 2012 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
5. Peraturan Presiden RI No. 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
6. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Ar-Raniry Banda Aceh ;
7. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 293/KMK.05/2011 tentang Penetapan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh pada Kementerian Agama sebagai Instansi Pemerintah yang Menerapkan Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum;

MEMUTUSKAN

Menetapkan : SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
TENTANG PENGANGKATAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH.

Kesatu : Menunjuk saudara :
1). Nazaruddin, M.LIS., Ph.D. (Pembimbing Pertama)
2). Umar Bin Abd. Aziz, S.Ag., S.S., M.A. (Pembimbing kedua)
Untuk membimbing Skripsi mahasiswa

Nama : ARMAYA
Nim : 180503063
Prodi : Ilmu Perpustakaan (IP)
Judul : Pengaruh Literasi Media terhadap Fenomena Umpan Klik (*Clickbait*) pada Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh Angkatan 2018

Kedua : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila terdapat kekeliruan dalam Surat Keputusan ini.

Ditetapkan di Banda Aceh
Pada Tanggal 18 Mei 2022

Tembusan:

1. Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
2. Dekan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
3. Ketua Prodi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry;
4. Yang bersangkutan untuk dimaklumi dan dilaksanakan;
5. Arsip



Lampiran 2 Surat Izin Penelitian di Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry
Banda Aceh



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : 2630/Un.08/FAH.I/PP.00.9/12/2022
Lamp : -
Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Assalamu'alaikum Wr.Wb.
Pimpinan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **ARMAYA / 180503063**
Semester/Jurusan : IX / Ilmu Perpustakaan
Alamat sekarang : Gampong Lampoh Daya

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Adab dan Humaniora bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **Pengaruh Literasi Media terhadap Fenomena Umpan Klik (Clickbait) pada Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh angkatan 2018**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 19 Desember 2022
an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan,



Berlaku sampai : 19 Maret
2023

Nazaruddin, S.Ag, S.S, M.L.I.S.

AR - RANIRY

Lampiran 3 Surat Telah Melakukan Penelitian dari Fakultas Adab dan Humaniora
UIN Ar-Raniry Banda Aceh



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA
Jalan. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh Telp 0651-7552922
Situs: www.fah.uin.ar-raniry.ac.id | Email: fah.uin@ar-raniry.ac.id

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN
Nomor : B- 411/Un.08/FAH.1/PP.00.9/02/2023

Dekan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh dengan ini menerangkan
bahwa:


Nama : Armaya
NIM : 180503063
Jurusan : Ilmu Perpustakaan
Semester : IX (Sembilan)
Alamat : Gampong Lampoh Daya

Benar yang namanya tersebut di atas telah selesai melakukan penelitian Ilmiah dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **“Pengaruh Literasi Media Terhadap Fenomena Umpan Klik (Clikbait) pada Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh Angkatan 2018”**.

Demikianlah surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Banda Aceh, 22 Februari 2023

An. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan,


Nazaruddin



Lampiran 4 Angket Penelitian

ANGKET PENELITIAN

Assalamu'alaikum teman-teman.

Saya Armaya, mengharapkan kesediaan teman-teman untuk berpartisipasi dalam mengisi angket ini, dalam rangka menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Literasi Media terhadap Fenomena Umpan Klik (*Clickbait*) pada Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh Angkatan 2018”**. Saya berharap kalian semua dapat menjawab dengan jujur dan sesuai dengan pendapat kalian sendiri, dan data yang kalian berikan akan digunakan untuk penelitian dan terjamin kerahasiannya. Saya sangat berterimakasih kepada kalian yang telah meluangkan waktu untuk mengisi angket ini.

