

KRIMINALISASI TERHADAP KREATOR YANG MEMBUAT DAN MENGGUNAKAN JUDUL KONTEN UMPAN KLIK (*CLICKBAIT*) DI MEDIA INTERNET DITINJAU DARI PERSPEKTIF HUKUM PIDANA

Diandra Alya Sayyidina

Program studi S1 Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Surabaya
diandraalya.20064@mhs.unesa.ac.id

Gelar Ali Ahmad

Program studi S1 Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Surabaya
gelarahmad@unesa.ac.id

Abstrak

Judul konten umpan klik (*clickbait*) merupakan metode atau praktik yang sering kali digunakan kreator untuk menarik perhatian pengguna guna memperoleh keuntungan. Namun praktik ini sering merugikan pengguna baik dari segi pengalaman penggunaan internet maupun dari segi ekonomi. Terdapat banyak konten di media internet yang juga memiliki kualitas rendah diakibatkan praktik ini. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Teknik pengumpulan bahan dilakukan dengan menggunakan metode bola salju (*snowball theory*) yang memiliki makna bahwa pengambilan bahan hukum berawal dari dikumpulkannya beberapa literatur bahan hukum lalu kemudian dengan berjalannya waktu bahan hukum tersebut akan menjadi banyak dan besar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun terdapat beberapa regulasi yang secara tidak langsung dapat digunakan untuk menjerat kreator yang membuat judul konten umpan klik (*clickbait*), namun masing-masing dari peraturan tersebut memiliki kelemahan dan tidak secara eksplisit menyatakan larangan mengenai praktik pembuatan atau penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*). Tidak adanya kekuatan hukum serta tidak terdapat sanksi pidana penjara yang mengatur membuat kreator tidak peduli dengan dampak negatif yang ditimbulkan akibat penggunaan dan pemakaian dari judul konten umpan klik (*clickbait*). Oleh karena itu, diperlukan adanya kriminalisasi yang dilakukan oleh pemerintah atau badan yang berwenang dengan membuat sebuah peraturan baru atau melakukan perubahan (mengadendum) terhadap peraturan perundang-undangan yang telah ada. Hal ini dapat dilakukan dengan melibatkan penyusunan peraturan, penambahan penjelasan, serta menerapkan sanksi pidana di dalamnya. Penetapan regulasi yang spesifik dan terperinci dapat menjadi acuan untuk menentukan interpretasi yang benar guna mengurangi potensi untuk mengulangi perbuatan yang sama di masa mendatang.

Kata Kunci: Kriminalisasi, Kreator, Umpan Klik, Konten, Informasi.

Abstract

Clickbait content titles are a method or practice that creators often use to attract users' attention in order to make a profit. However, this practice often harms users both in terms of internet experience and in terms of economy. There is a lot of content on internet media that is also of low quality due to this practice. This research uses a yuridis normative method with a legislative approach and a conceptual approach. The technique of collecting materials is carried out using the snowball method which means that the collection of legal materials begins with the collection of some legal literature and then over time the legal materials will become many and large. The results show that although there are several regulations that can be indirectly used to ensnare creators who create clickbait titles, each of these regulations has weaknesses and does not explicitly state a prohibition on the practice of creating or using clickbait content titles. The absence of legal force and the absence of a regulated prison sentence make creators indifferent to the negative impact caused by the use and use of clickbait content titles. Therefore, it is necessary to criminalize the government or authorized bodies by making a new regulation or making changes (make an addendum) to existing laws and regulations. This can be done by involving the preparation of regulations, the addition of explanations, and the implementation of criminal sanctions in them. The establishment of specific and detailed regulations can be used as a reference to determine the correct interpretation to reduce the potential for repetition of the same act in the future.

Keywords: Criminalization, Creators, Clickbait, Content, Information.

PENDAHULUAN

Era globalisasi membawa perubahan signifikan termasuk dalam perkembangan teknologi yang tidak dapat dihindari keberadaannya. Perkembangan teknologi mengalami kemajuan sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan. Dalam pengertian umum, perkembangan teknologi merujuk pada kemajuan dalam perkembangan bidang ilmu pengetahuan dan rekayasa yang menghasilkan penemuan baru dan perkembangan yang berkelanjutan (Dewi dan Kurniawan 2023). Teknologi yang berkembang secara cepat dan terus-menerus dapat membawa pengaruh yang besar serta membuka jalan bagi transformasi revolusioner di berbagai bidang, termasuk dengan terciptanya sistem informasi.

Sistem informasi atau bisa disebut juga sebagai teknologi informasi (*information technology*) berjalan seiring dengan adanya perkembangan teknologi dan peradaban manusia. Secara umum, teknologi informasi merupakan penjabaran dari teknologi baru berupa aktivitas untuk mengolah data yang meliputi beberapa tahap. Tahapan yang dimaksud adalah kegiatan berupa pengumpulan, pengolahan, pengelolaan, penyimpanan, penyebaran, dan pemanfaatan suatu data untuk menghasilkan informasi yang berkualitas (Nuryanto 2012).

Sejak awal munculnya peradaban manusia di muka bumi, perkembangan teknologi informasi telah terjadi secara kompleks. Sejarah teknologi informasi dimulai dari ditemukannya benda atau catatan peninggalan bersejarah yang kemudian direkonstruksi secara historis dan hasilnya dianalisis serta dikaitkan dengan perkembangan. Pada masa tersebut bukan hanya tulisan dan angka yang belum ditemukan, tetapi bahasa untuk berkomunikasi sehari-hari juga belum terbentuk. Oleh karena itu peradaban manusia pada waktu itu menggunakan media seperti lukisan, gambar yang terdapat di dalam dinding gua, prasasti, batu, genderang, terompet dari tanduk binatang, dan masih banyak peralatan tradisional lainnya yang sesuai dengan penamaan dari tempat atau daerah asal peralatan tersebut sebagai bentuk alat komunikasi dalam menyampaikan informasi. Teknologi informasi ini kemudian terus berkembang hingga di masa sekarang telah terciptanya suatu teknologi bernama internet.

Teknologi informasi dan internet merupakan hal yang saling berkaitan. Internet atau interconnected network merupakan bagian dari teknologi informasi berupa jaringan global yang terdiri dari berbagai komputer yang saling berhubungan dan bekerja sama dengan menggunakan standar protokol kontrol transmisi/protokol internet (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP)*) yang berfungsi untuk menghubungkan semua jenis, tipe, dan sistem komputer

di seluruh dunia sehingga manusia dapat saling berkomunikasi dan bertukar informasi antar satu sama lain (Tim Edukom 2019). Internet juga dapat didefinisikan sebagai jaring yang terdiri atas banyak titik (*node*) yang menyelimuti bumi serta saling berhubungan dan kemudian menciptakan sistem komunikasi. Titik (*node*) tersebut dapat berupa peralatan elektronik seperti komputer, laptop, atau peralatan komunikasi lain seperti telepon seluler dan *Personal Data Assistance (PDA)* yang digunakan sebagai pusat informasi.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) dari hasil pendataan Survei Susenas tahun 2022, terdapat sebanyak 66,48% (enam puluh enam koma empat puluh delapan persen) penduduk di Indonesia telah mengakses internet di tahun 2022 dan sebanyak 62,10% (enam puluh dua koma sepuluh persen) di tahun 2021. Meningkatnya data dari pengguna internet ini mencerminkan iklim keterbukaan informasi dan penerimaan terhadap perkembangan teknologi serta perubahan menuju masyarakat Indonesia yang paham informasi. Tingginya jumlah pengguna internet tersebut juga tidak terlepas dari pesatnya perkembangan telepon seluler. Pada tahun 2022 tercatat sebanyak 67,88% (enam puluh tujuh koma delapan puluh delapan persen) penduduk di Indonesia telah memiliki telepon seluler. Angka ini meningkat apabila dibandingkan dengan kondisi tahun 2021 yang hanya mencapai 65,87% (enam puluh lima koma delapan puluh tujuh persen) (Direktorat Statistik Keuangan 2022). Inilah yang membuat teknologi informasi dan manusia merupakan hal yang menjadi keharusan dan tidak dapat dipisahkan.

