

## PEMANFAATAN KOSAKATA VIRAL SEBAGAI STRATEGI PENULISAN JEBAKAN KLIK DALAM SINIAR

Unggul Putro Sambodo<sup>1</sup>, Sailal Arimi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Gadjah Mada

sunggulputrosambodo@mail.ugm.ac.id

sailal\_arimi@ugm.ac.id

### Abstract

This study aims to explain the use of viral vocabulary as a keyword in a strategy of creating clickbait in a podcast video. This research will also examine the correlation between the use of viral keywords in clickbaits on podcast video with the number of views it gets. This study employed a descriptive qualitative methodology. The study's data are the linguistic features in the title and thumbnail of the podcast videos as well as the number of views it gets. The data were obtained from the podcast videos on the Deddy Corbuzier and CURHAT BANG Denny Sumargo YouTube channels that was taken from July to December 2022 using reading and note-taking techniques. The process of data analysis consisted of selecting the vocabulary associated with a viral issue as a clickbait keyword. Then, the data will be compared with the 2022 search trend results that have been collected via Google Trends. The study's findings indicate a connection between the use of viral keywords in clickbait and the amount of views a podcast video receives. The choice of keywords and when to utilize them are crucial factors in getting viewers to click through and watch the podcast content.

**Keywords:** clickbait, podcast, viral vocabulary, YouTube

### PENDAHULUAN

Kehadiran internet telah membawa kemudahan atas akses persebaran dan pemerolehan informasi. Berbeda dengan era media lama, informasi saat ini tidak lagi dimonopoli oleh kelompok media massa maupun kelompok yang memiliki relasi dengan media massa. Hadirnya fenomena media baru yang didorong oleh munculnya berbagai media sosial berbasis konten buatan pengguna (*user generated content*) telah membawa pergeseran peran masyarakat yang semula terbatas sebagai audiens, kini juga dapat menjadi produsen atas informasi yang disebarkan (Lister dkk., 2009). Istilah "Pasar Informasi" yang dilabelkan pada internet (Munger, 2020) menjadi sebuah kewajaran mengingat informasi telah menjadi sebuah komoditas yang dapat disediakan oleh setiap

individu maupun kelompok hampir secara bebas.

Perkembangan internet dan media sosial telah membawa perubahan dalam fungsi maupun peranan media sosial. Dikutip dari Tempo (Rosana, 2022)<sup>1</sup>, hasil survei Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kominfo) pada tahun 2022 menunjukkan bahwa 73% masyarakat lebih memilih media sosial sebagai sumber informasi utama mereka. Angka ini lebih tinggi dari jumlah yang diperoleh televisi (59,7%) dan portal berita daring (26,7%). Hasil survei ini menunjukkan adanya penambahan fungsi media sosial yang tidak lagi terbatas pada sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga menjadi salah satu sumber informasi yang dituju masyarakat. Kecenderungan media sosial sebagai sumber informasi tentu beralasan. Sebuah hasil penelitian terhadap

---

<sup>1</sup> Diakses dari <https://en.tempo.co/read/1558249/most-people-see-social-media-as-main-information-sources-survei> pada 17 Juni 2023 pukul 13.47 WIB.

mahasiswa menunjukkan bahwa media sosial lebih dipilih sebagai sumber informasi (daripada media lain) karena para mahasiswa yang lebih suka memperoleh informasi dari manusia dan alat elektronik yang lebih mudah serta nyaman diakses (Kim dkk., 2014).

Hadirnya internet dan fenomena media baru menjadikan persaingan informasi menjadi semakin ketat. Informasi telah sejak lama menjadi komoditas yang diperjual-belikan. Namun, pada era media baru ini, nilai dari informasi dihargai berdasarkan banyaknya klik dan penayangan yang diperoleh suatu konten. Oleh karena itu, upaya memperoleh jumlah klik sebanyak mungkin telah menjadi sebuah prioritas dalam mendapatkan penghasilan (uang) sebanyak mungkin (Mormol, 2019).

*Clickbait* atau jebakan klik menjadi salah satu strategi yang umum digunakan dalam ketatnya persaingan pemerolehan klik dan penayangan. Jebakan klik bukanlah suatu hal baru. Bahkan, temuan mengenai penggunaan jebakan klik dapat ditemukan sejak akhir abad ke-20 pada penelitian Friedrich (1959). Penggunaan jebakan klik yang semula dianggap buruk pun saat ini telah diterima menjadi praktik yang umum dilakukan oleh berbagai media maupun pembuat konten. Jebakan klik telah dianggap identik dengan viralitas (Mukherjee dkk., 2022). Viral merujuk pada konten-konten yang dibagikan atau disebarluaskan secara cepat di masyarakat (Dianthe & Permadi Iskandar, t.t., hlm. 289). Pesatnya perkembangan jebakan klik yang telah menjadi suatu fenomena global (Buriakovskaia & Dmitrieva, 2020) yang menarik perhatian para akademisi (Lun, 2021) dari berbagai bidang, termasuk linguistik.

Belum ada kesepakatan yang pasti mengenai definisi jebakan klik (Kuiken dkk., 2017). Dalam beberapa penelitian, jebakan klik diartikan sebagai judul yang secara sengaja dibuat untuk memancing rasa penasaran pembaca dengan cara menahan informasi yang ada sehingga pembaca mengklik judul tersebut (Hadiyat, 2019; Mukherjee dkk., 2022; Rahmatika & Prisanto, 2022). Pendefinisian ini didasari oleh dua

karakteristik khas jebakan klik, yaitu bersifat menipu dan memanfaatkan rasa penasaran pembaca untuk menghasilkan klik (Kemmm, 2022). Walaupun demikian, jebakan klik tidak dapat disamakan dengan berita palsu atau kebohongan (Biyani dkk., 2016). Penipuan yang dihasilkan oleh jebakan klik merupakan hasil dari menahan informasi untuk menciptakan suatu kesenjangan informasi atau kesenjangan keingintahuan (Chakraborty dkk., 2016; Mukherjee dkk., 2022), sebuah konsep yang meyakini bahwa rasa ingin tahu yang muncul akibat ketiadaan informasi yang utuh akan memotivasi seseorang untuk mencari tahu informasi yang hilang.