HP : 08576555645

Email : 180503063@student.ar-raniry.ac.id

A. Petunjuk pengisian:

1. Berilah tanda ceklis (✓) pada kolom yang tersedia.
2. Keterangan:

SS	(Sangat Setuju)	TS	(Tidak Setuju)
S	(Setuju)	STS	(Sangat Tidak Setuju)
KS	(Kurang Setuju)		

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : laki-laki / perempuan R Y

I. Literasi Media: (Variabel X)

No	Indikator	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
			SS	S	KS	TS	STS
1	Menganalisa	Saya selalu mengecek dan menganalisa informasi dari sumbernya.					
2	Evaluasi	Saya mampu menilai informasi apakah informasi tersebut layak untuk dibagikan atau tidak.					
3	Abstrak	Saya mampu menjelaskan secara singkat, padat dan jelas, informasi kepada orang lain.					
4	Berpikir Kritis	Saya mampu menemukan solusi dengan berpikir secara kritis saat menyelesaikan suatu permasalahan dengan					

		menarik kesimpulan.					
5	Penelusuran Informasi	Saya mampu mengakses dan mendapatkan informasi secara cepat dan tepat dengan adanya literasi media.					

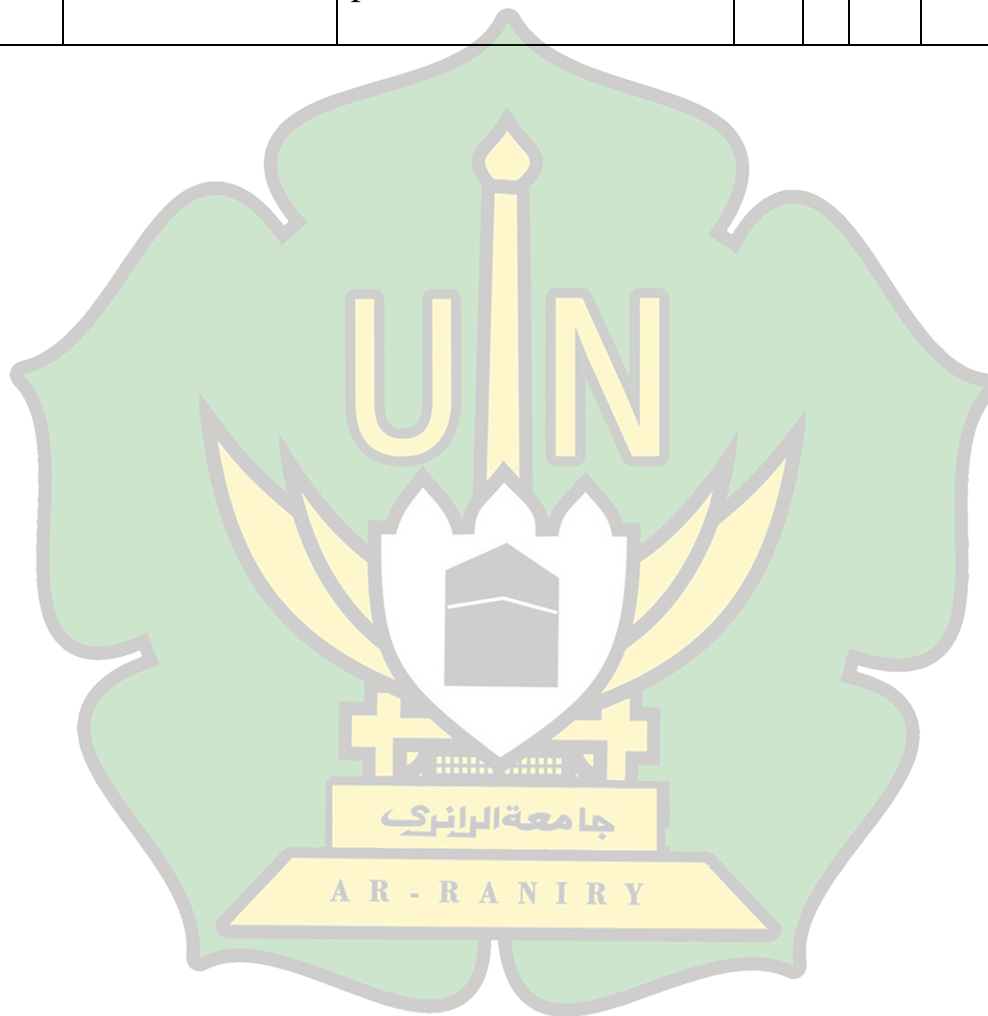
II. Fenomena Umpan Klik: (Variabel Y)

