

LAPORAN  
KULIAH KERJA LAPANGAN  
**PROSES PENYUNTINGAN ARTIKEL FEATURE DI PORTAL ONLINE  
HIPWEE YOGYAKARTA**



Oleh:

Elisabeth Arwita Pinerang

130905055

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN  
ILMU POLITIK UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2017

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**LAPORAN KULIAH KERJA LAPANGAN**

JUDUL

PROSES PENYUNTINGAN NASKAH FEATURE DI PORTAL ONLINE

HIPWEE YOGYAKARTA

Oleh

Elisabeth Arwita Pinerang

130905055

Laporan KKL ini dibuat guna melengkapi syarat kelulusan jenjang kuliah Strata Satu (S1) pada Konsentrasi Studi Jurnalisme Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Birgitta Bestari Puspita Jati, M.A.

**HALAMAN PENGESAHAN**

JUDUL

PROSES PENYUNTINGAN NASKAH FEATURE DI PORTAL ONLINE

HIPWEE YOGYAKARTA

Oleh

Elisabeth Arwita Pinerang

130905055

Telah diuji dan disahkan pada

hari, tanggal : Senin, 15 Mei 2017

waktu : 10.00 WIB

tempat : Ruang Ujian Lt.1 FISIP UAJY

Mengetahui,

Penguji 1

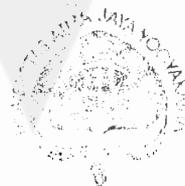


Birgitta Bestari Puspita J., M.A.

Penguji 2



Olivia Lewi Pramesti, M.A.



## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elisabeth Arwita Pinerang

NIM : 130905055

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa laporan Kuliah Kerja Lapangan yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan laporan Kuliah Kerja Lapangan ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 15 Mei 2017

Yang membuat pernyataan

  
  
000  
RIBURUPIAH

ELISABETH ARWITA P.

## KATA PENGANTAR

Laporan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) berjudul “Proses Penyuntingan Naskah Feature di Portal Online Hipwee Yogyakarta” ini menjelaskan berbagai hal mengenai proses penyuntingan naskah feature dalam portal *online* Hipwee Yogyakarta. Laporan ini juga memaparkan proses KKL yang dijalani penulis dari tanggal 25 Juli 2016 sampai dengan 16 September 2016 di Hipwee Yogyakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan kontribusi dalam serangkaian proses KKL, mulai dari penyusunan proposal, penerjunan hingga penyusunan laporan akhir, antara lain:

1. Tuhan, atas penyertaan dan berkatnya yang luar biasa :))

Laurentius Sriyanto Mujiyono, Yulita Daru Priliantari, dan Maria Listya Puspitarini, yang merupakan keluarga penulis, atas segala dukungan dan asupan kasih sayang yang diberikan,

2. Birgitta Bestari Puspita J. S.Sos, MA selaku dosen pembimbing, atas waktu dan kesediaan membimbing penulis selama proses KKL berlangsung,
3. Nendra Primonik Sekar Rengganis, S.IP, selaku *Chief Editor* Hipwee dan Armando Yuniar Radityawan selaku *Office Manager* Hipwee, atas waktu dan kesediaan membimbing penulis selama penerjunan KKL,
4. Agnes Friska Cyntia, Skolastika Tyas, Nailatul Khasanah, Imanuel Keu, Radityo Kusumo, dan Andreas Krishna atas kesediaan mendengar segala keluh kesah penulis selama proses KKL berlangsung,
5. Artyastiani Pratitiningrum, selaku rekan dan sesama mahasiswa UAJY

yang melaksanakan KKL di Hipwee atas segala dukungan dan semangat yang diberikan.

6. Thomas Krisantono Sanjoyo, atas segala kasih dan dukungan, maupun kesediaan mengingatkan penulis untuk segera menyelesaikan laporan KKL.
7. Pihak lain yang namanya tidak mungkin disebutkan satu per satu.

Penulis berharap laporan KKL berjudul “Proses Penyuntingan Naskah Feature di Portal Online Hipwee Yogyakarta” ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memiliki ketertarikan akan dunia penyuntingan. Akhir kata, penulis memohon maaf atas segala kekurangan yang nantinya mungkin ditemukan dalam laporan KKL ini.

Yogyakarta, 15 Mei 2017  
Penulis,

Elisabeth Arwita Pinerang

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1. LATAR BELAKANG</b> .....	1
<b>1.2. RUMUSAN MASALAH</b> .....	7
<b>1.3. TUJUAN KKL</b> .....	7
<b>1.4. MANFAAT KKL</b> .....	7
1.4.1. Akademis .....	7
1.4.2. Praktis .....	7
<b>1.5. KERANGKA TEORI</b> .....	8
1.5.1. Jurnalisme Online .....	8
1.5.2. Naskah Feature .....	10
1.5.3. Penyuntingan .....	14
1.5.4. Bahasa Jurnalistik.....	1

<b>BAB II DESKRIPSI OBJEK</b> .....	20
<b>2.1. SEJARAH HIPWEE</b> .....	20
<b>2.2. PROFIL PERUSAHAAN</b> .....	23
<b>2.3. VISI DAN MISI</b> .....	24
2.3.1. Visi .....	24
2.3.2. Misi .....	25
<b>2.4. STRUKTUR ORGANISASI</b> .....	26
2.4.1. <i>Managing Director</i> .....	27
2.4.1.1. <i>Engagement</i> .....	27
2.4.1.1.1. <i>Offline Community Officer</i> .....	28
2.4.1.1.2. <i>Online Community Officer</i> .....	28
2.4.1.1.3. <i>Senior Designer</i> .....	28
2.4.1.1.4. <i>Social Media Manager</i> .....	29
2.4.1.1.4.1. <i>Media Planner</i> .....	29
2.4.1.1.4.2. <i>Social Media Officer</i> .....	30
2.4.1.1.4.2.1. <i>Intern</i> .....	30
2.4.1.2. <i>Supports</i> .....	30
2.4.1.1.1. <i>Finance Officer</i> .....	31
2.4.1.3. <i>Content</i> .....	31
2.4.1.3.1. <i>Editors</i> .....	32
2.4.1.3.1.1 <i>Writers</i> .....	32

2.4.1.3.2. <i>Editors and Training Guru</i> .....	33
2.4.1.3.2.1 <i>Intern</i> .....	33
2.4.1.2. <i>Sales</i> .....	33
2.4.1.3.2. <i>Account Executive</i> .....	34
<b>2.5. DIVISI CONTENT HIPWEE</b> .....	34
2.5.1. Struktur Organisasi Divisi Content Hipwee.....	35
<b>BAB III HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KKL</b> .....	41
<b>3.1. DESKRIPSI HASIL PELAKSANAAN KKL</b> .....	41
3.1.1. Elaborasi Ide oleh Editor dan Penulis .....	41
3.1.2. Penulisan Artikel .....	43
3.1.3. Penyuntingan oleh Para Editor.....	47
3.1.4. Penjadwalan Jam Terbit .....	55
3.1.5. Penayangan dan Penyebaran Artikel.....	57
<b>3.2. DESKRIPSI PARTISIPASI MAHASISWA</b> .....	59
3.2.1. Partisipasi Mahasiswa Dalam Minggu Pertama .....	60
3.2.2. Partisipasi Mahasiswa Dalam Minggu Kedua .....	68
3.2.3. Partisipasi Mahasiswa Dalam Minggu Ketiga .....	71
3.2.4. Partisipasi Mahasiswa Dalam Minggu Keempat .....	73
3.2.5. Partisipasi Mahasiswa Dalam Minggu Kelima .....	76
3.2.6. Partisipasi Mahasiswa Dalam Minggu Keenam .....	83

3.2.7. Partisipasi Mahasiswa Dalam Minggu Ketujuh .....	85
3.2.8. Partisipasi Mahasiswa Dalam Minggu Kedelapan .....	88
<b>3.3. ANALISIS HASIL PELAKSANAAN KKL .....</b>	<b>89</b>
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>130</b>
<b>4.1. KESIMPULAN .....</b>	<b>130</b>
<b>4.2. SARAN .....</b>	<b>134</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>136</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Laporan Aktivitas Kuliah Kerja Lapangan
- Lampiran 2 Lampiran 3 *Form* Penilaian Institusi Lokasi KKL
- Lampiran 3 Portofolio Artikel yang Dibuat Penulis
- Lampiran 4 Pedoman Penulis Hipwee
- Lampiran 5 Modul EYD Hipwee

## DAFTAR GRAFIK

- Grafik 1 Jumlah dan Penetrasi Pengguna Internet Tahun 2014 .....1
- Grafik 2 *How Popular is Hipwee.com?* .....4

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 Tweet Pendiri Hipwee, Lauri Lahi .....5
- Gambar 2 Logo Hipwee .....24
- Gambar 3 Papan Ide di Dinding Hipwee .....42
- Gambar 4 Penulis Membuat Artikel di Kantor .....44
- Gambar 5 Penulis Membuat Artikel di Kedai Kopi (*away*) .....46
- Gambar 6 Tampilan Dasbor Penulis dalam Membuat Artikel .....47
- Gambar 7 Contoh Artikel dengan Sumber dan Referensi Penelitian .....49
- Gambar 8 Contoh Artikel dengan *Hyperlink* yang Menjadi Sumber .....50

Gambar 9 Contoh Pemberian Tanda Kategori Artikel Tiap Kanal .....	51
Gambar 10 Tanda Centang untuk Konten 17 Tahun ke Atas .....	51
Gambar 11 Komentar pada Facebook Hipwee Terkait Artikel.....	53
Gambar 12 Tampilan Website Hipwee .....	56
Gambar 13 Tweet oleh Twitter Hipwee yang Berisi <i>Link</i> Artikel .....	57
Gambar 14 Artikel dengan Topik Berita <i>Hardnews</i> yang Dijadikan <i>Meme</i> .....	61
Gambar 15 Artikel Penulis dengan Judul, Sub-judul, dan Gambar .....	76
Gambar 16 Contoh Kata dengan Ejaan yang Salah ( <i>typo</i> ).....	78
Gambar 17 Contoh Kata yang Salah ( <i>typo</i> ) pada isi artikel .....	79
Gambar 18 Artikel dengan Penggunaan Tanda Baca Titik pada Judul.....	80
Gambar 19 Artikel yang Menggunakan Angka pada Judul .....	81
Gambar 20 Artikel yang Menggunakan Nama Aktris .....	81
Gambar 21 Artikel yang Menggunakan Istilah dalam Ilmu Kimia.....	82
Gambar 22 Peserta dan Panitia Acara Santai Sore Hipwee .....	83
Gambar 23 Penulisan Sub-judul dan <i>Caption</i> yang Benar.....	85
Gambar 24 Penggunaan Kata Informal pada Artikel .....	87
Gambar 25 Artikel dengan <i>Hashtag</i> di Bagian Paling Bawah Halaman .....	96
Gambar 26 Artikel dengan Halaman Sebelumnya dan Selanjutnya .....	97
Gambar 27 Artikel dengan Video yang Menjelaskan Isinya .....	98
Gambar 28 Artikel dengan <i>Quote</i> untuk Jenis <i>Feature</i> Minat Insani.....	103
Gambar 29 Artikel dengan Tokoh Sejarah Indonesia, R.A. Kartini .....	104

Gambar 29 Artikel dengan Situs Sejarah dengan Bumbu Percintaan.....	105
Gambar 30 Artikel dengan Jokowi sebagai Tokohnya .....	106
Gambar 31 Artikel Kanal Travel Berjenis <i>Feature Travelogue</i> .....	108
Gambar 32 Artikel dengan Jenis <i>Feature</i> Petunjuk Praktis .....	109
Gambar 33 Artikel Kanal Motivasi Berjenis <i>Feature</i> Ilmiah.....	110
Gambar 34 Artikel Kanal Travel Berjenis <i>Feature</i> Ilmiah .....	110
Gambar 35 Judul Artikel yang Lugas, Sesuai dengan Isinya .....	120
Gambar 36 Judul Artikel dengan Eufemisme .....	121
Gambar 37 Judul Artikel dengan Prasangka Negatif.....	122
Gambar 38 Contoh Artikel dengan Sapaan yang Demokratis .....	123
Gambar 39 Contoh Artikel dengan Diksi yang Tepat.....	127
Gambar 40 Contoh Artikel dengan Kalimat Aktif.....	128
Gambar 41 Artikel dengan Istilah Khusus dalam Dunia Kedokteran .....	129
Gambar 42 Artikel dengan Kata Umpatan yang Sesuai Konteks .....	130

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Struktur Organisasi Hipwee .....	25
Bagan 2 Struktur Organisasi Divisi Content Hipwee .....	34

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Daftar Staf Divisi <i>Content</i> Hipwee .....	35
Tabel 2 Daftar Nama Kanal dan Deskripsi Kanal .....	37
Tabel 3 Jadwal <i>Away</i> Penulis .....	44
Tabel 4 Jadwal Terbit Artikel Tiap Kanal.....	55
Tabel 5 Daftar Artikel Penulis dalam Minggu Pertama.....	63
Tabel 7 Jadwal Penulisan Artikel Penulis.....	69
Tabel 8 Daftar Artikel Penulis dalam Minggu Kedua.....	70
Tabel 9 Daftar Artikel Penulis dalam Minggu Ketiga .....	73
Tabel 10 Daftar Artikel Penulis dalam Minggu Keempat.....	74

## BAB I

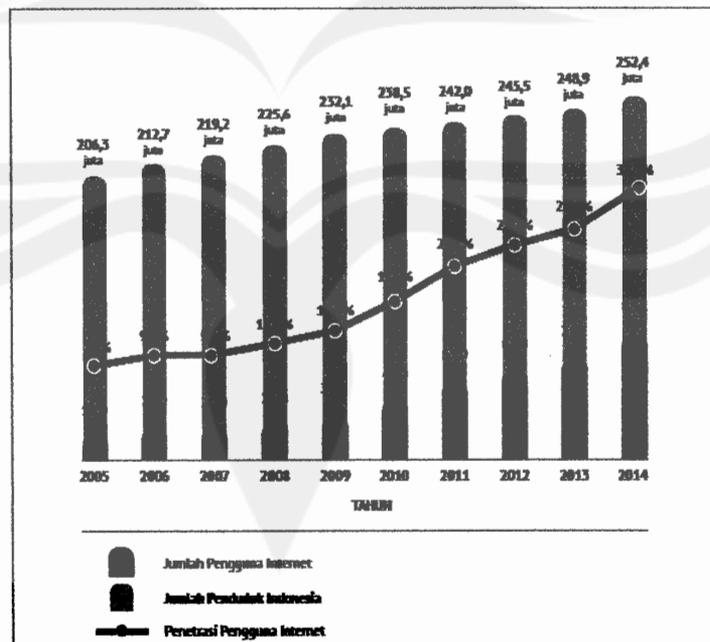
### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Sejak pemerintah Indonesia mengembangkan infrastruktur internet sekitar tahun 1980-an, jumlah pengguna internet kian meningkat. Pada survei terakhir yang dilakukan APJII bekerja sama dengan Pusat Kajian Komunikasi Departemen Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, ditemukan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 88,1 juta pengguna dari 252,4 juta penduduk hingga akhir tahun 2014.

Grafik 1.1.

Jumlah dan Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2005-2014



Sumber : Katalog APJII tahun 2014

Kemudian, dapat dilihat pada Grafik 1.1, angka pengguna internet selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya. Dari grafik tersebut, dapat dilihat secara jelas kenaikan angka pengguna internet yang terjadi dalam 10 tahun terakhir. Jika dibandingkan dengan kenaikan-kenaikan yang terjadi pada periode tahun 2005-2014, kenaikan tertinggi pengguna internet berada pada tahun 2014, yakni sebesar 6,3%.

Pada survei APJII tersebut juga ditemukan alasan menggunakan internet. Mencari info/*searching/browsing* serta mencari berita terkini masih menduduki 5 besar yang orang lakukan ketika mengakses internet. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan penduduk Indonesia akan informasi harian dengan mencari info/*searching/browsing* cukup tinggi.

Dari data yang didapat dari survei APJII tersebut, kenaikan pengguna internet setiap tahun didominasi oleh penduduk berusia 18-25 tahun dengan pendidikan SMU/SMA sederajat. Rata-rata alasannya adalah untuk berkomunikasi atau mencari sumber informasi harian. Maka dapat disimpulkan bahwa pengguna internet adalah kaum muda yang membutuhkan informasi dalam menjalani aktivitas kesehariannya.

Seiring dengan jumlah pengguna internet dan alasan penggunaannya, media *online* pun juga semakin berkembang. Mulai dari *website* yang menawarkan berita-berita *hardnews* hingga *website* yang berisi hiburan berupa tips-tips yang dapat dinikmati kapan saja dan di mana saja. Berkembang pula

jenis *website* yang dinamakan *social news sites* yang berkiblat pada media *online* milik Amerika, BuzzFeed. *Social news sites* merupakan *website* yang menarik pembaca untuk memberikan komentar dan membuatnya *viral* (menyebar seperti virus) di media sosial, seperti ditulis dalam *website* *techinasia.com* (Rizal, 2015).

Menurut Tempo.co (ditulis oleh Forcic International, 2016), *website* konten viral paling populer di Indonesia dimulai dari Malesbanget.com, Pulsk.com, kemudian Hipwee.com. MalesBanget yang lahir pada 1 April 2002 ini adalah milik Christian Sugiono, salah satu artis ternama Indonesia. MalesBanget menyajikan berbagai topik mulai dari cinta hingga pengetahuan umum. Kemudian, pada September 2012 Pulsk sebagai *website* sejenis juga mulai dapat dinikmati di dunia maya. Salah satu *website* dengan konten viral ini mengusung tema Majalah Dinding (Mading) virtual asli Indonesia. Pulsk memungkinkan pengguna turut berpartisipasi dalam mengisi konten (*user generated content*). *Website-website* tersebut merupakan jenis *social news sites*, yang memungkinkan adanya interaksi pengguna sebagai *feedback*. Kemudian pada April 2014 lalu, Hipwee juga lahir sebagai *social news sites* dengan *user generated content* menyusul kedua pendahulunya tersebut.

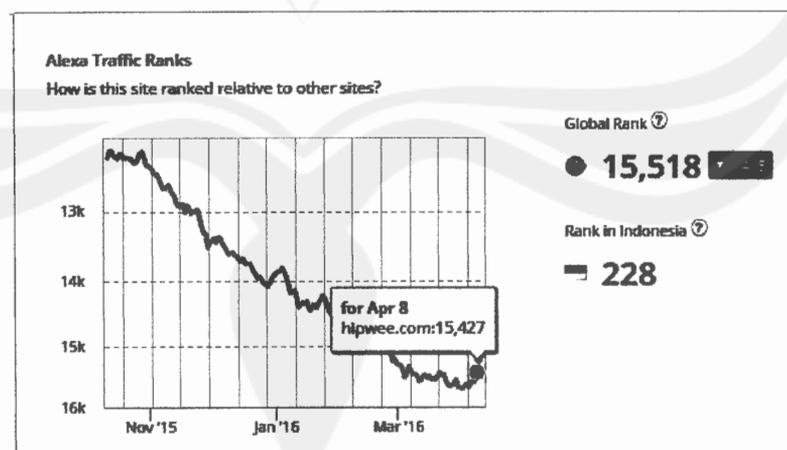
Hipwee hadir dengan segudang informasi berupa artikel berkarakteristik *feature* dengan gaya bahasa dan topik yang berisi isu populer khas kaum muda. **Artikelnnya** memiliki ciri khas penggunaan bahasa informal yang mudah

dimengerti. Selain itu, artikelnya dikemas dengan pola penulisan yang tidak terikat pada pola piramida terbalik seperti halnya *straight news*. Dalam *website*-nya, Hipwee mengklaim dirinya sebagai *website* yang diperuntukkan bagi kaum muda.

Seperti menurut Hipwee.com, Hipwee berdiri sejak April 2014. Tahun itu adalah tahun yang sama di mana terjadinya kenaikan tertinggi pengguna internet (lih. Grafik 1). Menurut Alexa.com, sebuah situs yang menyediakan informasi Browse Top Sites, pengunjung (*visitor*) Hipwee.com cenderung meningkat tiap bulannya meskipun sedikit fluktuatif (Grafik 2). Grafik tersebut juga menunjukkan data terakhir pada tanggal 8 April 2016 jumlah pengunjung mengalami kenaikan menjadi 15.427.

Grafik 1.2.

“How Popular Is hipwee.com?”



Sumber : alexa.com



Gambar 1.1. Tweet Pendiri Hipwee, Lauri Lahi  
Sumber : (<https://twitter.com/laurilahi>)

Menurut akun Twitter pendiri Hipwee, Lauri Lahi, mengatakan bahwa empat bulan setelah pertama kali diluncurkan, Hipwee telah menarik lebih dari 1 juta pengunjung unik (*unique visitors* : jumlah pengunjung dari satu IP dalam kurun waktu tertentu). Hal ini membuat Hipwee menjadi salah satu perusahaan media *online* dengan perkembangan yang cukup pesat.

Meski Hipwee membuka kesempatan pengguna untuk turut serta menulis (*user generated content*), Hipwee juga memiliki penulis *in-house* sendiri. Penulis *in-house* adalah para penulis yang direkrut oleh tim redaksi Hipwee secara langsung, dan telah melalui berbagai proses untuk menjadi penulis Hipwee.

Seperti halnya media dengan jurnalisme *online* lainnya, Hipwee menerapkan *annotative journalism*. *Annotative journalism*; tinggal mengklik suatu kata, sudah bisa mendapatkan informasi sebanyak yang tersedia (Ishwara, 2011: 72-73). Berbeda dengan media *online* berbasis jurnalisme lainnya, keistimewaan Hipwee terletak pada konten yang bisa di-*update* dari pengguna

(*user generated content*). Jadi, selain berlimpahnya informasi khas anak muda, pengguna juga dapat menulis artikelnya sendiri.

Artikel-artikel dari para penulis *in-house* Hipwee maupun para pengguna yang ikut serta mengirimkan tulisannya tersebut ditayangkan dan disunting dengan bahasa menarik khas Hipwee. Tanpa adanya proses penyuntingan, artikel di media *online* Hipwee pun tidak layak ditayangkan. Proses penyuntingan dan penayangan artikel di Hipwee ini membuktikan bahwa di era media baru internet saat ini, proses penyuntingan untuk kelayakan tayang pun perlu diperhatikan. Hipwee menjadi populer dan memiliki banyak pengunjung karena bahasa dan tampilan tulisannya yang dibuat menarik dan tak lepas dari proses penyuntingan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis bermaksud mengetahui lebih banyak bagaimana aktivitas penyuntingan berita, khususnya artikel *feature* bergaya khas kaum muda dengan melakukan kuliah kerja lapangan di Hipwee Yogyakarta.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana aktivitas penyuntingan artikel yang dilakukan oleh Hipwee Yogyakarta?

### **1.3. Tujuan KKL**

Mengetahui aktivitas penyuntingan artikel yang dilakukan oleh Hipwee Yogyakarta.

### **1.4. Manfaat KKL**

#### **1.4.1. Teoritis**

Memberikan referensi dalam kajian jurnalisme mengenai proses penyuntingan artikel dalam media *online*.

#### **1.4.2. Praktis**

Memberikan sumbangan pemikiran sebagai bahan evaluasi terkait dengan kegiatan penyuntingan artikel *feature* di media *online*.

### **1.5. Kerangka Teori**

#### **1.5.1. Jurnalisme Online**

Jurnalistik atau jurnalisme berasal dari kata *journal*. *Journal* berasal dari Bahasa Latin *diurnalis* yang artinya harian atau tiap hari. Maka jurnalistik memiliki arti catatan harian, atau catatan mengenai kejadian sehari-hari, atau bisa juga berarti surat kabar (Kusumaningrat, 2005:15). Jurnalisme mengalami perkembangan seiring dengan kemajuan teknologi. Mulai dari jurnalisme cetak, jurnalisme penyiaran, hingga kini jurnalisme *online* hadir sebagai akibat adanya media baru internet.

Jurnalisme *online* adalah proses penyampaian informasi atau pesan yang menggunakan internet sebagai medianya (Mulyadi, 2013: 23). Jurnalisme *online* di Indonesia mulai muncul saat jatuhnya pemerintahan Soeharto tahun 1998. Saat itu alternatif media dan *breaking news* menjadi komoditas yang dicari banyak pembaca. Kemudian teretus keinginan membentuk berbagai jurnalisme *online*.

Jurnalisme *online* tidak lepas dari proses produksi berita yang terdiri dari empat proses utama sebelum akhirnya ditayangkan. Mulai dari proses perencanaan berita, pencarian berita (*news gathering*), penulisan naskah (*news writing*), dan terakhir proses penyuntingan berita (*news editing*) (Romli, 2001:7). Pada tahap perencanaan berita, rapat redaksi menentukan apa yang akan diliput dan bagaimana wartawan meliput peristiwa. Selanjutnya wartawan mulai mencari dan mengumpulkan berita (*news gathering*). Dalam tahap pencarian dan pengumpulan berita ini wartawan melakukan berbagai metode dalam pencarian fakta. Metode tersebut antara lain observasi dan wawancara. Setelah berita terkumpul, kemudian mulailah tahap penulisan (*news writing*). Dalam tahap penulisan ini, semua fakta yang telah didapat dari proses pengumpulan berita diolah sedemikian rupa hingga menjadi sebuah tulisan. Setelah tahap penulisan berita selesai, mulai dilakukan penyuntingan berita (*news editing*). Dalam tahap penyuntingan, naskah berita diteliti kembali secara

redaksional dan substansial. Setelah tahap penyuntingan, maka naskah berita bisa mulai ditayangkan (*publish*).

Jika dilihat dari proses produksi berita dalam jurnalisme *online* hingga akhirnya dapat ditayangkan tidak jauh berbeda dengan jurnalisme konvensional atau jurnalisme lama (media cetak, radio, dan televisi). Namun jurnalisme *online* memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan jurnalisme konvensional. Menurut James C. Foust, kelebihan jurnalisme *online* dibandingkan dengan jurnalisme konvensional seperti cetak dan penyiaran adalah (Mulyadi, 2013: 23-24);

1. *Audience Control* : memungkinkan audiens untuk bisa lebih leluasa dalam memilih berita yang ingin didapatkannya.
2. *Nonlinearity* : setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri sehingga audiens tidak harus membaca secara berurutan untuk memahami berita tersebut.
3. *Storage and Retrieval* : berita tersimpan dan diakses kembali secara mudah oleh audiens.
4. *Unlimited Space* : jumlah berita yang disampaikan atau ditayangkan kepada audiens dapat menjadi jauh lebih lengkap ketimbang media lainnya.
5. *Multimedia Capability* : memungkinkan bagi tim redaksi untuk menyertakan teks, suara, gambar, video, dan komponen lainnya dalam berita yang akan diterima oleh audiens.

6. *Interactivity* : adanya peningkatan partisipasi audiens dalam setiap berita.

Jurnalisme *online* yang dapat dikenali di media *online* bermacam ragam jenisnya. Sama halnya dengan media lain, seperti surat kabar, tabloid, majalah, dan buletin, isi media *online* pun dapat dibagi menjadi beberapa jenis berita. Kelompok berita, meliputi antara lain berita langsung (*straight news*), berita menyeluruh (*comprehensive news*), berita mendalam (*depth news*), pelaporan mendalam (*depth reporting*), berita penyelidikan (*investigative news*), berita gambar (*photo news*), dan berita khas bercerita (*feature news*).

#### 1.5.2. Naskah *Feature*

Karakteristik artikel dalam Hipwee lebih mencirikan berita khas bercerita atau *feature*. Secara sederhana, *feature* adalah cerita atau karangan khas yang berpijak pada fakta dan data yang diperoleh melalui proses jurnalistik. *Feature* disajikan dalam bahasa pengisahan yang sifatnya kreatif informal. *Feature* sebagai cerita khas kreatif berpijak pada jurnalistik sastra tentang suatu situasi, keadaan, atau aspek kehidupan, dengan tujuan untuk memberi informasi dan sekaligus menghibur khalayak media massa. *Feature* bukanlah penuturan atau laporan tentang fakta secara lurus atau lempeng sebagaimana dijumpai pada berita langsung (*hard news*). Berikut enam jenis *feature* yang kita kenali sehari-hari (Sumadiria, 2005 : 161 – 165);

1. *Feature Minat Insani (Human Interest Feature)*

*Feature* jenis ini dimaksudkan untuk mengaduk-aduk perasaan, suasana hati, dan bahkan menguras air mata khalayak. Termasuk jenis *feature* yang paling efektif menyentuh wilayah intuisi, emosi, dan psikologi khalayak yang anonim dan heterogen. Setiap tokoh yang diangkat dalam cerita *feature* jenis ini dipilih dengan alasan bukan karena bergelimang harta dan memiliki tahta, namun karena nilai moral yang jarang dimiliki manusia, seperti keluhuran budi, kesalehan sosial, maupun kearifan lokal.

2. *Feature Sejarah (Historical Feature)*

*Feature* ini berisi berbagai tempat dan peninggalan bersejarah sejak ribuan tahun silam hingga satu abad terakhir dalam lingkup regional, nasional, maupun internasional. Cerita *feature* bersejarah tidak hanya diambil dari sisi benda dan peninggalan, namun juga dari aspek manusiawinya yang selalu mengundang simpati dan empati khalayak, seperti penceritaan tokoh bersejarah yang membawa kemerdekaan bagi Indonesia sering diceritakan sebagai *feature* jenis ini.

3. *Feature Biografi (Biographical Feature)*

*Feature* ini bercerita tentang daftar riwayat hidup seseorang, terutama kalangan tokoh seperti pemimpin pemerintahan dan masyarakat, *public figure*, atau mereka yang selalu mengabdikan hidupnya untuk bangsa, negara, atau bermanfaat bagi peradaban umat manusia, maupun senantiasa mendapat

tempat terhormat di berbagai perpustakaan kampus dan sekolah di seluruh dunia.

4. *Feature Perjalanan (Travelogue Feature)*

*Feature* ini mengajak khalayaknya mengenali lebih dekat tentang suatu kegiatan atau tempat-tempat yang dinilai memiliki daya tarik tertentu. *Feature* perjalanan merupakan kisah perjalanan sang wartawan atau seseorang beserta kelompoknya ke objek-objek tertentu yang menarik seperti gunung, hutan, lembah, danau, laut, pantai, gua, maupun tempat-tempat bersejarah. *Feature* jenis ini memotivasi khalayak untuk mengenali dan mencintai alam, flora dan fauna, baik di dalam maupun di luar negeri.

5. *Feature Petunjuk Praktis (How to do Feature)*

*Feature* ini merupakan jenis *feature* yang menuntun atau mengajarkan tentang bagaimana melakukan atau mengerjakan sesuatu. Pada mulanya jenis *feature* ini menampilkan tentang bagaimana mengerjakan sesuatu dalam dunia yang lebih sempit, misalnya pertanian, perikanan, dan peternakan. Namun, seiring berkembangnya tuntutan khalayak, saat ini banyak ditemui macam *feature* jenis ini, mulai dari yang bertema perempuan, hingga dunia profesionalitas.

6. *Feature Ilmiah (Scientific Feature)*

*Feature* ini merupakan jenis *feature* yang mengungkap sesuatu yang berkaitan dengan dunia ilmu pengetahuan. *Feature* ilmiah tentu saja hanya akan berhasil

sebagai suatu cerita pendek faktual (*true story*) apabila penulisnya adalah orang yang sangat mencintai dunia IPTEK.

