



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISIS KOLABORASI *CITIZEN JOURNALIST* DAN
JURNALIS PROFESSIONAL DI MEDIA *ONLINE*
(STUDI KASUS PADA MEDIA *ONLINE* HIPWEE)**

TESIS

NADYA ARIESTA KOMALA DEWI

1806252763

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM PASCASARJANA ILMU KOMUNIKASI**

JAKARTA

JULI 2020



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISIS KOLABORASI *CITIZEN JOURNALIST* DAN
JURNALIS PROFESSIONAL DI MEDIA *ONLINE*
(STUDI KASUS PADA MEDIA *ONLINE* HIPWEE)**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Magister Sains dalam Manajemen Komunikasi**

NADYA ARIESTA KOMALA DEWI

1806252763

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM PASCASARJANA ILMU KOMUNIKASI**

JAKARTA

JULI 2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Nadya Ariesta Komala Dewi

NPM : 1806252763

Tanda Tangan : 

Tanggal : 1 Juli 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Nadya Ariesta Komala Dewi

NPM : 1806252763

Program Studi : Manajemen Komunikasi

Judul Tesis : Analisis Kolaborasi *Citizen journalist* Dan Jurnalis Professional Di Media *Online* (Studi Kasus Pada Media *Online* Hipwee)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Master of Sains pada Program Studi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Eriyanto, M.Si.

(.....)



Ketua Sidang : Dr. Reny Yuliati, M.Si

(.....)



Penguji Ahli : Dr. Firman Kurniawan S, M.Si

(.....)



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 22 Juli 2020

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala rahmat dan ridha-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis ini yang berjudul “Analisis Kolaborasi *Citizen journalist* Dan *Jurnal*is Professional Di Media *Online* (Studi Kasus Pada Media *Online* Hipwee)”. Tesis ini disusun dalam rangka memenuhi persyaratan untuk meraih gelar Magister Sains dalam Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini tidak lepas dari bentuk bimbingan, materiil maupun moril berupa dorongan, semangat, dan doa bagi penulis agar mampu mengadapi serta mengatasi kesulitan dan hambatan yang ada selama pengerjaan tesis ini. Oleh karena itu dengan segala ketulusan, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Eriyanto, S.IP, M.Si selaku pembimbing tesis, terima kasih atas seluruh waktu yang diluangkan, arahan, ketelitian dalam membimbing, dukungan, masukan dan kepercayaan yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
2. Dr. Donna Asteria S.Sos., M.Hum selaku pembimbing akademis, terima kasih atas waktu yang diluangkan dalam memberi dukungan, masukan dan kepercayaan yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
3. Dr. Hendriyani, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Pascasarjana Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UI. Terima kasih atas dukungan, masukan dan peluang yang diberikan untuk bisa segera menghadapi sidang tesis.
4. Para dosen pengajar di Program Studi Pascasarjana kekhususan Manajemen Komunikasi yang berkenan memberikan ilmu, pengalaman dan wawasan baru.
5. Para staf dan petugas sekretariat Pascasarjana Komunikasi UI di Salemba yang selalu ramah dan siap membantu.

6. Seluruh narasumber di *Hipwee Community* yang telah meluangkan waktunya untuk dapat membantu penulis untuk dapat menyelesaikan studi dan tesis ini.
7. Teman-teman Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia angkatan 2018 yang tergabung dalam grup Whatsapp ‘Kelas B Aja’ serta beberapa yang berteman dengan saya di Instagram, terima kasih atas semangatnya
8. Teman-teman Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia angkatan 2018 yang selalu saling menyemangati dalam menyelesaikan tesis.
9. Ratna Agustini, Galuh Septi Ratnasari, Inten Mulya Putri, Fitha Siregar, dan Gita Lestari yang sudah menjadi sahabat-sahabat terbaik yang selalu mendukung dan menjadi pendengar setia keluh kesah penulis sejak di bangku SMA hingga sekarang ini.
10. Shella Rahmawati Putri, Dania Marsya Eka Putri, Mustika Rachmawati, Annissa Hafidzah, Mustika Tri Audini, dan Sisca Kurnia sebagai sahabat Lingga yang selalu mendukung dan menjadi pendengar setia keluh kesah penulis sejak kuliah.
11. Mama, Papa dan adikku, Ryan Aditya Saputra yang enggak pernah berhenti memberikan semangat dan berdoa agar Nadya dapat menyelesaikan penulisan tesis ini dengan baik.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu sebagai ucapan terima kasih atas segala doa, cinta, kasih sayang, semangat, perhatian, bantuan serta dukungan yang begitu besar kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki, maka dengan segala kerendahan hati, penulis menerima saran dan kritik untuk terciptanya kesempurnaan dalam pembuatan tesis ini. Akhir kata penulis berharap semoga tesis ini dapat digunakan untuk memberikan ilmu terkait public relations dan dapat memberikan manfaat berupa informasi, wawasan, kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi.

Jakarta, 1 Juli 2020

Nadya Ariesta Komala Dewi

HALAMAN PERNYATAAN PERSRTUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadya Ariesta Komala Dewi
NPM : 1806252763
Program Studi : Manajemen Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Kolaborasi Citizen journalist Dan Jurnalis Professional Di Media Online
(Studi Kasus Pada Media Online Hipwee)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 1 Juli 2020

Yang menyatakan.