Adanya daya pengaruh yang besar dan didasari oleh sistem sosial yang kuat serta kecepatan yang semakin tinggi membuat pembaruan teknologi informasi yang tercipta membawa pengaruh besar bagi kehidupan manusia, termasuk menimbulkan dampak positif dan negatif. Atas dasar tersebut perkembangan teknologi informasi seharusnya juga diikuti dengan perkembangan Sumber Daya Manusia (SDM). Hal ini disebabkan karena teknologi informasi merupakan salah satu contoh bagian penting yang sebenarnya dapat menjadi alat bantu atau ekstensi dari kemampuan diri. Tersedianya teknologi informasi membuat manusia dapat bergaul dan bersosialisasi serta dengan mudah melakukan segala aktivitas termasuk menjalani kehidupan keseharian dengan memanfaatkan teknologi informasi berupa internet yang umumnya dilakukan di ruang maya (*cyberspace*) menggunakan berbagai macam peralatan elektronik yang dimiliki.

Apabila tidak digunakan dengan sebaik mungkin, teknologi informasi dapat menimbulkan kekacauan seperti terciptanya banyak pelanggaran. Oleh karena itu sebagai pengguna, manusia juga harus dapat

menggunakan dengan sebaik mungkin teknologi informasi yang ada saat ini maupun pada perkembangan selanjutnya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan supaya terus memberikan manfaat bagi kehidupan. Oetomo juga menyatakan bahwa pola kehidupan sehari-hari telah berubah sejak adanya teknologi informasi berupa internet. Dengan adanya internet, bumi seakan menjadi desa kecil yang tidak pernah tidur. Semua jenis kegiatan dapat difasilitasi oleh teknologi internet (Oetomo dkk. 2007).

Banyak hal yang dapat dilakukan secara mudah dengan adanya perkembangan teknologi, salah satu yang ditawarkan adalah kemudahan dalam mencari dan mengakses berbagai informasi yang ada. Namun, perkembangan teknologi informasi juga menimbulkan banyak perubahan termasuk mengubah lanskap media dan cara manusia mengonsumsi media. Jika dahulu media cetak seperti koran dan selebaran menjadi sumber utama manusia untuk mendapatkan informasi, sekarang perlahan tergantikan oleh media digital yang mampu menyajikan informasi secara cepat dan berdasarkan waktu yang nyata (*real time*).

Perbedaan utama media cetak dengan media digital terletak dari segi bentuk medianya. Dalam media cetak penyampaian informasi dilakukan melalui publikasi cetak, sedangkan penyampaian informasi pada media digital disalurkan melalui perangkat elektronik seperti radio, televisi, telepon genggam, tablet, laptop, dan komputer dengan atau tanpa menggunakan koneksi internet. Perlahan namun pasti kematian media cetak terus berlangsung. Salah satu perubahan yang harus dilakukan perusahaan media cetak dalam penyajian informasi adalah dengan beralih menjadi media digital. Dengan melakukan penyesuaian dari beralihnya media cetak menjadi media digital, perusahaan media juga harus membenahi banyak hal termasuk melakukan perubahan terhadap beberapa aspek pada proses jurnalistik dalam praktik jurnalisme. Hal ini memungkinkan perusahaan media akan tetap eksis apabila merespon dan beradaptasi dengan keadaan.

Mulanya, dalam menyampaikan informasi sebagian besar dari perusahaan media khususnya media digital tidak menerapkan biaya berlangganan. Namun seiring dengan berjalannya waktu, perusahaan media digital juga harus mendapatkan keuntungan agar dapat terus beroperasi dalam perihal menyajikan informasi ke pengguna. Keadaan tersebut tidak lepas dari meningkatnya jumlah kebutuhan informasi pengguna yang dapat mencakup banyak hal. Kondisi ini yang kemudian dimanfaatkan oleh beberapa perusahaan media digital dengan melakukan penerapan sistem berlangganan yang cukup terjangkau bagi pengguna yang tertarik. Beberapa perusahaan media digital yang telah

menggunakan sistem berlangganan di antaranya ada Kompas.id, Jawa Pos, Tempo, CNN Indonesia, Wayang, YouTube, Twitter (sekarang dikenal dengan X), dan TikTok. Perusahaan media digital menawarkan banyak keuntungan terhadap pengguna yang telah menerapkan sistem berlangganan seperti memperoleh pelayanan yang sangat bagus baik dari aspek hiburan (*entertainment*), produktivitas (*productivity*), dan penyimpanan (*cloud storage*). Keuntungan lain adalah pengguna dapat memperoleh informasi yang lebih eksklusif dan menarik. Selain itu, pengguna yang telah berlangganan juga dapat dengan mudah merencanakan anggaran biaya bulanan yang konsisten sesuai dengan kebutuhan.

Selain mendapatkan keuntungan dari diterapkannya sistem berlangganan, perusahaan media digital juga memperoleh sebagian besar pendapatan melalui banyak hal seperti menjalin kerjasama dengan banyak pihak atau merek (*brand*), menjadi mitra media (*media partner*) di banyak acara, dan merekrut para kreator atau pemengaruh (*influencer*) individu yang sebelumnya tidak terikat dengan agensi mana pun untuk kemudian menjadi bagian dari perusahaan media digital dan menghasilkan berbagai konten yang bervariasi supaya mendapat banyak interaksi (*engagement*) dari pengguna. Selain itu, pemasangan iklan pada halaman situs (*website*) dan jumlah rasio klik tayang atau *Click-Through-Rate (CTR)* yang dilakukan pengguna terhadap tautan informasi juga dapat memberikan keuntungan untuk perusahaan media digital khususnya bagi perusahaan media internet. Keuntungan tersebut kemudian dapat dikelola kembali menjadi pendapatan pribadi (*monetasi*) bagi para kreator yang terlibat dalam produksi konten tersebut. Maka dari itu, setiap perusahaan media internet khususnya kreator harus mampu bersaing dengan banyak kompetitor serupa dengan cara saling berlomba menggunakan berbagai teknik atau metode untuk dapat memberikan informasi yang unik dan menarik guna mendapatkan perhatian dan menghasilkan lebih banyak keuntungan dari klik yang dibuat oleh pengguna, salah satunya adalah dengan membuat dan menggunakan judul konten umpan klik (*clickbait*). Umumnya praktik judul konten umpan klik (*clickbait*) tidak terjadi begitu saja, kreator berupaya untuk membuat judul dengan menggunakan beberapa cara seperti memakai bahasa provokatif, menggunakan kalimat tanya, menggunakan kata penunjuk, dan menggunakan kata seru (*interjeksi*) pada tautan informasi agar mampu memanipulasi emosi sehingga pengguna tidak mampu melewatkan konten tersebut.

Istilah judul konten umpan klik (*clickbait*) awalnya lebih sering ditemukan pada aplikasi YouTube yang dibuat dan digunakan oleh para kreator atau youtuber sebagai umpan atas setiap videonya sehingga dapat menarik perhatian para pengguna aplikasi YouTube yang

berujung dengan penambahan jumlah penonton (*viewers*) ataupun pelanggan (*subscriber*). Cara ini kemudian diadaptasi atau diterapkan juga terhadap media lain seperti portal berita media digital, artikel, dan blog. Menurut The Oxford English Dictionary, umpan klik (*clickbait*) adalah judul yang memiliki tujuan untuk menarik perhatian dan mendorong pengguna agar melakukan klik pada tautan informasi media internet.

Dikutip dari laman komentar Quora, Adhyasta Dirgantara yang merupakan seorang jurnalis, reporter, dan juga sekaligus kreator berita di salah satu perusahaan media Indonesia menyatakan bahwa judul konten umpan klik (*clickbait*) sebenarnya sudah lama digunakan dalam menyebarkan informasi di media Indonesia walaupun di dalam ilmu jurnalistik tidak diperbolehkan karena pada dasarnya tugas jurnalis adalah memberi informasi kepada pengguna dan bukan menipu. Tidak hanya kalangan kreator perusahaan media saja yang dapat menciptakan judul konten umpan klik (*clickbait*), orang biasa yang ingin mengunggah konten dengan judul provokatif juga dapat disebut juga sebagai kreator judul konten umpan klik (*clickbait*) (Dirgantara 2020). Penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*) kerap kali berfokus pada subjek selebritis, rumor, dan akun fiktif daripada isu-isu yang serius atau lebih akademik.