Jebakan klik tidak dapat dilepaskan dari pemanfaatan bahasa. Apabila ditinjau dari penggunaan bahasa, proses menahan informasi dalam jebakan klik dilakukan melalui pemanfaatan tanda baca dan kosakata dalam ragam bahasa tulis untuk menciptakan informasi yang tidak utuh untuk menyembunyikan sesuatu. Adanya keterlibatan bahasa memungkinkan adanya ciri-ciri jebakan klik secara bahasa. Berdasarkan kosakata yang digunakan, jebakan klik banyak memanfaatkan penggunaan nama-nama selebriti atau tokoh dan kosakata menegangkan, hiperbola, kasar, negasi, slang internet, berkaitan dengan seksualitas, dan diksi yang provokatif serta sensasional atau bombastis, kutipan, isyarat, numeralia, dan pronomina personal (Chakraborty dkk., 2016; Lee dkk., 2019, hlm. 444; Lun, 2021, hlm. 1979; Rahmatika & Prisanto, 2022; Sukmono, 2021). Adapun, secara kalimat, jebakan klik sering kali menggunakan kalimat utuh dan bahkan mengandung anak kalimat dengan pola kalimat seru, tanya dan tanya retoris, hingga kalimat tidak tuntas yang masing-masing ditandai dengan tanda seru, tanya, maupun elipsis secara berlebihan (Chakraborty dkk., 2016; Lun, 2021; Sukmono, 2021). Berbeda dengan media massa, media sosial juga memiliki salah satu keunikan dalam penulisan jebakan klik, yaitu penggunaan tanda baca dan angka sebagai bentuk sensor, seperti penulisan kata “bacok” menjadi “b4c\*k”. Praktik semacam ini

termasuk sebagai bentuk penyimpangan bahasa yang dibuat secara sengaja dan banyak ditemukan di media sosial (Satiti & Hendrokumoro, 2022) dengan tujuan menghindari pelanggaran aturan dari media sosial yang melarang penggunaan kosakata tertentu.

Anggapan identik dengan viralitas tidak dapat menjamin bahwa penggunaan jebakan klik dapat memperoleh banyak klik. Hal ini dapat dilihat dari beberapa penelitian terdahulu mengenai jebakan klik yang telah dilakukan. Penelitian Mukherjee dkk. (2022) menunjukkan bahwa penggunaan jebakan klik tidak lagi efektif dan membawa dampak buruk bagi penyedia konten, termasuk dianggap tidak kompeten, tidak dapat dipercaya (Mukherjee dkk., 2022; Shang dkk., 2019), bahkan dianggap sebagai suatu polusi dan sampah yang mengganggu di internet (Pangerapan dkk., 2020; Potthast dkk., 2016). Hasil negatif penggunaan jebakan klik bagi kredibilitas media juga terlihat pada penelitian yang dilakukan oleh Lun (2021). Penelitian tersebut berupaya menganalisis fitur-fitur linguistik dalam jebakan klik, khususnya dalam laman media China. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur linguistik dalam jebakan klik dapat dikategorikan berdasarkan pemilihan kata, pola kalimat, dan penggunaan prinsip kerja sama.

Walaupun begitu, bukan berarti viralitas dan jebakan klik tidak memiliki keterkaitan sama sekali. Dalam praktiknya, berbagai muatan viral sering kali digunakan dalam membentuk jebakan klik. Penggunaan muatan viral dalam jebakan klik pun ditandai dengan penggunaan kosakata yang khas dengan muatan viral tersebut. Hal ini dapat dilihat pada konten video *podcast* (siniar) yang ditayangkan di laman YouTube. Siniar tergolong sebagai salah satu jenis media baru yang tengah populer di Indonesia (Utami dkk., 2022). Siniar merujuk pada konten audio episodik yang dapat yang dapat diunduh maupun diputar secara *streaming* tanpa batasan tempat maupun waktu (Rime dkk., 2022). *Close the Door* dalam kanal YouTube Deddy Corbuzier dan CURHAT BANG

Denny Sumargo merupakan contoh-contoh kanal YouTube penyedia siniar yang populer di Indonesia.

Pemanfaatan media sosial YouTube dalam penelitian bahasa juga bukan merupakan hal baru dan telah dilakukan dalam berbagai penelitian terdahulu. Penelitian dari Fitri, dkk. (2021) yang berupaya menganalisis mengenai transitivitas dalam teks peradilan dan Makodamayanti & Subiyanto (2021) yang berupaya menganalisis proses morfofonemik verba bahasa Turki dengan pendekatan *Word and Paradigm* merupakan beberapa penelitian yang memanfaatkan media sosial YouTube sebagai sumber data. Secara lebih spesifik, beberapa penelitian terkait siniar di YouTube yang relevan dapat dilihat pada penelitian Melinda dkk. (2021) yang berupaya melakukan analisis wacana kritis pada siniar berjudul “Kita yang Bodoh atau Sekolah yang Bodoh?!” yang ditayangkan pada kanal YouTube Deddy Corbuzier. Penelitian dari Putri & Ermanto (2022) yang berupaya menjelaskan mengenai jenis tindak tutur dan kesantunan berbahasa warganet dalam siniar *Close the Door* juga menggunakan data dari kanal YouTube Deddy Corbuzier. Penelitian pada siniar juga pernah dilakukan oleh Sary dkk. (2021) pada siniar *Jeda Tulis* yang dibawakan oleh Habib Husein Ja'far. Pada penelitian tersebut, Sary dkk. berupaya meneliti penggunaan siniar sebagai suatu media dakwah.