*Feature* yang ditulis tiap media berbeda-beda karakteristiknya. Wajah atau gaya pemberitaan dan penulisan *feature* tiap media pada umumnya bergantung dari tim redaksional maupun editornya dalam proses penyuntingan naskah (*news editing*). Menyunting naskah adalah sebuah proses memperbaiki atau penyempurnaan tulisan secara redaksional dan substansial. Pelakunya disebut editor (penyunting) atau redaktur (Romli, 2001: 67). Secara redaksional, tugas editor atau penyunting adalah memperbaiki kata dan kalimat supaya lebih logis, mudah dipahami, dan tidak rancu. Hal ini bertujuan agar setiap kalimat dan kata memiliki ejaan serta cara penulisan yang benar, sehingga tulisan dapat memiliki arti dan enak dibaca. Secara substansial, editor harus memperhatikan fakta atau data agar tetap terjaga keakuratan dan kebenarannya. Editor pun harus memperhatikan apakah isi tulisan itu dapat mudah dimengerti pembaca atau malah membingungkan.

### **1.5.3. Penyuntingan**

Kegiatan menyunting pada dasarnya meliputi kegiatan sebagai berikut (Romli, 2001: 68-69);

1. Memperbaiki kesalahan-kesalahan faktual.

2. Menjaga jangan sampai ada kontradiksi dan mengedit berita tersebut untuk memperbaikinya.
3. Memperbaiki kesalahan dalam penggunaan tanda-tanda baca, tata bahasa, ejaan, angka, nama, dan alamat.
4. Menyesuaikan naskah dengan gaya surat kabar bersangkutan.
5. Mengetatkan tulisan, membuat satu kata melakukan pekerjaan tiga atau empat kata, menjadikan satu kalimat menyatakan fakta-fakta yang terdapat dalam satu paragraf. Menyingkat tulisan sesuai dengan ruang yang tersedia.
6. Menjaga jangan sampai terjadi penghinaan, arti ganda, dan tulisan yang memuakkan (*bad taste*).
7. Melengkapi tulisan dengan bahan-bahan tipografi, seperti anak judul (subjudul), di mana diperlukan.
8. Menulis judul untuk berita bersangkutan agar menarik.
9. Di beberapa surat kabar, editing juga termasuk menulis *caption* (keterangan gambar) untuk foto dan pekerjaan lain yang berhubungan dengan cerita yang disunting itu.
10. Setelah edisi itu naik cetak, menelaah koran tersebut secermat mungkin sebagai perlindungan lebih lanjut terhadap kesalahan dan melakukan perbaikan jika *deadline* masih memungkinkan.

Editor yang bertugas menyunting naskah agar layak tayang tersebut tidak lepas dari pengetahuannya akan bahasa jurnalistik. Bahasa jurnalistik yang mudah dipahami oleh semua orang dari berbagai golongan ini menjadi kunci proses penyuntingan. Pengertian dan definisi bahasa jurnalistik dengan sendirinya harus tunduk kepada kaidah dan unsur-unsur pokok yang terdapat dan melekat dalam definisi jurnalistik.

#### **1.5.4. Bahasa Jurnalistik**

Menurut Dewabrata, susunan kalimat jurnalistik yang baik akan menggunakan kata-kata yang paling pas untuk menggambarkan suasana serta isi pesannya. Bahkan nuansa yang terkandung dalam masing-masing kata pun perlu diperhitungkan (Sumadiria, 2005: 5). Bahasa jurnalistik memiliki beberapa karakter, yakni (Sumadiria, 2005: 14 – 21);

1. Sederhana : berarti mengutamakan dan memilih kata atau kalimat yang paling banyak diketahui maknanya oleh khalayak pembaca yang sangat heterogen.
2. Singkat : berarti langsung kepada masalah (*to the point*), tidak bertele-tele, tidak berputar-putar, dan tidak memboroskan waktu pembaca yang berharga.
3. Padat : dalam bahasa jurnalistik berarti sarat akan informasi. Setiap kalimat dan paragraf yang ditulis memuat banyak informasi penting dan menarik bagi khalayak pembaca.
4. Lugas : berarti tegas, tidak ambigu, sekaligus menghindari eufimisme atau penghalusan kata dan kalimat yang bisa membingungkan khalayak pembaca

sehingga terjadi perbedaan persepsi dan kesalahan konklusi. Sebisa mungkin menghindari adanya penafsiran lain terhadap arti dan makna kata tersebut.

5. Jelas : berarti mudah ditangkap, tidak baur dan kabur. Jelas di sini mengandung tiga arti; jelas artinya, jelas susunan kata atau kalimatnya sesuai dengan kaidah subjek-predikat-objek-keterangan (SPOK), dan jelas sasaran atau maksudnya.
6. Jernih : berarti bening, tembus pandang, transparan, jujur, tulus, tidak menyembunyikan sesuatu yang lain yang bersifat negatif seperti prasangka atau fitnah.
7. Menarik : artinya mampu membangkitkan minat dan perhatian khalayak pembaca, memicu selera baca, serta ibaratkan membuat orang yang sedang tertidur terjaga seketika.
8. Demokratis : berarti bahasa jurnalistik tidak mengenal tingkatan, pangkat, kasta, atau perbedaan dari pihak yang menyapa dan pihak yang disapa sebagaimana dijumpai dalam gramatika bahasa Sunda dan bahasa Jawa.
9. Populis : berarti setiap kata, istilah, atau kalimat apa pun yang terdapat dalam karya-karya jurnalistik harus akrab di telinga, di mata, dan di benak pikiran khalayak pembaca, pendengar, atau pemirsa. Bahasa jurnalistik harus merakyat dan bukan bahasa elitis.

10. Logis : berarti apa pun yang terdapat dalam kata, istilah, kalimat, atau paragraf jurnalistik harus dapat diterima dan tidak bertentangan dengan akal sehat (*comon sense*).
11. Gramatikal : berarti kata, istilah, atau kalimat apa pun yang dipakai dan dipilih dalam bahasa jurnalistik harus mengikuti kaidah tata bahasa baku. Bahasa baku artinya bahasa resmi sesuai dengan ketentuan tata bahasa serta pedoman ejaan yang disempurnakan berikut pedoman istilah yang menyertainya.
12. Menghindari kata tutur : kata tutur ialah kata yang digunakan dalam percakapan sehari-hari secara informal. Kata tutur ialah kata-kata yang digunakan dalam percakapan di warung kopi, terminal, bus kota, atau pasar. Kata tutur ialah kata yang hanya menekankan pada pengertian, tanpa memperhatikan masalah struktur dan tata bahasa.
13. Menghindari kata dan istilah asing : pembaca harus dapat mengerti arti dan makna setiap kata yang dibaca. Berita atau laporan yang banyak diselipi kata-kata asing, selain tidak informatif dan komunikatif, juga sangat membingungkan.
14. Pilihan kata (diksi) yang tepat : Bahasa jurnalistik sangat menekankan efektivitas, oleh karena itu harus memerhatikan pilihan kata (diksi) yang sesuai. Setiap kata yang dipilih harus tepat dan akurat sesuai dengan tujuan pesan pokok yang ingin disampaikan kepada khalayak.

15. Mengutamakan kalimat aktif : kalimat aktif lebih mudah dipahami dan disukai oleh khalayak pembaca daripada kalimat pasif. Kalimat aktif lebih memudahkan pengertian dan memperjelas pemahaman.
16. Menghindari kata atau istilah teknis : karena ditujukan untuk umum, maka bahasa jurnalistik harus sederhana, mudah dipahami, ringan dibaca, dan tidak membuat kening berkerut atau kepala berdenyut. Bahasa jurnalistik harus menghindari istilah teknis yang hanya segelintir orang saja mengetahuinya, misalnya istilah teknis bidang biologi, kedokteran, atau teknik yang tidak familiar di kalangan umum.
17. Tunduk kepada kaidah etika : salah satu fungsi utama pers adalah edukasi, mendidik (*to educated*). Fungsi ini harus nampak pada bahasa yang digunakan. Dalam etika berbahasa, pers tidak boleh menggunakan kata-kata yang tidak sopan, vulgar, sumpah serapah, hujatan, dan makian yang sangat jauh dari norma sosial budaya agama.

## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK KKL

Bab ini berbicara mengenai tiga hal yang meliputi sejarah, struktur organisasi dan lingkup kerja lembaga sebagai kekhasan dari institusi yang diangkat sebagai tempat Kuliah Kerja Lapangan (KKL) mahasiswa, yaitu Hipwee. Substansi dari bab Deskripsi Objek KKL berdasar pada beberapa sumber, antara lain: (1) observasi atau pengamatan penulis selama menjalani KKL, (2) data-data internal yang berasal dari Divisi *Content* Hipwee Yogyakarta, dan (3) wawancara dengan Nendra Primonik Sekar Rengganis, S.IP. sebagai *Managing Editor* Hipwee, yang juga menjadi pembimbing penulis selama menjalani KKL dan Armando Yuniar Radityawan, SE. sebagai *Office Manager* Hipwee, serta beberapa staf di Hipwee.

#### 2.1. Sejarah Hipwee

Berdirinya Hipwee bermula dari gagasan Lauri Lahi, seorang ekspatriat dari Estonia yang kini menetap di Indonesia. Awalnya ia telah memiliki perusahaan bernama Indosight, yang termasuk perusahaan berprofit besar yang bergerak dalam bidang pasar khususnya *market entry service* di Indonesia. Setelah sukses dengan Indosight, timbul keinginan untuk memiliki usaha lain yang bergerak dalam bidang media berbasis *online*.

Lauri bertandang ke Yogyakarta yang sejak dulu terkenal dengan julukan Kota Pelajar. Di sana Lauri berharap menemukan *fresh graduate* yang mampu bekerja dinamis dan memiliki ide-ide segar, serta berpikiran terbuka. Universitas yang pertama kali didatangi adalah Universitas Gajah Mada (UGM) sesuai rekomendasi kawannya. Lauri mendatangi *Carrier Development Center* (CDC) FISIPOL UGM dan menceritakan keinginannya tersebut. CDC FISIPOL UGM membantu *recruitment* penulis Hipwee mulai dari pembuatan pengumuman lowongan kerja hingga proses wawancara calon pekerja. Tidak hanya di FISIPOL UGM saja, *recruitment* penulis juga dilakukan dengan memasang poster lowongan di kampus-kampus lain. Pemilihan area kampus sebagai sasarannya sesuai dengan keinginan Lauri untuk mencari pekerja berjiwa muda (Armando Yuniar Radityawan, wawancara, pada 31 Agustus 2016).

Berbagai proses pun dilalui, dan dari sekian banyak orang yang mendaftar akhirnya terpilihah dua orang sebagai penulis generasi pertama Hipwee. Dua orang tersebut adalah Aulia Rizda Kushardini dan Nendra Primonik Sekar Rengganis. Kemudian, mereka berdua bersama dengan Lauri Lahi mulai mencari tempat untuk dijadikan kantor.

Mereka menemukan sebuah rumah kontrakan kosong dengan fasilitas sederhana di Perumahan Ngesti Elok Gemilang No. 3D, Nitiprayan, Bugisan, Yogyakarta. Pada saat itu fasilitas internet pun belum tersedia, dan para penulis

lebih banyak berdiskusi untuk ide. Selain mencari ide yang sesuai, mereka juga mulai membahas kolom atau kanal apa saja yang perlu dibuat sesuai dengan visi Hipwee.

Pada tanggal 10 April 2014 mulailah proses menulis oleh para penulis generasi pertama. Pada saat itu mereka dibebaskan untuk menulis apapun yang diinginkan. Menulis hal-hal lucu tentang hewan peliharaan, atau mengumpulkan gambar-gambar lucu seperti; kucing, koala tidur, orang sedang tidur dengan hewan peliharaannya di kasur, dan lain-lain. Hal ini dilakukan karena pada awalnya tim penulis tidak mengetahui apa yang menjadi kesukaan pembaca. Selama seminggu, tim Hipwee pun menulis apapun yang bisa ditulis. Seiring berjalannya waktu, Hipwee akhirnya menemukan topik-topik yang disukai pembaca dengan cara tersebut.

Pada tanggal 17 April 2014 hipwee.com pertama kali dapat diakses. Sejak pertama kali *launching* tersebut, Hipwee menunjukkan perkembangan yang pesat. Hal ini dilihat dari jumlah pencapaian satu juta *unique visitor* yang diperoleh Hipwee hanya dalam waktu tiga bulan pertama. Selain perkembangan dalam hal *traffic*, Hipwee juga memperlebar ruang bagi penulis-penulis baru. Redaksi Hipwee pun terus berkembang, yang semula hanya berjumlah 1 editor dan 3 penulis, kini sudah mencapai 11 editor dan 14 penulis. Setahun kemudian, pada April 2015 Hipwee memindahkan kantornya ke Jl. Kaliurang KM. 5, Gang Srikaloka CT III/10 Caturtunggal, Depok. Seluruh

kegiatan *in-house production* dilakukan di kantor tersebut hingga sekarang (Nendra Primonik Sekar Rengganis, presentasi acara ‘Santai Sore Hipwee’, 28 Agustus 2016).

Selain kantor yang berada di Yogyakarta, Hipwee juga memiliki kantor yang terletak di Jakarta. Kantor yang berada di Jakarta digunakan untuk mempermudah kegiatan penjualan dengan klien dan segala macam administrasi yang sebagian besar berada di Jakarta. Kantor di Jakarta tersebut beralamatkan di Epicentrum Walk, Unit K-501, Jl. Rasuna Said, Jakarta Selatan. Kemudian, pada 18 Desember 2015 Hipwee resmi diakuisisi oleh MigMe. Kantor tersebut dipindahkan ke Wisma Barito Pacific Tower A Lt. 6 Letjen S. Parman, Kav. 62-63, Slipi, Jakarta Barat sesuai dengan Kantor Migme. Migme adalah perusahaan *social media platform*, yakni media yang kontennya tersebar melalui media sosial dengan menyediakan aplikasi yang berisi *chatting*, berita, dan interaksi lainnya (Armando Yuniar Radityawan, wawancara, 31 Agustus 2016).

## 2.2. Profil Perusahaan

Berdasarkan Facebook Hipwee, *Design Media Kit* Hipwee, dan Hipwee *Organization Structure Existing*, profil perusahaan Hipwee adalah sebagai berikut;

Nama Perusahaan : PT. Hipwee Media Solution

Kantor Pusat : Wisma Barito Pacific Tower A Lt. 6 Letjen S.  
Parman, Kav. 62-63, Slipi, Jakarta Barat 11410

Telepon : (021) 53660543

Perusahaan Induk : MigMe

Situs resmi : hipwee.com

Target Audiens : Perempuan, usia 18-24 tahun.

Logo Perusahaan :



Gambar 2.1. Logo Hipwee  
Sumber : Facebook Hipwee

## 2.3. Visi dan Misi

### 2.3.1. Visi

“Membuat *safe haven* atau wadah yang menaungi semua penulis dan pembacanya untuk berekspresi tanpa tendensi apapun, dengan isu yang dekat dengan anak muda.” (Armando Yuniar Radityawan, wawancara, 31 Agustus 2016).

Visi Hipwee tersebut bermaksud untuk membuat tempat berekspresi para penulis dan pembacanya. Penulis bebas berekspresi dalam setiap artikelnya, dan pembaca bebas membaca artikel tanpa tendensi apapun. Selain itu, Hipwee juga ingin ikut membuka pikiran pembacanya melalui tulisan.

Dengan begitu, para pembaca juga bisa belajar terbuka akan isu-isu yang menyentuh dirinya, khususnya dalam keseharian anak muda. Hipwee ingin membuat lingkungan media yang membahas isu-isu khusus anak muda. Misi ini juga sejaris dengan Pancasila dan semboyan Indonesia, Bhinneka Tunggal Ika. Terdapat beraneka ragam isu masyarakat yang kemudian diangkat dalam satu media.

### 2.3.2. Misi

Sejalan dengan visi Hipwee, maka dirumuskan beberapa misinya sebagai berikut;

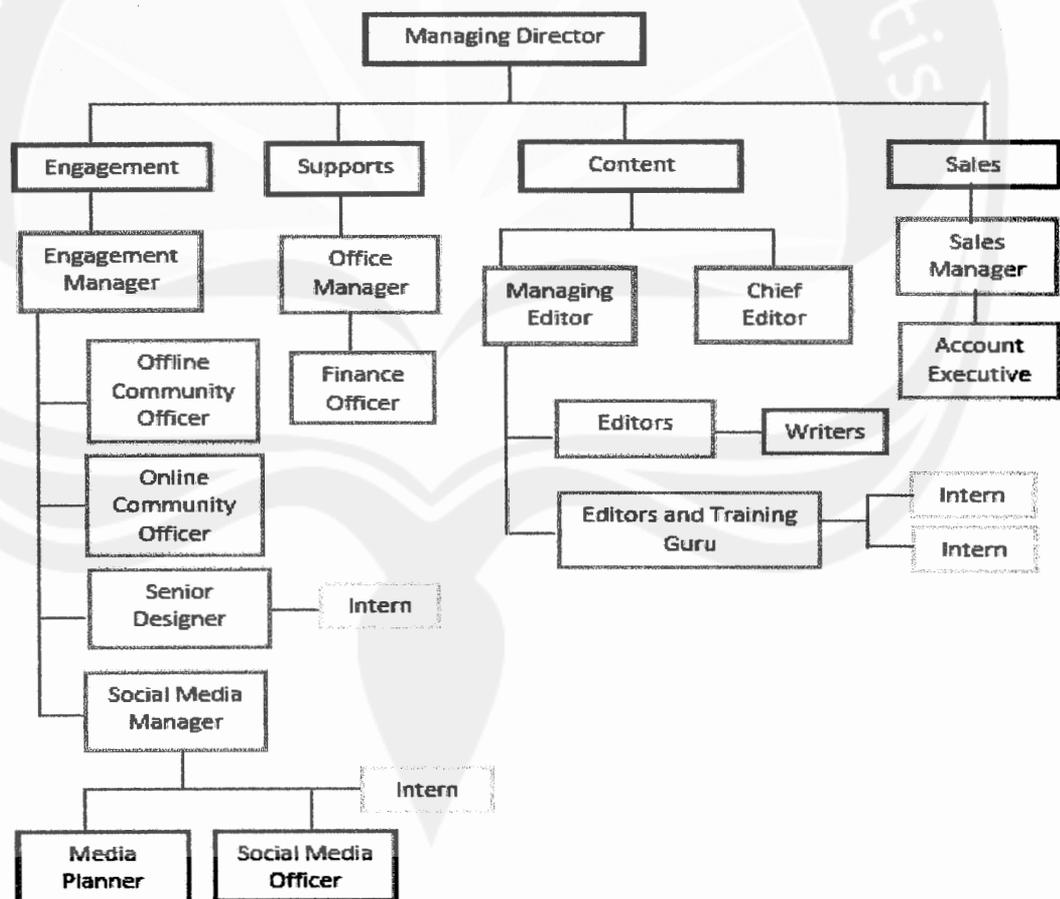
1. Membuat tulisan yang enak dibaca dan tidak terkesan memprovokasi dengan menyampaikan sesuatu apa adanya.
2. Membuat komunitas yang mewadahi anak muda untuk melakukan kegiatannya dengan payung Hipwee.

Hipwee sebagai media *online* yang mudah diakses dengan sasaran anak muda memberikan wadah untuk berekspresi tanpa tendensi apapun melalui tulisan dalam *website*-nya. Tulisannya disesuaikan dengan anak muda yang enak dibaca dan tidak terkesan memprovokasi. Dengan kata lain, Hipwee menyampaikan isu yang ada dengan apa adanya. Misalnya saat mewawancarai kaum homoseksual seperti gay atau lesbian, Hipwee memaparkan apa yang sesungguhnya disampaikan kepada penulis.

Selain itu Hipwee juga membuat Hipwee Community yang bergerak secara langsung di 6 kota besar, yakni Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Solo, Surabaya, dan Malang (Armando Yuniar Radityawan, wawancara, 31 Agustus 2016).

#### 2.4. Struktur Organisasi

Bagan 2.1  
Struktur Organisasi Hipwee



Sumber : Hipwee Organization Chart Structure Existing

#### **2.4.1. *Managing Director***

*Managing director* atau direktur utama merupakan direktur pelaksana dalam perusahaan yang bertugas untuk mengelola segala hal yang berkenaan dengan manajemen keseluruhan perusahaan. *Managing director* bertugas memimpin seluruh kepala divisi dan bertanggung jawab terhadap operasional sehari-hari Hipwee. *Managing director* mengontrol Hipwee secara keseluruhan dari kantor Jakarta, dibantu dengan *office manager* untuk kantor Yogyakarta (Armando Yuniar Radityawan selaku *Office Manager* Hipwee, wawancara, 16 September 2016).

##### **2.4.1.1. *Engagement***

Divisi *engagement* bergerak dalam bidang ketersebaran dan keterlibatan audiens atau pembaca melalui komunikasi dua arah terhadap artikel Hipwee. *Engagement* salah satunya dapat dilihat dari adanya *feedback* pembaca berupa komentar atau *share* di media sosial. Divisi *engagement* dipimpin oleh seorang *engagement manager* yang bertanggung jawab dengan *traffic* pembaca. Selain itu juga bekerja sama dengan para anggota divisinya dalam mengikat pembaca melalui beberapa pendekatan, antara lain melalui cara *online* dan *offline*. Secara *online*, *engagement* dapat dilakukan melalui *website* Hipwee dan media sosial lain seperti Instagram, Line, Twitter, dan Facebook. Sedangkan secara *offline*, *engagement* dilakukan menggunakan kegiatan yang berkolaborasi

bersama Hipwee Community atau menggelar acara-acara untuk umum (Fanbul Prabowo selaku *Engagement Manager* Hipwee, wawancara, 12 Oktober 2016).

#### **2.4.1.1.1. Offline Community Officer**

*Offline community officer* bertugas mengelola Hipwee Community yang berada di 6 kota besar (Jakarta, Yogyakarta, Solo, Surabaya, Malang, dan Bandung). Selain itu, bertanggung jawab mengawasi kegiatan *offline* Hipwee Community berupa penyelenggaraan *event* dari Hipwee Community atau komunitas setempat dan berbagai *partnership* (Tira Hardaning selaku *Community Officer* Hipwee, wawancara, 12 Oktober 2016).

#### **2.4.1.1.2. Online Community Officer**

*Online community officer* bertugas mengelola anggota Hipwee Community dan kontributor yang menulis untuk Hipwee. Selain itu, juga bertugas mengadakan aktivitas *online* yang bisa meningkatkan kemampuan menulis kontributor. *Online community officer* juga bertanggung jawab dalam mengapresiasi dan membuat pembaca maupun orang di luar pembaca tertarik menulis untuk Hipwee Community (Tira Hardaning selaku *Community Officer* Hipwee, wawancara, 12 Oktober 2016).

#### **2.4.1.1.3. Senior Designer**

*Senior designer* bertugas membuat segala macam bentuk visualisasi berupa gambar atau ilustrasi yang dibutuhkan Hipwee. Khusus untuk *event* Hipwee Community, *senior designer* membuat desain poster, *banner*, atau

*microsite* Hipwee (*website* sederhana yang tetap berada di bawah nama Hipwee, seperti [summit.hipwee.com](http://summit.hipwee.com)). Selain itu, juga bertanggung jawab dalam publikasi acara Hipwee Community dengan membuat desain keseluruhan (*grand design*) konten publikasi Hipwee (Pungky Feby selaku *Senior Designer* Hipwee, wawancara, 13 Oktober 2016).

#### **2.4.1.1.4. Social Media Manager**

*Social media manager* bertugas untuk mengelola dan memantau kinerja media sosial sebagai sarana penyebaran artikel dalam rangka meningkatkan *engagement*. Selain itu ia juga harus merencanakan promosi atau kampanye tema tulisan dan acara Hipwee, biasanya berupa *hashtag* (#) di berbagai media sosial. Sejalan dengan tugas itu, *social media manager* bertanggung jawab dengan strategi dan analisis media sosial yang dimiliki Hipwee secara keseluruhan (Arbi Azka selaku *Social Media Officer* Hipwee, wawancara, 12 Oktober 2016).

##### **2.4.1.1.4.1. Media Planner**

*Media planner* bertugas untuk turut menyebarkan artikel Hipwee agar menjadi viral, serta melakukan penempatan iklan klien di media sosial Facebook. Selain itu juga bertanggung jawab memantau dan memastikan *pageviews* Hipwee tidak menurun drastis dan tetap stabil (Azila Prabaningtyas selaku *Media Planner* Hipwee, wawancara, 12 Oktober 2016).

#### **2.4.1.1.4.2. Social Media Officer**

*Social media officer* bertugas menjadwalkan jam *posting* konten media sosial Hipwee (Twitter, Facebook, Line, dan Instagram), mengawasi *traffic* Hipwee khusus untuk *content partner*, dan memberikan *feedback* bagi komentar dan pertanyaan di *website* maupun seluruh media sosial (Arbi Azka selaku *Social Media Officer* Hipwee, wawancara, 12 Oktober 2016).

##### **2.4.1.1.4.2.1 Intern**

*Intern* adalah perseorangan di dalam perusahaan yang berstatus magang dan menjalankan tugas sesuai divisinya. *Intern* yang berada di bawah divisi *engagement* secara langsung bertugas membantu *social media officer*. *Intern* juga wajib mematuhi aturan perusahaan serta melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai divisinya.

#### **2.4.1.2. Supports**

*Supports* merupakan divisi yang mengatur sarana dan prasarana Hipwee secara keseluruhan. Dipimpin oleh seorang *office manager* yang bertugas untuk memastikan semua fasilitas kantor dapat digunakan untuk kelancaran kantor. Selain itu *office manager* juga bersinggungan dengan hal *finance*, yakni bertugas memastikan laporan keuangan Hipwee tersaji secara benar. *Office manager* pun bertanggung jawab atas *recruitment* dan penggajian setiap bulan (Armando Yuniar Radityawan selaku *Office Manager* Hipwee, wawancara, 16 September 2016).

#### **2.4.1.2.1. Finance Officer**

*Finance officer* bertugas memastikan seluruh transaksi keuangan Hipwee terdokumentasi dengan baik. Bekerja dengan mencatat segala bentuk pengeluaran dan pemasukan perusahaan. Kemudian, memasukkan segala data ke sistem dan mencetaknya menjadi laporan (Armando Yuniar Radityawan selaku *Office Manager* Hipwee, wawancara, 16 September 2016).

#### **2.4.1.3. Content**

Divisi *content* merupakan inti dari jurnalisme *online* yang diterapkan Hipwee. Secara garis besar, divisi *content* melakukan proses jurnalisme antara lain; pengumpulan ide, penulisan artikel, penyuntingan artikel, dan sebagian proses publikasi untuk menampilkan artikel-artikel yang terdapat di Hipwee. Di dalamnya terdapat tim redaksi yang dipimpin oleh *chief editor* yang dibantu oleh *managing editor*. *Chief editor* bertugas sebagai editor yang terakhir memeriksa, mengawasi konten yang akan dipublikasikan, dan bertanggung jawab memastikan konten sesuai dengan visi dan misi Hipwee. Selain itu juga turut menjalin kerja sama dengan *content partner* yang mengembangkan strategi bisnis dan konten Hipwee ke depannya. *Chief editor* dibantu oleh seorang *managing editor* yang memiliki tugas lebih rinci, yakni memeriksa kesalahan penulisan ataupun sumber dan referensi tulisan. Selain itu, *managing editor* bertanggung jawab mengawasi langsung tugas editor khusus tiap kanal.

#### **2.4.1.3.1. Editors**

Editor setiap kanal bertugas untuk mencari ide segar dan tren terkini dalam rangka mengembangkan kanalnya masing-masing. Selain itu, ia bertugas memengaruhi dan mengembangkan isi yang selalu segar, populer, serta viral demi kesuksesan tiap kanal. Masing-masing editor tiap kanal juga bertugas menyunting artikel dari penulis untuk meyakinkan kembali kualitas dan viralitas atau ketersebarannya.

Secara keseluruhan, Hipwee menerbitkan lebih dari 24 artikel yang terdiri dari 3 artikel tiap kanal dengan jam terbit tersendiri setiap hari. Dalam jangka waktu panjang, Editor pun bertanggung jawab terhadap pertumbuhan kanal masing-masing. Terdapat 8 Editor khusus sesuai jumlah kanal antara lain; Editor Cowok, Editor Sukses dan Motivasi, Editor Hiburan, Editor Travel, Editor *Advertising*, Editor Tips, Editor *Wedding* dan *Style*, dan Editor Hubungan (Sumber: Modul Editor Hipwee).

##### **2.4.1.3.1.1 Writers**

*Writers* merupakan penulis tetap (*in-house*) Hipwee. Penulis bertugas menemukan ide, mengelaborasi dengan editor, lalu merumuskannya menjadi artikel. Masing-masing penulis wajib mencapai satu juta *pageviews* tiap bulannya (Sumber: Modul Penulis Hipwee).

#### **2.4.1.3.2. Editors and Training Guru**

*Editors and Training Guru* merupakan sebuah bagian di dalam divisi *content* untuk melatih dan mempersiapkan penulis baru masuk ke dalam kancan penulisan Hipwee. Selain itu juga bertanggung jawab sebagai editor yang membantu *managing editor* dalam memeriksa dan mengontrol kembali tulisan yang telah diedit oleh editor tiap kanal (Nendra Primonik Sekar Rengganis, presentasi acara ‘Santai Sore Hipwee’, 28 Agustus 2016).

##### **2.4.1.3.2.1. Intern**

*Intern* adalah perseorangan di dalam perusahaan yang berstatus magang dan menjalankan tugas sesuai divisinya. Terdapat dua jenis magang yang dimaksud. Pertama, magang dalam rangka untuk menjadi penulis tetap, dan magang dalam jangka waktu tertentu saja. *Intern* juga wajib mematuhi aturan perusahaan serta melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai divisinya (Sumber: MOU Internship)

##### **2.4.1.4. Sales**

Divisi *Sales* merupakan sebuah bagian dalam perusahaan yang mengatur segala sesuatu tentang penjualan perusahaan secara keseluruhan. Divisi *sales* dipimpin oleh seorang *sales manager* yang bertugas mengelola seluruh hal yang berhubungan dengan penjualan tersebut. *Sales manager* bertanggung jawab dengan target penjualan perusahaan dan pengembangan tim *Sales* (Sumber: Hipwee Organization Chart Structure Existing).

#### **2.4.1.4.1. Account Executive**

*Account executive* bertugas melakukan pendekatan pada klien yang biasanya merupakan pengiklan atau calon pemegang saham. Dengan harapan pendekatan terhadap klien lancar, sehingga dapat melakukan penjualan. Dengan kata lain, *account executive* merupakan petugas penghubung (*liaison officer*) dalam melayani klien. Ia memberikan saran-saran untuk klien yang ditanganinya dan mempelajari tuntutan yang dikehendaki klien terhadap iklannya. Bekerja di bawah pimpinan *sales manager*, *account executive* juga bertanggung jawab terhadap target penjualan perusahaan. (Armando Yuniar Radityawan selaku *Office Manager* Hipwee, wawancara, 16 September 2016).