No.	Indikator	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
			SS	S	KS	TS	STS
1	Ketidaksesuaian Judul dan Isinya	Saya pernah menemukan informasi dan berita yang tidak sesuai antara judul dan isinya pada media Instagram.					
		Saya pernah menemukan informasi dan berita yang tidak sesuai antara judul dan					

		isinya pada media Youtube.				
2	Sumber tidak Jelas	Saya sering menemukan informasi ataupun berita yang tidak utuh dan tidak jelas pada media Instagram.				
		Saya sering menemukan informasi ataupun berita yang tidak utuh dan tidak jelas pada media Youtube.				
3	Terkesan Heboh	Saya terkadang menemukan judul atau informasi <i>clickbait</i> yang terkesan heboh, pada media Instagram.				
		Saya terkadang menemukan judul atau				

		informasi <i>clickbait</i> yang terkesan heboh, pada media Youtube.				
4	Dibuat Menarik dan Penasaran	Saya terkadang tertipu dengan judul <i>clickbait</i> di media Instagram karena rasa ingin tahu dan penasaran.				
		Saya terkadang tertipu dengan judul <i>clickbait</i> di media Youtube karena rasa ingin tahu dan penasaran.				
5	Mengganggu dan Membuang Waktu	Informasi <i>clickbait</i> di media Instagram membuat waktu saya terbuang secara percuma.				
		Informasi <i>clickbait</i> di				

		media Youtube					
		membuat waktu saya					
		terbuang secara					
		percuma.					



Lampiran 5 Lampiran Data Mentah Uji Validitas

Data Mentah Variabel X**Correlations**

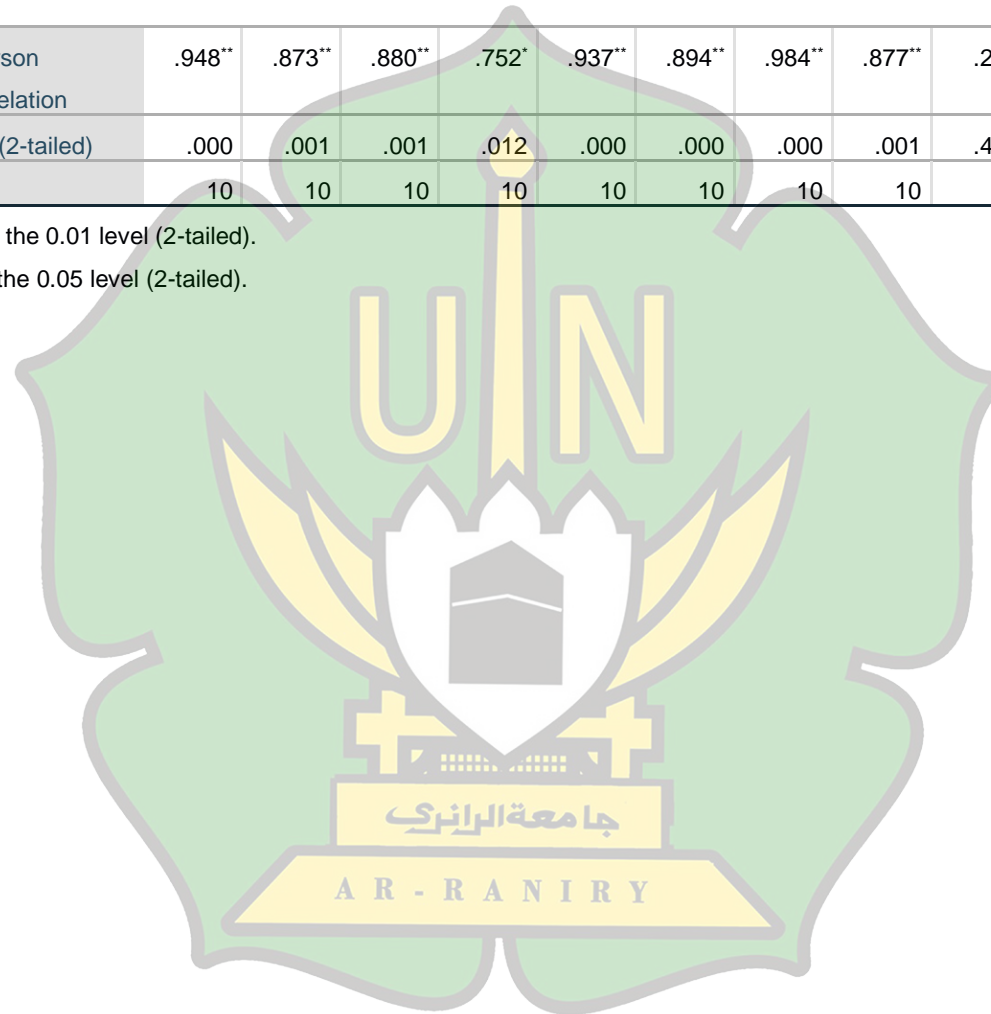
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	Pengaruh_Literasi_X
X.1	Pearson Correlation	1	.408	.408	.167	.612	.704*
	Sig. (2-tailed)		.242	.242	.645	.060	.023
	N	10	10	10	10	10	10
X.2	Pearson Correlation	.408	1	.333	.408	.667*	.698*
	Sig. (2-tailed)	.242		.347	.242	.035	.025
	N	10	10	10	10	10	10
X.3	Pearson Correlation	.408	.333	1	.408	.500	.739*
	Sig. (2-tailed)	.242	.347		.242	.141	.015
	N	10	10	10	10	10	10
X.4	Pearson Correlation	.167	.408	.408	1	.612	.704*
	Sig. (2-tailed)	.645	.242	.242		.060	.023
	N	10	10	10	10	10	10
X.5	Pearson Correlation	.612	.667*	.500	.612	1	.892**
	Sig. (2-tailed)	.060	.035	.141	.060		.001
	N	10	10	10	10	10	10
Pengaruh_Literasi_X	Pearson Correlation	.704*	.698*	.739*	.704*	.892**	1
	Sig. (2-tailed)	.023	.025	.015	.023	.001	
	N	10	10	10	10	10	10