Berdasarkan hasil temuan data pada siniar *Close the Door* dan CURHAT BANG Denny Sumargo, video-video yang memperoleh jumlah penayangan terbanyak adalah video-video yang menggunakan berbagai kosakata yang berkaitan dengan muatan viral, baik sebagai topik siniar utama maupun hanya dicantumkan untuk memperoleh penayangan. Salah satu penggunaan muatan viral yang menghasilkan banyak penayangan dalam kedua kanal video tersebut adalah isu tentang konflik antara Pesulap Merah dan Gus Samsudin yang sama-sama mencapai lebih dari 10 juta penayangan. Berbagai video siniar ini pun dikemas menggunakan beberapa kata kunci yang khas

dalam jebakan klik, baik dalam judul dan *thumbnail* (keluku) video. Dalam isu konflik antara Pesulap Merah dan Gus Samsudin, kedua nama tersebut dijadikan kata kunci yang banyak dicantumkan dalam berbagai judul video sehingga menjadi fokus utama dalam upaya menarik minat penonton. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas penggunaan kata kunci yang berhubungan dengan muatan viral sebagai jebakan klik menunjukkan hasil yang lebih baik daripada jebakan klik yang lain dalam menarik minat penonton video.

Penggunaan kata kunci yang berkaitan dengan isu-isu viral dalam jebakan klik pun dimanfaatkan dengan maksimal oleh para pembuat konten. Hal ini terlihat dari penggunaan berbagai kata kunci viral lain dalam berbagai jebakan klik video siniar. Oleh karena itu, penggunaan kosakata viral sebagai kata kunci dalam jebakan klik sebagai salah satu strategi untuk memperoleh penayangan dalam laman video YouTube, terutama pada konten-konten siniar, menarik untuk diteliti.

## **METODE**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data dalam penelitian ini adalah satuan kebahasaan dalam judul dan keluku video siniar serta jumlah penayangan yang telah diperoleh oleh video. Video yang dijadikan data merupakan video-video siniar yang mengandung jebakan klik dalam judul dan kelukunya. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik simak-catat terhadap penggunaan bahasa dalam judul dan keluku video yang mengandung jebakan klik. Berdasarkan hasil pengumpulan data, ditemukan setidaknya 131 video yang mengandung jebakan klik pada judul maupun keluku video. Secara lebih rinci, sebanyak 86 video diperoleh dari kanal YouTube Deddy Corbuzier, sedangkan dari kanal YouTube CURHAT BANG Denny Sumargo ditemukan sebanyak 45 video. Data ini kemudian dipilah berdasarkan temuan kosakata viral sebagai jebakan klik dalam judul dan keluku video sehingga diperoleh 10

data yang akan dijabarkan dalam penelitian ini. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari kanal video YouTube Deddy Corbuzier (siniar *Close the Door*) yang memiliki lebih dari 19,9 juta *subscriber* (pelanggan) dan CURHAT BANG Denny Sumargo yang memiliki lebih dari 4,35 juta pelanggan. Data yang dikumpulkan merupakan video-video siniar yang diunggah sejak bulan Juli hingga Desember 2022.

Tahapan analisis data dilakukan dengan menentukan kosakata yang berkaitan dengan isu viral sebagai kata kunci suatu jebakan klik. Kata kunci akan digunakan untuk melihat korelasi antara pemanfaatan satuan kosakata bahasa terhadap performa pemerolehan jumlah penayangan suatu video. Dalam melihat korelasi antara kata kunci dan performa pemerolehan jumlah penayangan, kata kunci yang telah dipilih akan dimasukkan dalam Google Trend untuk melihat kurva tren yang pernah terjadi sepanjang tahun 2022. Selanjutnya, hasil kurva tren yang telah diperoleh akan dibandingkan dengan jumlah penayangan untuk melihat korelasi antara kata kunci viral dalam jebakan klik dengan jumlah penayangan yang diperoleh oleh suatu video.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Di antara ke-131 video yang telah dikumpulkan sebagai sumber data, penggunaan kosakata viral sebagai salah satu strategi jebakan klik terbukti efektif dalam memperoleh klik dan penayangan. Hal ini terlihat dari video-video yang memperoleh paling banyak penayangan dalam kedua kanal YouTube Deddy Corbuzier dan CURHAT BANG Denny Sumargo. Dalam siniar *Close the Door*, video yang memperoleh jumlah penayangan terbanyak adalah video berjudul “DIA BAWA KERIS PETIR KE PODCAST!!DUKUN PALSU BERKEDOK AGAMA GUE BONGKAR!! - Podcast” yang memperoleh lebih dari 21 juta penayangan. Adapun, pada siniar *CURHAT BANG Denny Sumargo*, video berjudul “SUAMI-KU SELINGKUH DENGAN IBU-KU !? SAMPAI DI GREBEK WARGA !! (NORMA



RISMA) -Curhat Bang” mampu memperoleh jumlah penayangan sebanyak lebih dari 24 juta penayangan. Jumlah ini merupakan angka yang terbilang fantastis mengingat terdapat setidaknya beberapa video yang bahkan tidak mencapai angka 1 juta penayangan. Kedua video tersebut memiliki kesamaan, yaitu sama-sama menggunakan kosakata viral yang khas sebagai kata kunci dalam muatan konten viral yang ditayangkan.



Gambar 1. Tangkapan Layar Video Norma Risma

Video pada Gambar 1 merupakan video yang tayang pada 28 Desember 2022. Dalam video ini, seorang narasumber menceritakan kejadian dan perasaannya atas perselingkuhan yang dilakukan oleh sang ibu dengan suaminya. Video siniar ini pun dilengkapi dengan judul dan keluku yang ditulis menggunakan kata-kata yang heboh dan sarat akan sensasionalisme yang khas dengan jebakan klik.