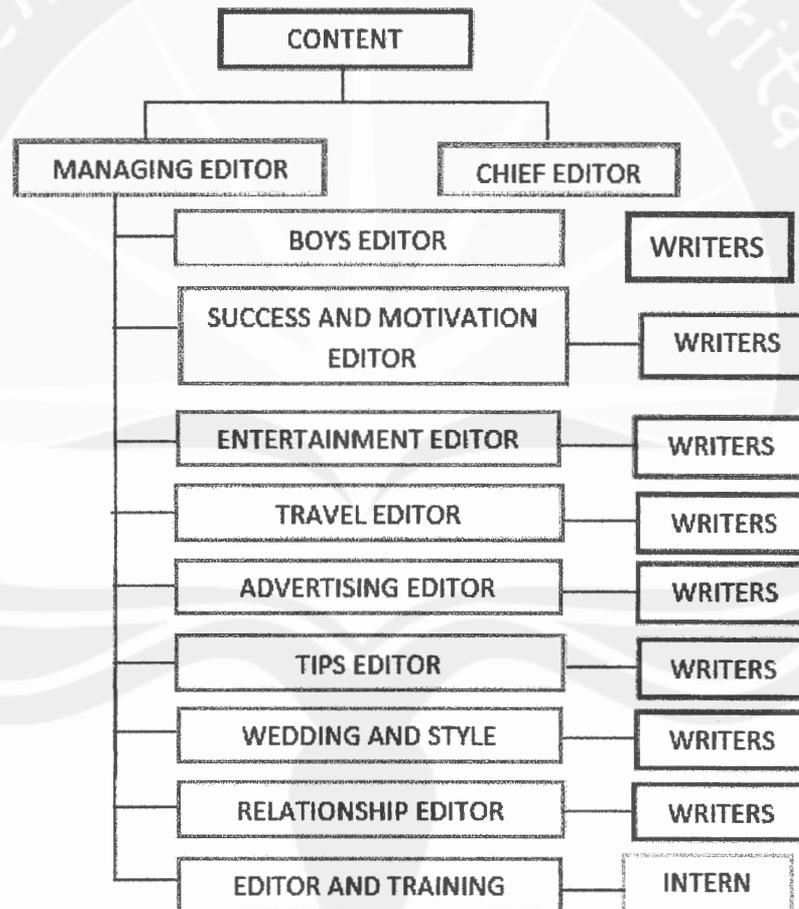
#### **2.5. Divisi Content Hipwee**

Hipwee sebagai media *online* yang menayangkan beragam informasi bagi audiens, tentunya membutuhkan tim redaksi yang mampu bekerja sesuai visi dan misi Hipwee. Sejalan dengan itu, divisi *content* yang terdiri dari tim redaksi merupakan divisi yang sangat penting dalam Hipwee. Tim redaksi ini melakukan proses jurnalisme antara lain; pengumpulan ide, penulisan artikel, penyuntingan artikel, dan sebagian proses publikasi untuk menampilkan artikel-artikel yang terdapat di *website* Hipwee. Tim redaksi tersebut dipimpin oleh *chief editor* yang dibantu oleh *managing editor*. Masing-masing sub divisi yang terpisah tiap kanal, menjalankan tugasnya sesuai dengan aktivitas yang

telah ditentukan. Dalam struktur organisasi, divisi *content* berada di bawah pengawasan *managing director* secara langsung.

### 2.5.1. Struktur Organisasi Divisi *Content* Hipwee

Bagan 2.2.  
Struktur Organisasi Divisi *Content* Hipwee



Sumber : Hipwee Organization Chart

Pada bagan tersebut terlihat jelas alur komunikasi masing-masing staf sesuai tugas dan tanggung-jawabnya dalam divisi *content*. divisi *content*

Hipwee memiliki struktur organisasinya sendiri. Terdiri dari 24 orang yang memiliki tugas dan tanggung-jawab masing-masing sesuai pekerjaannya.

Divisi *content* dipimpin oleh seorang *chief editor* yang berada di Jakarta, dan dibantu oleh seorang *managing editor* yang berada di Yogyakarta. *chief editor* dan *managing editor* bekerja sama dalam mengawasi para editor masing-masing kanal. Tiap kanal memiliki satu Editor dan dua penulis sebagai timnya. Sedangkan *editor and training guru* bekerja sama dengan *managing editor* dalam mengadakan pelatihan bagi penulis baru dan mengembangkan kemampuan penulis lama jika dirasa perlu.

Tabel 2.1  
Daftar Staf Divisi *Content* Hipwee

No.	Jabatan	Nama
1.	<i>Chief Editor</i>	- Aulia Rizda Kushardini
2.	<i>Managing Editor</i>	- Nendra Primonik
3.	<i>Boys Editor</i> (Editor Kanal Cowok)	- Muhammad Reza
4.	<i>Boys Writers</i> (Penulis Kanal Cowok)	- Andrall Intrakta - Gerry Maulana
5.	<i>Success &amp; Motivation Editor</i> (Editor Kanal Sukses & Motivasi)	(vacant) Sementara dipegang oleh Nendra Primonik (merangkap sebagai <i>managing editor</i> )
6.	<i>Success &amp; Motivation Writers</i> (Penulis Kanal Sukses & Motivasi)	- Neneng Pratiwi - Pradnya Wardhani
7.	<i>Entertainment Editor</i> (Editor Kanal Hiburan)	- Soni Triantoro
8.	<i>Entertainment Writers</i> (Penulis Kanal Hiburan)	- Dwita Apriliani - Gerry Yourdan
9.	<i>Travel Editor</i> (Editor Kanal <i>Travel</i> )	- Septyan Bayu Anggara
10.	<i>Travel Writers</i> (Penulis Kanal <i>Travel</i> )	- Andina Setyaning - Hairum Fellayati

11.	<i>Advertising Editor</i> (Editor Konten Iklan)	- Disfira Ika Amelia
12.	<i>Advertising Writers</i> (Penulis Konten Iklan)	(vacant)
13.	<i>Tips Editor</i> (Editor Kanal Tips)	- Silvia Ayudia Noorty
14.	<i>Tips Writers</i> (Penulis Kanal Tips)	- Fera Nur - Meily Rohmatun
15.	<i>Wedding &amp; Style Editor</i> (Editor Kanal <i>Wedding</i> dan <i>Style</i> )	- Andhika Lady Maharsi
16.	<i>Wedding &amp; Style Writers</i> (Penulis Kanal <i>Wedding</i> dan <i>Style</i> )	- Nurul Tirsa Sari - Katon Alphotoda
17.	<i>Relationship Editor</i> (Editor Kanal Hubungan)	- Pristiqa Ayun Wirastami
18.	<i>Relationship Writers</i> (Penulis Kanal Hubungan)	- Mustika Annisa - Achmad Fatkhur
19.	<i>Editor and Training guru</i> (Editor dan Pakar Pelatihan)	- Nabila Inaya

Sumber : Hipwee Organization Chart

*Chief editor* bertugas sebagai editor yang terakhir memeriksa, mengawasi konten yang akan dipublikasikan, dan menjalin kerja sama dengan *content partner* yang mengembangkan strategi bisnis dan konten Hipwee ke depannya. *Chief editor* memiliki tanggung-jawab memastikan konten sesuai dengan visi dan misi Hipwee. *Chief editor* dibantu oleh seorang *managing editor* yang memiliki tugas lebih rinci, yakni memeriksa kesalahan penulisan ataupun sumber dan referensi tulisan. Selain itu, bertanggung jawab terhadap pencapaian KPI (*Key Performance Indicator*) tim editorial, dan mengawasi langsung tugas editor khusus tiap kanal.

Editor setiap kanal bertugas untuk mencari ide segar dan tren terkini, serta viral dalam rangka mengembangkan kanalnya masing-masing. Masing-

masing editor tiap kanal juga bertugas menyunting artikel dari penulis untuk meyakinkan kembali kualitas dan viralitas atau ketersebarannya.

Secara keseluruhan, Hipwee menerbitkan lebih dari 21 artikel yang terdiri dari 3 artikel masing-masing kanal dan jam terbit tersendiri tiap harinya. Dalam jangka waktu panjang, editor pun bertanggung jawab terhadap pertumbuhan kanal masing-masing.

Tabel 2.2  
Daftar Nama Kanal dan Deskripsi Kanal

No.	Nama Kanal	Deskripsi
1.	Cowok	Kanal yang membahas isu-isu segar yang dekat dengan pembaca laki-laki, dan segala hal yang menjadi permasalahan laki-laki.
2.	Sukses & Motivasi	Kanal yang berisi tentang motivasi dan cara-cara untuk mencapai kesuksesan dalam berbagi hal, antara lain; sekolah, keuangan, pekerjaan, atau kehidupan anak muda.
3.	Hiburan	Kanal yang membahas segala hal hiburan segar khas anak muda. Kanal ini terdiri dari dua kategori, yakni; <i>Up to date</i> yang berisi berita hiburan paling baru, dan <i>Joke</i> yang berisi guyonan sehari-hari.
4.	<i>Travel</i>	Kanal yang berisi segala pengetahuan tentang dunia <i>travelling</i> Indonesia khususnya. Berisi pembahasan tempat wisata, tips liburan, segala hal tentang pendakian atau gunung, hingga hiburan yang menyangkut <i>travelling</i> .
5.	<i>Advertising</i>	Artikel Advertising tidak secara jelas terpampang dalam satu kanal di dalam website Hipwee. Namun, artikelnya disisipkan dalam setiap kategori sesuai dengan produk yang ditawarkan klien (pengiklan).
6.	<i>Tips</i>	Kanal yang berisikan segala <i>tips</i> atau panduan praktis yang dibutuhkan oleh anak muda saat ini. Mulai dari DIY ( <i>Do It Yourself</i> ) yakni membuat sendiri hasil karya dari bahan-bahan yang kadang tak terduga, hingga <i>tips</i> yang berkaitan dengan dunia kesehatan.
7.	<i>Wedding dan Style</i>	Wedding berisikan segala hal yang berkaitan dengan

		dunia pernikahan. Mulai dari persiapan menikah, hingga segala kehidupan tentang pernikahan. Sedangkan, Style memuat panduan tentang berbusana atau gaya berpakaian dan <i>makeup</i> .
8.	Hubungan	Kategori yang berisi segala hal yang berhubungan dengan hubungan khas anak muda. Baik segala permasalahannya hingga cara mengatasinya dibahas lengkap dalam kategori ini. Kategori Hubungan merupakan salah satu kategori favorit pembaca Hipwee yang sebagian besar merupakan perempuan remaja.

Sesuai dengan deskripsi kanal di atas, para editor menyunting dan mengolah tulisan para penulis sedemikian rupa sehingga sesuai dengan karakteristik masing-masing kanal. Penulis masing-masing kanal pun bertugas menemukan ide, mengelaborasi dengan editor, lalu merumuskannya menjadi artikel. Masing-masing penulis wajib mencapai satu juta *pageviews* tiap bulannya, sehingga para penulis dituntut untuk membuat konten yang bermutu dengan angka *pageview* tinggi. Kemudian tulisan yang sudah selesai diedit oleh *editor* akan dipercayakan pada divisi *engagement* untuk ketersebarannya.

Sedangkan, *editors and training guru* merupakan sebuah bagian di dalam divisi *content* untuk melatih dan mempersiapkan penulis baru (pada awalnya disebut *intern*) masuk ke dalam kancah penulisan Hipwee. Selain itu juga bertanggung jawab sebagai editor yang membantu *managing editor* dalam memeriksa dan mengontrol kembali tulisan yang telah diedit oleh editor tiap kanal.

Secara keseluruhan struktur organisasi sebuah tim redaksi, divisi *content* mampu mengakomodasi kebutuhan artikel Hipwee setiap harinya. Namun terdapat pembagian tugas yang belum seimbang dalam beberapa bagian. Misalnya bagian editor kanal Sukses dan Motivasi yang masih dirangkap oleh *managing editor*, dan bagian editor khusus *Advertising* yang tidak memiliki penulis di bawah tanggung-jawabnya. Kurangnya staf pada bagian itu memang tidak terlalu mengganggu, namun tetap mengurangi fokus pekerjaan sehingga sulit mencapai KPI (*Key Performance Indicator*).

## BAB III

### HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KKL

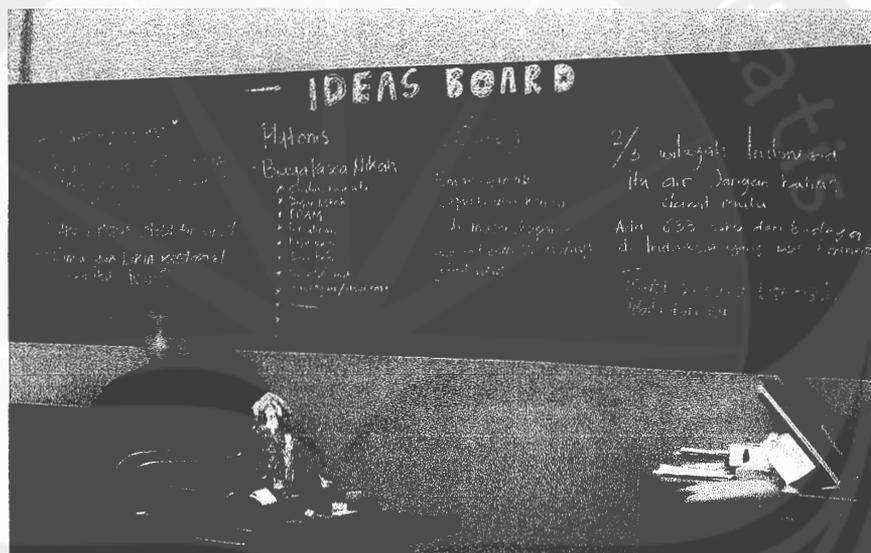
#### 3.1. Deskripsi Hasil Pelaksanaan KKL

Penulis melakukan Kuliah Kerja Lapangan di Hipwee pada divisi *content* selama 35 hari terhitung sejak 25 Juli 2016 sampai dengan 16 September 2016. Divisi *content* termasuk salah satu dari empat divisi yang memegang peranan penting dalam struktur organisasi Hipwee. Dalam KKL ini penulis melakukan pengamatan terhadap proses penyuntingan artikel Hipwee. Melalui hasil observasinya, penulis mendeskripsikan proses penyuntingan mulai dari tahap elaborasi ide hingga akhirnya sebuah tulisan dapat ditayangkan.

##### 3.1.1. Elaborasi Ide oleh Editor dan Penulis

Pada tahap ini para penulis *in-house* di bawah bimbingan editor tiap kanal mulai membicarakan ide yang ingin diangkat menjadi tulisan. Para penulis tidak hanya menulis artikel sesuai tema yang ditentukan dari hasil rapat. Namun, mereka juga berperan dalam menyumbangkan ide-ide yang akan dibawa ke dalam rapat redaksi. Pada masing-masing kanal, penulis akan berkonsultasi dengan editor untuk ide tulisan dalam beberapa hari ke depan. Para penulis biasanya mencatat ide-ide yang dimiliki, atau menuliskannya pada *Ideas Board* yang terdapat di dinding Hipwee. Papan ide ini digunakan untuk

menuliskan berbagai macam ide yang mungkin terlintas di benak mereka. Siapapun dapat menuliskan ide-ide yang mereka miliki dalam papan ide tersebut (lih Gambar 3.1.). Para penulis, editor, *intern*, bahkan *office manager* pun boleh menuliskan idenya di sana. Terkadang, mereka menuliskannya sambil lalu, ataupun ketika jam istirahat. Menurut mereka, ide dapat ditemukan kapanpun dan dalam hal apapun.



Gambar 3.1. Papan Ide di Dinding Hipwee  
Sumber : Dokumentasi penulis

Setelah para penulis mengutarakan idenya masing-masing kepada editor, mulailah *managing editor* dan para editor tiap kanal mengadakan rapat tim redaksi setiap hari Kamis. Dalam rapat tersebut, masing-masing editor tiap kanal mengajukan ide-ide yang telah dibahas sebelumnya bersama para penulis. Kemudian mereka mendalami ide-ide yang bisa diangkat menjadi tema tulisan tiap kanal selama seminggu ke depan. Mereka mencari ide yang sesuai

dengan visi dan misi Hipwee sebagai media untuk anak muda. Tema yang dipilih pun harus disesuaikan agar tidak menyudutkan pihak manapun. Selanjutnya setelah terdapat daftar ide yang telah disepakati, para penulis dan editor mulai menulis dan mengolah idenya menjadi artikel.

### **3.1.2. Penulisan Artikel**

Ide yang sudah disepakati kemudian ditulis menjadi artikel oleh para penulis dan editor yang bertugas sesuai kanalnya. Selain bersumber dari ide penulis, artikel yang dibuat juga berpijak pada fakta dan data yang biasanya merupakan hasil penelitian ataupun berita terkini. Para penulis dan editor membuat artikel yang disajikan dalam bahasa pengisahan kreatif informal menggunakan bahasa populer. Mereka dibebaskan membuat artikel kreatif yang menggunakan bahasa jurnalistik sastra dalam mengisahkan suatu situasi, keadaan, atau aspek kehidupan, dengan tujuan untuk memberi informasi dan sekaligus menghibur para pembaca.

Artikel-artikel tersebut paling banyak merupakan artikel yang berjenis *feature* petunjuk praktis (*how to do feature*) dan sisanya berupa *feature* minat insani (*human interest feature*), *feature* sejarah (*historical feature*), *feature* biografi (*biographical feature*), *feature* perjalanan (*travelogue feature*), dan *feature* ilmiah (*scientific feature*). Total artikel yang ditayangkan Hipwee minimal 24 artikel dari 8 kanal setiap harinya. 24 artikel tersebut terdiri dari 3 artikel tiap kanal yang dibuat oleh 2 penulis dan 1 editor.

Terdapat sistem *rolling* setiap tiga bulan, sehingga masing-masing penulis memiliki kesempatan untuk ditempatkan pada semua kanal. Hal ini merujuk pada pengalaman sebelumnya, di mana seorang penulis hanya menulis untuk kanalnya sendiri. Pada waktu itu banyak penulis yang merasa bosan dan tidak berkembang. Akhirnya dibuatlah sistem *rolling*, di mana seorang penulis memiliki kesempatan menulis untuk kanal lain di samping tanggung-jawab pada kanalnya.



Gambar 3.2. Penulis Membuat Artikel di Kantor  
Sumber : Dokumentasi penulis

Setiap harinya, para penulis memiliki jam kerja dari pk. 09.00 hingga pk. 17.00. Selama delapan jam tersebut mereka memiliki target menulis 2 artikel untuk diberikan kepada editor kanalnya setiap hari. Seperti yang dapat dilihat pada gambar 3.2. di atas, kantor Hipwee yang berupa rumah kontrakan terdiri dari meja panjang yang dikelilingi kursi. Pada tempat itulah para penulis melaksanakan tugas dan tanggung-jawabnya selama jam kerja. Masing-masing

penulis wajib mencapai satu juta *pageviews* tiap bulannya sebagai tanggung-jawab dalam jangka waktu satu bulan. Apabila penulis tidak dapat mencapai target tersebut, penulis wajib mengikuti *training* oleh *Editors and Training Guru*. Di bawah bimbingan *Editors and Training Guru* tersebut, penulis kembali dilatih dalam membuat artikel. Jika hal tersebut tidak berhasil guna menambah *pageviews*, maka penulis dianggap tidak mampu melanjutkan tugasnya.

Selain bekerja di kantor, para penulis juga diberikan hak untuk mengerjakan tugasnya di luar kantor selama satu hari dalam seminggu. Hak untuk mengerjakan di luar kantor Hipwee ini disebut *away*. Selain untuk membuat para penulis lebih produktif dalam mencari ide, hak *away* ini diharapkan dapat menghilangkan kejenuhan para penulis selama bekerja di kantor.

Tabel 3.1.  
Jadwal *Away* Penulis

No	Nama Penulis	Nama Penulis	Nama Penulis
1	Monik	Neneng	Silvi
2	Tiqa	Ojk	Andrall
3	Soni	Fira	Bayu
4	Fera	Lady	Yourdan
5	Reza	Gaga	Meily
6	Katon	Andina	Hairum
7		Tirsa	

Sumber : Hipwee *Away* Schedule

Seperti yang dapat dilihat pada Tabel 3.1., hak *away* ini pun dibatasi maksimal 7 penulis yang memanfaatkan hak *away* dalam 1 hari. Hal ini untuk menjaga kuantitas staf yang ada di kantor, sehingga kantor tidak menjadi kosong. Selain itu juga dimaksudkan agar *away* bukan menjadi ajang berkumpul para penulis di luar kantor saja, dan malah menjadi tidak produktif (Armando Yuniar Radityawan, wawancara, 31 Oktober 2016).

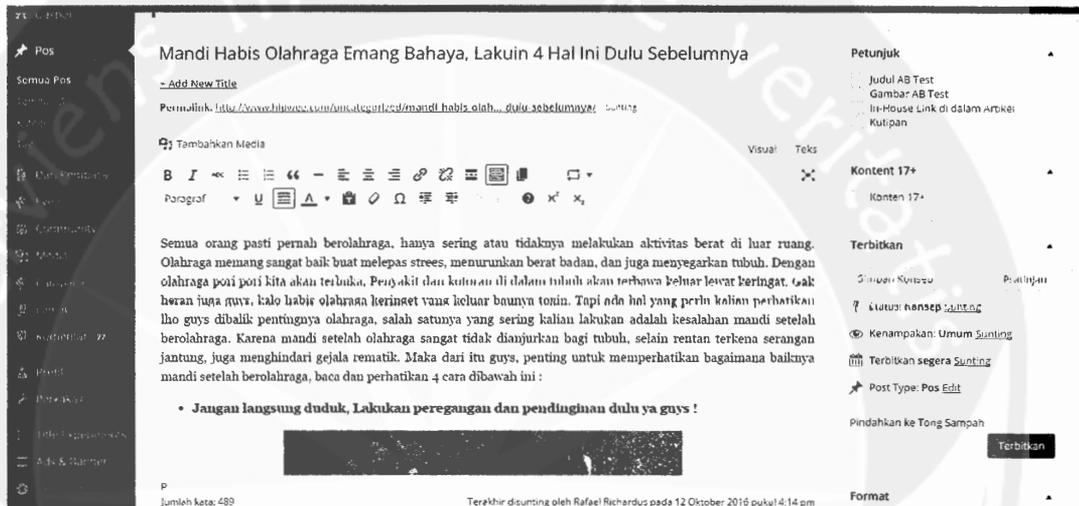


Gambar 3.3. Penulis Membuat Artikel di Kedai Kopi untuk memanfaatkan hak *away*  
Sumber : Dokumentasi penulis

Sama seperti ketika bekerja di kantor, penulis yang menggunakan hak *away*-nya juga memiliki tugas membuat 2 artikel pada hari *away*. Dapat dilihat dari Gambar 3.3. di atas, para penulis yang menggunakan hak *away* biasa mengerjakan tugas di tempat tinggalnya atau kedai kopi dengan *wifi* memadai.

Dalam pekerjaannya membuat artikel, masing-masing penulis dan editor memiliki satu akun Wordpress Hipwee. Seperti yang terlihat pada

Gambar 3.4. di halaman berikutnya, tampilan akun penulis Hipwee terlihat cukup sederhana untuk memudahkan penulisan artikel. Pada halaman tersebut, para penulis membuat artikel yang dilengkapi dengan judul, sub-judul, dan gambar.



Gambar 3.4. Tampilan Dasbor Penulis dalam Membuat Artikel  
Sumber : (<http://www.hipwee.com/wp-admin/index.php>)

Sebagian penulis membuat tulisannya langsung pada kolom tulisan yang tersedia di Wordpress tersebut. Sebagian lagi membuat tulisannya di Ms.Word terlebih dahulu, kemudian setelah selesai baru dimasukkan ke dalam Wordpress Hipwee. Dua cara penulisan ini sesuai dengan kenyamanan tiap penulis. Selain itu juga untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan, seperti mati listrik atau kerusakan laptop yang tidak dapat diprediksi. Setelah tulisan selesai ditulis, para penulis pun menyimpan artikelnya sebagai konsep. Artikel yang berada di konsep tersebut kemudian disunting oleh para editor sesuai kanal.

### 3.1.3. Penyuntingan oleh Para Editor

Pada tahap ini seluruh editor bekerja memeriksa artikel yang dibuat oleh para penulis. Artikel yang terdapat dalam kolom konsep pada Wordpress, kemudian diolah para editor masing-masing kanal. Editor tiap kanal memiliki tugas khusus menyunting artikel dari 2 penulis kanalnya untuk meyakinkan kembali kualitas dan viralitas atau kctersebarannya. Tidak menutup kemungkinan juga seorang editor menyunting artikel dari penulis kanal lain yang membuat artikel untuk kanalnya. Misalnya seorang penulis dari kanal Hubungan membuat artikel untuk kanal Cowok, maka editor kanal Cowok yang akan menyunting tulisannya.

Menurut hasil observasi selama KKL, penyuntingan dilakukan sesuai dengan karakteristik masing-masing kanal. Contohnya seperti kanal Hubungan yang memiliki penulisan menggunakan rima, berbeda dengan artikel kanal Cowok yang lebih *fun*. yang dilakukan editor terbagi atas dua jenis. Penyuntingan pertama adalah penyuntingan sumber atau referensi yang digunakan dalam artikel. Sedangkan penyuntingan kedua merupakan penyuntingan secara kebahasaan.

Penyuntingan sumber atau referensi dilakukan dengan memerhatikan fakta atau data yang tercantum dalam artikel. Penyuntingan ini dilakukan agar setiap sumber atau referensi artikel tetap terjaga keakuratan dan kebenarannya. Para penulis membuat artikel dengan berbagai sumber atau referensi yang

menjadi bahan penulisan. Referensi yang dicantumkan dalam artikel bermacam ragam seperti hasil penelitian atau berita terkini. Pada artikel, penulis juga mencantumkan *link website* yang menjadi rujukan di mana ia mengambil sumber atau referensi tersebut. Sumber atau referensi inilah yang harus diteliti lebih lanjut oleh para editor demi kredibilitas Hipwee.

The image shows a screenshot of a Hipwee article. At the top left is the 'hipwee' logo. To its right are navigation tabs: TRENDING, TERPOPULER, INSPIRASI, HIBURAN, and COMMUNITY. The article title is 'Kafein adalah musuh utama bagi payudara. Buat kamu yang hobi minum kopi atau teh hijau dengan kadar kafein tinggi, berikut beberapa fakta yang perlu kamu ketahui:'. Below the title is a share count of '627 SHARES' and three social media sharing options: 'SHARE' (Facebook), 'TWEET' (Twitter), and 'COMMENT'. The main text of the article is in Indonesian and discusses the health effects of caffeine on women's breasts, citing research from Lunds University and Georgetown University.

hipwee TRENDING TERPOPULER INSPIRASI HIBURAN COMMUNITY

Kafein adalah musuh utama bagi payudara. Buat kamu yang hobi minum kopi atau teh hijau dengan kadar kafein tinggi, berikut beberapa fakta yang perlu kamu ketahui:

627 SHARES

SHARE

TWEET

COMMENT

*Fakta terkait kopi dan efeknya terhadap payudara wanita terbukti pada penelitian yang dipimpin oleh Helena Jernström di Lunds Universitet, Swedia. Penelitian ini dilakukan terhadap 270 wanita muda dengan hasil yang tak disangka. Ditemukan fakta bahwa pada payudara wanita yang terlalu sering minum kopi menjadi mengendur dan mengecil.*

*Selain dapat memperkecil, kafein juga menyebabkan ketidaknyamanan dan rasa sakit pada payudara. Menurut penelitian yang dilakukan di Georgetown University Department of Medicine, asupan kafein dapat memperparah rasa sakit. Terlebih bila Anda telah menderita fibrokistik payudara sebelumnya.*

Gambar 3.5. Contoh Artikel dengan Sumber dan Referensi Penelitian  
Sumber : (www.hipwee.com)

Seperti pada Gambar 3.5, editor akan mengecek kembali kebenaran sumber penelitian yang tercantum dalam artikel. Para editor melakukan pengecekan sumber penelitian melalui *link* yang tercantum pada artikel penulis tersebut. Jika sumber penelitian atau referensi yang tercantum diragukan kebenarannya, maka editor akan mengkoordinasikannya kembali kepada penulis untuk mencari sumber yang lebih meyakinkan dan akurat. Namun jika akhirnya

tidak ditemukan juga sumber dan referensi yang tepat, maka sumber tersebut tidak dapat dicantumkan.

Hal ini juga berlaku untuk istilah-istilah khusus yang digunakan penulis pada artikelnya. Seperti istilah khusus dalam bidang kedokteran yang membutuhkan penjelasan lebih lanjut. Editor harus memeriksa istilah dan penjelasannya tersebut untuk menghasilkan artikel yang berkualitas. Selain pengecekan *link* referensi, editor juga bertugas mengecek *hyperlink* yang dicantumkan pada gambar maupun teks (lih. Gambar 3.6.).

hipwee TRENDING TERPOPULER INSPIRASI HIBURAN COMMUNITY

976 SHARES

f SHARE

t TWEET

COMMENT

yuk piknik buat bilang in via [www.momtastic.com](http://www.momtastic.com)

Jadikan momen pengumuman akan hadirnya sang buah hati jadi saat-saat yang paling romantis dan mengharukan. Kamu bisa kasih tahu suamimu dengan cara yang nggak biasa. Ajak dia *dinner* atau piknik berdua. Selain menciptakan suasana romantis di hubungan, kalian pun akan merasa sebagai dua calon orangtua paling bahagia di dunia.

Mau ide lainnya? Kamu bisa cek ide kreatif yang dilakukan oleh [Bri Dow ini](#). Apapun cara yang kamu pilih nanti, pastikan momen dan isi pesannya tersampaikan penuh makna.

Gambar 3.6. Contoh Artikel dengan *Hyperlink* yang Menjadi Sumber  
Sumber : ([www.hipwee.com](http://www.hipwee.com))

Selain penyuntingan pada sumber dan referensi, penyuntingan secara bahasa juga sangat penting dilakukan. Hal ini untuk membuat artikel mudah

dipahami dan tidak rancu maknanya di benak pembaca. Penyuntingan secara bahasa meliputi kegiatan memperbaiki kata yang salah (*typo*) dan penyuntingan artikel sesuai dengan gaya bahasa populer yang digunakan Hipwee. Gaya bahasa populer yang digunakan Hipwee berbentuk sebuah pedoman penulisan (lih. Lampiran).

Pada tahap ini editor memeriksa kesalahan dalam penggunaan tanda baca, tata bahasa, ejaan, angka, nama, kutipan, dan istilah asing. Kemudian editor juga melakukan pengecekan terhadap judul, kutipan judul, sub-judul, gambar utama, gambar tiap sub-judul, dan judul gambar (*caption*) yang digunakan dalam artikel.

Selain memeriksa hal-hal tersebut, editor juga memastikan artikel sesuai dengan gaya bahasa populer yang digunakan Hipwee. Pengecekan gaya bahasa ini berupa pemeriksaan kata-kata yang biasa digunakan secara informal seperti; *'kan, dong, guys, pengen* (bukan ingin), *deh*, dan sebagainya. Kata-kata tersebut telah disepakati bersama oleh divisi *content* Hipwee, dan tercantum dalam modul editor. Pada pengecekan terakhir, mereka juga memeriksa kembali kategori artikel sesuai kanal (lih. Gambar 3.7.). Satu artikel hanya memiliki satu jenis kategori atau biasa disebut sebagai kanal, sehingga tidak ada artikel yang isinya memuat dua kanal sekaligus. Hal ini penting untuk menjaga fokus penyuntingan tiap artikel sesuai kanalnya masing-masing.

## Kategori

Seluruh Kategori Paling Banyak  
Digunakan

- Hubungan
- Uncategorized
- Feature
- Featured
- Hiburan
- Cowok

Gambar 3.7. Contoh Pemberian Tanda Kategori Artikel Tiap Kanal  
Sumber : (<http://www.hipwee.com/wp-admin/index.php>)

Para editor wajib memberi tanda centang pada kolom 'Konten 17+' apabila terdapat konten yang mengarah pada konten dewasa (lih. Gambar 3.8).



Visual Teks

Konten 17+

Terbitkan

Pratinjau

Status: Terjadwal [Sunting](#)

Kenampakan: Umum [Sunting](#)

Revisi: 4 [Telusuri](#)

sal Jepang bernama Doraemon. Yes,  
ang datang dari abad 21 dengan niat  
ekolah, Doraemon menjadi salah satu

ka karena salah satu pengisi suara

Gambar 3.8. Pembubuhan Tanda Centang untuk Konten 17 Tahun ke Atas  
Sumber : (<http://www.hipwee.com/wpadmin>)

Setelah para editor masing-masing kanal selesai menyunting artikel, *managing editor* mulai melakukan penyuntingan secara keseluruhan. Pada tahap ini, *managing editor* bertugas memeriksa ulang artikel yang telah siap

diterbitkan. *Managing editor* menyunting artikel sesuai urutan jam terbit, sehingga artikel yang akan terbit dalam jangka waktu dekat akan lebih diutamakan. *Managing editor* membaca ulang kembali artikel dan memperbaiki kesalahan penulisan atau biasa disebut *proofreading*. *Managing editor* memastikan apakah artikel sesuai dengan nilai dan norma yang ada di Indonesia. Selain itu, *managing editor* pun harus memerhatikan juga bahwa artikel yang akan diterbitkan sudah *politically correct* sehingga layak untuk ditayangkan. *Politically correct* yang dimaksudkan adalah artikel tidak mengandung isi yang mendiskreditkan, mendiskriminasi, atau bias terhadap golongan tertentu.