Umumnya jenis dari judul konten umpan klik (*clickbait*) terbagi dalam 2 (dua) kategori, yakni judul yang mendukung dan judul yang memberikan informasi tidak sesuai. Judul konten umpan klik (*clickbait*) yang mendukung merupakan judul yang sesuai dengan isi dari informasi yang disajikan, hanya saja penggunaan kata atau kalimat dalam judul dibuat secara provokatif agar para pengguna tertarik untuk membaca. Sedangkan judul konten umpan klik (*clickbait*) yang memberikan informasi tidak sesuai merupakan judul dengan penggunaan kata dan kalimat yang sering kali merancukan atau membesar-besarkan informasi padahal tidak sesuai dengan isi dan fakta yang disajikan. Judul konten umpan klik (*clickbait*) dalam kategori inilah yang dapat memberi dampak buruk bagi pengguna yang membaca karena dapat mengakibatkan pemborosan waktu dan dapat mengarah pada pemahaman yang salah atau tidak akurat tentang topik yang sebenarnya. Kualitas dari konten yang disajikan juga menjadi tidak bermutu atau tidak bermanfaat.

Pengguna yang merasa teperdaya oleh judul konten umpan klik (*clickbait*) yang tidak sesuai dengan fakta dan ekspektasi hanya akan mendapatkan rasa kecewa dengan munculnya perasaan frustrasi atau marah. Belum lagi pengguna yang dirugikan dari segi materi apabila mereka telah menerapkan sistem berlangganan demi mendapatkan konten eksklusif. Penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*) juga dapat menimbulkan risiko

keamanan siber apabila pengguna tidak peduli (tidak acuh), tidak teliti, dan tidak melakukan pemeriksaan kembali terhadap kredibilitas portal media yang dituju. Ini dapat menciptakan pengalaman negatif dalam penggunaan internet. Di sisi lain, perusahaan media internet atau kreator tidak peduli atas pengalaman membaca para pengguna. Perusahaan media internet dan kreator hanya memikirkan cara untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya tanpa melihat risikonya. Pada akhirnya akan terdapat banyak konten di media internet yang memiliki kualitas rendah diakibatkan karena banyak perusahaan media internet dan kreator yang lebih memprioritaskan keuntungan daripada memberikan informasi yang berharga.

Indonesia sebagai negara hukum telah memiliki beberapa kebijakan untuk mengontrol pembuatan dan penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*) dengan menerapkan berbagai macam peraturan seperti Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers, Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dan Kode Etik Jurnalistik yang ditetapkan Dewan Pers melalui Peraturan Dewan Pers Nomor : 6/Peraturan-DP/V/2008 tentang Pengesahan Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/SK-DP/III/2006 tentang Kode Etik Jurnalistik Sebagai Peraturan Dewan Pers. Namun masing-masing dari peraturan tersebut memiliki kelemahan dan tidak secara eksplisit menyatakan larangan mengenai praktik pembuatan atau penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*).

Tidak adanya kekuatan hukum serta tidak terdapat sanksi pidana penjara yang mengatur membuat kreator tidak peduli dengan dampak negatif yang ditimbulkan akibat penggunaan dan pemakaian dari judul konten umpan klik (*clickbait*). Oleh karena itu, diperlukan adanya kriminalisasi yang dilakukan oleh pemerintah atau badan yang berwenang dengan membuat sebuah peraturan baru atau melakukan perubahan (mengadendum) terhadap peraturan perundang-undangan yang telah ada. Hal ini dapat dilakukan dengan melibatkan penyusunan peraturan, penambahan penjelasan, serta menerapkan sanksi pidana di dalamnya. Penetapan regulasi yang spesifik dan terperinci dapat menjadi acuan untuk menentukan interpretasi yang benar guna mengurangi potensi untuk mengulangi perbuatan yang sama di masa mendatang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, hal yang menarik untuk dikaji lebih mendalam adalah mengenai kriminalisasi terhadap kreator yang membuat atau

menggunakan judul konten umpan klik (*clickbait*) di media internet ditinjau dari perspektif hukum pidana. Sehingga rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana peraturan hukum dan apa urgensi dilakukannya kriminalisasi terhadap kreator yang membuat dan menggunakan judul konten umpan klik (*clickbait*) di media internet? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peraturan dan mengetahui urgensi kriminalisasi terhadap kreator yang membuat dan menggunakan judul konten umpan klik (*clickbait*) di media internet ditinjau dari perspektif hukum pidana agar memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang aspek hukum yang terkait.

METODE

Metode penelitian merupakan bagian penting dari suatu penelitian karena berguna sebagai arah dan petunjuk. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum (*legal research*). Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Teknik pengumpulan bahan dilakukan dengan menggunakan metode bola salju (*snowball theory*) yang memiliki makna bahwa pengambilan bahan hukum berawal dari dikumpulkannya beberapa literatur bahan hukum lalu kemudian dengan berjalannya waktu bahan hukum tersebut akan menjadi banyak dan besar. Dalam penelitian ini mengkaji terkait peraturan hukum dan urgensi dilakukannya kriminalisasi terhadap kreator yang membuat dan menggunakan judul konten umpan klik (*clickbait*) di media internet ditinjau dari perspektif hukum pidana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Peraturan Hukum Terkait Kreator yang Membuat dan Menggunakan Judul Konten Umpan Klik (*Clickbait*)

1. Peraturan Terkait Penyebaran Berita Bohong (Hoaks)

Judul konten umpan klik (*clickbait*) kerap kali dikaitkan atau disamakan dengan berita bohong (hoaks) dalam dunia digital karena menggunakan strategi yang sama yakni judul provokatif untuk menarik perhatian pengguna internet. Namun faktanya, kedua hal tersebut memiliki maksud dan tujuan yang berbeda. Judul konten umpan klik (*clickbait*) lebih bersifat mengganggu karena menyesatkan pengguna dalam level yang lebih rendah yang tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan jumlah rasio klik tayang atau *Click-Through-Rate (CTR)* dan lalu lintas ke halaman situs (*website*) tertentu dengan harapan mendapatkan penghasilan iklan atau meningkatkan peringkat. Sedangkan berita bohong

(hoaks) bisa jauh lebih berbahaya karena dapat berupa informasi palsu menyesatkan yang sengaja disebar untuk memicu reaksi emosional, menyebabkan ketakutan, menciptakan kebingungan, dan dapat mempengaruhi opini serta keputusan banyak pengguna secara signifikan. Tujuan dari penyebaran berita bohong (hoaks) juga dapat bermacam-macam. Mulai dari kepentingan politik, keuangan, atau bahkan hiburan semata. Berita bohong (hoaks) menyebar dengan cepat melalui media sosial dan media digital lainnya.

Peraturan mengenai penyebaran berita bohong (hoaks) di Indonesia telah ada dan terbentuk yang di antaranya yakni Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) serta Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

a. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP)

Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) khususnya pada Pasal 390 telah memuat definisi suatu tindak pidana penyebaran berita bohong (hoaks sebagai tindakan yang dilakukan untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain dengan jalan melawan hukum).

Antara Pasal 390 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) mengenai penyebaran berita bohong (hoaks) dengan pembuatan atau penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*) memiliki perbedaan. Dalam Pasal 390 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) penyebaran berita bohong (hoaks) bertujuan untuk menyebabkan harga barang dagangan, dana, atau surat berharga menjadi naik turun. Kabar bohong (hoaks) yang dimaksud tidak hanya mencakup kejadian kosong, tapi juga termasuk pada suatu hal yang penyampaiannya berbeda dari fakta lapangan. Faktor lain di luar unsur yang telah disebutkan tidak dapat dikenakan dengan pasal ini. Dengan begitu, berita bohong (hoaks) yang meliputi hal lain, tidak diatur melalui Pasal 390 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP). Sedangkan pembuatan atau penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*) yang dilakukan oleh kreator di media internet tidak dapat dikenakan dengan pasal ini karena lebih berkaitan dengan strategi pemasaran untuk memperoleh keuntungan.

b. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Pada Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) khususnya pada Pasal 28 ayat (3) telah memuat suatu tindak pidana penyebaran informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang sebelumnya telah diketahui berisi pemberitahuan bohong sehingga dapat menimbulkan kerusuhan di masyarakat.

Antara Pasal 28 ayat (3) mengenai penyebaran informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang sebelumnya telah diketahui berisi pemberitahuan bohong dengan pembuatan atau penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*) memiliki perbedaan. Penyebaran informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang sebelumnya telah diketahui berisi pemberitahuan bohong dalam Pasal 28 ayat (3) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) bertujuan untuk menyebabkan kerusuhan. Makna kerusuhan yang dimaksud dalam pasal ini adalah kondisi yang mengganggu ketertiban umum di ruang fisik bukan kondisi di ruang digital atau siber dengan menimbulkan rasa bingung dan takut yang merujuk pada hal sensitif serta terjadi pada saat krisis. Sedangkan pembuatan atau penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*) yang dilakukan oleh kreator di media internet tidak dapat dikenakan dengan pasal ini karena tidak sampai membuat atau menciptakan kerusuhan publik dan hanya menimbulkan dampak bagi beberapa individu yang merasa dirugikan.