Hal ini terlihat pada penulisan judul “SUAMI-KU SELINGKUH DENGAN IBU-KU” dan keluku “SUAMI-KU SELINGKUH DI GREBEK BERZINAH DENGAN IBU-KU”. Dalam judul dan keluku tersebut, beberapa kosakata dapat dijadikan sebagai kata kunci dalam pembentukan jebakan klik, seperti “suami selingkuh” dan “selingkuh dengan ibu”. Isu mengenai perselingkuhan merupakan isu yang menarik digunakan sebagai jebakan klik karena mengandung sensasi akibat masalah suatu hubungan. Jebakan klik tersebut juga semakin mampu menarik rasa penasaran pengguna internet karena mengandung pernyataan yang aneh, yaitu perselingkuhan yang dilakukan antara menantu dan ibu

mertua. Ibu sering kali dianggap sebagai sosok sangat sayang terhadap anaknya. Oleh karena itu, pernyataan bahwa seorang ibu selingkuh dengan menantunya merupakan sebuah keanehan yang akan menarik rasa penasaran seseorang karena dianggap aneh dan tidak biasa. Istilah “mertua selingkuh” juga dapat dijadikan alternatif sebagai perbandingan kata kunci.

Selain kedua kata-kata tersebut, nama “Norma Risma” sebagai korban sekaligus penutur isi kejadian juga dapat menjadi kata kunci dalam video siniar. Walaupun isu perselingkuhan merupakan isu yang menarik, tetapi isu ini juga telah banyak digunakan dalam berbagai media. Oleh karena itu, penggunaan nama Norma Risma sebagai korban dicantumkan untuk membedakan kasus perselingkuhan tersebut.



Gambar 2. Kurva Tren Penelusuran Kata Kunci Terkait Video Norma Risma

Berdasarkan kurva lalu lintas tren penelusuran di internet sepanjang tahun 2022 yang terlihat pada Gambar 2, terdapat peningkatan hasil penelusuran yang signifikan pada tanggal 25—31 Desember 2022 terhadap keempat kata kunci yang relevan dengan kejadian dalam siniar. Peningkatan yang signifikan ini menunjukkan adanya peningkatan ketertarikan yang mendadak dari para pengguna internet terhadap keempat kata kunci yang dianalisis. Nama “Norma Risma” memperoleh peningkatan yang paling signifikan, yaitu mencapai 100%. Sebagai suatu pembanding yang relevan, kata kunci “mertua selingkuh” juga mencapai peningkatan penelusuran yang serupa, yaitu 99%. Walaupun, kata kunci “selingkuh dengan Ibu” memperoleh peningkatan yang paling kecil, tetapi tetap menunjukkan adanya peningkatan hingga mencapai 29%. Adapun, kata kunci “suami selingkuh” yang sepanjang tahun memperoleh lalu lintas penelusuran yang

relatif tinggi juga tetap mengalami peningkatan hingga 54% saat kejadian perselingkuhan seorang suami dengan mertua terjadi. Adanya peningkatan terhadap ketertarikan kata kunci ini memiliki keterkaitan dengan jumlah penayangan yang diperoleh video siniar. Ketika sebuah kata kunci tertentu menarik minat pengguna, video yang mencantumkan kata kunci juga akan lebih menarik sehingga lebih banyak diklik dan ditonton oleh para pengguna.



Gambar 6. Tangkapan Layar Video Asosiasi Dukun Indonesia



Gambar 3. Tangkapan Layar Video Pesulap Merah



Gambar 4. Tangkapan Layar Video Pesulap Merah



Gambar 5. Tangkapan Layar Video Gus Samsudin

Berbeda dengan video siniar tentang perselingkuhan suami dan mertua Norma Risma yang hanya ditemukan 1 video, terdapat setidaknya empat temuan video tentang perseteruan antara Pesulap Merah dan Gus Samsudin pada siniar *Close the Door* dan *CURHAT BANG Denny Sumargo*. Keempat video ini pun memperoleh jumlah penayangan yang relatif tinggi, terutama pada video siniar *Close the Door* yang diunggah pada kanal YouTube Deddy Corbuzier. Video yang diunggah pada tanggal 31 Juli 2022 itu telah mampu mencapai lebih dari 21 juta penayangan.

Apabila melihat keempat video yang telah disajikan pada Gambar 3 hingga Gambar 6, kosakata “Dukun” yang dicantumkan ke dalam setiap video, baik dalam judul maupun keluku, dapat dianggap sebagai salah satu kata kunci dalam pembentukan jebakan klik. “Dukun” merupakan sebutan bagi orang-orang yang dianggap mampu berhubungan dengan berbagai hal gaib. Kemampuan dari para dukun bahkan dipercaya mampu memperkuat, melemahkan, mengobati, menyakiti, dan memenuhi permintaan seseorang dengan dan bantuan makhluk gaib yang dihubungkan melalui dukun. Walaupun terdapat kepercayaan tersebut di masyarakat, isu-isu mistis, termasuk dukun, tidak sepenuhnya dipercaya karena masih dipertanyakan keasliannya. Oleh karena itu, penggunaan kosakata dukun dalam jebakan klik dianggap mampu menarik minat para penonton, baik yang meyakini kemampuan dukun maupun yang ingin membuktikan kepalsuan dukun melalui video.