Terdapat satu contoh artikel yang telah terbit dan termasuk *politically incorrect* pada waktu penulis menjalani KKL. Judul artikel yang ditayangkan adalah “Polisi Memaksa Muslimah Lepas Burkini saat Liburan di Pantai. Bukti Prancis Makin Rasis kepada Islam!” Dapat dilihat dari judulnya, artikel ini mengandung provokasi terhadap golongan masyarakat tertentu (dalam hal ini penganut agama Islam). Artikel ini berasal dari kanal *Travel* dengan inspirasi ide yang didapat setelah berita terkini saat itu, yakni truk menabrak orang-orang yang sedang merayakan Hari Bastille di kota Nice, Perancis Selatan pada pertengahan Juli 2016 lalu. Tak lama kemudian, muncullah berita yang juga viral yakni mengenai polisi Perancis yang menyuruh pengunjung pantai untuk melepas burkininya. Isu tersebut diangkat Hipwee sebagai artikel kanal *Travel*.

Tim *social media* yang memantau *feedback*, menemukan banyak komentar terhadap artikel tersebut. Komentar yang datang bermacam ragam, ada yang bernada positif maupun negatif. Namun kebanyakan bernada tidak setuju dengan penulisan artikel tersebut. Artikel ini pun menuai banyak kritikan dari para pembaca. Jika dilihat dari komentar-komentar yang ada, artikel ini berpotensi menyulut salah satu golongan masyarakat.

The image shows a Facebook post from the page 'Hipwee'. The post title is 'Polisi Memaksa Muslimah Lepas Burkini saat Liburan di Pantai. Bukti Prancis Makin Rasis kepada Islam!' and the text below it reads 'Begitulah panel negara yang begitu phobia terhadap Islam!'. The post has 515 likes and 67 comments. Below the post, five comments are highlighted with black boxes:

- Kevin Qhev Gde Noe Prancis** salah 1 negara di eropa yang paling bnyak penduduk muslim loh di banding negara lain.  
Kalo di bilang phobia sama muslim, apa masuk akal???
- Kalo bikin brita gak usah berlebihanaaah.
- Like Reply 40 August 25 at 3:41pm  
7 Replies
- Hieronimus Hendrawan** yak salah 1 contoh bagaimana berita dan media begitu mudah menyelit orang. Plis deh yg nulis nih siapa sih dgn judul provokatif bgtu. P E A K....
- Like Reply 1 August 25 at 10:40am
- Roy Matius Hipwee**, please publish article2 yg bermanfaat aja dah, kalo yg kyak gni malah situ yg racist..thanks
- Like Reply 3 August 25 at 6:12pm
- Sekadar ilusi** liat aja beberapa tahun lagi eropa pasti milik islam.liat aja..muslim must strong..!!
- Like Reply 1 August 25 at 9:25pm
- Endah Setya Gw** gak percaya ada 2 opsi itu yg salah satunya ninggalin pantai. Gw yakin klo ada opsi buat ninggalin pantai dari pada buka baju, dia akan lebih milih ninggalin pantai
- Like Reply August 23 at 7:36am

Gambar 3.9. Komentar pada Facebook Hipwee Terkait Artikel  
Sumber : (<https://www.facebook.com/hipweecom/posts/655771801263787>)

Seperti yang dapat dilihat pada Gambar 3.9. di atas, banyak komentar pembaca pada Facebook sebagai salah satu media sosial Hipwee. Melihat berbagai *feedback* yang bernada positif maupun negatif dari para pembaca, *managing editor* pun dengan cekatan langsung menarik kembali artikel tersebut.

Penarikan artikel tersebut memiliki alasan bahwa judul maupun isi artikel memiliki tendensi yang memunculkan opini pribadi dari penulis atau editornya. Hal itu pun memiliki dampak yang lebih luas lagi, seperti kredibilitas Hipwee di mata pembaca dan dunia luas. *Managing editor* pun membimbing dan memberi pemahaman kepada Editor kanal *Travel* tentang isu sensitif ini.

Setelah *managing editor* melaksanakan tugasnya, kemudian artikel disunting oleh *chief editor*. *Chief editor* memeriksa dan mengawasi artikel yang akan ditayangkan maupun yang telah ditayangkan pada *website* Hipwee. Pada tahap akhir penyuntingan ini, *chief editor* memastikan konten sesuai dengan visi dan misi Hipwee.

#### **3.1.4. Penjadwalan Jam Terbit**

Setelah semua artikel yang telah disunting siap ditayangkan, para editor di bawah pengawasan *managing editor* membuat jadwal penerbitan artikel. Jadwal penerbitan artikel ini dibuat untuk mempermudah para penulis dan editor dalam menyesuaikan *deadline* tiap artikelnnya.

*Managing editor* akan mengawasi jadwal penerbitan secara keseluruhan, yakni jadwal terbit artikel masing-masing kanal. Sedangkan, para editor tiap kanal lebih rinci dalam penjadwalan jam terbit. Mereka membuat jadwal terbit berdasarkan judul-judul artikel yang telah disunting. Jadi setiap selesai menyunting isi artikel kanalnya, kemudian para editor menyesuaikan jadwal terbit masing-masing artikel.

Tabel 3.2.  
Jadwal Terbit Artikel Tiap Kanal

Waktu Terbit	Kanal
9:00	Sukses
10.00	Tips
11.00	Hiburan
12.00	Tips
13.00	Style
13.30	Hubungan
14.00	Travel
14.30	Hiburan
15.00	Cowok
16.00	Travel
16.30	Hiburan
17.00	Style
17.30	Sukses/Motivasi
18.00	Hubungan
18.30	Cowok
19.00	Tips
19.30	Style
19.45	Hubungan
20.00	Travel
20.30	Sukses
21.00	Cowok

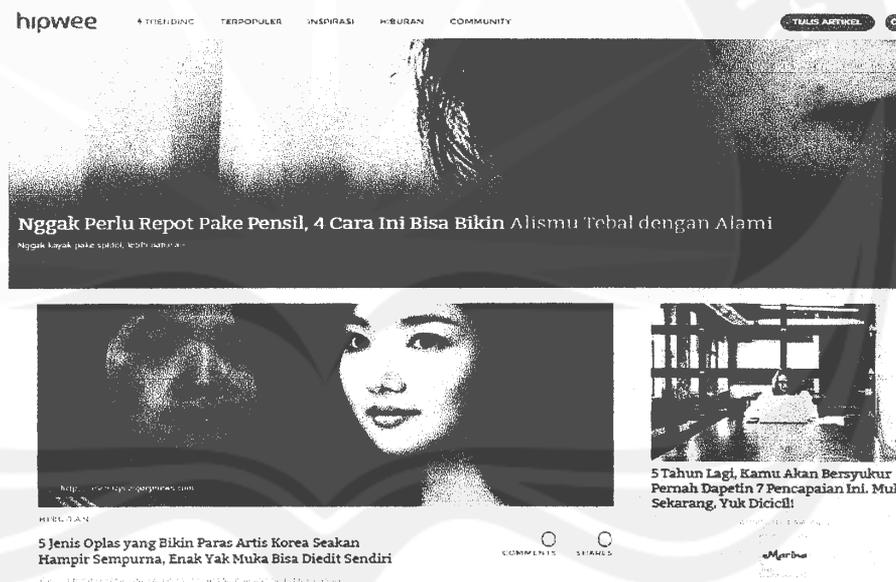
Sumber : Modul Editor Hipwee

Misalnya pada kanal Cowok dengan konten yang paling banyak membahas masalah dewasa (17 tahun ke atas) ditayangkan terakhir, yakni pk 21.00 (lih. Tabel 3.2.). Atau contoh lain, artikel kanal Sukses yang ditayangkan

pada pagi hari pk 09.00 disesuaikan dengan kondisi pagi hari yang lebih membutuhkan semangat melalui artikel kanal Sukses.

### 3.1.5. Penayangan dan Penyebaran Artikel

Pada tahap ini, artikel yang telah siap ditayangkan kemudian akan terbit secara otomatis melalui Wordpress Hipwee sesuai jadwal penerbitannya. Dapat dikatakan, pada tahap ini Hipwee hanya mengandalkan sistem *online* yang terdapat pada Wordpress Hipwee dalam penayangan artikel di *website*-nya.

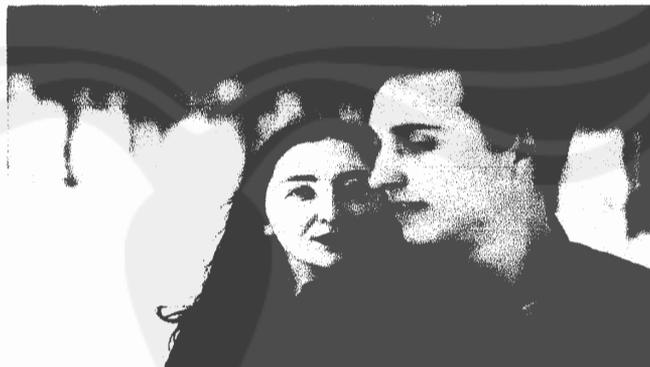


Gambar 3.10. Tampilan Website Hipwee  
Sumber : (www.hipwee.com)

Penayangan utama artikel-artikel adalah pada *website* Hipwee (hipwee.com). Seperti pada Gambar 3.10. di atas, artikel yang baru saja terbit akan terletak pada bagian paling atas *website*, sedangkan semakin ke bagian bawah *website* adalah artikel yang telah lama terbit.

Setelah penayangan artikel pada *website* Hipwee, divisi *content* tidak serta-merta lepas tangan terhadap artikel yang telah terbit. Divisi *content* bekerja sama dengan divisi *engagement*, khususnya tim *social media* untuk mengontrol isi artikel berdasarkan komentar dan *share* yang didapatkan tiap artikel. Jika komentar yang terdapat dalam *website* ataupun media sosial Hipwee bernada mengkritik, maka tim *social media* akan turun tangan untuk memberikan *feedback* yang sesuai. Selain itu, tim *social media* juga berperan dalam ketersebaran artikel melalui berbagai media sosial yang dimiliki Hipwee. Ketersebaran (*share*) artikel Hipwee dilakukan melalui berbagai media sosial yang dimiliki Hipwee seperti Twitter (lih. Gambar 3.11.), Facebook, Line, dan Instagram Hipwee.

**h** Hipwee hipwee 12h  
Kamu Cocoknya Cuma Jadi Pacar Atau Istri? Ini Bedanya...  
[hipwee.com/hubungan/beda- ...](http://hipwee.com/hubungan/beda-...)



Gambar 3.11. Tweet oleh Twitter Hipwee yang Berisi *Link* Artikel  
Sumber : (<https://twitter.com/hipwee>)

Pada tahap ini tim *social media* mempunyai peran lebih jika dibandingkan dengan divisi *content*. *Social media manager* bertanggung jawab

dengan strategi dan analisis media sosial yang dimiliki Hipwee secara keseluruhan setelah penayangan artikel.

*Social media manager* juga bertugas untuk mengelola dan memantau kinerja media sosial sebagai sarana penyebaran artikel dalam rangka meningkatkan *engagement* pembaca Hipwee. Ia dibantu oleh *media planner* yang bertugas untuk turut menyebarkan artikel Hipwee agar menjadi viral, serta melakukan penempatan iklan klien di media sosial Facebook. Selain itu, *social media manager* juga dibantu oleh *social media officer* yang bertugas menjadwalkan jam *posting* konten media sosial Hipwee.

### **3.2. Deskripsi Partisipasi Mahasiswa**

Dalam kurun waktu 35 hari pelaksanaan KKL terhitung dari 25 Juli 2016 sampai dengan 16 September 2016. Penulis memiliki hari kerja sama seperti hari kerja staf lainnya, yaitu Senin – Jumat, dengan jam kerja dari pk. 09.00 hingga pk. 17.00. Tugas dan tanggung-jawab penulis dilakukan sepenuhnya di kantor, dan tidak terdapat hak *away* layaknya staf lain. Selama 35 hari tersebut, penulis ikut berdinamika dalam berbagai proses yang dilakukan oleh divisi *content* Hipwee. Penulis terlibat hampir di setiap proses yang dilakukan divisi *content*, mulai dari proses elaborasi ide, penulisan artikel, hingga pada proses penyuntingan yang menjadi fokus dalam laporan ini.

Secara garis besar selama pelaksanaan KKL, penulis memiliki dua tugas dan tanggung-jawab dalam periode tertentu. Pada periode 25 Juli 2016 hingga 18 Agustus 2016 (minggu pertama hingga minggu keempat) penulis bertugas menulis artikel dan memiliki tanggung-jawab layaknya penulis *in-house* Hipwee. Sedangkan pada periode 22 Agustus 2016 hingga 16 September 2016 (minggu kelima hingga minggu kedelapan) penulis bertugas dalam proses penyuntingan artikel dan mengemban tugas sebagai editor. Dalam menjalankan tugasnya sebagai bagian dari divisi *content* ini, penulis berada di bawah bimbingan langsung *Managing Editor* Hipwee, Nendra Primonik Sekar Rengganis, S.IP. Selanjutnya partisipasi mahasiswa akan dijelaskan setiap minggu pada poin berikutnya.

### **3.2.1. Partisipasi Mahasiswa dalam Minggu Pertama**

Penulis memulai pelaksanaan KKL pada tanggal 25 Juli 2016, maka minggu pertama yang dijalani yakni tanggal 25 Juli 2016 sampai 29 Juli 2016. Di Hipwee, penulis berstatus sebagai anak magang. Pertama kali memasuki kantor dan resmi menjadi anak magang, penulis merasa diterima oleh para staf Hipwee. Nendra Primonik Sekar Rengganis, S.IP. sebagai pembimbing KKL penulis juga sangat terbuka dengan kedatangan penulis. Secara garis besar, tidak terdapat perbedaan perlakuan antara anak magang dengan staf Hipwee lainnya.

Penulis bebas memilih kursi dan mejanya sendiri. Meskipun tidak terdapat perbedaan perlakuan, pada minggu pertama ini penulis tetap berkumpul dengan sesama anak magang lainnya. Terdapat satu meja yang terletak di pojok kanan ruangan tempat anak-anak magang biasa melaksanakan tugasnya. Penulis pun pertama kali berbaur dengan sesama anak magang di meja tersebut.

Pada hari pertama yakni tanggal 25 Juli 2016, penulis mendapatkan modul penulis Hipwee berupa *soft copy* yang dikirim oleh pembimbing KKL melalui *email*. Modul ini kemudian dijadikan pedoman selama penulis membuat artikel. Selain itu, penulis juga diberikan akses Wordpress Hipwee sebagai media untuk menulis. Maka dari itu, pada hari pertama ini penulis mulai mempelajari Wordpress Hipwee. Penulis mendapatkan satu akun Wordpress dengan nama Magang2, Icha Pinerang. Nama pada akun ini bersifat sementara dan bisa berubah menjadi nama lainnya untuk anak magang selanjutnya. Hal ini menyebabkan nama akun penulis pada saat melaksanakan KKL kini sudah digantikan nama anak magang selanjutnya.

Langkah awal yang dilakukan penulis setelah mendapatkan akses Wordpress Hipwee adalah mencari ide dan referensi tulisan. Ide dan referensi didapatkan melalui berita-berita terkini maupun isu yang sedang populer di kalangan anak muda. Biasanya penulis mendapatkan ide melalui pengamatan terhadap lingkungan sekitar yang kebanyakan merupakan anak muda. Ide pun

biasa ditemukan melalui obrolan dengan editor, sesama penulis lain, teman di luar lingkup Hipwee, dan bahkan keluarga. Terkadang penulis juga mencari ide dari media sosial seperti Instagram dan Twitter dengan mengobservasi apa yang sedang menjadi isu terkini. Penulis mengidentifikasi isu terkini melalui *hashtag* (#) yang digunakan para pengguna Instagram dan Twitter. Ide juga didapatkan dari artikel-artikel Hipwee yang telah terbit sebelumnya.

Ide pun dapat ditemukan di website-website seperti Goggle Trends, Thought Catalog, atau Elite Daily. Setelah pemilihan website tersebut, kemudian ide dimantapkan dengan sub-poin yang memperkuat tulisan. Setelahnya penulis mengelaborasi ide bersama editor. Tidak menutup kemungkinan bahwa ide diambil dari berita *hardnews*. Namun biasanya berita *hardnews* yang digunakan sebagai ide dikemas dari berbagai sisi dengan menarik sesuai dengan pedoman penulisan artikel khas Hipwee.



Gambar 3.12. Artikel dengan Topik Berita *Hardnews* yang Dijadikan *Meme*.  
Sumber : (<http://www.hipwee.com/>)

Berita *hardnews* pun dapat dibuat dalam bentuk artikel yang menyenangkan. Alah satu contohnya adalah artikel berjudul “Simak Liputan *Reshuffle* Menteri dalam Bentuk Meme Ini, Biar Kamu Agak Selow Pas Mikirin Negara” (Gambar 3.12 pada halaman sebelumnya). Dalam artikel tersebut terlihat bahwa berita tentang *reshuffle* kabinet Jokowi yang pada waktu itu menjadi isu terkini dapat dibuat versi yang lebih menyenangkan dalam bentuk *meme*.

Setelah mendapatkan ide tulisan, penulis mencatat ide-ide tersebut pada secarik kertas atau menuliskannya pada *Ideus Board* yang terdapat di dinding Hipwee. Ide yang telah ditulis tersebut kemudian dibicarakan dengan editor kanal untuk penulisan pada hari tersebut. Selebihnya, terkadang penulis juga berkonsultasi dengan editor untuk ide tulisan dalam beberapa hari ke depan.

Sama seperti penulis *in-house* lainnya, penulis juga berperan dalam menyumbangkan ide-ide kepada editor. Namun berbeda dengan penulis *in-house* lainnya yang telah memiliki fokus kanalnya masing-masing, penulis memiliki jadwal penulisan artikel berbeda setiap hari. Hal ini membuat penulis mendiskusikan ide kepada editor tiap kanal secara bergiliran.

Ide yang didiskusikan dengan editor tersebut menjadi bahan dalam rapat redaksi yang dilaksanakan oleh para editor bersama dengan *managing editor* setiap hari Kamis. Ide yang sebelumnya sudah disepakati kemudian ditulis menjadi artikel. Sesuai dengan MoU (*Memorandum of Understanding*), selama

satu hari penulis memiliki kewajiban menulis 2 artikel sesuai dengan jadwal kanal pada hari itu. Terkadang 2 artikel yang ditulis dalam sehari terdiri dari 2 kanal yang berbeda. Namun pada praktiknya, hal ini disesuaikan dengan jumlah ide yang disetujui oleh editor tiap kanal dan pembimbing KKL. Jika ide yang disetujui pada hari itu hanya 1 artikel, maka penulis hanya menulis 1 artikel. Pada minggu pertama, penulis berhasil menulis 7 artikel (lih Tabel 3.3).

Tabel 3.3.  
Daftar Artikel Penulis dalam Minggu Pertama

No	Judul	Kanal	Tanggal Tulis	Tanggal Terbit
1.	Sebelum Memilih Merelakan, Sebaiknya 5 hal Ini Kamu Pikirkan	Hubungan	25 Juli 2016	28 Juli 2016
2.	5 masalah Cewek Berdada Besar yang Jarang Diketahui Cowok Biar Kamu Nggak Asal Jelalatan	Cowok	26 Juli 2016	28 Juli 2016
3.	Ini 5 Tipe Pemain Pokemon Go, Kamu yang Mana Hayo?	Hiburan	26 Juli 2016	Tidak diterbitkan karena isu kurang <i>up to date</i>
4.	Hindari 5 Lelucon Ini! Biar Niat Buat Bikin Cewekmu Ketawa Nggak Malah Bikin Dia Ngantuk	Cowok	27 Juli 2016	28 Juli 2016
5.	Penggemar Barista Unyu? Hayo Ngaku Deh, Ini Hal-Hal yang Biasa Kamu Rasakan	Hiburan	27 Juli 2016	Tidak Diterbitkan karena isu kurang sesuai dengan <i>target audience</i>
6.	Ingin Celana Jeans Lamamu Terlihat 'Baru'? Modifikasi keren Ini Bisa Banget Kamu Tiru	<i>Style</i>	28 Juli 2016	13 Agustus 2016
7.	7 Spot OOTD di Jakarta Buat Kamu yang Hits dan Kekinian. Bikin Liburan Makin Menyenangkan	<i>Travel</i>	29 Juli 2016	30 Juli 2016

Khusus pada minggu pertama ini penulis diberi kebebasan dalam menentukan penulisan untuk kanal apa saja. Penulis pun dibebaskan membuat artikel kreatif yang menggunakan bahasa jurnalistik sastra dalam mengisahkan suatu situasi, keadaan, atau aspek kehidupan, dengan tujuan untuk memberi informasi dan sekaligus menghibur para pembaca.

Tema atau topik penulisan yang bisa diangkat tidak dilihat dari seberapa populer tema atau topik yang akan diangkat. Tema atau topik yang dipilih adalah tema atau topik yang ditentukan editor tiap kanal. Jika editor suatu kanal sudah memberikan persetujuan tentang tema, maka penulis baru dapat menulis artikelnnya. Cara menentukan tema tersebut tergantung dengan editor masing-masing kanal.

Kontribusi penulis dalam divisi *content* pada hari pertama tanggal 25 Juli 2016 adalah menulis artikel untuk kanal Hubungan. Artikel yang dibuat oleh penulis terbit dengan judul ‘Sebelum Memilih Merelakan, Sebaiknya 5 Hal Ini Kamu Pikirkan’. Artikel ini sebenarnya sudah dipersiapkan oleh penulis sebelum memulai KKL. Ide artikel ini berdasarkan pengalaman penulis, maka isinya pun sangat subjektif.

Pada awalnya artikel ini dibuat penulis dengan judul ‘Pengen Putus Sama Pacar, Tapi Nggak Mau Nyesel? Nih 4 Hal yang Harus Dipertimbangkan!’ Namun setelah berbagai proses penyuntingan, judulnya kemudian diubah oleh editor kanal Hubungan. Selain judul, kontennya juga

sedikit diubah sesuai dengan karakteristik kanal Hubungan. Editor kanal Hubungan memberikan pengarahan langsung kepada penulis tentang karakteristik dan cara menulis artikel kanal Hubungan.

Sejauh pengamatan penulis, bahasa jurnalistik sastra banyak digunakan pada artikel kanal Hubungan. Bahasanya terikat oleh rima yang teratur dan bersifat mengaduk-aduk perasaan pembaca. Hal ini terkait dengan topik pembahasan artikel kanal Hubungan yang sebagian besar membahas tentang hubungan percintaan anak muda. Selebihnya, artikel-artikel Hipwee menggunakan penggunaan bahasa informal dan gaya kepenulisan yang santai.

Penulis akhirnya menyimpulkan bahwa kanal Hubungan menggunakan bahasa yang puitis dan penuh dengan rima maupun sastra agar dapat menyentuh langsung para pembaca. Setelah mempelajari karakteristiknya, penulis pun mengubah sedikit kontennya dan menyesuaikan dengan arahan editor kanal Hubungan. Akhirnya artikel ini pun terbit tiga hari kemudian, yakni pada tanggal 28 Juli 2016.

Pada tanggal 26 Juli 2016, penulis membuat dua artikel. Satu artikel untuk kanal Cowok, dan satu artikel untuk kanal Hiburan. Artikel yang ditulis untuk kanal Cowok berjudul '5 Masalah Cewek Berdada Besar yang Jarang Diketahui Cowok Biar Kamu Nggak Asal Jelalatan'. Pada saat menulis artikel ini, penulis banyak membaca artikel-artikel kanal Cowok di *website* Hipwee. Referensi dalam menulis artikel pun mulai bertambah dan membuat penulisan

artikel sudah cukup sesuai dengan karakteristik kanal Cowok. Hal ini menyebabkan tidak terdapat perubahan berarti yang diberikan oleh editor kanal Cowok. Artikel ini terbit dua hari kemudian, yakni pada tanggal 28 Juli 2016.

Pada hari yang sama, penulis juga menulis artikel untuk kanal Hiburan. Artikel yang ditulis untuk kanal Hiburan berjudul 'Ini 5 Tipe Pemain Pokemon Go, Kamu yang Mana Hayo?' Ide tulisan berasal dari Youtube yang banyak membahas hal serupa, yakni tentang tipe pemain Pokemon Go yang menghibur. Artikel ini tidak diterbitkan oleh editor kanal Cowok dengan alasan isu yang diangkat kurang *up to date* dan sudah banyak diterbitkan oleh media lain.

Hari selanjutnya pada tanggal 27 Juli 2016, penulis membuat dua artikel. Satu artikel untuk kanal Cowok, dan satu lagi untuk kanal Hiburan. Seperti pada pengalaman sebelumnya, penulis tidak kesulitan dalam membuat artikel kanal Cowok. Berbeda dengan artikel kanal Hiburan, penulis masih belum menemukan karakteristik penulisannya. Artikel yang ditulis dengan tema barista pun tidak diterbitkan, karena isunya kurang sesuai dengan *target audience*. Hal ini ditambah dengan editor kanal Hiburan yang terlihat kurang terbuka dengan anak magang, sehingga penulis sulit untuk mengajaknya berdiskusi.

Pada tanggal 28 Juli 2016, penulis hanya menulis satu artikel, yakni kanal Style. Penulisan artikel untuk kanal Style ini memakan waktu yang

cukup lama. Meskipun dimulai pada tanggal 28 Juli 2016, namun artikel ini baru selesai pada tanggal 2 Agustus 2016. Hal ini karena arahan dari editor kanal Style sangat rinci, sesuai dengan karakteristik kanal Style yang mengutamakan detail dalam kepenulisannya.

Kemudian pada tanggal 29 Juli 2016, penulis juga hanya mampu membuat satu artikel kanal Travel. Penulisannya memakan waktu satu hari karena pencarian data tentang tempat-tempat hangout yang ditulis sedikit sulit dan membutuhkan waktu lama. Secara karakteristik penulisan, kanal Travel tidak begitu rumit. Hal ini pun membuat artikel penulis diterbitkan sehari kemudian, yakni tanggal 30 Juli 2016. Secara garis besar selama seminggu, pencapaian penulis masih bisa dibilang rendah. Hal ini karena penulis belum mendapatkan ritme kerja dan gaya kepenulisan khas Hipwee.

Selain berdinamika dalam divisi *content*, pada minggu pertama penulis juga turut berpartisipasi dalam kegiatan kantor bernama Hipwee Talk. Hipwee Talk adalah sebuah kegiatan bersifat informal yang dilakukan oleh segenap staf Hipwee (baik Yogyakarta maupun Jakarta) dalam rangka mengakrabkan melalui perkenalan masing-masing staf. Hipwee Talk ini dilakukan sekali seminggu pada hari Jumat dari pk.10.30 sampai pk.11.30. Penulis juga turut memperkenalkan diri dalam Hipwee Talk pada Jumat, 29 Juli 2016.

Secara teknis, Hipwee Talk dilakukan menggunakan *video call* yang menghubungkan staf Yogyakarta dan Jakarta. Semua staf dari setiap divisi

bergabung dalam percakapan yang berisi perkenalan diri masing-masing. Setiap diadakan Hipwee Talk, terdapat 2 staf yang memperkenalkan dirinya di depan yang lain. Penentuan staf yang memperkenalkan diri ini diundi dengan kertas setiap minggunya.

Hipwee Talk ini baru mulai dilakukan pada awal bulan Juni. Jumlah staf Hipwee yang berjumlah sekitar 40 orang, tidak memerlukan waktu lama untuk memperkenalkan diri. Hal ini membuat Hipwee Talk pun berakhir pada akhir September, dan selanjutnya tidak diadakan lagi.

### **3.2.2. Partisipasi Mahasiswa dalam Minggu Kedua**

Minggu kedua berlangsung mulai dari tanggal 1 Agustus 2016 sampai tanggal 5 Agustus 2016. Fase adaptasi pada minggu pertama telah dilalui dengan sedikit kelelahan sehingga penulis jatuh sakit pada akhir pekan. Sakit yang belum sembuh pun memaksa penulis untuk izin tidak masuk pada hari Senin tanggal 1 Agustus 2016. Selain itu, penulis harus izin tidak masuk kantor lagi untuk bimbingan KRS pada tanggal 4 Agustus 2016. Meskipun pada minggu kedua ini penulis hanya masuk selama tiga hari kerja, namun minggu kedua lebih berjalan lancar jika dibandingkan dengan minggu pertama. Hal ini disebabkan karena penulis mulai merasakan ritme yang sesuai dalam membuat artikel.

Pada tanggal 1 Agustus 2016 penulis istirahat sejenak karena sakit, dan diizinkan untuk tidak membuat artikel. Namun pada tanggal 4 Agustus 2016

penulis tetap mengirimkan artikel karena terhitung izin dengan alasan perkuliahan. Penulis membuat artikel di luar kantor dan mengirimkannya melalui akun Wordpress-nya. Akun Wordpress ini pun dapat diakses di mana saja dan kapan saja oleh penulis. Menurut penulis, hal ini adalah salah satu kelebihan dari media online. Seorang pekerja tidak hanya dapat bekerja di kantor. Pekerjaannya bisa dibuat di luar kantor dan memungkinkan untuk diselesaikan di luar jam kerja, tentunya selama masih dalam tenggat waktu yang ditentukan.

Pada tanggal 2 Agustus 2016 pembimbing KKL mulai memberikan jadwal penulisan artikel harian sesuai kanal kepada penulis. Jadwal penulisan artikel yang diberikan oleh pembimbing KKL ini dibuat bergiliran pada setiap kanal dalam seminggu (lih. Tabel 3.4.).

Tabel 3.4.  
Jadwal Penulisan Artikel Penulis

No.	Hari	Penulisan Artikel Kanal
1.	Senin	Hiburan / Style
2.	Selasa	Hubungan / Sukses
3.	Rabu	Travel
4.	Kamis	Cowok
5.	Jumat	Tips

Sumber : Jadwal Penulisan Artikel oleh *Intern*

Pada minggu kedua ini penulis banyak belajar mengenai kata slang yang biasa digunakan dalam gaya kepenulisan Hipwee. Penulis mulai belajar membuat artikel dalam bahasa pengisahan kreatif informal menggunakan bahasa populer khas Hipwee. Hal ini disebabkan oleh karena salah satu

kekuatan dari artikel-artikel Hipwee adalah gaya bahasanya yang cenderung santai dan khas anak muda. Sejalan dengan hal tersebut, penulis pun diperbolehkan menulis artikel dengan menggunakan kata dalam bahasa informal seperti; *pengen* (ingin) *pede*, *a la*, *hits*, *ciamik*, *ge er*, dan sebagainya.

Penulis juga diperbolehkan menggunakan partikel bahasa informal seperti; *dong*, *eits*, *kan*, *deh*, *lho*, *mah*, *nih*, *uwuwuwu*, *uuuh*. Selain itu, untuk membuat sebuah artikel memiliki kedekatan dengan pembacanya maka penulis juga menggunakan kata sapaan informal seperti *gue*, *loe*, *guys* atau *Hipwee-ers*. Pada minggu kedua ini, penulis membuat satu artikel setiap harinya. Terdapat 4 artikel yang berhasil ditulis oleh penulis selama minggu kedua (lih Tabel 3.5.).