2. Peraturan Terkait Judul Konten Umpan Klik (*Clickbait*)

Selain berita bohong (*hoaks*), judul konten umpan klik (*clickbait*) juga sering dikaitkan dengan misinformasi, malinformasi, dan disinformasi. Namun faktanya, ketiga hal tersebut memiliki maksud dan tujuan yang berbeda.

Misinformasi merupakan kekeliruan yang tidak sengaja dilakukan, sebagai contoh yakni terdapat karyawan yang keliru dalam melampirkan ilustrasi gambar pada halaman situs (*website*). Judul konten umpan klik (*clickbait*) tidak dapat dikategorikan sebagai misinformasi dikarenakan judul tersebut memang sengaja dibuat dan digunakan oleh kreator di media internet dengan tujuan menarik pengguna untuk melakukan klik pada tautan konten guna meningkatkan rasio klik

ayang atau *Click-Through-Rate (CTR)* yang kemudian dapat dijadikan keuntungan.

Malinformasi merupakan informasi yang benar adanya yang didasari oleh kenyataan hanya saja digunakan untuk merugikan seseorang, organisasi, atau negara serta disebarluaskan melalui cara yang menyesatkan dengan menimbulkan kebingungan dari pengguna yang melihat. Judul konten umpan klik (*clickbait*) tidak dapat dikategorikan sebagai misinformasi dikarenakan judul tersebut dibuat dan digunakan sebagai strategi untuk memperoleh keuntungan dan bukan digunakan untuk merugikan pihak lain.

Disinformasi dan berita bohong (*hoaks*) merupakan kedua hal yang hampir sama namun memiliki perbedaan. Secara makna, berita bohong (*hoaks*) merupakan informasi tidak benar yang seakan-akan benar menurut asumsi penerimanya. Sedangkan disinformasi adalah penyimpangan informasi yang sama sekali tidak memuat kebenaran yang biasanya dilakukan oleh oknum tidak bertanggung jawab serta disebarluaskan untuk mengelabui penerima yang cenderung membingungkan atau menipu. Pembuatan atau penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*) yang dilakukan oleh kreator di media internet bukan termasuk ke dalam penipuan karena tetap menyajikan informasi yang benar, hanya penggunaan judul yang kurang sesuai.

Indonesia sebagai negara hukum secara tidak langsung telah memiliki beberapa kebijakan untuk mengontrol pembuatan dan penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*) dengan menerapkan berbagai macam peraturan seperti Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers, Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dan Kode Etik Jurnalistik yang ditetapkan Dewan Pers melalui Peraturan Dewan Pers Nomor : 6/Peraturan-DP/V/2008 tentang Pengesahan Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/SK-DP/III/2006 tentang Kode Etik Jurnalistik Sebagai Peraturan Dewan Pers.

a. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik

Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik terdapat beberapa pasal yang sudah menjelaskan bahwa pers atau media massa seharusnya memberi informasi, tidak membuat berita bohong serta mencampurkan fakta dengan opini pribadi. Beberapa pasal tersebut di antaranya adalah sebagai berikut :

1) Pasal 1 nomor 13

Pasal 1 Nomor 13 dinyatakan bahwa pers memiliki kewajiban koreksi atau ralat terkait suatu informasi, data, fakta, opini, atau gambar yang tidak benar yang telah diberitakan. Jadi apabila terdapat suatu pemberitaan yang jauh berbeda dengan aslinya seperti penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*) yang tidak sesuai dengan isi, maka sudah merupakan kewajiban pers untuk meralat.

2) Pasal 3 ayat (1)

Pasal 3 Ayat (1) disebutkan bahwa pers nasional berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial. Dapat diketahui bahwa salah satu fungsi media adalah untuk edukasi. Oleh karena itu para media khususnya media internet sudah saatnya untuk menyajikan berita yang sesuai dengan etika jurnalistik.

3) Pasal 6

Pasal 6 khususnya huruf c, d, dan e menyebutkan beberapa peranan dari pers nasional. Dapat disimpulkan bahwa pers nasional memiliki peran yang berkaitan dengan kebenaran. Hal ini tentunya berlawanan dengan penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*) yang pada dasarnya tidak sesuai dengan materi yang disampaikan.

4) Pasal 13

Pasal 13 mencantumkan larangan iklan bagi perusahaan pers. Perihal penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*) tidak termasuk ke dalam larangan pada peraturan ini.

5) Pasal 15 ayat (2) huruf d

Pasal 15 ayat (2) huruf d disebutkan fungsi pelaksanaan dari Dewan Pers yang menjelaskan bahwa Dewan Pers melaksanakan fungsi dengan cara memberikan pertimbangan dan mengupayakan penyelesaian pengaduan masyarakat atas kasus-kasus yang berhubungan dengan pemberitaan pers. Pertimbangan atas pengaduan dari masyarakat sebagaimana dimaksud ayat (2) huruf d adalah yang berkaitan dengan Hak Jawab, Hak Koreksi, dan dugaan pelanggaran terhadap Kode Etik Jurnalistik. Penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*) pada dasarnya termasuk ke dalam pelanggaran terhadap Kode Etik Jurnalistik

yang seharusnya dipatuhi oleh seluruh pers atau media. Jadi sudah sepatutnya Dewan Pers memberi pertimbangan dan mengupayakan sebuah penyelesaian atas permasalahan tersebut.

6) Pasal 17

Pasal 17 disebutkan peran serta masyarakat dalam mendapatkan informasi dari pers atau media. Apabila terdapat kekeliruan seperti memperoleh materi yang kurang sesuai diakibatkan karena penggunaan judulumpan klik (*clickbait*), masyarakat dapat melaporkan pelanggaran tersebut kepada Dewan Pers. Jadi masyarakat memiliki peran yang sangat penting demi perkembangan informasi. Jika masyarakat tidak melapor dan memilih untuk tidak menggunakan hak suara mereka, maka pelanggaran seperti ini akan terus terjadi dan pers atau media tidak akan mengenal efek jera akibat perbuatan merugikan mereka.

7) Pasal 18

Pasal 18 menjelaskan mengenai ketentuan pidana yang didapat oleh pers atau perusahaan pers apabila melanggar beberapa ketentuan terkait.

Namun kenyataannya, pers rela melakukan strategi yang merugikan dengan membuat dan menggunakan judul konten umpan klik (*clickbait*) demi meraih keuntungan. Kekurangan dari undang-undang ini terhadap pembuatan atau penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*) yang dilakukan oleh kreator di media internet adalah hanya berlaku bagi para pers. Masyarakat biasa yang melakukan tindakan serupa tidak dapat dikenakan sanksi yang sama.

Selain itu undang-undang ini juga tidak memberi penjelasan yang lengkap. Larangan dan ketentuan pidana yang disebutkan juga tidak secara eksplisit menyatakan bahwa pers atau perusahaan pers tidak diperbolehkan untuk membuat atau menggunakan judul konten umpan klik (*clickbait*) dalam menyampaikan informasi ke media umum.

b. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

Pada Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dijelaskan bahwa setiap penyelenggara sistem elektronik yang menyajikan segala informasi elektronik dan/atau

dokumen elektronik yang tidak relevan wajib menghapus atau mengeluarkan dari daftar mesin pencari atas permintaan orang yang bersangkutan. Dalam peraturan ini juga memuat sanksi administratif di dalamnya.

1) Pasal 1 Angka 1

Pasal 1 angka 1 menyatakan mengenai definisi tentang sistem elektronik yang merujuk pada berbagai perangkat dan sistem yang menggunakan komponen elektronik untuk menjalankan fungsinya termasuk komputer, telepon genggam, dan segala perangkat yang menggunakan internet untuk mengakses sebuah informasi.

2) Pasal 1 Angka 4

Pasal 1 angka 4 menjelaskan mengenai siapa saja yang dapat dikatakan sebagai penyelenggara sistem elektronik. Pada pasal tersebut dijelaskan bahwa siapa pun dapat berperan sebagai penyelenggara sistem elektronik selama dapat mengelola atau mengoperasikan sistem elektronik. Hal ini berkaitan juga dengan kreator yang dengan kelebihannya dapat memanfaatkan sistem elektronik yang dimiliki untuk menyebarkan informasi melalui media internet.