Adanya perbedaan keyakinan mengenai dukun pun berhasil membuat nama Pesulap Merah menjadi viral karena upayanya membantah ilmu perdukunan, khususnya terhadap Gus Samsudin yang dia nyatakan sebagai dukun palsu. Perselisihan antara Pesulap Merah dengan Gus Samsudin pun dianggap semakin menarik karena berupaya membuktikan keaslian ilmu dukun yang selama ini banyak menjadi perdebatan. Penggunaan nama “Pesulap Merah” dan “Gus Samsudin” pun dapat dianggap sebagai salah satu kata kunci viral karena digunakan hampir dalam setiap video. Berdasarkan hasil analisis Lun (2021) penggunaan nama selebriti atau tokoh terkenal merupakan salah satu ciri bahasa jebakan klik. Oleh karena itu, kedua nama tokoh tersebut dapat digunakan sebagai kata kunci dalam pembuatan jebakan klik. Selain itu, perselisihan juga sering kali menjadi topik yang menarik bagi orang Indonesia dan banyak diangkat oleh berbagai media. Selain ketiga kata kunci di atas, kosakata “dukun palsu” juga akan digunakan sebagai alternatif tambahan dalam proses analisis karena menjadi inti dari muatan viral yang ditayangkan.



Gambar 7. Kurva Tren Penelusuran Kata Kunci terkait Video Pesulap Merah-Gus Samsudin pada Tanggal 31 Juli-6 Agustus 2022



Gambar 8. Kurva Tren Penelusuran Kata Kunci terkait Video Pesulap Merah-Gus Samsudin pada Tanggal 14-20 Agustus 2022

Serupa dengan data sebelumnya, kurva lalu lintas tren penelusuran terhadap kata kunci jebakan klik yang digunakan dalam video sinjar juga menunjukkan adanya peningkatan secara drastis pada satu kurun waktu tertentu.

Pada kata kunci yang berkaitan dengan perselisihan antara Pesulap Merah dan Gus Samsudin, terlihat adanya pelonjakan penelusuran pada dua kurun waktu, yaitu pada 31 Juli—6 Agustus 2022 (Gambar 7) dan 14—20 Agustus 2022 (Gambar 8). Secara umum, penelusuran atas “Pesulap Merah” dan “Gus Samsudin” sama-sama memperoleh peningkatan paling signifikan, tetapi penelusuran atas “Gus Samsudin” hanya memuncak hingga 60% pada awal Agustus dan selanjutnya mengalami penurunan. Adapun, kata kunci “Pesulap Merah” masih terus memuncak hingga pada pertengahan Agustus. Berdasarkan kurva di atas, kata kunci “dukun” dan “dukun palsu” justru menunjukkan hasil yang tidak terlalu signifikan, terutama pada “dukun palsu” yang hanya meningkat sebanyak 1% pada awal Agustus. Hasil ini menunjukkan bahwa walaupun masih berkaitan erat, tetapi beberapa kata-kata kunci memiliki tingkat keberhasilan yang jauh lebih baik daripada kata kunci yang lain dalam menarik minat penonton. Oleh karena itu, pemilihan kata kunci dalam pembuatan jebakan klik memiliki peranan penting dalam pemerolehan jumlah penayangan dalam video. Selain itu, hasil ini juga menunjukkan bahwa waktu memiliki pengaruh terhadap efektivitas penggunaan kata kunci dalam jebakan klik.



Gambar 9. Tangkapan Layar Video Dani Aditya

Bukti efektivitas penggunaan kata kunci pada waktu tertentu, khususnya ketika tengah viral, dapat dilihat melalui video sinjar pada Tabel 3. Walaupun menggunakan kata kunci “Gus Samsudin” dalam kelukunya, video yang diunggah pada tanggal 26 Agustus 2022 ini

hanya memperoleh sekitar 799 ribu jumlah penayangan. Hasil ini justru berbeda jauh dengan video sinier berjudul “ASOSIASI DUKUN INDONESIA TANTANG PESULAP MERAH!, DEBAT SAMPE B4C\*K-BAC\*K4N DISINI!!”. Walaupun diunggah hanya beberapa hari sebelumnya (22 Agustus 2022), video ini mampu menarik lebih dari 5,7 juta jumlah penayangan. Adanya perbedaan hasil ini menunjukkan peranan penggunaan kata kunci pada waktu yang sesuai.



Gambar 10. Kurva Tren Penelusuran Kata Kunci terkait Video Pesulap Merah-Gus Samsudin pada Tanggal 21-27 Agustus 2022

Apabila melihat data pada Gambar 10, terlihat bahwa kata kunci “Gus Samsudin” telah mengalami penurunan penelusuran secara cukup drastis. Penelusuran atas “Gus Samsudin” bahkan menunjukkan hasil yang lebih rendah daripada kata kunci “dukun”. Dari data ini, terlihat hilangnya ketertarikan masyarakat atas “Gus Samsudin”. Adapun, video yang berjudul “ASOSIASI DUKUN INDONESIA TANTANG PESULAP MERAH!, DEBAT SAMPE B4C\*K-BAC\*K4N DISINI!!” tetap mampu memperoleh banyak penayangan karena tetap menyorot “Pesulap Merah” baik pada judul maupun kelukunya. Strategi pemilihan “Pesulap Merah” sebagai bagian dari jebakan klik ini masih efektif mengingat lalu lintas penelusuran atas Pesulap Merah yang masih tinggi pada kurun waktu tersebut.

Tabel 1. Tabel Data Penayangan Video Pesulap Merah-Gus Samsudin pada Kanal YouTube CURHAT BANG Denny Sumargo

No.	Judul Video	Penayangan	Tanggal Unggah
1	BONGKAR ILMU DUKUN !? BAWA JENGLOT, TUYUL, BULU PERINDU. TAPI TERDIAM LIHAT ILMU PESULAP BIRU GANTI RUGI 100 MILIAR!! GW TUNGGU	10.115.024	4 Agustus 2022
2	SAMPAI JUMAT INI, ATAU PROSES HUKUMNYA JALAN!!	6.016.964	11 Agustus 2022
3	ASOSIASI DUKUN INDONESIA TANTANG PESULAP MERAH!, DEBAT SAMPE B4C*K-BAC*K4N DISINI!!	5.722.206	22 Agustus 2022
4	PARAH NIH ORANG CACAT DIBECANDAIN (DANI ADITYA)	799.951	26 Agustus 2022

Menariknya, apabila semua video yang menggunakan kata kunci “Pesulap Merah” dan “Gus Samsudin” pada kanal YouTube CURHAT BANG Denny Sumargo dibandingkan, terlihat adanya penurunan jumlah penayangan yang diperoleh pada setiap videonya. Artinya, walau secara lalu lintas penelusuran masih tergolong tinggi, tetapi topik yang diulang akan mendapatkan jumlah penayangan yang cenderung lebih kecil daripada ketika pertama kali ditayangkan. Apabila dikaitkan dengan kurva lalu lintas

penelusuran, hasil ini menunjukkan adanya keterkaitan dengan ketertarikan masyarakat.