Tabel 3.5.  
Daftar Artikel Penulis dalam Minggu Kedua

No	Judul	Kanal	Tanggal Tulis	Tanggal Terbit
1.	Kamu yang Gampang Menangis Punya Banyak Kelebihan. 8 hal Ini membuatmu tak Layak Disia-siakan	Motivasi	2 Agustus 2016	4 Agustus 2016
2.	5 Tips Anti-Ribet Buat Cewek yang Mau Travelling Biar Tetap Selow dan Nggak Ngerepotin Orang Lain	<i>Travel</i>	3 Agustus 2016	7 Agustus 2016
3.	Cewek Sesabar Apapun bakal Ngamuk kalua Cowoknya Nglakuin 8 Hal Ini di Media Sosial. Hindari ya!	Cowok	4 Agustus 2016	6 Agustus 2016
4.	Jangan Lakukan 9 Hal Ini Kalau Nggak Mau Payudaramu Kendur dan Menyusut. Ih, Ngeri	<i>Tips</i>	5 Agustus 2016	12 Agustus 2016

Selama seminggu pertama, artikel yang ditulis tidak memiliki pencapaian yang berarti. Namun, berbeda dengan artikel yang ditulis pada

minggu kedua yang berjudul ‘Kamu yang Gampang Menangis Punya Banyak Kelebihan. 8 Hal Ini Membuatmu Tak Layak Disia-siakan’. Artikel ini merupakan artikel dengan *share* terbanyak yang diperoleh penulis. Jumlah *share* yang mencapai 36.841 dalam kurun waktu sebulan, membuat artikel ini merupakan artikel dengan pencapaian tertinggi penulis selama melaksanakan KKL di Hipwee.

Artikel ini merupakan artikel untuk kanal Motivasi yang ditulis selama dua hari oleh penulis. Pada waktu itu editor kanal Motivasi dan Sukses hanya memberikan penjelasan singkat kepada penulis tentang karakteristik penulisan kanal Motivasi. Secara garis besar, kanal Motivasi memiliki karakteristik sesuai dengan pembaca Hipwee. Menurut Media Kit Hipwee, pembaca Hipwee paling banyak sebesar 70,78% adalah perempuan berusia 18-24 tahun. Mereka cenderung menyukai artikel yang mengaduk-aduk perasaan dan memotivasi untuk terus berpikiran positif. Akhirnya penulis pun membuat artikel dengan judul yang cukup memihak pada sebagian besar pembaca Hipwee tersebut. Ternyata tanggapan dari para pembaca pun cukup banyak dan bernada positif untuk artikel tersebut.

### **3.2.3. Partisipasi Mahasiswa dalam Minggu Ketiga**

Minggu ketiga dijalani penulis mulai dari tanggal 8 Agustus 2016 hingga 12 Agustus 2016. Pada hari Senin, 8 Agustus 2016 penulis izin tidak masuk untuk melakukan input KRS di kampus. Maka, pada minggu ketiga ini

penulis hanya masuk selama empat hari. Minggu ketiga ini dijalani penulis dengan lebih santai. Hal ini karena penulis sudah mulai bisa berbaur dengan penulis *in-house* Hipwee lainnya, bahkan dengan para editor.

Selama menjalani minggu ketiga, penulis mulai belajar hal teknis untuk mempermudah penulisan artikel. Hal-hal teknis ini dipelajari penulis dari penulis *in-house* Hipwee lainnya. Terdapat beberapa penulis *in-house* yang memberikan saran untuk penulisan artikel yang lebih efektif dan efisien. Seperti misalnya cara pengetikan artikel yang sebaiknya langsung diketik di Wordpress Hipwee, dan cara mencari ide maupun sumber referensi atau gambar dengan mudah dan cepat.

Atas saran salah seorang penulis *in-house* Hipwee, penulis membuat tulisannya langsung pada kolom tulisan yang tersedia di Wordpress. Hal ini berguna untuk memudahkan penyimpanan artikel sebagai konsep yang langsung terhubung pada koneksi internet dan otomatis tersimpan. Selain itu juga untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan seperti mati listrik atau kerusakan laptop yang tidak dapat diprediksi.

Hal teknis lainnya juga diajarkan oleh beberapa penulis *in-house* Hipwee dalam mencari ide tulisan maupun sumber dan referensi hasil penelitian untuk melengkapi artikel. Penulis berusaha mempelajari beberapa cara dan teknik para penulis *in-house* lainnya dengan melakukan perbincangan saat istirahat makan siang. Pada umumnya, para penulis *in-house* mendapatkan

ide dari *website-website* yang mereka yakini sebagai sumber inspirasi masing-masing. Beberapa dari mereka meyarankan untuk penulis mencari ide dari Thought Catalog, sebagian lagi dari Elite Daily, dan ada beberapa yang merujuk pada *website* Cosmopolitan. Thought Catalog biasa digunakan untuk artikel yang menggunakan konten psikologi dan motivasi. Elite Daily biasa digunakan untuk artikel dengan konten yang berisi tentang hiburan dan hubungan. Sedangkan *website* Cosmopolitan digunakan sebagai rujukan kanal Cowok yang cenderung memiliki konten 17 tahun ke atas. Pada minggu ketiga ini penulis berhasil membuat empat artikel (lih. Tabel 3.6).

Tabel 3.6.  
Daftar Artikel Penulis dalam Minggu Ketiga

No	Judul	Kanal	Tanggal Tulis	Tanggal Terbit
1.	Selain Kepastian dari Pasangan, 7 Hal Ini yang Sebenarnya Cewek Juga Butuhkan	Hubungan	9 Agustus 2016	10 Agustus 2016
2.	Pengen Ikut Merayakan 17-an? Nih 5 Kemerdekaan Wajib di Usia 20-an	Motivasi	10 Agustus 2016	Tidak Diterbitkan karena artikel tersebut telah ditulis sebelumnya oleh penulis lain
3.	12 Kafe Instagrammable Ini Bisa Jadi Tujuanmu di Semarang! Cocok Buat Nongkrong Bareng Teman	<i>Travel</i>	11 Agustus 2016	13 Agustus 2016
4.	Fungsi Lain dari Sumpit Selain Buat Makan Mie Ayam, Atau Nusuk Cowokmu yang Jelalatan	<i>Tips</i>	12 Agustus 2016	16 Agustus 2016

### 3.2.4. Partisipasi Mahasiswa dalam Minggu Keempat

Pada minggu keempat, penulis hanya masuk selama tiga hari. Jadi selama 15 Agustus 2016 sampai 19 Agustus 2016, penulis hanya masuk pada tanggal 15, 16, dan 18 Agustus. Hal ini karena pada tanggal 17 Agustus 2016 bertepatan dengan Hari Raya Kemerdekaan, sehingga seluruh staf diliburkan. Selain itu, pada tanggal 19 Agustus 2016 penulis izin tidak masuk kantor karena harus menghadiri pernikahan saudara di Jakarta. Meskipun penulis tidak masuk kantor, namun penulis tetap mengirimkan artikel secara *online*. Hal ini dilakukan karena penulis tetap merasa tanggung-jawab menulis artikel tetap harus dilaksanakan. Penulis memanfaatkan tiga hari kerja dengan maksimal dan mampu menghasilkan tiga artikel (lih Tabel 3.7.).

Tabel 3.7.  
Daftar Artikel Penulis dalam Minggu Keempat

No	Judul	Kanal	Tanggal Tulis	Tanggal Terbit
1.	Buatmu Anak Kuliah, inilah 10 Item Fashion yang Wajib Dilirik Agar Anti Ketinggalan Zaman	<i>Style</i>	15 Agustus 2016	23 Agustus 2016
2.	Saat Teman Mulai Susah Diajak Ketemuan, Jangan Merasa Ditinggalkan. Ini yang Harusnya Kamu Pikirkan	Motivasi	16 Agustus 2016	21 Agustus 2016
3.	12 Tempat Nongkrong Asyik yang Instagrammable di Surabaya. Hayo, Mau Pilih yang Mana?	<i>Travel</i>	18 Agustus 2016	21 Agustus 2016
4.	Bagian Tubuh Cowok yang Nggak Bakal Luput dari pandangan Cewek. Banyak yang Nggak tahu Ini	Cowok	19 Agustus 2016	20 Agustus 2016

Minggu keempat ini adalah minggu terakhir penulis bekerja sebagai penulis Hipwee. Meskipun penulis masih tetap diperbolehkan menulis artikel,

namun pada minggu-minggu selanjutnya fokus penulis adalah pada proses penyuntingan. Pada minggu keempat ini, penulis mulai memahami cara mencari sumber referensi, cara menulis sub-judul, dan cara mencari gambar dengan benar. Jika pada tiga minggu sebelumnya artikel penulis masih mendapat kritikan dalam hal penulisan sub-judul dan pemberian gambar, maka pada minggu ini editor telah percaya sepenuhnya kepada penulis dalam hal tersebut.

Penulisan sub-judul dan pemberian gambar sangat penting dilakukan untuk melengkapi sebuah artikel. Hal ini berkaitan dengan artikel Hipwee yang diakses secara *online* yang cenderung dibaca inti-intinya saja. Penulisan sub-judul penting dilakukan karena pembaca bisa langsung melihat ringkasan artikel melalui sub-judul yang diberikan. Sedangkan pemberian gambar penting dilakukan untuk memberi penjelasan secara visual tentang konten sebuah artikel. Maka dari itu, penulis wajib menyertakan judul, sub-judul, maupun gambar dan judul gambar (*caption*) dalam setiap artikelnya (lih Gambar 3.13.).



rata-rata 10 artikel setiap harinya. Artikel diedit secara acak sesuai dengan jadwal terbit terdekat.

Menurut hasil observasi selama KKL, penyuntingan yang dilakukan editor terbagi atas dua jenis. Penyuntingan pertama adalah penyuntingan sumber atau referensi yang digunakan dalam artikel, sedangkan penyuntingan kedua merupakan penyuntingan secara bahasa. Penyuntingan sumber atau referensi adalah jenis penyuntingan substansial, sedangkan penyuntingan secara bahasa disebut penyuntingan redaksional.

Penulis bertugas menyunting artikel dengan hanya menandai dan memperbaiki kesalahan penulisan yang biasa dikenal dengan istilah *proofreading*. Penulis melaksanakan tugas sebagai editor dengan fokus terhadap kegiatan *proofreading* dan hanya sebatas melakukan penyuntingan jenis kedua, yakni penyuntingan secara bahasa. Selain tanggung-jawab tersebut penulis tidak diizinkan untuk mengubah atau mengedit artikel layaknya para editor Hipwee lainnya. Dengan kata lain, penulis hanya memiliki tanggung jawab penyuntingan secara redaksional, bukan secara substansial.

Pada minggu kelima sekaligus minggu pertama menjadi editor, penulis mempelajari teknik penyuntingan tentang pemeriksaan kata, tanda baca, tata bahasa, ejaan, angka, nama, dan istilah asing. Penulis menggunakan KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) versi *online* sebagai pedoman dalam memeriksa ejaan dan tata bahasa. Khusus untuk Ejaan Yang Disempurnakan

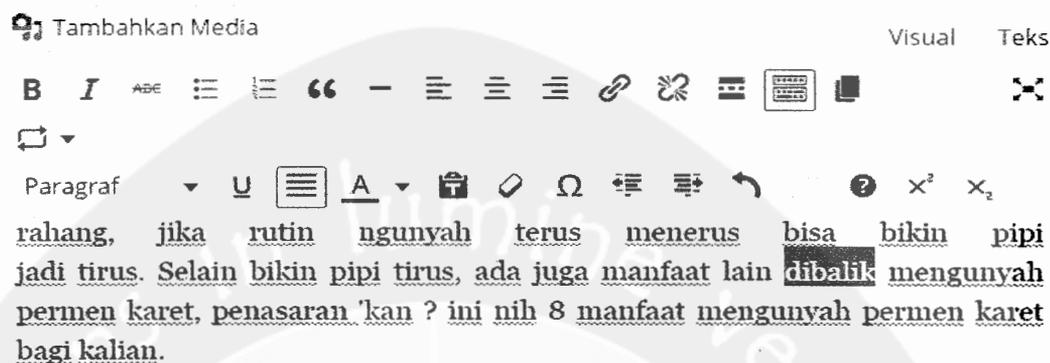
(EYD), penulis biasa mendiskusikannya dengan pembimbing KKL. Penulis mengoreksi apakah kata-kata yang digunakan sudah benar ejaannya sesuai dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), seperti pada Gambar 3.14.



Gambar 3.14. Contoh Kata dengan Ejaan yang Salah (*typo*) pada Sub-judul  
Sumber : (<http://www.hipwee.com/wpadmin/post>)

Pada artikel tersebut, penggunaan kata 'bangat' dalam sub-judul seharusnya ditulis 'hangat'. Secara sintaksis dapat dilihat dari kata-kata yang digunakan pada kalimat bahwa kesan yang dimaksud adalah kesan hangat saat berjabat tangan dengan calon mertua.

Selain kata dengan ejaan yang salah, penulis juga memperbaiki peletakan preposisi yang keliru. Perbaikan peletakan preposisi yang harus dilakukan dapat dilihat pada Gambar 3.15 di bawah. Pada artikel tersebut kata 'dibalik' yang merupakan kata keterangan tersebut seharusnya dipisah menjadi 'di balik'. Hal ini karena kata 'dibalik' yang tertulis bukan merupakan kata kerja, melainkan kata keterangan.



Gambar 3.15. Contoh Kata yang Salah (*typo*) pada isi artikel  
 Sumber : (<http://www.hipwee.com/wpadmin/post>)

Setelah berkuat dengan ejaan yang salah, penulis juga menyunting tanda baca yang digunakan dalam artikel. Secara spesifik, penulis juga memastikan tidak ada tanda baca titik pada sub-judul. Ketentuan ini tertulis pada modul penulis yang digunakan para penulis *in-house* sebagai pedoman kepenulisan.

Sebagian besar tanda baca telah dengan benar diletakkan sesuai tempatnya. Namun selama proses penyuntingan yang dilakukan, penulis menemukan satu keunikan yang terdapat pada judul sebagian besar artikel Hipwee. Satu ciri khas Hipwee yang berkaitan dengan tanda baca tersebut terdapat pada penggunaan tanda baca titik (.) yang biasa diletakkan pada judul. Penggunaan tanda baca titik ini berkaitan dengan judul artikel yang biasanya terdiri dari dua kalimat (lih. Gambar 3.16.).

## Ini Deretan Seleb Cowok Berdada Seksi yang Bikin Cewek Pengen Peluk Gemas. Duh, Mana Tahan -

287 SHARES 7 COMMENTS

share on facebook

share on twitter



Gambar 3.16. Contoh Artikel dengan Penggunaan Tanda Baca Titik pada Judulnya  
Sumber : (<http://www.hipwee.com/wpadmin/post>)

Penggunaan tanda baca titik pada judul artikel tersebut digunakan untuk memberi pembatasan pada kalimat berikutnya yang masih menjadi satu kesatuan judul. Penulis juga memastikan angka yang terdapat pada artikel apakah seharusnya ditulis dengan kata bilangan atau cukup angka biasa. Penulisan angka ini biasa dikoreksi pada judul dan sub-judul yang menggunakan angka.

Artikel Hipwee yang sebagian besar merupakan jenis *feature* petunjuk praktis, biasa menggunakan angka dalam penulisan judul. Judul artikel sebagai penanda isi yang paling pertama dilihat pembaca pun membuat pengecekan kata bilangan ini menjadi penting dilakukan. Selain itu hal ini juga penting dilakukan dalam pengecekan sub-judul, agar angka yang dimaksudkan dalam judul sesuai dengan jumlah sub-judul. Artikel Hipwee yang menggunakan

angka untuk menegaskan isinya dapat dilihat pada Gambar 3.17. “5 Hal yang Bikin Cowok Terpana Saat Pertama Kenalan. Banyak Cewek yang Belum Tahu Ini”.



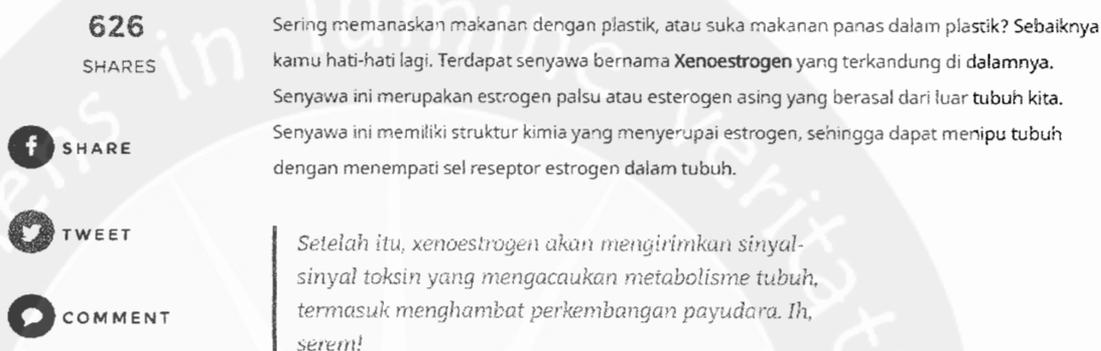
Gambar 3.17. Contoh Artikel yang Menggunakan Angka pada Judulnya  
Sumber : (<http://www.hipwee.com/wpadmin/post>)

Setelah mengecek angka, kemudian penulis juga memastikan nama yang digunakan pada artikel sudah menggunakan huruf kapital (lih. Gambar 3.18).



Gambar 3.18. Contoh Artikel yang Menggunakan Nama Aktris (Chicco Jerikho)  
Sumber : (<http://www.hipwee.com/wpadmin/post>)

Penulis juga harus memeriksa istilah asing yang digunakan seperti kata dalam bahasa asing atau istilah-istilah khusus dalam bidang-bidang tertentu, seperti istilah kedokteran, psikologi, dan lain-lain (lih. Gambar 3.19.).



The image shows a social media post with the following content:

- 626 SHARES
- SHARE (Facebook icon)
- TWEET (Twitter icon)
- COMMENT (Comment icon)

Sering memanaskan makanan dengan plastik, atau suka makanan panas dalam plastik? Sebaiknya kamu hati-hati lagi. Terdapat senyawa bernama **Xenoestrogen** yang terkandung di dalamnya. Senyawa ini merupakan estrogen palsu atau esterogen asing yang berasal dari luar tubuh kita. Senyawa ini memiliki struktur kimia yang menyerupai estrogen, sehingga dapat menipu tubuh dengan menempati sel reseptor estrogen dalam tubuh.

Setelah itu, xenoestrogen akan mengirimkan sinyal-sinyal toksin yang mengacaukan metabolisme tubuh, termasuk menghambat perkembangan payudara. Ih, serem!

Gambar 3.19. Contoh Artikel yang Menggunakan Istilah dalam Ilmu Kimia  
Sumber : (<http://www.hipwee.com/wpadmin/post>)

Pada minggu kelima ini, penulis berhasil menyunting sejumlah 57 artikel dari berbagai kanal secara acak. 57 artikel tersebut memiliki rincian sebagai berikut; tanggal 22 Agustus 2016 sebanyak 12 artikel, tanggal 23 Agustus 2016 sebanyak 8 artikel, tanggal 24 Agustus 2016 sebanyak 8 artikel, tanggal 25 Agustus 2016 sebanyak 14 artikel, dan tanggal 26 Agustus sebanyak 15 artikel.

Pada akhir pekan, penulis juga turut berpartisipasi dalam acara Santai Sore Hipwee yang diselenggarakan di BNI Foodcourt UGM. Acara yang dilaksanakan pada hari Minggu tanggal 28 Agustus 2016 ini diadakan oleh divisi *engagement* untuk Hipwee Community dan para pembaca.



Gambar 3.20. Peserta dan Panitia Acara Santai Sore Hipwee  
Sumber : Dokumentasi penulis

Santai Sore Hipwee merupakan acara sebagai sarana berkumpulnya kontributor maupun pembaca setia Hipwee. Acara ini membahas bagaimana perjalanan Hipwee menjadi perusahaan *start-up* media *online* selama ini. Pada waktu itu *Managing Editor* Hipwee, Nendra Primonik Sekar Rengganis, S.IP. yang menjadi pembicara utama. Secara garis besar, acara ini berbentuk diskusi yang dihadiri oleh sekitar 30 peserta dan sisanya adalah panitia (lih. Gambar 3.21.).

Penulis bertugas sebagai pembantu pelaksana pada acara tersebut. Secara teknis, penulis membantu para peserta untuk mengisi daftar hadir dan membuatkan akun Migme. Selibhnya penulis hanya mempersilakan para peserta untuk duduk ketika acara hendak dimulai.

### 3.2.6. Partisipasi Mahasiswa dalam Minggu Keenam

Pada minggu keenam yakni mulai dari tanggal 29 Agustus 2016 sampai 2 September 2016, penulis mempelajari hal teknis tentang bahan tipografi. Penulis melengkapi tulisan dengan bahan-bahan tipografi seperti anak judul (sub-judul) ketika diperlukan, termasuk menulis *caption* (keterangan gambar) untuk foto dan pekerjaan lain yang berhubungan dengan cerita yang disunting.

Sub-judul merupakan aspek yang cukup penting dalam setiap artikel Hipwee. Hal ini erat kaitannya dengan Hipwee sebagai media *online* yang bisa dengan mudah dan cepat diakses. Sub-judul memberikan ringkasan atau inti dari tiap paragraf. Pembaca pun tidak perlu berlama-lama membaca seluruh bagian artikel, dan bisa merujuk langsung pada sub-judul. Sub-judul ditandai dengan *bullet* atau angka yang membedakan poin satu dengan poin lainnya. Kemudian seperti kalimat biasa, kalimat sub-judul diawali dengan kata yang menggunakan huruf kapital. Kalimat sub-judul pun tidak diakhiri dengan tanda baca apapun, termasuk tanda baca titik. Hal ini sesuai dengan aturan yang terdapat pada modul editor.

Penulis juga harus memerhatikan *caption* (keterangan gambar) untuk foto yang tertera pada tiap artikel. Hal yang sering terjadi ketika penulis menyunting artikel adalah masih kosongnya *caption* di bawah gambar. Penulisan sub-judul dan *caption* yang benar dapat dilihat pada Gambar 3.21.

1. **Buat kalian yang suka selfie, coba deh gerakkan badammu untuk angle yang berbeda. Mengambil selfie cuma dari depan aja, bikin mukamu kelihatan datar**



**angle yang tepat bisa bikin fotomu keren**

Saat sudah siap mengambil selfie, jangan malas menggerakkan badan ke kanan atau ke kiri.

**Gambar 3.21. Contoh Penulisan Sub-judul dan *Caption* yang Benar**

Sumber : (<http://www.hipwee.com/wpadmin/post>)

Pada minggu keenam ini, penulis berhasil menyunting sejumlah 82 artikel dari berbagai kanal secara acak. 82 artikel tersebut terdiri dari; 20 artikel yang ditulis pada tanggal 29 Agustus 2016, 12 artikel yang ditulis pada tanggal 30 Agustus 2016, 16 artikel yang ditulis pada tanggal 31 Agustus 2016, 14 artikel yang ditulis pada tanggal 1 September 2016, dan 20 artikel yang ditulis pada tanggal 2 September 2016.

Minggu keenam merupakan minggu pencapaian terbesar bagi penulis dalam menjalankan tugasnya menjadi editor. Hal ini karena jumlah artikel yang berhasil disunting penulis berada di atas rata-rata jumlah penyuntingan per-minggu. Biasanya penulis hanya mampu menyunting sekitar 50 – 57 artikel dalam seminggu, namun pada minggu ini penulis mampu menyunting sebanyak 82 artikel.

Image

Video

Terbitkan

Simpan Konsep

Status: Konsep

Kenampakan: t

Revisi: 4 [Telusuri](#)

Terbitkan **sege**

Post Type: **Pos**

Pindahkan ke Tong

Format

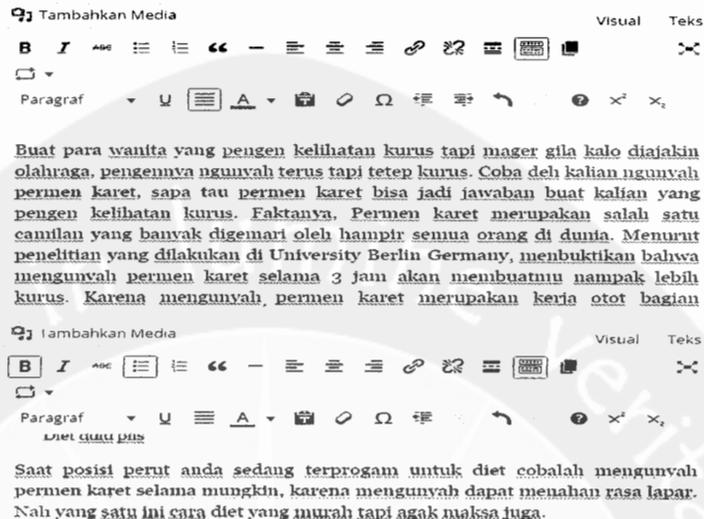
Standar

Setelah direnungkan oleh penulis, pencapaian ini disebabkan oleh ritme penyuntingan yang telah berhasil dipelajari. Meskipun hanya bertugas menyunting secara redaksional, namun penulis tetap merasa harus berusaha mempelajari teknik penyuntingan secara efektif dan efisien. Alhasil, pada minggu kedua penulis pun dapat meningkatkan kinerjanya sebagai editor khusus penyuntingan redaksional.

### 3.2.7. Partisipasi Mahasiswa dalam Minggu Ketujuh

Mulai dari tanggal 5 September 2016 sampai 9 September 2016 penulis mulai mempelajari kegiatan penyuntingan redaksional yang lebih mendalam. Kegiatan penyuntingan tersebut adalah kegiatan menyesuaikan bahasa yang digunakan dalam artikel sesuai dengan gaya bahasa populer yang digunakan Hipwee. Bahasa populer ini terlihat dalam kata-kata informal yang digunakan dalam artikel.

Pengecekan gaya bahasa yang dilakukan berupa pemeriksaan kata-kata yang biasa digunakan secara informal seperti; *pengen* (ingin), *pede*, *a la*, *hits*, *eits*, *ciamik*, *ge er*, *dong*, *'kan*, *deh*, *lho*, *mah*, *nah*, *nih*, *gue*, *loe*, *guys*, *uwuwuwu*, *uuuh*, dan lain-lain. Kata-kata tersebut telah disepakati bersama oleh divisi *content* Hipwee, dan tercantum dalam modul editor. Kadangkala juga ditemui kata kerja yang melebur menjadi bahasa informal, seperti kata 'mengunyah' yang berubah menjadi kata 'ngunyah' (lih. Gambar 3.22.).



Gambar 3.22. Contoh Penggunaan Kata Informal pada Artikel  
Sumber : (<http://www.hipwee.com/wpadmin/post>)

Sesuai dengan pengalaman kata kerja ‘ngunyah’ tersebut, penulis akhirnya mempelajari berbagai kata yang dapat melebur menjadi bahasa informal. Sesuai pengamatan penulis, peleburan kata yang terjadi ini melibatkan pengetahuan kosa kata yang digunakan dalam pergaulan sang penulis artikel. Semakin luas pergaulan penulis artikel, semakin beragam pula kosa kata informal yang digunakan.

Tentunya hal ini juga disesuaikan dengan gaya kepenulisan masing-masing penulis artikel yang bermacam ragam. Meskipun dalam kesehariannya menggunakan bahasa slang dan informal yang cukup sering, belum tentu penulis artikel tersebut juga menggunakan bahasa informal dalam artikelnya. Hal ini disadari oleh penulis ketika menemukan bahwa tidak semua penulis *in-house* menggunakan bahasa informal dalam artikelnya.

Pada minggu ketujuh ini, penulis berhasil menyunting sejumlah 57 artikel dari berbagai kanal secara acak. 57 artikel tersebut memiliki rincian sebagai berikut; tanggal 5 September 2016 sebanyak 20 artikel, tanggal 6 September 2016 sebanyak 10 artikel, tanggal 7 September 2016 sebanyak 15 artikel, dan tanggal 8 September 2016 sebanyak 12 artikel.

Pada tanggal 9 September 2016, penulis tidak menyunting artikel. Pada hari itu penulis membuat artikel untuk kanal Wedding. Hal ini dilakukan penulis karena pada waktu itu terdapat ide menarik untuk kanal Wedding. Ide tersebut berasal dari berita viral tentang seorang wanita yang memberitahukan kehamilannya kepada suaminya dengan cara yang mengesankan.

Pada waktu itu penulis berniat membuat artikel yang membahas tentang cara-cara mengesankan yang dapat dilakukan untuk memberitakan kehamilan pada pasangan. Ide tersebut kemudian didiskusikan dengan pembimbing KKL. Kemudian atas seizin pembimbing, akhirnya penulis diperbolehkan menulis artikel saja dan tidak menyunting untuk hari itu. Artikel ini pun diterbitkan dengan judul “Jangan Cuma Sodorin Testpack, Inilah 9 Cara Unik untuk Bilang ‘Aku Hamil!’ ke Pasangan Halalmu”.

### **3.2.8. Partisipasi Mahasiswa dalam Minggu Kedelapan**

Minggu kedelapan merupakan minggu terakhir penulis melaksanakan KKL di Hipwee. Minggu kedelapan ini dijalani penulis mulai dari tanggal 12 September 2016 sampai 16 September 2016. Pada tanggal 12 September 2016

bertepatan dengan hari libur Idul Adha, jadi penulis dan seluruh staf Hipwee tidak masuk kantor. Hal ini membuat minggu kedelapan hanya terdiri dari empat hari kerja.

Pada minggu terakhir KKL ini, penulis memanfaatkan waktu untuk lebih mendekatkan interaksi dengan seluruh staf Hipwee. Hal ini dilakukan karena penulis merasa bahwa mereka telah memberikan pelajaran bermakna bagi penulis. Pelajaran yang mereka berikan bukan hanya tentang fokus KKL yang dijalani penulis, namun juga pelajaran moral. Bagi penulis, seluruh staf Hipwee memberikan pengalaman bekerja yang luar biasa. Mereka memberi kebebasan sekaligus tanggung-jawab yang seimbang. Mereka pun terbuka dengan kehadiran penulis dan anak magang lainnya.

Meskipun penulis memberikan waktunya untuk fokus pada interaksi, namun penulis tetap melaksanakan tugasnya sebagai editor. Hal ini dibuktikan penulis dengan tetap menyunting artikel. Pada minggu ketujuh ini, penulis berhasil menyunting sejumlah 56 artikel dari berbagai kanal secara acak. 56 artikel tersebut memiliki rincian sebagai berikut; tanggal 13 September 2016 sebanyak 17 artikel, tanggal 14 September 2016 sebanyak 20 artikel, tanggal 15 September 2016 sebanyak 12 artikel, dan tanggal 16 September 2016 sebanyak 7 artikel.

Delapan minggu dilewati oleh penulis dengan penuh pembelajaran. Mulai dari yang belum mengerti apapun, hingga telah memahami kepenulisan

maupun teknik penyuntingan di Hipwee. Selama delapan minggu pun penulis berhasil menulis 20 artikel dengan 17 artikel yang berhasil diterbitkan. Selain itu selama delapan minggu pun penulis berhasil menyunting sebanyak 252 artikel dengan pencapaian jumlah tertinggi pada minggu kedua, yakni sebanyak 82 artikel.

### **3.3. Analisis Hasil Pelaksanaan KKL**

Jurnalisme mengalami perkembangan seiring dengan kemajuan teknologi. Mulai dari jurnalisme cetak, jurnalisme penyiaran, hingga kini jurnalisme *online* hadir sebagai akibat adanya media baru internet. Jurnalisme *online* adalah proses penyampaian informasi atau pesan yang menggunakan internet sebagai medianya (Mulyadi, 2013: 23). Seperti yang telah dibahas sebelumnya mengenai proses pembuatan hingga penayangan artikel, Hipwee merupakan salah satu bentuk media *online* yang juga menerapkan jurnalisme *online*. Hipwee menjalankan jurnalisme *online* dengan *website* hipwee.com yang dapat diakses melalui internet.