3) Pasal 1 Angka 8

Pasal 1 angka 8 menjelaskan mengenai definisi informasi elektronik yang merupakan sekumpulan data yang telah dikelola serta maknanya dapat dimengerti oleh orang yang dapat memahaminya. Konten yang ditransmisikan menggunakan jaringan internet pada media internet seperti video, gambar, berita, atau iklan juga termasuk bagian dari informasi elektronik.

4) Pasal 1 Angka 9

Pasal 1 angka 9 menjelaskan mengenai definisi dokumen elektronik yang hampir serupa dengan informasi elektronik, namun keduanya memiliki perbedaan. Pada informasi elektronik informasi atau data yang terdapat pada sistem elektronik ditransmisikan menggunakan jaringan internet, sedangkan dokumen elektronik merupakan kumpulan informasi yang terstruktur dan biasanya memiliki format tertentu yang dapat diakses, dibaca, atau disimpan secara elektronik dengan ada atau tidak adanya jaringan internet.

5) Pasal 15

Pasal 15 menjelaskan mengenai kewajiban bagi setiap penyelenggara sistem

elektronik terhadap informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang tidak relevan. Jadi apabila terdapat informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang tidak sesuai atau dengan sengaja melebih-lebihkan dari fakta sebenarnya seperti penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*), para penyelenggara sistem elektronik atau dapat disebut juga sebagai kreator yang memegang kendali memiliki kewajiban untuk menghapus dan mengeluarkan materi tersebut dari daftar mesin pencarian.

6) Pasal 16

Pasal 16 menjelaskan mengenai klasifikasi dari informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang layak untuk dihapus. Pada Pasal 16 ayat (1) huruf d dan f menyatakan bahwa informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik wajib untuk dihapus apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau ketentuan perundang-undangan. Selain itu informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik juga wajib untuk dihapus apabila menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi. Seperti yang diketahui, penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*) tidak dibenarkan dalam peraturan hukum di Indonesia meskipun tidak mencantumkan penjelasan secara eksplisit. Tindakan kreator yang menyebarkan informasi dengan menggunakan judul konten umpan klik (*clickbait*) juga memberi dampak merugikan kepada banyak tokoh masyarakat (*public figure*). Hal ini dikarenakan judul konten umpan klik (*clickbait*) selalu membuat citra para tokoh masyarakat (*public figure*) terlihat buruk di mata publik, khususnya dalam media berita yang berfokus pada hiburan (*entertainment*) seperti subjek selebritis, rumor, dan akun fiktif daripada isu-isu yang serius atau lebih akademik.

7) Pasal 17

Pasal 17 menjelaskan mengenai subjek yang boleh mengajukan penghapusan informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dari daftar mesin pencari. Subjek yang berhak untuk mengajukan penghapusan terhadap informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dari mesin pencari adalah subjek yang berkaitan langsung terhadap informasi yang disebarkan

oleh kreator melalui konten yang dibuat dengan persetujuan pihak pengadilan.

8) Pasal 18

Pasal 18 menjelaskan mengenai mekanisme penghapusan informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik. Pada Pasal 18 ayat (2) huruf b menyatakan bahwa pemilik data pribadi sebagai subjek yang relevan berhak untuk menggunakan fitur penghapusan apabila terdapat informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang tidak relevan. Judul konten umpan klik (*clickait*) yang dibuat dan digunakan oleh kreator sering kali dikatakan tidak relevan disebabkan karena beberapa alasan yang berkaitan dengan sifat dan tujuan pembuatan konten tersebut. Metode penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*) sering kali menyebarkan informasi yang tidak akurat atau setengah benar hanya untuk menarik perhatian guna meningkatkan jumlah rasio klik tayang atau *Click-Through-Rate (CTR)* agar kreator mendapatkan keuntungan (monetasi). Ini dapat menyebabkan penyebaran disinformasi dan memperburuk pemahaman publik tentang isu-isu tertentu.

9) Pasal 100

Pasal 100 menjelaskan mengenai sanksi administratif yang dapat berupa teguran tertulis, denda administratif, penghentian sementara, pemutusan akses dan/atau dikeluarkan dari daftar yang diberikan oleh menteri sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan. Jadi apabila terdapat kreator yang melanggar pasal yang ada dalam peraturan ini dapat dikenakan sanksi sesuai dengan tingkat kejahatannya.

10) Pasal 101

Pasal 101 menjelaskan mengenai tata cara pemberlakuan sanksi administratif dan pengajuan keberatan. Kreator yang terbukti melanggar pasal yang tercantum dalam peraturan pemerintahan akan dijatuhi hukuman pidana berupa pemberian sanksi administratif sesuai dengan ketentuan peraturan menteri. Apabila kreator ingin mengajukan keberatan atas sanksi administratif yang diterima, dapat juga dilakukan sesuai dengan peraturan menteri.

Namun, kekurangan dari peraturan ini terhadap pembuatan atau penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*) yang dilakukan oleh kreator di media internet adalah tidak ada sanksi pidana

penjara di dalamnya dan hanya memuat sanksi pidana administratif yang mengakibatkan kurangnya efek jera.

c. Kode Etik Jurnalistik Dewan Pers

Kode Etik Jurnalistik yang ditetapkan Dewan Pers melalui Peraturan Dewan Pers Nomor : 6/Peraturan-DP/V/2008 tentang Pengesahan Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/SK-DP/III/2006 tentang Kode Etik Jurnalistik Sebagai Peraturan Dewan Pers memiliki tujuan untuk menjamin kemerdekaan pers dan jurnalis untuk memenuhi hak publik supaya dapat memperoleh informasi yang benar. Jurnalis Indonesia memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas serta profesionalisme. Pada Pasal 7 ayat (2) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik disebutkan bahwa wartawan memiliki dan mentaati Kode Etik Jurnalistik. Oleh karena itu, kode etik adalah hal yang wajib ditaati oleh para jurnalis dan pers.

Kode Etik Jurnalistik menjelaskan bahwa jurnalis dan pers harus memiliki beberapa hal berikut :

- 1) Harus memiliki sifat independen.
- 2) Wajib menempuh cara yang profesional.
- 3) Selalu menguji informasi.
- 4) Tidak membuat berita bohong.
- 5) Tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan.
- 6) Tidak menyalahgunakan profesi.
- 7) Memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber.
- 8) Tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka.
- 9) Menghormati hak narasumber.
- 10) Mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru.

Pada poin c, h, i, dan j disebutkan bahwa jurnalis dan pers harus selalu menguji informasi yang dikelola dan tidak menulis atau menyiarkan informasi berdasarkan prasangka. Ini berkaitan dengan penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*). Dalam membuat dan menyiarkan informasi, kreator harus melakukan pengecekan kembali terhadap informasi yang sebenarnya dan menyampaikan dengan apa adanya kepada masyarakat luas dengan tidak menambahkan opini pribadi demi mendapatkan keuntungan.

Selain itu jurnalis dan pers harus menghormati hak narasumber apabila informasi

yang diciptakan tidak sesuai dengan keinginan narasumber. Jurnalis dan pers juga memiliki kewajiban mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru. Hal tersebut berkaitan juga dengan misinformasi, malinformasi, disinformasi, dan yang terpenting adalah penggunaan judul konten umpan klick (*clickbait*). Jadi apabila terdapat informasi yang tidak sesuai atau keliru, jurnalis dan pers wajib memperbaiki.

Namun, kekurangan dari kode etik terhadap pembuatan atau penggunaan judul konten umpan klick (*clickbait*) yang dilakukan oleh kreator di media internet ini adalah hanya berlaku bagi para jurnalis dan pers. Masyarakat biasa yang melakukan tindakan serupa tidak dapat mentaati kode etik yang sama. Selain itu, tidak ada larangan yang menyebutkan secara eksplisit bahwa jurnalis dan pers tidak diperbolehkan untuk membuat atau menggunakan judul konten umpan klick (*clickbait*) dalam menyampaikan informasi ke masyarakat luas.

Masing-masing dari peraturan tersebut memiliki kelemahan dan tidak secara eksplisit menyatakan larangan mengenai praktik pembuatan atau penggunaan judul konten umpan klick (*clickbait*). Hal ini membuat praktik judul konten umpan klick (*clickbait*) tidak dapat diklasifikasikan terhadap peraturan mana pun. Tidak adanya kekuatan hukum serta tidak terdapat sanksi pidana penjara yang mengatur membuat kreator tidak peduli dengan dampak negatif yang ditimbulkan akibat penggunaan dan pemakaian dari judul konten umpan klick (*clickbait*). Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang spesifik dan implementasi yang ketat untuk mengendalikan dan mengkriminalisasi praktik judul konten umpan klick (*clickbait*). Peraturan tersebut harus mencakup definisi yang jelas tentang apa yang dimaksud dengan judul konten umpan klick (*clickbait*), sanksi yang sesuai bagi pelanggar, serta mekanisme pengawasan dan penegakan hukum yang efektif.