Gambar 11. Kurva Tren Penelusuran Kata Kunci terkait Video Pesulap Merah-Gus Samsudin pada Tanggal 7-13 Agustus 2023



Hal ini didasarkan pada data pada Gambar 5 yang menunjukkan bahwa ketika video kedua diunggah pada tanggal 11 Agustus 2022, persentase ketertarikan atas Pesulap Merah hanya mengalami kenaikan sebanyak 1%. Jumlah kenaikan ini tergolong sebagai peningkatan yang tidak signifikan apabila dibandingkan dengan pekan sebelumnya. Walaupun masih berada pada tingkat persentase yang tinggi, ketika video ketiga diunggah pada tanggal 22 Agustus 2022, ketertarikan atas Pesulap Merah juga sedang mengalami penurunan apabila dibandingkan dengan pekan sebelumnya.

Dampak dari penggunaan kata kunci dalam jebakan klik juga terlihat pada video-video siniar yang membahas mengenai kasus Ferdy Sambo. Kasus Ferdy Sambo merupakan kasus pidana yang sempat viral sejak bulan Juli hingga Desember 2022. Dalam siniar *Close the Door*, setidaknya ditemukan empat video yang membahas mengenai kasus Ferdy Sambo.



Gambar 12. Tangkapan Layar Video tentang Ferdy Sambo-Brigadir J



Gambar 13. Tangkapan Layar Video Mahfud MD



Gambar 14. Tangkapan Layar Video Ahmad Sahroni



Gambar 15. Tangkapan Layar Video Horman Paris

Dalam Gambar 12 hingga Gambar 15, terlihat bahwa keempat video terkait kasus Ferdy Sambo sama-sama memiliki kalimat yang disusun sebaik mungkin sehingga mampu menarik perhatian masyarakat, seperti penggunaan “POLISI TEMBAK POLISI”, “INI PEM8UNUH4N BERENCANA”, “IRJEN SAMBO LGBT PAK?!”, dan “HUKUM DI SINI ADA \$\$\$ NYA”. Keempat kalimat tersebut merupakan pemanfaatan bahasa yang baik dari pembuat konten atas keadaan sosial masyarakat yang tengah dihebohkan dengan kasus Ferdy Sambo. Muatan mengenai konflik atau perselisihan sering kali dianggap efektif dalam menarik perhatian masyarakat dan media. Oleh karena itu, pernyataan bahwa ada penembakan dan pembunuhan berencana yang dilakukan oleh polisi sebagai jebakan klik dianggap mampu menarik rasa penasaran masyarakat mengingat lembaga hukum polisi seharusnya menjadi pelindung masyarakat.

Pernyataan bahwa kasus Ferdy Sambo merupakan pembunuhan berencana merupakan cara pembuat konten dalam memanfaatkan kecurigaan masyarakat ketika membuat jebakan klik. Ketika video tersebut

diunggah, masyarakat tengah meragukan pernyataan Ferdy Sambo yang mengaku melakukan penembakan secara spontan akibat emosi karena adanya dugaan pelecehan seksual terhadap istrinya. Oleh karena itu, ketika seorang pakar politik mengonfirmasi kecurigaan mereka, masyarakat akan lebih tertarik untuk menonton video sinjar. Pemanfaatan rasa curiga masyarakat dalam pembuatan jebakan klik juga terlihat dalam video keempat yang menggunakan pernyataan pakar hukum bahwa hukum di Indonesia melibatkan uang (disimbolkan dengan tanda \$\$\$).

Adapun, penggunaan isu LGBT dalam jebakan klik terkait kasus Ferdy Sambo

merupakan contoh pemanfaatan penolakan masyarakat atas isu LGBT. LGBT merupakan isu yang banyak diperdebatkan oleh masyarakat, khususnya ketika melibatkan selebriti maupun tokoh besar. Oleh karena itu, ketika nama Ferdy Sambo yang tengah menjadi pusat perhatian masyarakat disandingkan dengan kata LGBT, hal ini dianggap mampu menarik lebih banyak perhatian masyarakat mengingat LGBT masih dianggap sebagai preferensi seksual yang menyimpang dan bertentangan dengan norma-norma yang berlaku di Indonesia.

Tabel 2. Tabel Data Penayangan Video Kasus Ferdy Sambo pada Kanal YouTube Deddy Corbuzier

No.	Judul Video	Penayangan	Tanggal Unggah
1	POLISI TEMBAK POLISI!! PELECEHAN? KONSPIRASI!?! ATAU APA!?!-Corbuzier Podcast MAHFUD MD, TKP PUN DIA REKAYASA!?	3,540,106	27 Juli 2022
2	BONGKAR HABIS IRJEN SAMBO VS BRIGADIR J - Deddy Corbuzier Podcast SAMBO, LGBT, JUDI, KAISAR POLISI, SEMUA	10,664,928	12 Agustus 2022
3	DI BONGKAR AHMAD SAHRONI!! - Deddy Corbuzier Podcast YA TUHAN TERNYATA GINI!!- HOTMAN	9,929,934	30 Agustus 2022
4	PARIS AKHIRNYA BICARA!! - Deddy Corbuzier Podcast	9.937.386	20 September 2022

Walaupun keempat video tersebut menggunakan pemanfaatan muatan bahasa yang menarik, tetapi keempat video tidak dapat dilepaskan dari nama “Sambo” maupun “Brigadir J”. Kedua nama tersebut merupakan dua tokoh kunci yang hampir selalu tercantum dalam jebakan klik kasus viral pembunuhan Brigadir J. Oleh karena itu, kedua nama tersebut akan dianggap sebagai kata kunci dalam penelitian ini.