Jurnalisme *online* tidak lepas dari proses produksi berita yang terdiri dari empat proses utama sebelum akhirnya sebuah tulisan ditayangkan. Mulai dari proses perencanaan berita, pencarian berita (*news gathering*), penulisan naskah (*news writing*), dan terakhir proses penyuntingan berita (*news editing*) (Romli, 2001:7). Hipwee sebagai media yang menjalankan jurnalisme *online* tidak lepas dari empat proses produksi berita tersebut. Namun, proses produksi

berita yang dilakukan Hipwee sedikit berbeda jika dibandingkan dengan proses tersebut. Perbedaan dapat dilihat mulai dari proses pertama.

Proses pertama yang diterapkan Hipwee adalah proses pencarian dan pengumpulan berita (*news gathering*). Dalam tahap pencarian dan pengumpulan berita ini wartawan melakukan berbagai metode dalam pencarian fakta. Metode tersebut antara lain observasi dan wawancara. Pada proses ini, pencarian berita tidak dilakukan melalui liputan lapangan tempat terjadinya peristiwa. Liputan lapangan digantikan dengan proses pencarian ide oleh para penulis dan editor tiap kanal.

Ide yang diangkat merupakan isu terkini yang sedang populer di kalangan anak muda. Sesuai dengan pengalaman penulis selama menjalankan KKL, ide didapatkan melalui pengamatan terhadap lingkungan sekitar melalui obrolan dengan editor, sesama penulis lain, teman di luar lingkup Hipwee, dan bahkan keluarga. Terkadang para penulis juga mencari ide dari media sosial seperti Path, Instagram dan Twitter dengan mengobservasi apa yang sedang menjadi isu terkini. Cara mengidentifikasi isu terkini adalah dengan melihat *hashtag* (#) terpopuler yang digunakan para pengguna media sosial tersebut.

Setelah ide didapatkan, kemudian di bawah bimbingan editor tiap kanal para penulis mulai membicarakan ide yang bisa diangkat menjadi artikel. Pada masing-masing kanal, penulis akan berkonsultasi dengan editor untuk ide tulisan dalam beberapa hari ke depan. Para penulis biasanya mencatat ide-ide

yang dimiliki, atau menuliskannya pada *Ideas Board* yang terdapat di dinding Hipwee. Ide yang didapatkan pun harus segera ditulis, karena terkadang ide dapat ditemukan secara tidak terduga kapanpun dan dalam hal apapun. Hal ini membuat proses pertama yang dilakukan divisi *content* Hipwee adalah proses pencarian dan pengumpulan berita (*news gathering*).

Proses kedua yang dilakukan Hipwee adalah proses perencanaan berita. Pada tahap ini, rapat redaksi menentukan apa yang akan diliput dan bagaimana wartawan meliput peristiwa. Hipwee menjalankan perencanaan berita dengan mengadakan rapat redaksi setiap hari Kamis. Rapat redaksi ini hanya diikuti oleh para editor tiap kanal dan *managing editor* sebagai pemimpinnya. Mereka membahas ide yang telah didiskusikan dengan para penulis sebelumnya. Kemudian mereka menentukan ide-ide apa saja yang bisa diangkat menjadi tema tulisan tiap kanal selama seminggu ke depan. Ide tersebut tentunya yang sesuai dengan visi dan misi Hipwee sebagai media untuk anak muda. Tema tulisan pun disesuaikan dengan norma dan nilai masyarakat Indonesia.

Selanjutnya sesuai hasil rapat, para penulis dan editor mulai menulis dan mengolah idenya menjadi artikel. Mulailah tahap penulisan naskah (*news writing*) yang dilakukan oleh segenap staf divisi *content* Hipwee. Dalam tahap penulisan ini, semua fakta yang telah didapat dari proses pengumpulan berita diolah sedemikian rupa hingga menjadi sebuah artikel.

Setelah tahap penulisan berita selesai, mulai dilakukan penyuntingan berita (*news editing*). Dalam tahap penyuntingan, naskah diteliti kembali secara redaksional dan substansial. Menurut observasi penulis selama melakukan KKL, Hipwee pun turut melakukan penyuntingan secara redaksional dan substansial tersebut. Hipwee melakukan penyuntingan substansial dalam bentuk menyunting sumber atau referensi yang digunakan dalam artikel. Sedangkan penyuntingan secara redaksional dilakukan Hipwee dalam bentuk penyuntingan secara kebahasaan.

Penyuntingan sumber atau referensi dilakukan dengan memerhatikan fakta atau data yang tercantum dalam artikel. Penyuntingan substansial yang dilakukan editor ini dimulai dengan mengecek kembali kebenaran referensi seperti hasil penelitian atau berita terkait melalui *link* yang tercantum pada artikel penulis (*hyperlink*). Hal ini juga berlaku untuk istilah-istilah khusus yang digunakan penulis pada artikelnya. Seperti istilah khusus dalam bidang kedokteran yang membutuhkan penjelasan lebih lanjut. Editor harus memeriksa istilah dan penjelasannya tersebut agar setiap sumber atau referensi artikel tetap terjaga keakuratan dan kebenarannya. Pada artikel, penulis juga mencantumkan *link website* yang menjadi rujukan di mana ia mengambil sumber atau referensi tersebut. Sumber atau referensi inilah yang harus diteliti lebih lanjut oleh para editor sebagai wujud penyuntingan substansial.

Penyuntingan secara redaksional dilakukan Hipwee dalam bentuk penyuntingan secara kebahasaan. Penyuntingan secara bahasa juga sangat penting dilakukan untuk membuat artikel mudah dipahami dan tidak rancu maknanya di benak pembaca. Penyuntingan secara bahasa meliputi kegiatan memperbaiki kata yang salah (*typo*) dan penyuntingan artikel sesuai dengan gaya bahasa populer yang digunakan Hipwee.

Pada tahap ini editor memeriksa kesalahan dalam penggunaan kata, tata bahasa, ejaan, tanda baca, angka, nama, kutipan, dan istilah asing. Kemudian editor juga melakukan pengecekan terhadap judul, kutipan judul, sub-judul, gambar utama, gambar tiap sub-judul, dan judul gambar (*caption*) yang digunakan dalam artikel.

Selain memeriksa hal-hal tersebut, editor juga memastikan artikel sesuai dengan gaya bahasa populer yang digunakan Hipwee. Pengecekan gaya bahasa ini berupa pemeriksaan kata-kata yang biasa digunakan secara informal seperti; *'kan, dong, guys, pengen* (bukan ingin), *deh*, dan sebagainya. Kata-kata tersebut telah disepakati bersama oleh divisi *content* Hipwee, dan tercantum dalam modul editor. Setelah tahap penyuntingan ini, maka artikel pun bisa mulai ditayangkan (*publish*) di hipwee.com.

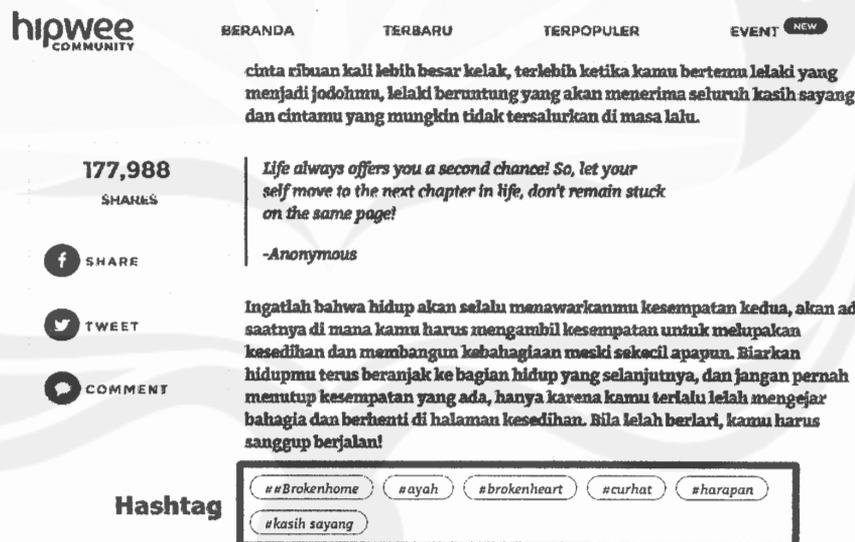
Jika dilihat dari proses produksi berita dalam jurnalisme *online* hingga akhirnya dapat ditayangkan tidak jauh berbeda dengan jurnalisme konvensional atau jurnalisme lama (media cetak, radio, dan televisi). Namun jurnalisme

*online* memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan jurnalisme konvensional. Menurut James C. Foust, 6 kelebihan jurnalisme *online* dibandingkan dengan jurnalisme konvensional seperti cetak dan penyiaran adalah *audience control*, *nonlinearity*, *storage and retrieval*, *unlimited space*, *multimedia capability*, dan *interactivity* (Mulyadi, 2013: 23-24).

*Audience Control* adalah kelebihan jurnalisme *online* yang memungkinkan audiens untuk bisa lebih leluasa dalam memilih berita yang ingin didapatkannya. Hipwee juga memiliki kelebihan *audience control* tersebut. Hal ini dapat diterapkan pada saat pembaca membuka *website* hipwee.com. Pembaca bisa menjelajah *website* Hipwee hanya dengan *scrolling* atau mengklik pada artikel yang diinginkan.

Kelebihan kedua adalah *nonlinearity* yaitu setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri sehingga audiens tidak harus membaca secara berurutan untuk memahami berita tersebut. Pada kelebihan kedua ini, Hipwee menyediakan sub-judul yang terdapat dalam hampir semua artikelnya. Hipwee memungkinkan pembaca tidak harus membaca secara berurutan untuk memahami artikel. Hal ini sangat penting bagi para pembaca yang memiliki tingkat mobilitas tinggi. Pembaca pun lebih efisien dalam membaca seluruh bagian artikel. Secara singkat lagi, mereka cukup membaca sub-judul yang menjadi ringkasannya.

*Storage and retrieval* sebagai kelebihan ketiga memungkinkan jurnalisme *online* membuat berita tersimpan dan dapat diakses kembali secara mudah oleh audiens. Pada kelebihan ini, Hipwee sebagai media *online* juga menyediakan *link website* yang terdapat dalam setiap artikelnya. *Link* tersebut memudahkan pembaca untuk mengakses kembali artikel atau membagikannya ke berbagai media sosial yang dimiliki. Setiap artikel pun memiliki *hashtag* masing-masing sesuai isi dan tema yang diangkat (lih. Gambar 3.23). Hal ini pun membuat pembaca dapat mencari artikel Hipwee melalui *search engine* seperti Google.



Gambar 3.23. Artikel dengan *Hashtag* di Bagian Paling Bawah Halaman  
Sumber : (hipwee.com)

Kelebihan keempat yang dimiliki jurnalisme *online* adalah *unlimited space*. Kelebihan ini membuat jurnalisme *online* menyediakan jumlah berita

yang disampaikan atau ditayangkan kepada audiens dapat menjadi jauh lebih lengkap ketimbang media lainnya.

Kelebihan *unlimited space* ini diterapkan Hipwee dengan cara menggunakan *hyperlink* yang tercantum dalam artikel. *Hyperlink* yang digunakan Hipwee ini merupakan *link* rujukan yang mengacu pada sumber referensi atau berita terkait artikel yang dibuat oleh para penulis. Hal ini memudahkan pembaca mencari lebih lanjut tentang berita yang terkait dengan artikel. Selain *hyperlink* yang terdapat berupa berita terkait, *hyperlink* juga diletakkan pada bagian gambar yang digunakan dalam artikel. Hal ini pun berhubungan dengan hak cipta gambar yang digunakan, serta menghindari adanya bentuk plagiat apapun.



Gambar 3.24. Artikel dengan Halaman Sebelumnya dan Halaman Selanjutnya  
Sumber : (hipwee.com)

Selain itu terdapat pula artikel dengan jumlah kata yang lebih banyak jika dibandingkan dengan artikel lainnya. Hal ini membuat artikel terdiri dari 2

halaman atau lebih, sehingga terdapat ‘halaman selanjutnya’ dan ‘halaman sebelumnya’ yang bisa diklik pembaca.

*Multimedia capability* merupakan kelebihan kelima yang dimiliki jurnalisme *online*. Kelebihan ini memungkinkan tim redaksi untuk menyertakan teks, suara, gambar, video, dan komponen lainnya dalam berita yang akan diterima oleh audiens. Hipwee pun dengan jelas memiliki kelebihan kelima ini. Semua artikel Hipwee minimal menyertakan teks dan gambar terkait tema artikel. Terdapat pula artikel yang menggunakan video untuk penjelasan lebih lanjutnya (lih. Gambar 3.25.).



Gambar 3.25. Artikel dengan Video yang Menjelaskan Isinya  
Sumber : (hipwee.com)

Kelebihan jurnalisme *online* yang terakhir adalah *interactivity* yakni adanya peningkatan partisipasi audiens dalam setiap berita. Hipwee menerapkan *interactivity* ini pada divisi *engagement*, khususnya tim *social*

*media* yang mengawasi ketersebaran dan *feedback* pembaca pada kolom komentar dan media sosial Hipwee.

Tim *social media* mengontrol isi artikel berdasarkan komentar dan *share* yang didapatkan tiap artikel. Jika komentar yang terdapat dalam *website* ataupun media sosial Hipwee bernada mengkritik, maka tim *social media* akan turun tangan untuk memberikan *feedback* yang sesuai. Begitupun untuk *feedback* bernada positif yang menyukai artikel tidak luput ditanggapi oleh tim *social media*. Jadi, kelebihan *interactivity* ini erat kaitannya dengan divisi *engagement* yang berhubungan langsung dengan para pembaca.

Jurnalisme *online* yang dapat dikenali di media *online* bermacam ragam jenisnya. Sama halnya dengan media lain, seperti surat kabar, tabloid, majalah, dan buletin, isi media *online* pun dapat dibagi menjadi beberapa jenis berita. Kelompok berita, meliputi antara lain berita langsung (*straight news*), berita menyeluruh (*comprehensive news*), berita mendalam (*depth news*), pelaporan mendalam (*depth reporting*), berita penyelidikan (*investigative news*), berita gambar (*photo news*), dan berita khas bercerita (*feature news*). Artikel Hipwee sebagai sebuah media *online* yang menerapkan jurnalisme *online* memiliki karakteristik sebagai kelompok berita khas bercerita (*feature news*).

Karakteristik artikel dalam Hipwee lebih mencirikan berita khas bercerita atau *feature*. Secara sederhana, *feature* adalah cerita atau karangan khas yang berpijak pada fakta dan data yang diperoleh melalui proses

jurnalistik. *Feature* disajikan dalam bahasa pengisahan yang sifatnya kreatif informal. *Feature* sebagai cerita khas kreatif berpijak pada jurnalistik sastra tentang suatu situasi, keadaan, atau aspek kehidupan, dengan tujuan untuk memberi informasi dan sekaligus menghibur khalayak media massa. *Feature* bukanlah penuturan atau laporan tentang fakta secara lurus atau lempeng sebagaimana dijumpai pada berita langsung (*hard news*).

Meskipun tidak melalui proses liputan lapangan, namun artikel Hipwee juga berpijak pada fakta dan data. Hal ini terbukti dari artikel-artikelnya yang bersumber dari berita terkini dan juga referensi hasil penelitian yang biasa dicantumkan sebagai kutipan. Selain itu proses wawancara narasumber pun dilakukan secara informal yakni seperti kegiatan mengobrol dan diskusi saat santai.

Seperti karakteristik *feature* yang disajikan dalam bahasa pengisahan yang sifatnya kreatif informal, Hipwee juga menggunakan bahasa pengisahan bersifat kreatif informal. Kreatifitas pada artikel Hipwee ditunjukkan dengan semua artikelnya yang dibuat berdasarkan berita terkini namun dikemas dari sudut pandang lain khas anak muda. Artikelnya yang dibuat sedemikian rupa sehingga dapat menarik anak muda untuk membacanya merupakan kekuatan utama Hipwee. Informalitas yang ditunjukkan Hipwee terlihat pada penggunaan bahasa informal maupun penggunaan kata-kata slang seperti '*kan, deh, guys*, dan sebagainya.

Selain berita terkini yang disajikan dengan bahasa pengisahan yang bersifat kreatif informal, artikel Hipwee juga diceritakan dengan berpijak pada jurnalistik sastra tentang suatu situasi, keadaan, atau aspek kehidupan. Jurnalistik sastra ini sangat jelas terlihat dalam artikel-artikel kanal Hubungan yang masih terikat dengan rima. Semua artikel Hipwee pun merupakan artikel yang menceritakan suatu situasi, keadaan, dan aspek kehidupan secara ringan dan mengena di hati anak muda. Sesuai dengan tujuan *feature*, tujuan Hipwee pun adalah untuk memberi informasi dan sekaligus menghibur khalayak media massa, khususnya anak muda.

*Feature* bukanlah penuturan atau laporan tentang fakta secara lurus atau lempeng sebagaimana dijumpai pada berita langsung (*hard news*). Jelas terlihat pada artikel-artikelnya, Hipwee tidak memberikan berita secara lurus atau lempeng layaknya berita langsung (*hard news*). Fakta dan datanya dibuat menjadi sebuah artikel yang dapat dibaca secara ringan dan mengalir layaknya membaca cerpen atau sebuah novel. Beberapa hal tersebut membuat Hipwee teridentifikasi sebagai media *online* yang artikelnya merupakan jenis berita *feature*.

Terdapat enam jenis *feature* yang kita kenali sehari-hari yakni; *feature* minat insani (*human interest feature*), *feature* sejarah (*historical feature*), *feature* biografi (*biographical feature*), *feature* perjalanan (*travelogue feature*),

*feature* petunjuk praktis (*how to do feature*), dan *feature* ilmiah (*scientific feature*) (Sumadiria, 2005 : 161 – 165).

Keenam jenis *feature* tersebut dapat ditemukan dalam artikel-artikel yang terdapat di Hipwee. Namun, cukup sulit untuk mengidentifikasi secara spesifik jenis *feature* yang digunakan dalam setiap artikelnya. Hal ini karena tiap artikel biasanya terdiri dari campuran dua atau lebih jenis *feature* yang ada.

Jenis *feature* pertama adalah *feature* minat insani (*human interest feature*). *Feature* minat insani ini dimaksudkan untuk mengaduk-aduk perasaan, suasana hati, dan bahkan menguras air mata khalayak. Termasuk jenis *feature* yang paling efektif menyentuh wilayah intuisi, emosi, dan psikologi khalayak yang anonim dan heterogen.

Biasanya artikel jenis *feature* minat insani ini ditemukan dalam *feature* yang menceritakan seorang tokoh. Namun, artikel Hipwee yang sesuai dengan jenis *feature* ini sangat jarang ditemukan dalam bentuk pengisahan seorang tokoh. Hipwee lebih memilih tema percintaan dalam kanal Hubungan untuk mengaduk-aduk perasaan, suasana hati, maupun untuk menguras air mata pembaca. Artikel jenis ini juga berbentuk *quote* atau kutipan kata mutiara tentang kehidupan, baik percintaan atau tema lain secara luas yang terangkum dalam kanal Motivasi (lih Gambar 3.26).



MOTIVASI

11 Quote Khas Ika Natassa. Pengingat Sederhana Untuk Mencintai dengan Tegar dan Dewasa

6 1,557  
COMMENTS SHARES

Gambar 3.26. Artikel dengan *Quote* untuk Jenis *Feature* Minat Insani  
Sumber : (hipwee.com)

Jenis *feature* kedua adalah *feature* sejarah (*historical feature*) berisi berbagai tempat dan peninggalan bersejarah sejak ribuan tahun silam hingga satu abad terakhir dalam lingkup regional, nasional, maupun internasional. Cerita *feature* bersejarah tidak hanya diambil dari sisi benda dan peninggalan, namun juga dari aspek manusiawinya yang selalu mengundang simpati dan empati khalayak, seperti penceritaan tokoh bersejarah yang membawa kemerdekaan bagi Indonesia sering diceritakan sebagai *feature* jenis ini.



DARI COMMUNITY

FEATURE

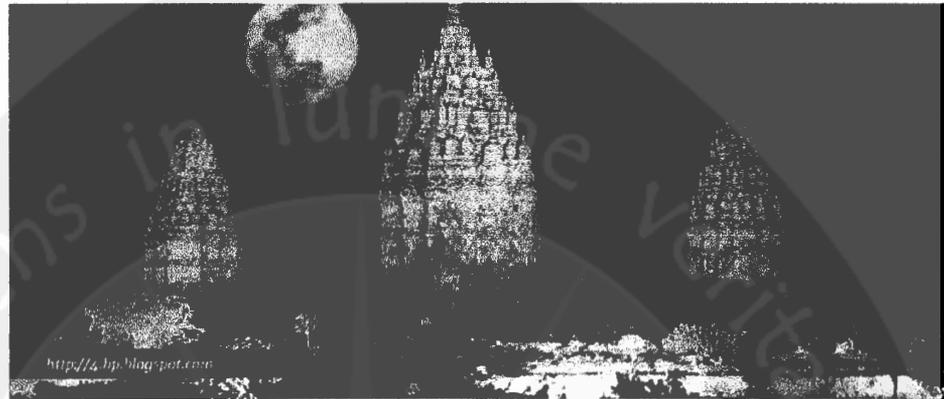
### Sejarah R.A Kartini yang Menjunjung Tinggi Emansipasi Wanita

0 COMMENTS 34 SHARES

R.A Kartini atau Raden Adjeng Kartini, Ia lahir pada 21 April 1879 dan

**Gambar 3.27. Artikel dengan Tokoh Sejarah Indonesia, R.A. Kartini**  
Sumber : (hipwee.com)

*Feature* sejarah ini dapat ditemukan dalam beberapa artikel Hipwee yang menceritakan tentang tokoh pahlawan (Gambar 3.27) ataupun melalui situs-situs sejarah yang dibahas dalam kanal Travel. Selain itu, artikel sejarah Hipwee cenderung memiliki tema yang populer di kalangan anak muda. Hal ini dapat dilihat dari judul yang dibuat, seperti misalnya artikel yang mengangkat situs bersejarah (lih. Gambar 3.28 pada halaman selanjutnya). Hipwee membuat artikel tentang situs sejarah yang dikaitkan dengan hal mistis yang mengikutinya. Hal mistis yang diangkat pun berbumbu percintaan khas anak muda.



TRAVEL

### 10 Tempat Wisata Ini Katanya “Haram” Didatangi Sama Pacar Karena Katanya Bisa Bikin Putus, Lho!

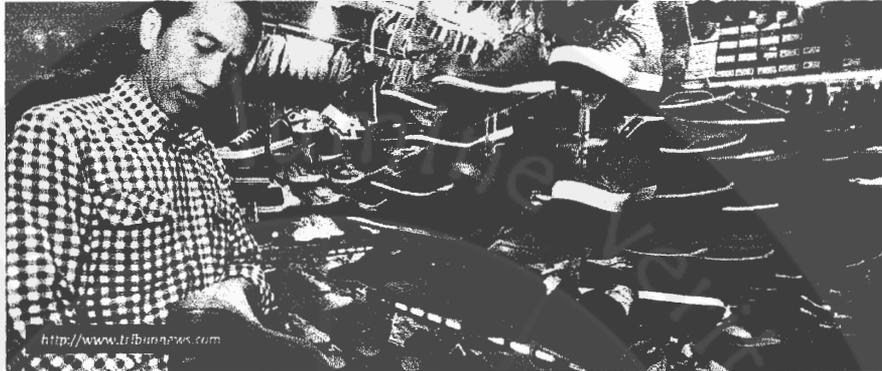
0 COMMENTS 1,233 SHARES

Mitosnya sih kalau ke sini bareng pacar, hubungan kalian bakal berakhir. Kamu percaya?

Gambar 3.28. Artikel dengan Situs Sejarah dengan Bumbu Percintaan  
Sumber : (hipwee.com)

Jenis *feature* ketiga, adalah *feature* biografi (*biographical feature*) ini bercerita tentang daftar riwayat hidup seseorang, terutama kalangan tokoh seperti pemimpin pemerintahan dan masyarakat, *public figure*, atau mereka yang selalu mengabdikan hidupnya untuk bangsa, negara, atau bermanfaat bagi peradaban umat manusia, maupun senantiasa mendapat tempat terhormat di berbagai perpustakaan kampus dan sekolah di seluruh dunia.

Hipwee membuat artikel berjenis biografi ini tetap sesuai dengan gaya kepenulisan Hipwee yang konsisten berpihak pada anak muda. Tokoh dan isu yang diangkat pun merupakan tokoh dan isu yang populer, seperti judul artikel pada Gambar 3.29 di halaman selanjutnya.



MOTIVASI

**Jokowi Aja Beli Sepatu Diskonan! Kamu yang Gajinya Tak Seberapa, Nggak Perlu Deh Bergaya Sosialita!**

1 COMMENTS 15,698 SHARES

Percurna bergaya keren ata sosialita, kaliau akhir bulan mesti ngutang ngutang juga

**Gambar 3.29. Artikel dengan Jokowi sebagai Tokohnya**  
Sumber : (hipwee.com)

Pada artikel tersebut, Hipwee memberikan kritik terhadap perilaku sosial anak muda saat ini. Hipwee mengambil tokoh Presiden Jokowi yang memiliki kerendahan hati meski telah menjadi orang nomor satu di negeri ini. Ia tetap membeli sepatu dengan harga murah, tanpa peduli siapa status sosialnya di masyarakat. Berbeda dengan anak muda masa kini yang rela membeli barang-barang mahal bermerek demi terlihat gaul atau *hits* walaupun sebenarnya tidak mampu. Sesungguhnya apa yang ditunjukkan oleh Jokowi ini merupakan sebuah paradoks yang cukup memilukan untuk anak muda Indonesia.

Hal ini sesuai dengan misi Hipwee yang juga ingin ikut membuka pikiran pembacanya melalui tulisan agar para pembaca juga bisa belajar

terbuka akan isu-isu yang menyentuh dirinya. Sejalan dengan hal tersebut, artikel-artikel Hipwee yang berjenis *feature* biografi (*biographical feature*) ini lebih cenderung membuka mata anak muda masa kini untuk kembali berpikir akan perilakunya.

Jenis *feature* keempat adalah *feature* perjalanan (*travelogue feature*) yang mengajak khalayaknya mengenali lebih dekat tentang suatu kegiatan atau tempat-tempat yang dinilai memiliki daya tarik tertentu. *Feature* perjalanan merupakan kisah perjalanan sang wartawan atau seseorang beserta kelompoknya ke objek-objek tertentu yang menarik seperti gunung, hutan, lembah, danau, laut, pantai, gua, maupun tempat-tempat bersejarah. *Feature* jenis ini memotivasi khalayak untuk mengenali dan mencintai alam, flora dan fauna, baik di dalam maupun di luar negeri.

Hipwee membuat artikel dengan jenis *feature* perjalanan (*travelogue feature*) khusus dalam kanal Travel. Artikel-artikel pada kanal Travel ini umumnya berisi kumpulan destinasi wisata dalam suatu wilayah. Artikel Travel Hipwee lebih banyak membahas destinasi wisata di Pulau Jawa. Sesuai dengan perbincangan penulis bersama editor Travel, pembahasan artikel Travel yang memusat di Pulau Jawa ini memiliki alasan tersendiri. Editor Travel mengaku bahwa artikel-artikel yang berisi tentang destinasi wisata di luar Pulau Jawa memiliki jumlah *pageview* dan *share* lebih sedikit jika dibandingkan dengan artikel yang berisi tentang destinasi wisata di Pulau Jawa.

Maka, editor Travel memutuskan untuk lebih banyak memilih ide-ide tentang destinasi wisata yang berada di Pulau Jawa seperti judul artikel pada Gambar 3.30 di bawah ini.



Gambar 3.30. Artikel Kanal Travel Berjenis *Feature Travelogue*  
Sumber : (hipwee.com)

Selanjutnya jenis *feature* kelima adalah *feature* petunjuk praktis (*how to do feature*), yakni jenis *feature* yang menuntun atau mengajarkan tentang bagaimana melakukan atau mengerjakan sesuatu. Pada mulanya jenis *feature* ini menampilkan tentang bagaimana mengerjakan sesuatu dalam dunia yang lebih sempit, misalnya pertanian, perikanan, dan peternakan. Namun, seiring berkembangnya tuntutan khalayak, saat ini banyak ditemui macam *feature* jenis ini, mulai dari yang bertema perempuan, hingga dunia profesionalitas.

Jenis *feature* petunjuk praktis ini merupakan jenis *feature* yang paling banyak ditulis oleh Hipwee. Hal ini berkaitan dengan Hipwee yang merupakan

media *online* dengan pembacanya yaitu anak muda yang dinamis. Hipwee berperan sebagai media yang mampu memberikan solusi untuk para pembacanya melalui tulisan. Maka, artikel-artikel *feature* petunjuk praktis ini merupakan kekuatan utama Hipwee. Artikelnya tersebar di semua kanal Hipwee, dan tidak hanya berada pada kanal Tips. Biasanya terlihat jelas dari penggunaan angka pada sebagian besar judulnya, misalnya judul artikel pada Gambar 3.31.



Gambar 3.31. Artikel dengan Jenis *Feature* Petunjuk Praktis Terlihat dari Judulnya  
Sumber : (hipwee.com)

Jenis *feature* yang keenam adalah *Feature Ilmiah (Scientific Feature)*. *Feature* ini merupakan jenis *feature* yang mengungkap sesuatu yang berkaitan dengan dunia ilmu pengetahuan. Hipwee membuat jenis *feature* ini dengan isu yang sesuai dengan para pembaca. Isu berupa ilmu pengetahuan yang diangkat dibahas sesuai selera anak muda (lih. Gambar 3.32 pada halaman selanjutnya).



Gambar 3.32. Artikel Kanal Motivasi Berjenis *Feature* Ilmiah  
Sumber : (hipwee.com)

Selain itu pada jenis *feature* ilmiah ini, Hipwee lebih sering membahas mitos-mitos yang telah diyakini sebagai kebenaran. Mitos ini kemudian dibantah dalam artikel dengan ilmu pengetahuan yang menyangkut hal ilmiah (lih. Gambar 3.33). Hal ini penting bagi anak muda untuk mengetahui fakta sesungguhnya dari mitos yang telah diyakini dan menjadi perbincangan masyarakat umum.



Gambar 3.33. Artikel Kanal Travel Berjenis *Feature* Ilmiah  
Sumber : (hipwee.com)

*Feature* yang ditulis tiap media berbeda-beda karakteristiknya. Wajah atau gaya pemberitaan dan penulisan *feature* tiap media pada umumnya bergantung dari tim redaksional maupun editornya dalam proses penyuntingan naskah (*news editing*). Menyunting naskah adalah sebuah proses memperbaiki atau penyempurnaan tulisan secara redaksional dan substansial. Pelakunya disebut editor (penyunting) atau redaktur (Romli, 2001: 67). Hipwee memiliki tim redaksi dengan 9 editor (penyunting) untuk 10 kanal. Selain itu para editor juga berada di bawah pengawasan *managing editor* dan *chief editor*. Jajaran para editor tersebut melakukan penyuntingan secara redaksional maupun secara substansial.

Secara redaksional, tugas editor atau penyunting adalah memperbaiki kata dan kalimat supaya lebih logis, mudah dipahami, dan tidak rancu. Hal ini bertujuan agar setiap kalimat dan kata memiliki ejaan serta cara penulisan yang benar, sehingga tulisan dapat memiliki arti dan enak dibaca. Penyuntingan redaksional ini merupakan jenis penyuntingan yang dilakukan oleh penulis selama melaksanakan KKL. Penulis lebih banyak berkecenderungan dengan pemeriksaan kata dan kalimat dalam artikel. Penulis tidak diberikan tanggung-jawab untuk penyuntingan secara substansial.