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Fenomena_Clickbait_Y	Pearson	.948**	.873**	.880**	.752*	.937**	.894**	.984**	.877**	.252	.252	1
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.012	.000	.000	.000	.001	.482	.482	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Lampiran 6 Lampiran Data Mentah Uji Reliabilitas

Data Mentah Variabel X**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	10	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	10	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.610	5

Data Mentah Variabel Y**Case Processing Summary**

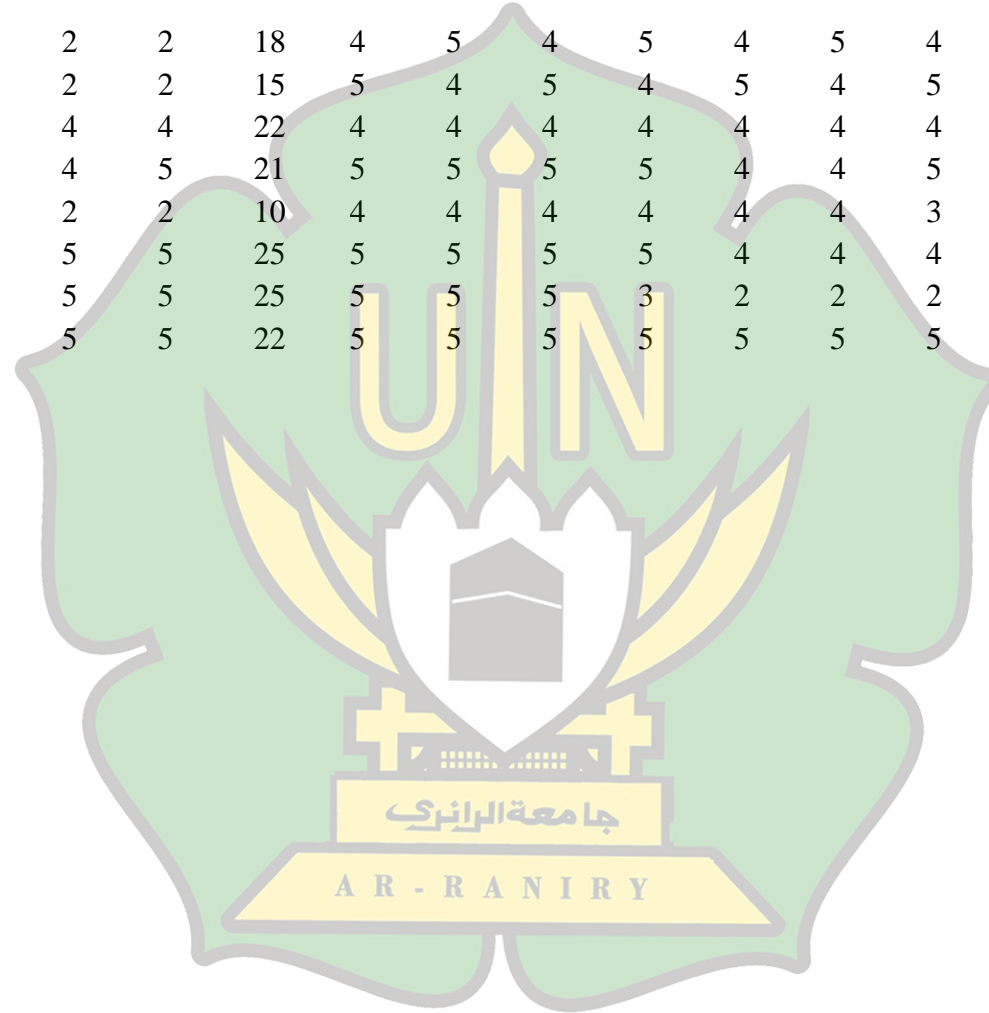
		N	%
Cases	Valid	10	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	10	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