Bukti bahwa kedua nama tersebut dapat menjadi kata kunci pun dapat dilihat dari hasil penayangan video yang diperoleh. Walaupun sama-sama membicarakan tentang topik kasus Ferdy Sambo, tetapi video sinjar yang pertama tidak mendapat jumlah penayangan setinggi ketiga video lain. Apabila dilihat dari keempat video tersebut, terlihat bahwa video pertama tidak menggunakan kata kunci “Sambo” maupun “Brigadir J” dalam

judul maupun kelukunya. Rendahnya jumlah penayangan yang diperoleh karena tidak mencantumkan dua kata kunci tersebut dapat menjadi penentu bahwa kata kunci dalam kasus viral ini adalah “Sambo” dan “Brigadir J”. Hasil dari video pertama dibandingkan ketiga video lain pun dapat menjadi bukti bahwa penggunaan kata kunci dalam jebakan klik berpengaruh cukup besar dalam pemerolehan jumlah klik dan penayangan suatu video siniar. Oleh karena itu, walaupun muatan video merupakan topik yang sedang viral, tetapi jika tidak dikemas dengan kata kunci viral yang tepat maka tidak akan mendapat jumlah penayangan sebaik video yang menggunakan kata kunci yang tepat.



Gambar 16. Kurva Tren Penelusuran Kata Kunci terkait Kasus Ferdy Sambo-Brigadir J pada Tanggal 7-13 Agustus 2023

Pemilihan kata kunci “Sambo” secara berkelanjutan juga merupakan praktik pemilihan kata kunci yang menyesuaikan tren penelusuran masyarakat. Jika dilihat pada kurva tren penelusuran atas kata kunci “Sambo” dan “Brigadir J”, terlihat bahwa keduanya sama-sama mengalami kenaikan secara pesat pada tanggal 7—13 Agustus 2022 (Gambar 16). Walaupun begitu, kata kunci “Sambo” masih mengalami naik-turun yang cukup tinggi secara berkelanjutan, sedangkan “Brigadir J” sudah mengalami penurunan. Oleh karena itu, kata kunci “Sambo” dinilai masih memiliki daya tarik yang tinggi sehingga masih dapat digunakan dalam jebakan klik, sedangkan kata kunci “Brigadir J” mulai dilepaskan dari judul maupun keluku video. Naik-turunnya ketertarikan masyarakat atas Ferdy Sambo juga dapat diasumsikan sebagai alasan tinggi dan stabilnya jumlah penayangan video siniar yang menggunakan kata kunci “Sambo” pada jebakan kliknya. Walaupun begitu, penayangan video pertama yang menggunakan kata kunci “Sambo” tetap

memperoleh jumlah penayangan yang paling tinggi.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, terlihat bahwa kosakata viral dapat digunakan menjadi salah satu strategi produksi jebakan klik. Kata kunci merujuk pada berbagai kosakata yang khas dan berkaitan langsung dengan suatu isu yang tengah viral dan berpotensi digunakan secara berulang-ulang dalam beberapa video, baik video yang berkaitan maupun yang tidak berkaitan dengan isu viral. Penggunaan kosakata viral terlihat dalam penggunaan kata kunci yang dicantumkan dalam judul maupun keluku video siniar, baik *Close the Door* maupun *CURHAT BANG Denny Sumargo*.

Berkaitan dengan performa penggunaan kosakata viral dalam video siniar, analisis data menunjukkan bahwa performa jebakan klik sangat dipengaruhi oleh pemilihan kata kunci yang tepat. Walaupun sama-sama sedang viral, tetapi apabila kata kunci yang dipilih tidak tepat dan sedang mengalami penurunan, kemungkinan besar video akan memperoleh jumlah penayangan yang relatif lebih rendah daripada ketika masih tren atas kata kunci tersebut sedang naik. Pemilihan kata kunci yang tepat juga sangat berkaitan dengan ketertarikan masyarakat. Ketertarikan masyarakat dapat dilihat melalui lalu lintas penelusuran yang sedang terjadi di internet. Ketika suatu kata kunci sedang mengalami pelonjakan penelusuran yang drastis, video yang menggunakan kata kunci tersebut berpeluang lebih besar menarik klik dan penayangan dari para pengguna/penonton.

Hasil analisis data juga menunjukkan bahwa pada beberapa video yang membicarakan topik yang sama, video pertama cenderung memperoleh mendapatkan jumlah penayangan yang paling tinggi. Adapun, video-video selanjutnya akan mengalami jumlah penurunan jumlah penayangan jika dibandingkan dengan video yang pertama kali diunggah. Jumlah penurunan ini pun beragam, apabila topik yang viral hanya sesaat, terdapat kecenderungan penurunan performa kata kunci