Pada penyuntingan secara substansial, editor harus memperhatikan fakta atau data agar tetap terjaga keakuratan dan kebenarannya. Editor pun harus memperhatikan apakah isi tulisan itu dapat mudah dimengerti pembaca

atau malah membingungkan. Sesuai pengamatan penulis, editor tiap kanal melakukan jenis penyuntingan ini dengan melihat kembali ide yang telah dielaborasi bersama penulis artikel. Pada proses penyuntingan substansial editor harus memeriksa kembali konten yang terdapat pada artikel, terutama artikel dengan sumber penelitian dan fakta terkini. Hal ini penting dilakukan untuk menghindari adanya pemahaman yang keliru tentang artikel oleh pembaca.

Tugas dan tanggung-jawab seorang editor tentunya tidak lepas dari kegiatan menyunting. Kegiatan menyunting pada dasarnya meliputi kegiatan sebagai berikut (Romli, 2001: 68-69);

1. Memperbaiki kesalahan-kesalahan faktual.
2. Menjaga jangan sampai ada kontradiksi dan mengedit berita tersebut untuk memperbaikinya.
3. Memperbaiki kesalahan dalam penggunaan tanda-tanda baca, tata bahasa, ejaan, angka, nama, dan alamat.
4. Menyesuaikan naskah dengan gaya surat kabar bersangkutan.
5. Mengetatkan tulisan, membuat satu kata melakukan pekerjaan tiga atau empat kata, menjadikan satu kalimat menyatakan fakta-fakta yang terdapat dalam satu paragraf. Menyingkat tulisan sesuai dengan ruang yang tersedia.
6. Menjaga jangan sampai terjadi penghinaan, arti ganda, dan tulisan yang memuakkan (*bad taste*).

7. Melengkapi tulisan dengan bahan-bahan tipografi, seperti anak judul (subjudul), di mana diperlukan.
8. Menulis judul untuk berita bersangkutan agar menarik.
9. Di beberapa surat kabar, editing juga termasuk menulis *caption* (keterangan gambar) untuk foto dan pekerjaan lain yang berhubungan dengan cerita yang disunting itu.
10. Setelah edisi itu naik cetak, menelaah koran tersebut secermat mungkin sebagai perlindungan lebih lanjut terhadap kesalahan dan melakukan perbaikan jika *deadline* masih memungkinkan.

Pada kegiatan penyuntingan secara redaksional editor wajib memperbaiki kesalahan dalam penggunaan tanda-tanda baca, tata bahasa, ejaan, angka, nama, dan alamat. Begitupun yang dilakukan oleh editor Hipwee tiap kanal. Editor melakukannya dalam setiap artikel yang berada di bawah tanggung-jawab kanalnya. Sesuai pengalaman penulis, kegiatan ini biasa dinamakan *proofreading*. Kegiatan *proofreading* ini mulai dilakukan pada minggu kelima KKL, yakni pada saat penulis mulai diberikan tugas dan tanggung-jawab sebagai editor. Pada waktu itu penulis menyunting artikel dengan hanya menandai dan memperbaiki kesalahan penulisan. Selain itu, tentunya semua editor Hipwee pun menyesuaikan gaya bahasa yang digunakan dalam artikel dengan gaya bahasa Hipwee.

Kemudian editor juga wajib mengetatkan tulisan, membuat satu kata melakukan pekerjaan tiga atau empat kata, menjadikan satu kalimat menyatakan fakta-fakta yang terdapat dalam satu paragraf. Menyingkat tulisan sesuai dengan ruang yang tersedia. Para editor Hipwee pun juga melakukan kegiatan penyingkatan tulisan ini dalam setiap artikel. Hal ini sangat penting dilakukan, terutama karena Hipwee merupakan media *online* yang menuntut kontennya dapat dibaca secara cepat demi efisiensi pembaca. Maka dari itu, editor selalu menyunting kalimat yang berbelit-belit.

Penyuntingan secara redaksional lainnya adalah melengkapi tulisan dengan bahan-bahan tipografi, seperti anak judul (subjudul), di mana diperlukan. Di beberapa surat kabar, editing juga termasuk menulis *caption* (keterangan gambar) untuk foto dan pekerjaan lain yang berhubungan dengan cerita yang disunting itu. Kegiatan melengkapi tulisan dengan bahan-bahan tipografi ini tidak dilakukan secara langsung oleh editor Hipwee. Hal ini karena masing-masing penulis artikel sudah harus melengkapi tulisannya dengan bahan-bahan tipografi sebelum artikel diedit oleh editor tiap kanal. Maka dalam kegiatan ini, editor Hipwee hanya bertugas memeriksa kelengkapan bahan-bahan tipografinya termasuk kelengkapan tautan (*link*) sumber.

Pada kegiatan penyuntingan redaksional selanjutnya, penulisan judul untuk berita bersangkutan agar menarik juga tidak dilakukan oleh editor Hipwee secara langsung. Hal ini sama seperti kegiatan melengkapi bahan-

bahan tipografi. Editor juga hanya mengecek kelengkapan dan kesesuaian judul dengan konten artikelnya saja. Biasanya, editor hanya menyunting beberapa kata yang tidak sesuai dalam kalimat judul artikel. Namun, pembuatan judul oleh editor ini bersifat kondisional. Ketika judul yang dibuat oleh penulis dirasa tidak sesuai sama sekali, maka editor membuat judul sendiri untuk artikel yang disunting. Hal ini sesuai dengan pengalaman penulis saat menulis artikel untuk kanal Hubungan. Pada waktu itu judul artikel diganti seluruhnya oleh editor kanal Hubungan, karena judulnya belum sesuai dengan karakteristik kanal Hubungan Hipwee.

Berbeda dengan kegiatan penyuntingan secara redaksional yang sempat dilakukan secara langsung oleh penulis, penyuntingan secara substansial hanya mampu diamati oleh penulis dalam pekerjaan editor Hipwee. Kegiatan penyuntingan secara substansial yang pertama adalah kegiatan memperbaiki kesalahan-kesalahan faktual. Hipwee menerapkannya dalam artikel yang memiliki sumber ide dari sebuah berita terkini. Biasanya editor memperbaiki kesalahan faktual terkait dengan berita terkini. Meskipun tidak banyak artikel Hipwee yang bersumber dari berita terkini, namun kegiatan memperbaiki kesalahan faktual tetap dilakukan oleh editor. Hal ini untuk menjaga keakuratan dan kebenaran fakta atau data yang terdapat dalam setiap artikel.

Editor Hipwee juga bertugas dalam menjaga jangan sampai ada kontradiksi dan mengedit berita tersebut untuk memperbaikinya. Kegiatan ini

meliputi pengecekan kembali kesesuaian konten artikel dengan judul yang dibuat. Kemudian, editor harus menjaga jangan sampai terjadi penghinaan, arti ganda, dan tulisan yang memuakkan (*bad taste*). Pada saat penulis menjalankan KKL, kegiatan ini jelas terlihat pada saat kasus artikel burkini. Pada saat itu kasusnya ditangani oleh *managing editor* yang juga sekaligus menjadi pembimbing KKL penulis. Sesuai pengamatan penulis, *managing editor* bertugas memperhatikan apakah artikel yang akan diterbitkan sudah *politically correct* sehingga layak untuk ditayangkan. *Politically correct* yang dimaksudkan adalah artikel tidak mengandung isi yang mendiskreditkan, mendiskriminasi, atau bias terhadap golongan tertentu.

Seperti pada kasus yang telah dibahas pada bagian Deskripsi Hasil Pelaksanaan KKL, yakni pada artikel yang berjudul “Polisi Memaksa Muslimah Lepas Burkini saat Liburan di Pantai. Bukti Prancis Makin Rasis kepada Islam!” Artikel tersebut termasuk *politically incorrect*. *Managing editor* pun dengan cekatan langsung menarik kembali artikel tersebut. Penarikan artikel tersebut memiliki alasan bahwa judul maupun isi artikel memiliki tendensi yang memunculkan opini pribadi dari penulis atau editornya. Hal itu pun memiliki dampak yang lebih luas lagi, seperti kredibilitas Hipwee di mata pembaca dan dunia luas. *Managing editor* pun membimbing dan memberi pemahaman kepada Editor kanal *Travel* tentang isu sensitif ini.

Pada kasus tersebut, dapat terlihat bahwa tugas editor juga berlanjut setelah artikel diterbitkan. Hal ini berbeda dengan kegiatan terakhir penyuntingan pada teori di atas. Setelah edisi surat kabar naik cetak, editor menelaah koran tersebut secara cermat mungkin sebagai perlindungan lebih lanjut terhadap kesalahan dan melakukan perbaikan jika *deadline* masih memungkinkan. Hipwee yang merupakan media *online* melakukan kegiatan menelaah secara berkelanjutan, bahkan setelah artikel diterbitkan. Hal ini sesuai dengan karakteristik media *online* yaitu *storage and retrieval* dan *interactivity*.

*Interactivity* memungkinkan artikel Hipwee mendapatkan *feedback* maupun *engagement*. Sedangkan *storage and retrieval* memungkinkan jurnalisme *online* membuat berita tersimpan dan dapat diakses kembali secara mudah oleh audiens. Pada saat artikel burkini tersebut mendapatkan *feedback* berupa komentar bernada negatif, *managing editor* segera menelaah dan memperbaiki kontennya. Artikel yang tersimpan dan dapat diakses kembali membuat editor pun mudah melakukan perbaikan atau penyuntingan berkelanjutan.

Tim editor yang bertugas menyunting naskah agar layak tayang tersebut tidak lepas dari pengetahuannya akan bahasa jurnalistik. Bahasa jurnalistik yang mudah dipahami oleh semua orang dari berbagai golongan ini menjadi kunci proses penyuntingan. Pengertian dan definisi bahasa jurnalistik dengan

sendirinya harus tunduk kepada kaidah dan unsur-unsur pokok yang terdapat dan melekat dalam definisi jurnalistik.

Menurut Dewabrata, susunan kalimat jurnalistik yang baik akan menggunakan kata-kata yang paling pas untuk menggambarkan suasana serta isi pesannya. Bahkan nuansa yang terkandung dalam masing-masing kata pun perlu diperhitungkan (Sumadiria, 2005: 5). Meskipun setiap artikelnya paling banyak memuat sekitar 800 kata, namun artikelnya merupakan jenis *feature* yang mampu menggambarkan suasana dan isi pesannya. Hipwee dengan karakteristik artikelnya yang sangat khas anak muda pun menggunakan bahasa jurnalistik. Bahasa jurnalistik memiliki 17 karakter, yakni (Sumadiria, 2005: 14 – 21);

1. Sederhana : berarti mengutamakan dan memilih kata atau kalimat yang paling banyak diketahui maknanya oleh khalayak pembaca yang sangat heterogen. Dapat dilihat dalam setiap artikelnya, Hipwee menggunakan bahasa yang sederhana yakni bahasa sehari-hari. Hal ini tentunya disesuaikan dengan bahasa pembacanya yang sebagian besar adalah anak muda. Editor tiap kanal menyunting artikel yang memiliki bahasa yang sulit dimengerti. Biasanya perihal sederhana dalam bahasa jurnalistik ini diterapkan dalam artikel dengan istilah khusus atau istilah asing. Editor juga menambahkan penjelasan terkait dengan penggunaan istilah asing atau istilah khusus.

2. Singkat : berarti langsung kepada masalah (*to the point*), tidak bertele-tele, tidak berputar-putar, dan tidak memboroskan waktu pembaca yang berharga. Bahasa jurnalistik yang kedua adalah singkat. Karakteristik bahasa jurnalistik yang singkat tersebut sesuai dengan salah satu kegiatan penyuntingan, yakni editor wajib mengetatkan tulisan. Membuat satu kata melakukan pekerjaan tiga atau empat kata, menjadikan satu kalimat menyatakan fakta-fakta yang terdapat dalam satu paragraf.
3. Padat : dalam bahasa jurnalistik berarti sarat akan informasi. Setiap kalimat dan paragraf yang ditulis memuat banyak informasi penting dan menarik bagi khalayak pembaca. Menyingkat tulisan sesuai dengan ruang yang tersedia. Para editor Hipwee pun juga melakukan kegiatan penyingkatan tulisan ini dalam setiap artikel. Hal ini sangat penting dilakukan, terutama karena Hipwee merupakan media *online* yang menuntut kontennya dapat dibaca secara cepat demi efisiensi pembaca.
4. Lugas : berarti tegas, tidak ambigu, sekaligus menghindari eufimisme atau penghalusan kata dan kalimat yang bisa membingungkan khalayak pembaca sehingga terjadi perbedaan persepsi dan kesalahan konklusi. Sebisa mungkin menghindarkan adanya penafsiran lain terhadap arti dan makna kata tersebut. Hal ini diterapkan Hipwee mulai dari judul artikel yang dibuat. Namun, karakteristik lugas tersebut dilakukan oleh Hipwee secara kondisional. Hal ini

karena penulis masih menemukan artikel Hipwee yang menggunakan kata yang lugas dan kata bermajas eufemisme dengan makna yang sama.

Seperti pada dua artikel dengan penggunaan kata 'Penis' dan 'Kemaluan Cowok'. Artikel pertama berjudul "4 Tips Buat Nutupin Penis yang Tegang di Tempat Umum. Semua Cowok Butuh Pengetahuan Ini" (lih. Gambar 3.34). Judul tersebut merupakan salah satu judul artikel dengan penggunaan kata yang lugas.



Gambar 3.34. Judul Artikel yang Lugas, Sesuai dengan Isinya  
Sumber : (hipwee.com)

Setiap katanya cukup mewakili isi artikel dan tidak memiliki kata dengan eufemisme. Hal ini terlihat dari kata 'Penis' yang digunakan dalam kalimat judul. Berbeda dengan penggunaan kata 'Penis' tersebut, artikel kedua pada Gambar 3.35 menggunakan kata 'Kemaluan Cowok' untuk menggantikan kata 'Penis'. Penggunaan kata tersebut memiliki arti yang sama, namun pada artikel kedua terjadi eufemisme (ungkapan yang lebih halus). Eufemisme ditunjukkan dengan penggunaan kata 'Kemaluan Cowok'.

1,294  
SHARES

f SHARE

TWEET

COMMENT

HIPWEE // HIBURAN // COWOK

## Sejarah Tentang Kemaluan Cowok yang Diidentikan dengan Burung. Biar Kamu Tahu Asal-Usulnya

21 October 2015

Gerry Maulana Thiar 1,294 2



Gambar 3.35. Judul Artikel dengan Eufemisme  
Sumber : (hipwee.com)

5. Jelas : berarti mudah ditangkap, tidak baur dan kabur. Jelas di sini mengandung tiga arti; jelas artinya, jelas susunan kata atau kalimatnya sesuai dengan kaidah subjek-predikat-objek-keterangan (SPOK), dan jelas sasaran atau maksudnya. Selama penulis melakukan pengamatan isi artikel saat menjalankan KKL, penulis dapat menyimpulkan bahwa artikel Hipwee mudah ditangkap maksudnya. Selain itu sasaran tiap artikelnnya pun jelas tertuang dengan penggunaan kata kamu, Hipwee-ers, atau Hipwee Boys (untuk cowok). Begitu pula susunan kata atau kalimatnya yang sesuai dengan kaidah subjek-objek-predikat-keterangan (SPOK). Namun perihal SPOK ini, Hipwee tetap menyesuaikan dengan konteks dan maksud kalimatnya. Konteks yang dimaksud adalah jenis kalimatnya, apakah merupakan kalimat aktif atau pasif.

6. Jernih : tidak menyembunyikan sesuatu yang lain yang bersifat negatif seperti prasangka atau fitnah. Khusus untuk karakteristik jernih ini penulis mengambil contoh yang sama pada kasus artikel burkini (lih. Gambar 3.36).



Gambar 3.36. Judul Artikel dengan Prasangka Negatif  
Sumber : (hipwee.com)

- Pada judul artikel tersebut terdapat unsur prasangka yang ditujukan kepada golongan masyarakat tertentu. Prasangka terhadap Perancis yang dianggap oleh penulis artikel semakin rasis kepada Islam. Pada artikel tersebut, Hipwee tidak menerapkan karakter jernih dan bening yang mengandung unsur prasangka.
7. Menarik : artinya mampu membangkitkan minat dan perhatian khalayak pembaca, memicu selera baca, serta ibaratkan membuat orang yang sedang tertidur terjaga seketika. Karakteristik menarik ini diterapkan oleh Hipwee, terutama pada kalimat judul. Dapat dilihat dari semua judul artikel, Hipwee membuatnya sedemikian *eye catching* atau menarik mata. Sesuai yang terdapat dalam modul penulis Hipwee (lih. Lampiran), kalimat judul adalah hal yang

pertama kali dibaca. Pembuatan judul pun tidak sekadarnya saja, dan tetap harus mengikuti pedoman kepenulisan Hipwee. Judul artikel Hipwee ini dibuat menarik dengan cara menambahkan efek psikologis untuk pembaca. Judul artikel diharapkan mampu membuat pembaca merasa penasaran, kaget, terbawa perasaan, ataupun merasa terwakili. Selain itu, judul juga boleh berupa suatu hal yang kontroversial atau lucu. Upaya pembuatan judul yang *eye catching* ini semata-mata untuk menarik minat pembaca.

8. Demokratis : berarti bahasa jurnalistik tidak mengenal tingkatan, pangkat, kasta, atau perbedaan dari pihak yang menyapa dan pihak yang disapa sebagaimana dijumpai dalam gramatika bahasa Sunda dan bahasa Jawa. Bahasa jurnalistik yang demokratis ini diterapkan Hipwee dalam penggunaan kata sapaan.

The screenshot shows the Hipwee website interface. At the top, there are navigation tabs: TRENDING, TERPOPULER, INSPIRASI, HIBURAN, and COMMUNITY. The main content area features an article with the following text:

Buat para cewek yang sedang berada dalam hubungan pacaran, pernah nggak **kalian** ngerasa bahwa cowok kalian terlalu cuek dan kalian seperti nggak dianggap sebagai **kalian** ngerasa semua cewek pasti pernah mengalami hal ini. Namun, tidak semua cewek menyadari kalau mereka dalam kondisi yang bisa dibilang kurang baik ini. Tentu saja ada banyak hal yang menyebabkannya, yang jelas, cewek harus paham benar bila dia sedang dalam kondisi seperti ini.

Nah biar kalian nggak cewek-gejar kalau kalian sedang berada di dalam sebuah hubungan yang nggak sehat ini **Hipwee Boys** kalian ngasih tahu kamu tentang tanda-tanda saat cowok sejatinya sudah tidak menganggapmu sebagai pacarnya. Daripada kamu cuma bertanya-tanya dalam hati, "Apakah dia menganggapku sebagai pacarnya?", mending kamu memperkuat perasaanmu dengan tanda-tanda ini. Yuk langsung disimak aja!

On the left side of the article, there are social media sharing options: a Facebook share button with 1,454 shares, and a Twitter tweet button.

Gambar 3.37. Contoh Artikel dengan Sapaan yang Demokratis  
Sumber : (hipwee.com)

Seperti terlihat pada Gambar 3.37 di atas Hipwee menggunakan kata '*Hipwee boys*' dan '*kalian*' untuk membuat artikelnya menjadi populis. Begitupun

dengan artikel yang menggunakan kata sapaan *Hipwee-ers*, *Hipwee boys*, *Hipwee girls*, kita, kamu, atau kalian juga untuk membuat semua pembacanya (pihak yang disapa) merasa setara. Setara yang dimaksud adalah tidak mengenal pangkat, tingkatan, maupun kasta dengan penulis artikelnya (pihak yang menyapa).

9. Populis : berarti setiap kata, istilah, atau kalimat apa pun yang terdapat dalam karya-karya jurnalistik harus akrab di telinga, di mata, dan di benak pikiran khalayak pembaca, pendengar, atau pemirsa. Bahasa jurnalistik harus merakyat dan bukan bahasa elitis. Karakteristik populis ini sesuai dengan kegiatan penyuntingan nomor 4, yakni menyesuaikan naskah sesuai dengan gaya surat kabar bersangkutan. Hipwee yang memiliki gaya bahasa khas anak muda pun membuat setiap kata yang terdapat dalam artikel akrab di telinga, di mata, dan di benak pikiran pembacanya. Bahasa yang digunakan bukan ditujukan untuk kaum tertentu, namun untuk semua pembaca dengan latar belakang yang berbeda-beda.
10. Logis : berarti apa pun yang terdapat dalam kata, istilah, kalimat, atau paragraf jurnalistik harus dapat diterima dan tidak bertentangan dengan akal sehat (*comon sense*). Karakteristik logis ini tentunya diterapkan dalam setiap artikel Hipwee. Para editor pun melakukan pengecekan kembali terhadap artikel para penulis. Koherensi yang terwujud dalam tiap kalimat maupun paragraf

diperiksa kembali oleh editor. Kata, kalimat, maupun istilah yang digunakan diperiksa kembali dan dilihat kaitannya dengan ide atau gagasan artikel.

11. Gramatikal : berarti kata, istilah, atau kalimat apa pun yang dipakai dan dipilih dalam bahasa jurnalistik harus mengikuti kaidah tata bahasa baku. Bahasa baku artinya bahasa resmi sesuai dengan ketentuan tata bahasa serta pedoman ejaan yang disempurnakan berikut pedoman istilah yang menyertainya. Seperti yang telah dibahas pada proses penyuntingan artikel, editor memiliki pedoman KBBI dan EYD. Selain pedoman tersebut, editor juga mengikuti kaidah penulisan Hipwee yang tertuang dalam modul editor. Hanya saja terdapat pengecualian yang biasa dijumpai dalam penggunaan kata informal dalam setiap artikelnya. Penggunaan kata informal tersebut terkait dengan bahasa jurnalistik yang kedua belas, yakni menghindari kata tutur.

12. Menghindari kata tutur : kata tutur ialah kata yang digunakan dalam percakapan sehari-hari secara informal. Kata tutur ialah kata-kata yang digunakan dalam percakapan di warung kopi, terminal, bus kota, atau pasar. Kata tutur ialah kata yang hanya menekankan pada pengertian, tanpa memperhatikan masalah struktur dan tata bahasa., yakni menghindari kata tutur. Kata tutur ialah kata yang digunakan dalam percakapan sehari-hari secara informal. Kata tutur ialah kata-kata yang digunakan dalam percakapan di warung kopi, terminal, bus kota, atau pasar. Kata tutur ialah kata yang hanya

menekankan pada pengertian, tanpa memperhatikan masalah struktur dan tata bahasa.

Kata tutur yang bersifat informal ini selalu dapat ditemukan dalam semua artikel Hipwee. Seperti penggunaan kata '*pengen*' dan bukan menggunakan kata '*ingin*'. Hal ini berhubungan dengan gaya bahasa populer khas Hipwee yang bersifat informal. Hipwee membuat artikel-artikel yang tidak terkesan kaku untuk pembacanya yang sebagian besar adalah anak muda. Maka dari itu sering terdapat penggunaan kata informal lainnya seperti; *deh, dong, nih, eits, ciamik, ge er, 'kan, lho, mah, nah, gue, loe, guys*.

13. Menghindari kata dan istilah asing : pembaca harus dapat mengerti arti dan makna setiap kata yang dibaca. Berita atau laporan yang banyak diselipi kata-kata asing, selain tidak informatif dan komunikatif, juga sangat membingungkan. Pada setiap artikelnya, Hipwee tidak terlalu menghindari istilah asing. Hal ini disesuaikan dengan topik artikel maupun gaya bahasa penulis, dan tidak ditentukan dalam modul editor. Pada penggunaan istilah asing, editor biasanya hanya membuat istilah asing tersebut dalam garis miring. Hal ini sesuai dengan penyuntingan redaksional yang mementingkan penulisan kata.
14. Pilihan kata (diksi) yang tepat : Bahasa jurnalistik sangat menekankan efektivitas, oleh karena itu harus memerhatikan pilihan kata (diksi) yang sesuai. Setiap kata yang dipilih harus tepat dan akurat sesuai dengan tujuan pesan

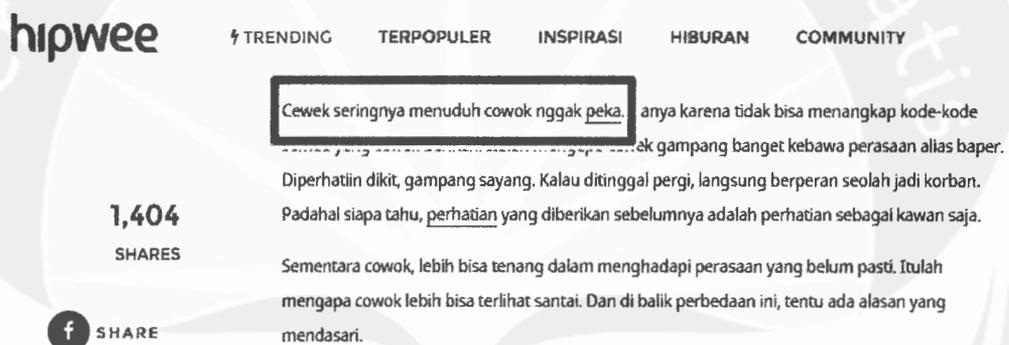
pokok yang ingin disampaikan kepada khalayak. Karakteristik pilihan kata (diksi) yang tepat ini juga terlihat dalam setiap artikel Hipwee. Terlebih karena artikel Hipwee yang berjenis feature, pilihan kata (diksi) sangat penting untuk membuat cerita khas yang menarik. Seperti pada Gambar 3.36, pilihan kata (diksi) 'Anugerah' dalam kalimat judul merupakan hal yang penting.



Gambar 3.38. Contoh Artikel dengan Diksi yang Tepat  
Sumber : (hipwee.com)

Seperti yang telah dibahas dalam pembuatan judul dengan kata menarik, diksi 'Anugerah' membuat efek psikologis positif untuk pembaca. Hal ini tentunya berbeda jika kata yang digunakan adalah 'Musibah'. Artikel yang termasuk dalam kanal Hubungan tersebut berisi tentang manfaat apa saja yang didapatkan ketika sedang tidak memiliki pacar. Sesuai dengan diksi 'Anugerah' pada judul, hal ini menunjukkan isi dari artikel yang bermaksud untuk memotivasi pembaca.

15. Mengutamakan kalimat aktif : kalimat aktif lebih mudah dipahami dan disukai oleh khalayak pembaca daripada kalimat pasif. Kalimat aktif lebih memudahkan pengertian dan memperjelas pemahaman. Hipwee pun lebih mengutamakan kalimat aktif dalam pengisahannya meskipun penggunaan kalimat aktif atau pasif ini sesuai dengan konteksnya. Seperti salah satu contoh kalimat aktif yang terdapat pada Gambar 3.39. Hal ini ditandai dengan predikat berawalan me- (menuduh) dan bukan berawalan di- (dituduh).



Gambar 3.39. Contoh Artikel dengan Kalimat Aktif  
Sumber : (hipwee.com)

16. Menghindari kata atau istilah teknis : karena ditujukan untuk umum, maka bahasa jurnalistik harus sederhana, mudah dipahami, ringan dibaca, dan tidak membuat kening berkerut atau kepala berdenyut. Bahasa jurnalistik harus menghindari istilah teknis yang hanya segelintir orang saja mengetahuinya, misalnya istilah teknis bidang biologi, kedokteran, atau teknik yang tidak familiar di kalangan umum. Hipwee tidak mungkin menghindari istilah teknis, khususnya pada artikel yang mengandung unsur ilmiah. Hal ini tentunya sesuai dengan keberadaan Hipwee sebagai media informasi untuk anak muda, turut

memberikan pengetahuan lebih kepada pembacanya. Pada penggunaan istilah khusus ini biasanya penulis maupun editor memberi penjelasan singkat di dalam artikel (lih. Gambar 3.40).



Gambar 3.40. Artikel dengan Istilah Khusus dalam Dunia Kedokteran  
Sumber : (hipwee.com)

Hal ini hanya memungkinkan jika penjelasannya dapat dibuat singkat. Namun, jika terdapat penjelasan yang lebih panjang, biasanya diberikan *hyperlink* untuk rujukan referensi lanjutan. Dapat dilihat bahwa pengetahuan umum tentang virus flu burung ditulis sebagai bagian dari paragraf, sedangkan penjelasan lanjutan tentang Oseltamivir dibuat dalam bentuk *hyperlink* (dengan garis bawah berwarna oranye).

17. Tunduk kepada kaidah etika : salah satu fungsi utama pers adalah edukasi, mendidik (*to educated*). Fungsi ini harus nampak pada bahasa yang digunakan. Dalam etika berbahasa, pers tidak boleh menggunakan kata-kata yang tidak sopan, vulgar, sumpah serapah, hujatan, dan makian yang sangat jauh dari norma sosial budaya agama. Hipwee juga menjunjung kaidah etika dalam

penulisan artikelnya. Namun Hipwee membuat beberapa pengecualian khusus yang dirasa masih dalam batas wajar hujatan menurut divisi *content* Hipwee.



Gambar 3.41. Artikel dengan Kata Umpatan yang Sesuai Konteks Artikel  
Sumber : (hipwee.com)

Beberapa kata sebutan yang masuk ke dalam pengecualian tersebut antara lain; berengsek, bajingan, *ndasmu*, dan *cuk/jancuk*. Penggunaannya disesuaikan dengan konteks atau isi artikel. Biasanya kata bajingan dan berengsek digunakan dalam konteks panggilan kepada laki-laki yang bersikap tidak baik terhadap perempuan.

Berbeda untuk *ndasmu* dan *jancuk* yang merupakan kata serapan dari Bahasa Jawa. Biasanya *ndasmu*, *jancuk*, dan umpatan lainnya yang berasal dari bahasa daerah digunakan dalam artikel yang memiliki konteks kebudayaan. Misalnya pada Gambar 3.41 di atas, penggunaan kata *jancuk* pada artikel yang berjudul "Walau Udah Jauh Merantau, 7 Hal Ini Akan Selalu Melekat di Diri Arek Suroboyo". Penggunaan kata *jancuk* tersebut dimaksudkan untuk membahas kebiasaan tutur orang Surabaya dalam kesehariannya.

## BAB IV

### PENUTUP

#### 4.1. Kesimpulan

Hipwee merupakan sebuah perusahaan media berbasis *online* yang telah berdiri selama 2 tahun. Hipwee menunjukkan perkembangan yang cukup pesat. Hal ini terlihat dari jumlah pencapaian satu juta *unique visitor* yang diperoleh Hipwee hanya dalam waktu tiga bulan pertama. Hingga kini pun Hipwee memiliki *pageview* yang semakin meningkat. Selain itu perkembangannya dapat dilihat dari redaksi Hipwee yang semula hanya berjumlah 1 editor dan 3 penulis, kini sudah mencapai 11 editor dan 14 penulis.

Hipwee merupakan sebuah media *online* yang berbasis jurnalisme *online*. Hal ini ditunjukkan dengan *website* hipwee.com yang dapat diakses melalui internet. Selain itu, jurnalisme online yang dijalankan dapat tercermin dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh divisi *content* yang merupakan divisi utama Hipwee. Divisi *content* Hipwee menerapkan empat proses produksi berita sebagai bentuk proses jurnalisme.

Sedikit berbeda dengan proses produksi berita pada jurnalisme konvensional, proses pertama yang diterapkan Hipwee adalah proses pencarian dan pengumpulan berita (*news gathering*). Kemudian proses kedua yang dilakukan Hipwee adalah proses perencanaan berita yang dilakukan dalam

rapat redaksi. Lalu dilanjutkan dengan tahap penulisan naskah (*news writing*) yang dilakukan oleh segenap staf divisi *content* Hipwee. Naskah pun kemudian diproses melalui tahap penyuntingan berita (*news editing*) sebelum akhirnya ditayangkan (*publish*) di *website* hipwee.com.