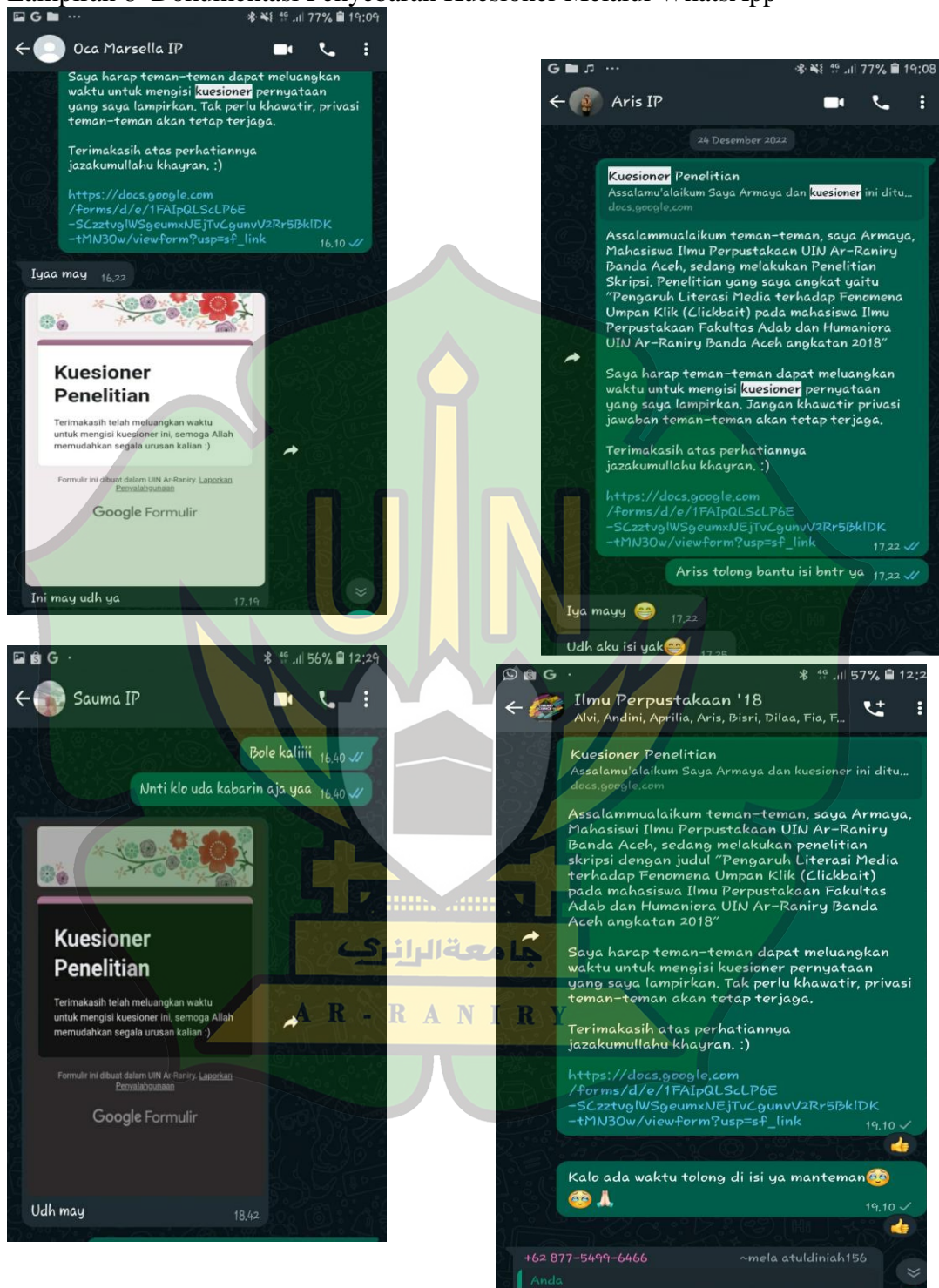
Reliability Statistics

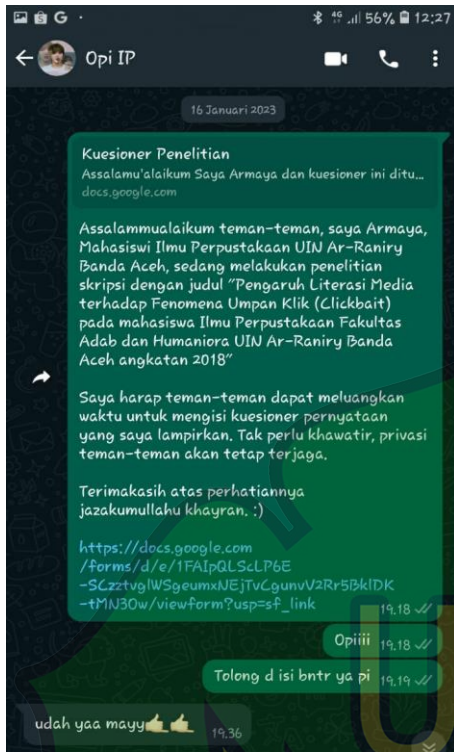
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.927	10

49	5	5	4	2	2	18	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
50	5	4	2	2	2	15	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
51	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	4	4	5	5	2	2	42
53	2	2	2	2	2	10	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	40
54	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
55	5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	2	2	2	2	2	2	30
56	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50



Lampiran 8 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner Melalui WhatsApp





Lampiran 9 Biodata Penulis

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama Lengkap : Armaya
- Tempat/Tanggal Lahir : Banda Aceh/4 November 2000
- Agama : Islam
- Kebangsaan : Indonesia
- Status : Belum Kawin
- Alamat : Jl. Tgk Abd Rahman MNS Meucap,
Gampong Lampoh Daya
- Pekerjaan : Mahasiswa
2. Riwayat Pendidikan
 - SD/MIN : SD 2 Peukan Bada Aceh Besar
 - SMP/MTSN : MTSN 3 Banda Aceh
 - SMA/MAN : MAN 2 Banda Aceh
 - Perguruan Tinggi : UIN Ar-Raniry Banda Aceh 2023
3. Nama Orang Tua
 - a. Ayah : Azwar, A (alm)
 - b. Ibu : Rusni (alm)
 Alamat : Jl. Tgk Abd Rahman MNS Meucap,
Gampong Lampoh Daya

Banda Aceh, 4 Juli 2023

Penulis,

Armaya

NIM: 180503063