cukup besar jika dibandingkan dengan topik viral yang berlangsung selama beberapa bulan. Namun, apabila video pertama tidak menggunakan kata kunci yang tepat, maka video tidak dapat memperoleh jumlah penayangan yang lebih tinggi daripada video selanjutnya yang menggunakan kosakata viral sebagai kata kunci dalam jebakan klik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Biyani, P., Tsioutsoulouklis, K., & Blackmer, J. (2016). "8 Amazing Secrets for Getting More Clicks": Detecting Clickbaits in News Streams Using Article Informality. *Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence*, 30(1), 94–100.
- Buriakovskaia, V. A., & Dmitrieva, O. A. (2020). Clickbait as a linguistic and cultural phenomenon (based on the material of the russian, french and english languages). *Philology at MGIMO*, 23(3), 105–112.
- Chakraborty, A., Paranjape, B., Kakarla, S., & Ganguly, N. (2016, Agustus). Stop Clickbait: Detecting and Preventing Clickbaits in Online News Media. *2016 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM)*. <https://www.researchgate.net/publication/309572896>
- Dianthe, R., & Permadi Iskandar, B. (t.t.). *THE EFFECT OF CONTENT VIRAL VIDEO TO ENGAGEMENT AND CONVERSATION*.
- Fitri, N., Artawa, K., Satyawati, M. S., & Sawirman, S. (2021). Transitivitas dalam Teks Peradilan Indonesia: Kajian Linguistik Fungsional Sistemik. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 4(2), 139–148.
- Friedrich, O. (1959). A Vivacious Blonde Was Fatally Shot Today or How to Read a Tabloid. *Source: The American Scholar*, 28(4), 467–473.
- Hadiyat, Y. D. (2019). Clickbait on Indonesia Online Media. *Journal Pekommas*, 4(1), 1–10.
- Kemm, R. (2022). The Linguistic and Typological Features of Clickbait in Youtube Video Titles. *Social Communication*, 8(1), 66–80.
- Kim, K. S., Joanna Sin, S. C., & Yoo-Lee, E. Y. (2014). Undergraduates' use of social media as information sources. Dalam *College and Research Libraries* (Vol. 75, Nomor 4, hlm. 442–457). Association of College and Research Libraries.
- Kuiken, J., Schuth, A., Spitters, M., & Marx, M. (2017). Effective Headlines of Newspaper Articles in a Digital Environment. *Digital Journalism*, 5(10), 1300–1314.
- Lee, C.-L., Chung, S.-F., & Liu, H.-W. (2019). Investigation of Mandarin Clickbait Headlines: A Case Study of Biàn Zhèyàng. *Pacific Asia Conference on Language, Information and Computation (PACLIC 33)*, 442–451.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: a Critical Introduction, Second Edition* (2nd ed.). Routledge. [www.newmediaintro.com](http://www.newmediaintro.com)
- Lun, X. (2021). The Linguistic Features of "Clickbait" in Chinese Websites. *4th International Conference on Humanities Education and Social Sciences (ICHESS 2021)*, 615, 1976–1979.
- Makodamayanti, S., & Subiyanto, A. (2021). Penerapan Pendekatan Word and Paradigm pada Proses Morfofonemik Verba Bahasa Turki. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 4(3), 275–286.
- Melinda, S., Fathurohman, I., & Ristiyani. (2021). ANALISIS WACANA KRITIS PADA PODCAST "KITA YANG BODOH ATAU SEKOLAH YANG BODOH." *CaLLs*, 7(2), 175–184.
- Mormol, P. (2019). 'I Urge You To See This...'. Clickbait as One of the Dominant Features of Contemporary Online Headlines. *Social Communication*, 5(2), 1–10.
- Mukherjee, P., Dutta, S., & de Bruyn, A. (2022). Did clickbait crack the code on

- virality? *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50(3), 482–502.
- Munger, K. (2020). All the News That's Fit to Click: The Economics of Clickbait Media. *Political Communication*, 37(3), 376–397.
- Pangerapan, N. J., Boham, A., & Randang, J. L. K. (2020). PERSEPSI MAHASISWA TENTANG KEPALA BERITA CLICK BAIT MEDIA ONLINE INSTAGRAM (STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNSRAT KONSENTRASI JURNALISTIK). *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 2(1).
- Potthast, M., Köpsel, S., Stein, B., & Hagen, M. (2016, Maret). Clickbait Detection. *Advances in Information Retrieval - 38th European Conference on IR Research, ECIR 2016*.
- Putri, H. H., & Ermanto, E. (2022). Kesantunan Berbahasa Warganet dalam Podcast Deddy Corbuzier. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 5(4), 779–792.
- Rahmatika, N., & Prisant, G. F. (2022). Pengaruh Berita Clickbait Terhadap Kepercayaan pada Media di Era Attention Economy. *AVANT GARDE*, 10(02), 190–200.
- Rime, J., Pike, C., & Collins, T. (2022). What is a podcast? Considering innovations in podcasting through the six-tensions framework. *Convergence*, 28(5), 1260–1282.
- Rosana, F. C. (2022). Most People See Social Media as Main Information Sources: Survey. *Tempo*.  
<https://en.tempo.co/read/1558249/most-people-see-social-media-as-main-information-sources-survei>
- Sary, B. M., Nuraziimah, M. F., & Walijah, N. (2021). Analysis of Habib Husein Ja'far "Jeda Nulis" Podcast as a Medium of Dakwah Against Young Generation on Era 4.0. *3rd International Conference on Islamic Education 2021*, 1–13.
- Satiti, S. D., & Hendrokumoro, H. (2022). Penyimpangan Ortografi Bahasa Jawa pada Media Sosial Instagram. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 5(2), 437–452.
- Shang, L., Zhang, D. (Yue), Wang, M., Lai, S., & Wang, D. (2019). Towards reliable online clickbait video detection: A content-agnostic approach ☆. *Knowledge-Based Systems*, 182.
- Sukmono, N. D. (2021). Clickbait Judul Berita Online dalam Pemberitaan Covid-19. *Transformatika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 5(1), 1–13.
- Utami, M., Syamsudduha, S., & Maman, M. (2022). Language Variations in Siniar (Podcast) Youtube: Sociolinguistic Studies. *Journal of Asian Multicultural Research for Social Sciences Study*, 3(3), 23–29.