Hipwee sebagai media *online* berbasis jurnalisme *online* pun memiliki kelebihan tersendiri jika dibandingkan dengan jurnalisme konvensional. Kelebihan jurnalisme *online* seperti; *audience control*, *nonlinearity*, *storage and retrieval*, *unlimited space*, *multimedia capability*, dan *interactivity* juga menjadi kelebihan yang dimiliki Hipwee. Selain itu karakteristik artikel yang merupakan berita khas bercerita (*feature*) menjadi ciri khas Hipwee. Seperti karakteristik *feature* yang disajikan dalam bahasa pengisahan yang sifatnya kreatif informal, Hipwee juga menggunakan bahasa pengisahan bersifat kreatif informal. Kreatifitas pada artikel Hipwee ditunjukkan dengan semua artikelnya yang dibuat berdasarkan berita terkini namun dikemas dari sudut pandang lain khas anak muda.

Artikelnya yang dibuat sedemikian rupa sehingga dapat menarik anak muda untuk membacanya merupakan kekuatan utama Hipwee. Artikel-artikel Hipwee juga terdiri dari enam jenis *feature* yang kita kenali sehari-hari yakni; *feature* minat insani (*human interest feature*), *feature* sejarah (*historical feature*), *feature* biografi (*biographical feature*), *feature* perjalanan (*travelogue*

*feature*), *feature* petunjuk praktis (*how to do feature*), dan *feature* ilmiah (*scientific feature*).

Wajah atau gaya pemberitaan dan penulisan *feature* tiap media pada umumnya bergantung dari tim redaksional maupun editornya dalam proses penyuntingan naskah (*news editing*). Begitu pula kegiatan yang dilakukan oleh 9 editor untuk 10 kanal Hipwee. Mereka berada di bawah pengawasan *managing editor* dan *chief editor*. Jajaran para editor tersebut melakukan kegiatan penyuntingan secara redaksional maupun secara substansial.

Secara redaksional, editor Hipwee memiliki tugas memperbaiki kata, kalimat, tanda baca, dan hal teknis lainnya yang menyangkut artikel. Terdapat pengecualian pada kelengkapan bahan tipografi dan penulisan judul. Editor Hipwee hanya mengecek kelengkapan bahan-bahan tipografi yang sebelumnya sudah dibuat sendiri oleh penulis artikel. Editor pun tidak secara langsung membuat judul untuk berita bersangkutan. Namun, pembuatan judul oleh editor ini bersifat kondisional. Ketika judul yang dibuat oleh penulis dirasa tidak sesuai sama sekali, maka editor membuatkan judul sendiri untuk artikel yang disunting.

Secara substansial, editor Hipwee memperhatikan fakta atau data agar tetap terjaga keakuratan dan kebenarannya. Para editor memeriksa kembali konten yang terdapat pada artikel, terutama artikel dengan sumber penelitian dan berita terkini. Meskipun tidak banyak artikel Hipwee yang bersumber dari

berita terkini, namun kegiatan memperbaiki kesalahan faktual tetap dilakukan oleh editor. Hal ini untuk menjaga keakuratan dan kebenaran fakta atau data yang terdapat dalam setiap artikel.

Tim editor Hipwee yang bertugas menyunting naskah agar layak tayang tersebut tidak lepas dari pengetahuannya akan bahasa jurnalistik. Bahasa jurnalistik yang mudah dipahami oleh semua orang dari berbagai golongan ini menjadi kunci proses penyuntingan. Hipwee dengan karakteristik artikelnya yang sangat khas anak muda pun menggunakan bahasa jurnalistik.

Secara umum, tujuh belas karakteristik bahasa jurnalistik pun terlihat dalam artikel-artikel Hipwee. Namun tetap terdapat beberapa pengecualian, seperti bahasa jurnalistik lugas, menghindari kata tutur, menghindari istilah asing, menghindari istilah teknis, maupun pengecualian khusus untuk penggunaan kata umpatan atau hujatan.

Karakteristik lugas tersebut dilakukan oleh Hipwee secara kondisional. Hal ini karena penulis masih menemukan artikel Hipwee yang menggunakan kata yang lugas dan kata bermajas eufimisme dengan makna yang sama. Kemudian, tata tutur yang bersifat informal selalu dapat ditemukan dalam semua artikel Hipwee. Hal ini berhubungan dengan gaya bahasa populer khas Hipwee yang bersifat informal. Hipwee membuat artikel-artikel yang tidak terkesan kaku untuk pembacanya yang sebagian besar adalah anak muda.

Pada setiap artikelnnya, Hipwee tidak terlalu menghindari istilah asing. Hal ini disesuaikan dengan topik artikel maupun gaya bahasa penulis, dan tidak ditentukan dalam modul editor. Hipwee juga tidak mungkin menghindari istilah teknis, khususnya pada artikel yang mengandung unsur ilmiah. Hal ini tentunya sesuai dengan keberadaan Hipwee sebagai media informasi untuk anak muda, turut memberikan pengetahuan lebih kepada pembacanya. Hipwee juga membuat beberapa pengecualian khusus untuk kata umpatan atau hujatan seperti; berengsek, bajingan, *ndasmu*, dan *cuk/jancuk*. Kata-kata tersebut dirasa masih dalam batas wajar hujatan menurut divisi *content* Hipwee. Penggunaannya pun disesuaikan dengan konteks atau isi artikel.

#### **4.2. Saran**

Secara garis besar, Hipwee telah menjalankan proses penyuntingan yang baik. Dua jenis proses penyuntingan jurnalisme telah dilakukan, yakni secara redaksional dan substansial. Hal ini dapat dilihat dari semua artikelnnya yang secara garis besar mudah dipahami oleh pembaca. Namun terdapat satu kelemahan yang berhubungan dengan pedoman karakteristik penyuntingan tiap kanal.

Sebaiknya terdapat modul editor dan modul penulis tiap kanal yang membahas secara khusus karakteristik masing-masing kanal. Hal ini akan memudahkan penulis artikel untuk lebih menguasai karakteristik masing-masing kanal. Kemungkinan besar juga akan membantu penulis dalam

mencapai KPI (Key Performance Indicator) masing-masing dalam setiap bulannya.

Selain itu khusus untuk kanal Travel yang artikelnya cenderung hanya membahas seputar Pulau Jawa, sebaiknya lebih diperluas cakupan bahasanya. Lebih baik lagi jika kanal Travel tetap membahas destinasi wisata di luar negeri secara lebih banyak. Hal ini terkait dengan pembaca yang heterogen dan membutuhkan topik yang beragam. Selain itu, pembahasan kanal Travel yang lebih luas memungkinkan pembaca memiliki pengetahuan yang lebih luas pula.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku :**

Dewabrata, AM. 2004. *Kalimat Jurnalistik (Panduan Mencermati Penulisan Berita)*. Jakarta : Kompas.

Ishwara, Luwi. 2011. *Jurnalisme Dasar*. Jakarta : Kompas.

Mulyadi, Nadi dan Asti Musman. 2013. *Jurnalisme Dasar : Panduan Praktis Jurnalis*. Yogyakarta : Citra Media.

Romli, Asep Syamsul M. 2001. *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula*. Bandung : Remadja Rosda Karya.

Sumadiria, AS Haris. 2005. *Jurnalistik Indonesia : Menulis Berita dan Feature (Panduan Praktis Jurnalis Profesional)*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Sumadiria, AS Haris. 2005. *Bahasa Jurnalistik (Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis)*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

### **Dokumen :**

Perpustakaan Nasional RI: Katalog Dalam Terbitan (KDT). 2015. *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*. Jakarta : Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia.

**Referensi Website :**

<<http://www.alex.com/siteinfo/hipwee.com>> diakses 1 April 2016 pk. 19.00.

<<https://twitter.com/laurilahi>> diakses 1 April 2016 pk. 20.00.

<<https://www.facebook.com/notes/hipwee-community-yogyakarta/selayang-pandang-divisi-dan-job-description-tim-hipwee-community-yogyakarta/926233200797098>> diakses 1 April 2016 pk. 21.00.

<<https://id.techinasia.com/media-online-mirip-buzzfeed>> diakses 31 Maret 2016 pk 20.00

<<https://indonesiana.tempo.co/read/51531/2015/10/16/forgicid/website-konten-viral-paling-populer-di-indonesia>> diakses 31 Maret 2016 pk. 19.00

## LAPORAN AKTIVITAS KULIAH KERJA LAPANGAN

### HIPWEE YOGYAKARTA

TANGGAL	Jam Kerja	AKTIVITAS
25 Juli 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempelajari Wordpress Hipwee, sudah dapat mengakses dengan nama Magang2 : Icha Pinerang.</li> <li>2. Menulis artikel untuk kanal Hiburan.</li> <li>3. Mencari modul penulis Hipwee.</li> </ol>
26 Juli 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menulis artikel untuk kanal Hubungan</li> <li>2. Membuat <i>checklist</i> apa saja yang ingin dipelajari selama magang.</li> </ol>
27 Juli 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menulis artikel untuk kanal Travel.</li> </ol>
28 Juli 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menulis artikel untuk kanal Cowok.</li> </ol>
29 Juli 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menulis artikel untuk kanal Tips.</li> <li>2. Mengikuti Hipwee Talk.</li> </ol>
2 Agustus 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menulis artikel untuk kanal Hubungan.</li> </ol>
3 Agustus 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menulis artikel untuk kanal Travel.</li> </ol>
5 Agustus 2016	11.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menulis artikel untuk kanal Tips.</li> <li>2. Mengikuti Hipwee Talk.</li> </ol>
9 Agustus 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menulis artikel untuk kanal Hubungan.</li> </ol>
10 Agustus 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menulis artikel untuk kanal Travel.</li> </ol>
11 Agustus 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menulis artikel untuk kanal Cowok.</li> </ol>
12 Agustus 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menulis artikel untuk kanal Tips.</li> </ol>
15 Agustus 2016	12.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menulis artikel untuk kanal Hiburan.</li> </ol>
16 Agustus 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menulis artikel untuk kanal Hubungan.</li> </ol>
18 Agustus 2016	09.00 – 16.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menulis artikel untuk kanal Cowok.</li> </ol>

22 Agustus 2016	12.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mulai mengakses Wordpress untuk kepentingan penyuntingan.</li> <li>2. Menyunting 12 artikel dari berbagai kanal.</li> </ol>
23 Agustus 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyunting 8 artikel dari berbagai kanal.</li> </ol>
24 Agustus 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyunting 8 artikel dari berbagai kanal.</li> </ol>
25 Agustus 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyunting 14 artikel dari berbagai kanal.</li> </ol>
26 Agustus 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengikuti Hipwee Talk.</li> <li>2. Menyunting 15 artikel dari berbagai kanal.</li> </ol>
28 Agustus 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berpartisipasi dalam acara 'Santai Sore Hipwee' sebagai pembantu pelaksana.</li> </ol>
29 Agustus 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyunting 20 artikel dari berbagai kanal.</li> </ol>
30 Agustus 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyunting 12 artikel dari berbagai kanal.</li> </ol>
31 Agustus 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyunting 16 artikel dari berbagai kanal.</li> </ol>
1 September 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyunting 14 artikel dari berbagai kanal.</li> </ol>
2 September 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengikuti Hipwee Talk.</li> <li>2. Menyunting 20 artikel dari berbagai kanal.</li> </ol>
5 September 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyunting 20 artikel dari berbagai kanal.</li> </ol>
6 September 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyunting 10 artikel dari berbagai kanal.</li> </ol>
7 September 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyunting 15 artikel dari berbagai kanal.</li> </ol>
8 September 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyunting 12 artikel dari berbagai kanal.</li> </ol>
9 September 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menulis artikel untuk kanal Wedding.</li> </ol>
13 September 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyunting 17 artikel dari berbagai kanal.</li> </ol>
14 September 2016	09.00 – 17.00	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyunting 20 artikel dari berbagai kanal.</li> </ol>

15 September 2016	09.00 – 17.00	1. Menyunting 12 artikel dari berbagai kanal.
16 September 2016	09.00 – 17.00	1. Menyunting 7 artikel dari berbagai kanal.
Total		35 hari
		Mengetahui,    Nendra Primonik Sekar Rengganis, S.IP.





### 13. Artikel 13

hipwee

TRENDING TERPOPULER INSPIRASI HIBURAN COMMUNITY

12 Tempat Nongkrong Asik yang Intagrammable di Surabaya. Hayo, Kamu Mau Pilih yang Mana?

11,267

4

SHARES COMMENTS

share on facebook

share on twitter



### 14. Artikel 14

hipwee

TRENDING TERPOPULER INSPIRASI HIBURAN COMMUNITY

hipwee / Hiburan / Cowok

Bagian Tubuh Cowok yang Nggak Bakal Luput Dari Pandangan Cewek. Banyak yang Nggak Tahu Ini

10,712

22

SHARES COMMENTS

share on facebook

share on twitter



### 15. Artikel 15

hipwee

TRENDING TERPOPULER INSPIRASI HIBURAN COMMUNITY

hipwee / Inspirasi / Motivasi

Saat Teman Mulai Susah Diajak Ketemuan, Jangan Merasa Ditinggalkan. Ini yang Harusnya Kamu Pikirkan

2,474

4

SHARES COMMENTS

share on facebook

share on twitter



### 16. Artikel 16

hipwee

TRENDING TERPOPULER INSPIRASI HIBURAN COMMUNITY

hipwee / Inspirasi / Style

Buatmu Anak Kuliah, Inilah 10 Item Fashion yang Wajib Dilirik Agar Anti Ketinggalan Zaman

315

1

SHARES COMMENTS

share on facebook

share on twitter



### 17. Artikel 17

hipwee

TRENDING TERPOPULER INSPIRASI HIBURAN COMMUNITY

Jangan Cuma Sodorin Testpack, Inilah 9 Cara Unik untuk Bilang 'Aku Hamil!' ke Pasangan Halalmu

975

4

SHARES COMMENTS

share on facebook

share on twitter



## Modul EYD Hipwee

Salah satu kekuatan dari artikel-artikel Hipwee adalah gaya bahasanya yang cenderung santai dan khas anak muda. Tapi, bukan berarti penulisan dan *editing* di Hipwee bisa dilakukan 'sekenanya' tanpa ada pegangan yang jelas.

Itulah mengapa selain modal KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), penulisan dan *editing* di Hipwee sepatutnya memang berpegang pada EYD (Ejaan Yang Disempurnakan) versi Hipwee sendiri. Tujuannya, supaya artikel-artikel terbitan Hipwee secara keseluruhan bisa lebih seragam dari segi kosa kata dan tata bahasa yang digunakan. Ada beberapa poin penting yang akan dibahas di Modul EYD Hipwee ini. Biar lebih jelas, mari disimak satu-satu ya!

### Penulisan Judul

- Tidak menggunakan titik di akhir judul. Contoh: **"5 Alasan Kenapa Kamu Harus Traveling ke Demak Sekali Seumur Hidup"**
- Setiap awal kata ditulis dengan huruf kapital. Huruf kecil hanya digunakan untuk kata-kata yang bersifat partikel (yang, di, ke, dengan)
- Partikel tetap ditulis dengan huruf besar jika ditulis di awal kalimat. Contoh: **Ke Mana Kita Akan Berujung Ya?"**

### Penulisan sub poin

- Huruf kapital hanya digunakan di awal kata. Contoh, **"Kepang rambut ini namanya *dutch braid*"**
- Sub poin tidak perlu menggunakan titik di akhirnya. Contoh yang benar: **"Remote TV memang sering jadi sumber rebutan"** bukan **"Remote TV memang sering jadi sumber rebutan."**
- Jika menggunakan kata dalam Bahasa Inggris, kata asing tersebut di-*italic*. Contoh, **"Kalau mau terlihat *fancy* kamu perlu tahu 8 tips ini"**

### Kata nggak baku yang penulisannya sering keliru

- cuma -> cuma (bukan cuman)
- gue -> gue (dibikin kompak, bukan gw)
- loe -> loe (dibikin kompak, bukan lo apa lau)
- Memperhatikan -> memerhatikan
- nggak -> nggak (bukan engga, engggank, ngga, gak, ga, apalagi g)
- Obyek -> objek
- orang tua -> artinya orang yang sudah tua, bisa siapa saja
- orangtua -> mengacu pada bapak dan ibu kita (ada perbedaan penulisan)
- pede -> pede, bukan PD
- pengen -> pengen (bukan pingin)
- sampai -> bukan sampe
- tahu -> tahu (bukan tau)
- kayak -> bukan kaya atau kaya'
- Udah -> udah

### Kata nggak baku tapi dikira baku

- asik -> (harusnya asyik)

- contek -> sontek
- ijin -> izin
- jaman -> (padahal zaman)
- kuatir -> khawatir
- merubah -> (padahal mengubah)
- mempraktekkan -> (seharusnya mempraktikkan)
- sekedar -> (padahal sekadar)

### Kata dari bahasa asing yang sering muncul di Hipwee

-> Kata dari bahasa asing dicetak miring. Apabila memakai imbuhan dalam bahasa Indonesia, sambungkan dengan tanda hubungan dan kata dari bahasa asing dicetak miring.

- ala -> ditulis A la
- bully -> nge-*bully*, *bully*-an
- cafe -> (biar kompak ditulis kafe)
- feminim -> seharusnya feminin
- hits -> dipisah dengan tanda (-) ex: nge-*hits*
- makeup -> ber-*makeup*, *makeup*-nya
- sex -> (ada kata 'seks' dalam bahasa Indonesia)
- Sexy → (Pakai 'Seksi' ada dalam bahasa Indonesia)
- Kimistri > Chemistry

### Penggunaan imbuhan 'pun'

Menurut KBBI 'pun' berarti 'Demikian juga'. Pertanyaannya kapan kata 'pun' harus disambung dan kapan harus dipisah?

- Pun yang memiliki arti sendiri harus diletakkan secara terpisah. Contohnya, **"Saya pun ingin mengikuti jejaknya jadi orang sukses."** **"Kamu pergi, aku pun akan pergi."**
- Pun yang berfungsi sebagai panduan ditulis menyambung dengan katanya. Kata-kata yang juga disebut **klitika** ini adalah: **adapun; andaiapun; ataupun; bagaimanapun; biarpun; kalaupun; kendatipun; maupun; meskipun; sekalipun; sungguhpun; dan walaupun.**

### Kata "kasar" yang masih diperbolehkan Bresengsek

### Kata slang dan kadang "absurd" yang sering dipakai

- Aih
- Eits
- Gaes → Guys
- ena-ena
- ciamik
- deh -> deh (bukan de)

- kan -> 'kan atau bukan
- lho -> (bukan lhoh apa lo)
- mah
- nih
- uwuwuwu
- Uuh
- Ge er



## Panduan Buat Kamu yang Bergabung Jadi Penulis di Hipwee

Modul pertama ini diberikan buat kamu yang baru bergabung di Hipwee. Ada 5 poin penting yang diulas dan nantinya dapat kamu jadikan pegangan saat mulai menulis di Hipwee. Nah, apa saja sih 5 poin penting yang harus kamu tahu?

1. Sekilas Tentang Hipwee
2. Mengenal Wordpress
3. Menemukan Ide dan Judul Artikel
4. Membuat Sub Poin
5. Memilih Gambar

### 1. Sekilas Tentang Hipwee

- Hipwee adalah media lifestyle dan entertainment yang berdiri sejak 2014.
- Hipwee fokus membuat konten yang disukai pembaca, sehingga mereka nggak ragu buat membagikan artikel-artikel Hipwee di sosial media.
- Setiap bulannya, ada lebih dari 6 juta unique visitors yang mampir di Hipwee.
- Rata-rata pembaca Hipwee adalah anak muda dengan rentang usia 18-24 tahun, 25-34 tahun, dan 35 tahun ke atas.
- Ada lebih dari 70% pembaca mengakses Hipwee via mobile, sedangkan 30% sisanya via desktop.

### Ada Apa di Redaksi Hipwee?

- Ada 7 desks yang masing-masing digawangi oleh 1 editor dan 2 penulis. Jumlah ini *tentative* karena ke depan Hipwee pasti akan terus berkembang.
- Setiap harinya Hipwee menerbitkan lebih dari 21 artikel dengan 3 artikel dari masing-masing kategori dan jam terbit tersendiri. Jumlah ini juga bisa jadi terus bertambah mengingat pembaca Hipwee yang makin banyak.
- Sebelum menulis, setiap harinya penulis harus berkonsultasi dengan editor dalam hal menentukan dan mengelaborasi ide.
- Ide yang sudah dielaborasi dan disepakati bersama kemudian dieksekusi oleh penulis dengan memperhatikan aturan-aturan penulisan di Hipwee.
- Tulisan yang sudah selesai selanjutnya akan melewati meja editor sebelum diterbitkan dan kemudian dipercayakan pada Tim Social Media.

### 2. Mengenal Wordpress

- Wordpress ibarat meja kerja buat penulis dan editor di Hipwee. Semua penulisan, proses editing, dan penerbitan dilakukan di sini.
- Khususnya buat kamu yang bergabung sebagai penulis, wajib banget untuk setidaknya sudah awam dengan open-source ini.
- Setelah resmi bergabung di Hipwee, kamu akan mendapatkan username dan password untuk mengakses wordpress Hipwee di <http://www.hipwee.com/be-cool/>
- Begitu berhasil login, kamu akan masuk ke laman "Dasbor". Selanjutnya klik pada "Pos", lalu "Tambah Baru" untuk mulai menulis.

### Ini yang Penting Diperhatikan Saat Menulis di Wordpress Hipwee!



- Kolom Judul -> Buat judul yang menurutmu *catchy* dalam maksimal 100 karakter.
- Kolom Tulisan -> Tulis artikelmumu dengan bahasa yang Hipwee banget dan lakukan editing seperlunya (ex: bold, italic, dan kutipan). Klik Tambahkan Media untuk memasukkan gambar.
- Kolom Kutipan -> Tulis kutipan yang bisa mewakili isi artikelmumu dalam 140 karakter.
- Jangan lupa untuk memilih Kategori dan Tag, memasukkan Gambar Utama lengkap dengan URL dan labelnya,
- Untuk video atau embed Instagram dan Twitter kamu bisa masuk ke bagian 'Visual' dalam Wordpress
- Simpan tulisan dengan klik Simpan Konsep. Ingat, jangan sekali-kali klik Terbitkan, ya!

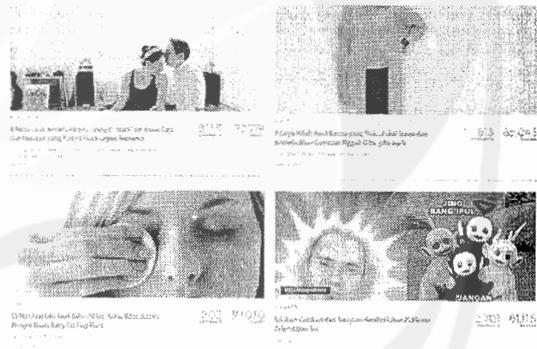
### 3. Menemukan Ide dan Judul Artikel

- Menemukan ide, mengelaborasi, lalu merumuskannya menjadi judul jadi tantangan tersendiri buat penulis di Hipwee.
- Seperti diketahui Hipwee dikenal karena artikel-artikelnya yang inspiratif, bermanfaat, serta dekat dan mewakili perasaan pembaca.
- Pertama, penulis dituntut untuk sensitif menemukan ide-ide yang bakal disukai pembaca.
- Berbekal informasi soal demografi pembaca, ide-ide yang dipilih sekiranya memiliki potensi untuk menjadi artikel yang viral.

### Gimana Caranya Menemukan Ide Artikel?

- Mulailah dengan rajin baca-baca artikel di Hipwee. Klik di kolom Terpopuler dan lihat artikel apa saja yang selama ini berhasil di Hipwee.
- Viralitas bisa didapat dari berbagai ide artikel. Mulailah dari hal-hal yang pernah kamu alami atau dekat dengan keseharianmu.
- Pikirkan apa yang sekiranya dibutuhkan anak-anak muda - apakah hal-hal yang memotivasi, tips dan trik yang aplikatif, sesuatu yang menyuarakan perasaan, atau hal-hal remeh yang lucu dan ringan?
- Elaborasi ide yang kamu temukan, pikirkan tentang angle dan framing yang akan kamu pakai untuk keberhasilan artikelmumu.

### Artikel-artikel yang Sukses di Hipwee



### Artikel-artikel yang Sukses di Hipwee



### Kenapa Penulis di Hipwee Harus Repot Mikirin Judul?

- Bingung atau kesel mikirin judul yang Hipwee banget mungkin akan kamu rasakan di masa-masa awal menulis.
- Hal ini justru wajar karena artinya kamu mulai punya sensitivitas menulis di Hipwee, yang memang berbeda dengan media lain.
- Judul adalah yang pertama kali dibaca oleh pembaca. Judul yang mewakili artikelmumu dan pastinya menentukan keberhasilan artikelmumu juga.
- Kamu harus meluangkan waktu untuk menemukan judul yang paling pas buat artikelmumu. Judul bisa dibuat di awal untuk menjaga alur menulismumu, dan di akhir untuk memastikan judulmu memang sesuai isi artikel.

#### Gimana Sih Bikin Judul yang Hipwee Banget?

- Judul artikel memang jadi perhatian di Hipwee. Makanya, kamu nggak bisa bikin judul artikel yang asal jadi di sini.
- Jangan bikin judul yang klise layaknya media-media lain. Ex: *5 Pertanyaan Seputar Seks, Ini Manfaat Buah Tomat untuk Kecantikan, 7 Derita yang Dialami Pasangan LDR.*
- Buatlah judul yang punya efek psikologis bagi pembaca.
  - Bikin mereka penasaran. Ex: *Jangan Ngaku Kekinian Kalau Belum Tahu 10 Rahasia Menggunakan WhatsApp dengan Maksimal.*
  - Mereka bisa merasa terwakili. Ex: *Rasanya Jadi Cewek Clumsy (Kagok Dandan, Gak Pintar Masak, dan Khawatir Kalau Gak Bisa Urus Suami)*
  - Bikin mereka kaget. Ex:
    - Sesuatu yang kontroversial. Ex: *Jangan Menikah Hanya Karena Sudah Masuk Umurnya, Karena Nikah Tak Semudah Kelihatannya.*
    - Bikin mereka baper juga bisa banget. Ex: *Sekarang, yang Penting Ibu Bahagia. Kebahagiaan Saya, Nanti Pasti Ada Waktunya.*
    - Sesuatu yang lucu dan bikin mereka pengen baca. Ex: *8 Alasan Kenapa Lala Selalu Salah, Sampai di Bully Terus Sama Po.*
- Pikirkan kalimat judul yang efektif, nggak terlalu panjang tapi sudah memuat informasi.

#### Gimana Supaya Bikin Judul Jadi Lebih Mudah?

- Skill ini nggak bisa di dapat dengan instan, kamu perlu rajin latihan.
- Pastikan untuk selalu bikin alternatif judul. Ini penting supaya memudahkan kerja editor juga (3 judul untuk 1 artikel).
- Jangan malas buat searching judul-judul di Hipwee. Amati judul-judul yang sudah diterbitkan dan berhasil.
- Belajar dari hasil editan editor, kamu jadi tahu bagaimana judulmu diubah. Konsultasikan ke editor dan tanyakan alasannya misal judulmu mengalami banyak perubahan.
- Jangan cuek setelah selesai menulis. Rajin-rajinlah bikin analisa atas performamu sendiri. Pertanyaannya: Apakah judul yang kamu buat bisa berhasil sekaligus minim editing?

#### 4. Membuat Sub Poin

- Sub Poin jadi bagian penting dalam artikel-artikel terbitan Hipwee. Alasannya:
  - Akses pembaca lebih banyak via mobile.
  - Besar kemungkinan pembaca nggak membaca keseluruhan isi artikel, tapi sub poinnya saja.
  - Pesan dalam sub poin cenderung lebih mudah diingat pembaca sehingga menjadi penentu keberhasilan artikel.
  - Sub poin juga yang pada akhirnya ikut menentukan apakah artikelmumu bisa menjadi viral atau tidak.

#### Gimana Sih Caranya Bikin Sub Poin yang Catchy?

- Sub Poin ditulis dengan format Penajukan 3, tanpa Bold atau Italic.
- Penggunaan nomor bisa disesuaikan dengan kebutuhan artikel.
- Sub poin harus menjelaskan atau mewakili isi penjelasan dalam poin tersebut.
- Baiknya dibuat tidak terlalu panjang, tapi padat isi. Maksimal sub poin dibuat dalam dua baris saja.
- Untuk artikel yang terkesan bercerita, gunakan alur sub poin yang jelas.
- Apabila menggunakan kata ganti orang, pastikan untuk konsisten agar pembaca bisa paham maksudmu.

- Perhatikan pemilihan diksi dan penggunaan rima untuk memberi kesan *catchy*. Ex: *Kita boleh punya banyak masalah. Tapi kita punya Tuhan yang tak kenal kata payah.*
- Hindari kalimat majemuk dan bertingkat yang membingungkan. Ex: *Mengganti dekorasi kamar bisa jadi salah satu cara agar bosanmu nggak cepat datang dan dengan begitu kamu juga akan merasa jika itu seperti rumahmu sendiri.*
- Jangan menulis kalimat sub poin yang klise. Ex: *Teruslah berjuang demi menggapi cita-citamu.*
- Bedakan antara kata baku dan tidak baku, kata serapan, atau kata-kata kekinian (bahasa gaul). Ex: *Ketemu mantan emang bikin gondok, apalagi kalau dia udah punya gacoan baru. (contoh yang salah)*

#### 5. Memilih Gambar

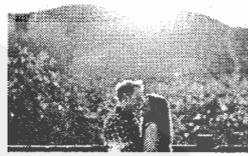
- Gambar adalah bagian yang nggak kalah penting, baik itu gambar di dalam *body* artikel maupun gambar utama.
- Pastikan gambar yang kamu pakai berukuran 750px400px (landscape). Jika ukuran gambar nggak sesuai, lakukan resize dengan Photoshop atau software lain.
- Pastikan kamu mengambil gambar dari sumber yang tepat (free to use). Beberapa sumber gambar yang bisa kamu pakai: *Tumblr, Favim, Pinterest, 500px, Flickr, Freepixels, Stock.xchng.*
- Telitilah menuliskan sumber gambar. Klik URL dari sumber gambar yang asli. Jangan hanya menulis *google.com*.
- Tuliskan *caption* gambar sepanjang 2-3 kata .

li Hipwee?

Yang ini gimana?



Gambar yang Baiknya Dihindari!



waktu dan energi ekstra memilih  
tama

ar Utama atau *Featured Image* ibarat wajah sebuah  
-i. Ia menjadi salah satu yang penting setelah konten  
bisa jadi ukuran keberhasilan artikelmu.

in gambar yang menurutmu terbaik dan mampu  
nembangkitkan emosi dan reaksi dari pembaca, misalnya:

- Controversial -> Seriusan nih? Yang bener? Ohya?
- Heart warming -> Ah so sweet, bener juga ya...
- Suprising -> Wow! Masa sih?!
- Funny -> Lucu nih, mau lihat ah...
- Artikel yang bagus sekalipun bisa jadi gagal viral ketika  
Featured Image yang kamu pilih nggak tepat.

Raih 1 Juta Pageview di Masa Trainingmu!

- Modul pertama ini adalah pegangan yang akan kamu pakai selama masa-masa awal menulis di Hipwee dan juga seterusnya.
- Modul ini diharapkan bisa membantumu mencapai 1 juta pageview selama 3 bulan masa trainingmu.
- Selama kamu menerapkan saran dalam modul ini dan mau berusaha, kamu punya kesempatan lolos dari masa training dan terus berkembang bersama Hipwee.

***Selamat menulis dan semoga berhasil, ya!***