B. Urgensi Kriminalisasi Terhadap Kreator yang Membuat dan Menggunakan Judul Konten Umpan Klik (*Clickbait*)

1. Praktik Judul Konten Umpan Klik (*Clickbait*)

Judul konten umpan klick (*clickbait*) bukan termasuk ke dalam hal baru. Fenomena tersebut sudah ada dan telah terjadi sejak kemunculan media cetak pada tahun 1800 dengan menggunakan istilah “jurnalisme kuning” yang bertujuan untuk merujuk pada penyamaran cerita yang provokatif dan berlebihan sebagai berita (Thiel 2018).

Praktik judul konten umpan klick (*clickbait*) merupakan upaya dari kreator yang memanfaatkan keinginan alami manusia untuk mengetahui lebih banyak dan ketakutan akan ketinggalan informasi (*Fear of Missing Out (FOMO)*) guna memperoleh keuntungan. Kreator yang membuat dan menggunakan judul konten umpan klick (*clickbait*) adalah individu atau kelompok yang merancang judul artikel, video, atau bentuk konten lainnya menggunakan kalimat provokatif, mengejutkan, atau emosional yang sering kali membesar-besarkan fakta untuk memicu rasa penasaran (*curious*) pengguna akan suatu informasi yang belum diketahui (*information gap*). Banyaknya tingkat kunjungan pengguna pada konten dimanfaatkan oleh kreator sebagai daya tawar kepada calon investor untuk memasukkan iklan ke dalam konten sehingga dapat memperbanyak keuntungan. Namun strategi ini dapat memberikan dampak kurang baik jika digunakan dalam waktu yang lama.

Penggunaan judul konten umpan klick (*clickbait*) seringkali bertentangan dengan norma hukum karena dapat melibatkan unsur penipuan dan pelanggaran terhadap prinsip transparansi serta integritas informasi. Beberapa keterkaitan antara judul konten umpan klick (*clickbait*) dan pelanggaran norma hukum yakni sebagai berikut :

- a. Tipe Daya Konsumen

Dalam Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa telah menjadi hak dari konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Judul konten umpan klick (*clickbait*) dapat dianggap sebagai bentuk tipu daya terhadap pengguna sebagai konsumen karena judul yang tercantum tidak sesuai dengan realitas konten yang disajikan. Hal ini sejalan dengan Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Maka dari itu sebagai pelaku usaha, kreator dilarang untuk menyebarkan informasi kepada pengguna sebagai konsumen apabila konten yang disajikan tidak sesuai dengan judul yang dijanjikan atau terlampir. Di banyak yurisdiksi, praktik

semacam ini bisa melanggar undang-undang perlindungan konsumen dan dapat memperoleh hukuman pidana penjara. Salah satunya yakni seperti yang terlampir pada Pasal 62 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

b. Kredibilitas dan Integritas Informasi

Norma hukum mengharuskan penyebaran informasi yang akurat dan dapat dipercaya. Judul konten umpan klik (*clickbait*) dengan sifatnya yang sensasional sering kali merusak kredibilitas informasi dan menyebarkan kebingungan di antara publik. Hal ini bisa melanggar undang-undang tentang penyebaran berita palsu atau misinformasi seperti Pasal 390 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) dan Pasal 28 ayat (3) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

c. Hak Kekayaan Intelektual

Judul konten umpan klik (*clickbait*) yang melibatkan penggunaan nama atau merek dagang tanpa izin, tidak pada konteks yang tepat, atau dengan cara yang menyesatkan dapat dikatakan sebagai suatu perbuatan yang melanggar hak kekayaan intelektual. Dalam Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi terdapat banyak jerat hukum bagi pelaku yang melanggar ketentuan, salah satunya adalah mengenai Pasal 65 ayat (3) yang menjelaskan terkait larangan bagi seseorang untuk mencantumkan nama orang tanpa izin.

Selanjutnya dalam Pasal 67 ayat (3) mencantumkan ketentuan pidana yang apabila telah terbukti melanggar ketentuan dari Pasal 65 ayat (3), tindakan tersebut dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar). Jadi apabila kreator dalam praktik judul konten umpan klik (*clickbait*) mengambil nama, merek, dan data pribadi yang tidak sesuai izin pemilik data pribadi dapat dikenakan hukuman pidana tersebut.

d. Regulasi Media dan Etika Jurnalistik

Banyak negara memiliki regulasi dan kode etik jurnalistik yang menekankan pentingnya penyampaian berita dan informasi yang akurat, jujur, dan tidak menyesatkan. Namun, para kreator dengan praktik judul konten umpan klik (*clickbait*) sering kali bertentangan dan tidak

mentaati standar ini karena fokus utamanya adalah untuk memperoleh keuntungan daripada menyajikan informasi yang berharga dan akurat.

Secara keseluruhan, meskipun tujuan utama judul konten umpan klik (*clickbait*) adalah untuk meningkatkan jumlah klik dan pendapatan, praktik ini sering kali berhadapan dengan berbagai norma hukum yang bertujuan melindungi pengguna dan menjaga integritas informasi di ruang publik.

2. Ulasan Negatif Pengguna Terhadap Judul Konten Umpan Klik (*Clickbait*)

Dalam era digital saat ini, judul konten umpan klik (*clickbait*) telah menjadi salah satu strategi yang banyak digunakan oleh perusahaan media dan kreator untuk menarik perhatian pengguna. Namun, penggunaan judul yang provokatif ini tidak jarang menuai kritik dari pengguna internet. Ulasan negatif mengenai judul konten umpan klik (*clickbait*) mencerminkan perasaan kecewa dan frustrasi dari para pengguna yang merasa terpedaya oleh isi konten yang tidak sesuai dengan ekspektasi. Belum lagi pengguna yang dirugikan dari segi materi apabila mereka telah menerapkan sistem berlangganan demi mendapatkan konten eksklusif. Pengalaman ini tidak hanya merugikan pengguna, tetapi juga menimbulkan keraguan terhadap kredibilitas platform dan kreator konten. Ulasan negatif dari pengguna yang mengeluhkan praktik judul konten umpan klik (*clickbait*) memberi pengaruh terhadap hubungan antara kreator dan pengguna di dunia digital.

Contohnya seperti yang terdapat pada Kompas.id: Baca Berita Lengkap yang merupakan portal berita digital premium berupa aplikasi yang diluncurkan pada 8 Maret 2018 oleh PT Kompas Media Nusantara yang hampir 60 tahun melayani masyarakat Indonesia dengan menyajikan informasi seputar politik, ekonomi, nusantara, hingga humaniora. Meskipun dikategorikan sebagai aplikasi berita premium yang harus menerapkan sistem berlangganan untuk dapat mengakses konten premium yang disajikan secara komprehensif, media berita ini tetap tidak lepas dari adanya praktik penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*).



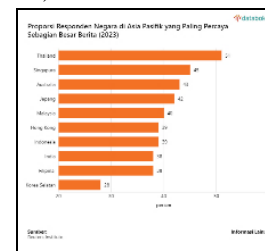
Salah satu contohnya yakni seperti yang tertera pada gambar di atas. Dalam aplikasi Kompas.id:

Baca Berita Lengkap versi ios yang terdapat pada App Store, salah satu pengguna mengungkapkan perasaan kekecewaannya di laman rating dan ulasan. Pengguna dengan nama b1959si tersebut menyampaikan bahwa dirinya telah melakukan metode berlangganan pada portal media Kompas untuk dapat membaca artikel mengenai analisa taktik klub sepak bola Barcelona. Namun nyatanya setelah pengguna b1959si membuka dan membaca lebih lanjut mengenai isi artikel tersebut, hanya terdapat penjelasan mengenai latar belakang para pemain sepak bola Barcelona saja. Rupanya, penjelasan mengenai taktik klub sepak bola Barcelona hanya tercantum pada visual dan judul berita. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa meskipun pengguna dengan nama b1959si telah menerapkan biaya berlangganan, dirinya masih bisa menjadi korban dari judul konten umpan klik (*clickbait*).

3. Risiko Penggunaan Judul Konten Umpan Klik (*Clickbait*)

Dewasa ini, kritik terhadap judul konten umpan klik (*clickbait*) beserta risikonya meningkat pesat karena konsumsi berita telah bergeser dari media cetak menjadi wadah media informasi digital. Penyajian informasi yang awalnya memberikan kualitas dengan memberikan informasi yang akurat beralih menjadi upaya perusahaan media dan kreator untuk menarik pengguna dengan menggunakan judul konyol (Filloux 2016). Pernyataan ini sejalan dengan hasil riset kognitif yang menunjukkan bahwa judul konten umpan klik (*clickbait*) adalah bentuk gangguan perhatian bagi pengguna yang dapat menyebabkan stres, suasana hati yang buruk, kerugian dari segi materi, dan mengakibatkan produktivitas menjadi lebih rendah (Kaushal dan Vemuri 2021). Namun, praktik judul konten umpan klik (*clickbait*) ini tidak hanya memberikan kerugian bagi pengguna saja, tetapi juga dapat berpotensi merusak kepercayaan publik terhadap perusahaan media dan kreator sebagai sumber informasi digital secara keseluruhan. Pengguna yang semakin tidak percaya dengan keberadaan informasi dari media digital akan memberikan penilaian buruk kepada perusahaan media dan kreator yang kerap membuat judul konten umpan klik (*clickbait*) yang tidak sesuai dengan isi beritanya lalu perlahan beralih untuk meninggalkan media informasi tersebut. Hal itu dapat memengaruhi kredibilitas produksi konten informasi di media internet.

Menurut laporan dari Reuters Institute pada tahun 2023 dijelaskan bahwa telah terjadi penurunan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat di negara Asia Pasifik kepada media (Muhamad 2023).



Dari tabel di atas menunjukan bahwa 10 (sepuluh) dari 11 (sebelas) negara Asia Pasifik sudah kehilangan kepercayaan terhadap media informasi. Publik Korea Selatan adalah yang paling rendah tingkat kepercayaan kepada media yaitu hanya sebesar 28% (dua puluh delapan persen) yang kemudian disusul oleh Filipina sebesar 38% (tiga puluh delapan persen), India 38% (tiga puluh delapan persen), Indonesia 39% (tiga puluh sembilan persen), Hongkong 39% (tiga puluh sembilan persen), Malaysia 40% (empat puluh persen), Jepang 42% (empat puluh dua persen), Australia 43% (empat puluh tiga persen), Singapura 45% (empat puluh lima persen), dan Thailand 51% (lima puluh satu persen). Angka ini menunjukkan betapa sebagian besar masyarakat sudah tidak lagi mempercayai media yang salah satu penyebabnya adalah dari praktik judul konten umpan klik (*clickbait*) tersebut. Data ini tentu harus menjadi perhatian media khususnya kreator saat ini.

Perusahaan media khususnya kreator harus memikirkan 2 (dua) sisi ketika memproduksi sebuah informasi. Terdapat 3 (tiga) karakteristik yang harus dimiliki media agar supaya bisnis yang sedang dijalani tetap berkembang : (1) produk ganda yaitu membuat isi atau kemasan produk terlihat menarik dan memperhatikan kebutuhan pengguna, (2) pasar ganda yaitu memperhatikan kebutuhan pasar pengguna dan calon investor untuk memasukkan iklan, (3) misi ganda yaitu sebagai lembaga bisnis dan edukasi masyarakat. Perusahaan media dan kreator dituntut agar mampu berdiri di tengah dan seimbang antara orientasi bisnis dan edukasi publik. Mewujudkan keduanya dengan seimbang tentu bukanlah hal mudah dan perlu usaha yang cermat. Sisi bisnis harus dipertahankan agar usaha yang dilakukan tetap berjalan dan maju, namun di sisi lain perusahaan media dan kreator juga memiliki kewajiban untuk mengakomodir kebutuhan

pengguna agar mendapatkan kepercayaan (Kaushal dan Vemuri 2021). Oleh karena itu, penting bagi perusahaan media dan kreator untuk menyeimbangkan antara menarik minat audiens dan memberikan konten yang relevan serta jujur.

4. Tahapan Kriminalisasi

Tidak adanya kekuatan hukum serta tidak terdapat sanksi pidana yang mengatur membuat kreator tidak peduli dengan dampak negatif yang ditimbulkan akibat penggunaan dan pemakaian dari judul konten umpan klik (*clickbait*). Oleh karena itu, diperlukan adanya kriminalisasi dengan melibatkan faktor penting dalam penormaan pidana yakni unsur kesengajaan atau bisa disebut juga dengan *opzet* yang dapat meliputi semua unsur yang mengikuti. Perbuatan sengaja yang dimaksud adalah kehendak untuk melakukan suatu perbuatan sehingga dapat menciptakan suatu akibat.

Selain itu, dalam perumusan kriminalisasi juga perlu dimasukkan unsur ketidaksengajaan atau bisa disebut juga dengan *culpa*. Ketidaksengajaan yang dimaksud adalah perbuatan tidak sengaja yang berakibat dilarang serta dapat diancam dengan hukuman. Meskipun kreator beranggapan bahwa penerapan praktik judul konten umpan klik (*clickbait*) dilakukan secara tidak sengaja dan terpaksa untuk melakukan karena dituntut oleh keadaan, mereka dapat mencegah dengan cara melakukan perbuatan lain atau sama sekali tidak melakukan perbuatan praktik judul konten umpan klik (*clickbait*) sehingga tidak menciptakan akibat yang telah dilarang oleh undang-undang. Oleh karena itu pemerintah atau badan berwenang untuk melakukan perubahan (mengadendum) terhadap peraturan perundang-undangan yang telah ada atau membuat sebuah peraturan baru dengan cara menggunakan kebijakan kriminalisasi.

Kebijakan kriminalisasi dapat terus berkembang secara dinamis seiring dengan berkembangnya masyarakat. Perkembangan hukum pidana semakin banyak digunakan dan diandalkan untuk mengatur serta menertibkan masyarakat melalui peraturan perundang-undangan. Kebijakan kriminalisasi dapat diartikan sebagai proses penentuan suatu perbuatan yang dapat dipidana dan dilarang (Prasetyo 2017). Dalam menentukan suatu tindak pidana digunakan kebijakan hukum pidana (*penal policy*) berupa sistem peraturan perundang-undangan atau praktik yang ditetapkan oleh pemerintah, mahkamah, atau lembaga berwenang terkait bertujuan untuk

mengatur tindakan hukum seperti memberikan perlindungan hukum, melakukan pengawasan, dan memperjelas kewajiban serta tanggung jawab masyarakat atau individu atas pemberlakuan hukum dari sebuah pelanggaran hukum. Intinya, kebijakan hukum pidana (*penal policy*) berfungsi untuk memberikan rumusan dan pedoman hukum pidana yang baik kepada pembuat undang-undang. Berikut merupakan kebijakan kriminalisasi hukum pidana dalam merumuskan dan memberikan pedoman kepada pembuat undang-undang :

a. Kebijakan Legislatif

Tahap formulasi adalah tahap penegakan hukum yang mengatur tindakan hukum terhadap pelanggaran hukum (*in abstracto*) dilakukan oleh badan pembuat undang-undang. Penegakan hukum pidana terhadap pelanggaran hukum (*in abstracto*) dikonsepsikan sebagai suatu upaya untuk menanggulangi kejahatan melalui pembentukan aturan hukum pidana yang melarang suatu aktivitas tertentu. Penegakan hukum dalam konteks ini masih berupa rumusan atau aturan tertentu (pasal) yang merupakan panduan bagi masyarakat untuk tidak melakukan berbagai tindakan yang dilarang oleh aturan. Singkatnya, penegakan hukum pidana terhadap pelanggaran hukum (*in abstracto*) masih belum ditegakkan secara langsung oleh aparat penegak hukum. Tahap pertama ini dapat juga disebut sebagai tahap kebijakan legislatif.

Kebijakan legislatif bisa dikategorikan sebagai tahapan yang strategis karena menentukan tahap-tahap berikutnya. Hal ini mengingat bahwa pada saat perundang-undangan pidana ingin dibuat, maka akan ditentukan arah yang hendak dituju. Dengan dibuatnya undang-undang, suatu tindakan yang ingin dijadikan sebagai perbuatan terlarang dalam hukum pidana akan menyangkut proses kriminalisasi.

Dalam rumusan yang terdapat pada Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI 1945) menyatakan bahwa Indonesia merupakan negara hukum. Sebagai negara hukum, maka semua tindakan pemerintah dalam menyelenggarakan negara untuk mencapai tujuan negara harus berdasarkan pada undang-undang yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, hukum merupakan dasar pemerintah dalam menjalankan dan membatasi kekuasaan pemerintahan. Semua kepentingan masyarakat atau individu dan negara terus mengalami perkembangan secara

dinamis sesuai dengan tuntutan modernisasi dan globalisasi. Perubahan masyarakat secara dinamis inilah yang perlu diatur di dalam hukum. Proses pembuatan hukum juga harus berdasarkan pada nilai atau jiwa bangsa, sehingga konsep hukum yang berasal dari luar tidak bisa langsung diterima. Jati diri bangsa inilah yang merupakan filter masuknya nilai dari bangsa lain.

b. Kebijakan Yudikatif

Tahap aplikasi atau kebijakan yudikatif adalah tahap penerapan hukum pidana oleh aparat penegak hukum mulai dari kepolisian sampai pengadilan. Tahap kedua ini dapat juga disebut sebagai tahap kebijakan yudikatif.

c. Kebijakan Eksekutif

Tahap eksekusi yakni tahap pelaksanaan hukum pidana secara konkret oleh aparat pelaksana pidana. Tahap ketiga ini dapat juga disebut sebagai tahap kebijakan eksekutif atau administratif.

Kebijakan kriminalisasi dalam pembentukan peraturan perundang-undangan sangatlah penting untuk proses berjalannya suatu negara yang dilandaskan atas hukum atau biasa disebut dengan negara hukum seperti Indonesia. Penetapan regulasi yang spesifik dan terperinci dengan melibatkan penyusunan peraturan, penambahan penjelasan, serta menerapkan sanksi pidana di dalamnya dapat menjadi acuan untuk menentukan interpretasi yang benar guna dan mengurangi potensi untuk mengulangi perbuatan yang sama di masa mendatang.

utama dengan menerapkan berbagai macam peraturan. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang spesifik dan implementasi yang ketat untuk mengendalikan dan mengkriminalisasi praktik judul konten umpan klik (*clickbait*). Peraturan tersebut harus mencakup definisi yang jelas tentang apa yang dimaksud dengan judul konten umpan klik (*clickbait*), sanksi yang sesuai bagi pelanggar, serta mekanisme pengawasan dan penegakan hukum yang efektif. Dengan adanya peraturan hukum yang tegas diharapkan dapat tercipta media digital yang lebih bertanggung jawab, informatif, serta melindungi masyarakat dari konten yang tidak sesuai.

B. Judul konten umpan klik (*clickbait*) tidak hanya menyesatkan publik dan merugikan konsumen informasi dengan menyajikan konten yang tidak sesuai dengan janji dalam judul, tetapi juga berpotensi menyebarkan disinformasi dan mengganggu ketertiban informasi yang sah di dunia digital. Dari sudut pandang hukum pidana, tindakan tersebut dapat dianggap sebagai bentuk manipulasi publik yang memerlukan intervensi hukum untuk melindungi kepentingan umum dan menjaga integritas informasi. Dengan dilakukannya kriminalisasi terhadap kreator yang membuat dan menggunakan judul konten umpan klik (*clickbait*) di media internet, diharapkan adanya efek jera bagi pelaku serta peningkatan kualitas dan kredibilitas konten yang disebarkan melalui media internet, sehingga masyarakat dapat menerima informasi yang akurat dan bermanfaat tanpa harus khawatir akan manipulasi dan penyalahgunaan informasi.

Saran

Penting untuk memformulasikan regulasi yang komprehensif dan tepat terhadap kreator yang membuat dan menggunakan judul konten umpan klik (*clickbait*) di media internet dari perspektif hukum pidana. Pemerintah dan pembuat kebijakan perlu menyusun undang-undang yang jelas dan spesifik dengan mengidentifikasi secara tepat hal yang termasuk dalam kategori judul konten umpan klik (*clickbait*) serta menetapkan sanksi yang adil dan efektif bagi pelanggarnya. Selain itu, perlu ada upaya kolaboratif antara pemerintah, wadah media digital, dan organisasi masyarakat sipil untuk meningkatkan kesadaran publik mengenai bahaya dan dampak negatif dari judul konten umpan klik (*clickbait*). Edukasi kepada kreator konten tentang praktik etis dalam pembuatan judul dan isi konten juga harus ditingkatkan. Implementasi regulasi ini harus disertai dengan mekanisme pengawasan yang ketat dan transparan, serta proses hukum yang adil untuk memastikan bahwa hukum diterapkan dengan konsisten. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan dapat tercipta lingkungan digital yang

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang berkaitan dengan kreator yang membuat dan menggunakan judul konten umpan klik (*clickbait*), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

A. Peraturan hukum yang jelas dan tegas mengenai kreator yang membuat dan menggunakan judul konten umpan klik (*clickbait*) di media internet merupakan hal yang sangat penting. Judul konten umpan klik (*clickbait*) dikenal dengan sifatnya yang menyesatkan dan cenderung manipulatif, tidak hanya merugikan pengguna tetapi juga mengganggu ekosistem digital yang sehat dan kredibel. Indonesia sebagai negara hukum telah memiliki beberapa kebijakan untuk mengontrol pembuatan dan penggunaan judul konten umpan klik (*clickbait*) serta memberi perlindungan terhadap pengguna atas integritas konten digital yang harus menjadi prioritas

lebih sehat, di mana informasi yang disajikan benar-benar dapat dipercaya dan bermanfaat bagi masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Perundang-Undangan

- Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP).
Kode Etik Jurnalistik yang ditetapkan Dewan Pers melalui Peraturan Dewan Pers Nomor : 6/Peraturan-DP/V/2008 tentang Pengesahan Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/SK-DP/III/2006 tentang Kode Etik Jurnalistik Sebagai Peraturan Dewan Pers.
- Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI 1945)
- Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers.

Buku

- Direktorat Statistik Keuangan, Teknologi Informasi, dan Pariwisata. 2022. *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022*. diedit oleh R. Rufiadi. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Nuryanto, Hery. 2012. *Sejarah Perkembangan Teknologi dan Komunikasi*. diedit oleh Tim Editor Balai Pustaka. Jakarta Timur: Balai Pustaka.
- Oetomo, Budi Sutedjo Dharma, Ester Wibowo, Eddy Hartono, dan Samuel Prakoso. 2007. *Pengantar Teknologi Informasi Internet: Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Prasetyo, Teguh. 2017. *Kriminalisasi dalam Hukum Pidana*. Edisi Digital, 2020. Bandung: Nusa Media.
- Thiel, Kristin. 2018. *Avoiding Clickbait*. 1 ed. New York: Cavendish Square Publishing.
- Tim Edukom. 2019. *Pengenalan Internet*. diedit oleh Arif. Tangerang: Loka Aksara.

Jurnal

- Kaushal, Vivek, dan Kavita Vemuri. 2021. "Clickbait—Trust and Credibility of Digital News." *IEEE Transactions on Technology and Society* 2(3):146–54. doi: 10.1109/TTS.2021.3073464.

Halaman Situs (Website)

- Adhyasta Dirgantara. 2020. "Apakah Judul 'Clickbait' Dibenarkan Dalam Ilmu Jurnalistik? Dan Etiskah Digunakan Pada Wadah-Wadah Berita Online?" *Quora*. Diambil 30 Mei 2024 (<https://qr.ae/pscJWM>).
- Dewi, Alieza Nurulita, dan Andre Kurniawan. 2023. "Pengertian Perkembangan Teknologi beserta

Dampak dan Contohnya." *Merdeka.com*. Diambil 20 Februari 2024 (<https://www.merdeka.com/jabar/pengertian-perkembangan-teknologi-beserta-dampak-dan-contohnya-40704-mvk.html?screen=1>).

- Filloux, Frédéric. 2016. "Clickbait is Devouring Journalism But There Are Ways Out." *Quartz*. Diambil 23 Juni 2024 (<https://qz.com/648845/clickbait-is-devouring-journalism-but-there-are-ways-out>).
- Muhamad, Nabilah. 2023. "Proporsi Responden Negara di Asia Pasifik yang Paling Percaya Sebagian Besar Berita (2023)." *Databoks*. Diambil 17 Juni 2024 (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/15/deretan-negara-di-asia-pasifik-yang-paling-percaya-berita-bagaimana-indonesia>).
- The Oxford English Dictionary (<https://www.oed.com/>).