Nadya Ariesta Komala Dewi

ABSTRAK

Nama : Nadya Ariesta Komala Dewi
Program Studi : Manajemen Komunikasi
Judul : Analisis Kolaborasi *Citizen journalist* Dan Jurnalis Professional Di Media *Online* (Studi Kasus Pada Media *Online* Hipwee)

Penelitian ini menganalisis kolaborasi *citizen journalist* atau jurnalis warga dengan jurnalis profesional yang dijalankan oleh media *online* Hipwee. Penelitian ini menggunakan konsep produsage dan *Pro-Am Model* dari Axel Bruns. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode penelitian studi kasus dengan strategi penelitian *single case study*. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah wawancara mendalam, observasi dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi *citizen journalist* dan media *online* Hipwee dilakukan melalui platform Hipwee *Community*. Bentuk kolaborasi yang dilakukan oleh *citizen journalist* (kontributor) dan Hipwee adalah pembuatan konten tulisan dan video, pengembangan kanal Hipwee, pembelajaran menulis di kegiatan *online* dan *offline* dan penyebaran informasi kepada masyarakat terkait berbagai kegiatan Hipwee. Kolaborasi ini tidak berjalan dengan baik karena beberapa hal, antara lain kurangnya perhatian terhadap karakteristik media online, kurangnya peran jurnalis profesional dan jurnalis amatir dalam aktivitas kolaborasi, peran penting editor dalam kolaborasi tidak dijalankan dengan baik, dan syarat inti kolaborasi Pro-Am Journalism ‘Bruns’ tidak dipenuhi Hipwee. Dengan demikian, sebaiknya Hipwee dan kontributor meninjau kembali kolaborasi antar keduanya agar terjadi situasi yang menguntungkan kedua pihak dan agar kolaborasi dapat berjalan dengan lebih baik.

Kata kunci :

Jurnalisme warga, Jurnalisme Professional, Media *online*, Produsage, *Pro-Am Model*

ABSTRACT

Name : Nadya Ariesta Komala Dewi

Study Program : Communication Management

Title : Analysis of Collaboration on *Citizen journalists* and Professional Journalists in *Online Media* (Case Study in *Online Media* - Hipwee)

This study analyzes the collaboration of citizen journalists or professional journalists with professional journalists run by Hipwee online media. This study uses the concept of producer and Pro-Am Models from Axel Bruns. This research is a qualitative research with case study research method with a single case study research strategy. Data collection techniques used by the writer are in-depth interviews and document analysis. The results showed that the collaboration of citizen journalist and online media Hipwee was carried out through the Hipwee Community platform. Forms of collaboration undertaken by citizen journalists (contributors) and Hipwee are the creation of written and video content, the development of Hipwee channels, learning to write in online and offline activities and the dissemination of information to the public regarding various Hipwee activities. This collaboration did not go well because of several reasons, including a lack of attention to the characteristics of online media, a lack of the role of professional journalists and amateur journalists in collaborative activities, the important role of editors in collaboration was not carried out properly, and the core requirements of Pro-Am Journalism 'Bruns collaboration 'not filled with Hipwee. Therefore, it is better for Hipwee and the contributors to review the collaboration between the two so that a situation can occur that benefits both parties and that the collaboration can run better.

Keywords :

Citizen journalism, Professional journalism, Online media, Pro-Am Models

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Signifikansi Penelitian	15
1.4.1 Signifikansi akademis.....	15
1.4.2 Signifikansi Praktis.....	22
1.5 Batasan Penelitian.....	23
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1 <i>Media Online</i>	24
2.2 <i>Professional journalism</i> di <i>Media Online</i>	25
2.3 <i>Citizen journalism</i> di <i>Media Online</i>	26
2.1.1 <i>User Generated Content (UGC)</i>	32
2.1.2 <i>Produsage</i>	33
2.4 Kolaborasi	35
2.5 <i>Pro-Am Model</i>	36
2.6 Kerangka Pemikiran	40
2.6.1 Asumsi Teoritis	40
BAB 3 METODOLOGI	42
3.1 Paradigma Penelitian	42
3.2 Pendekatan Penelitian	43

3.3	Metode Penelitian	43
3.4	Desain Penelitian	44
3.5	Objek Penelitian.....	45
3.6	Pemilihan Informan	46
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.8	Operasional Parameter	49
3.9	Teknik Pengolahan Data	53
3.10	Teknik Analisis Data	53
3.11	Keabsahan Data	55
3.12	Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian.....	57
BAB 4 HASIL PENELITIAN		59
4.1	Media <i>Online</i> Hipwee	59
4.2	<i>Professional journalism</i> di Media <i>Online</i> Hipwee	64
4.3	<i>Citizen journalism</i> di Media <i>Online</i> Hipwee	67
4.4	<i>User Generated Content</i> di Media <i>Online</i> Hipwee.....	71
4.5	Produsage oleh <i>Citizen journalist</i> di Media <i>Online</i> Hipwee	73
4.6	Kolaborasi <i>Citizen journalism</i> dan <i>Professional journalism</i>	83
4.7	<i>Pro-Am Model</i> di Media <i>Online</i> Hipwee	90
4.8	Temuan Menarik Penelitian.....	107
4.9	Rangkuman Hasil Penelitian.....	119
BAB 5 PEMBAHASAN DAN DISKUSI		120
5.1	<i>Pro-Am Journalism</i> di Media <i>Online</i>	120
5.2	Peran <i>citizen journalist</i> dan <i>Junalis Professional</i> pada <i>Pro-Am Journalism</i>	123
5.3	Peran Penting <i>Preditor</i> pada <i>Pro-Am Journalism</i>	125
5.4	Syarat Inti pada <i>Pro-Am Journalism</i>	127
5.5	<i>Pro-Am Journalism Model</i>	130
BAB 6 KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		132
6.1	Kesimpulan	132
6.2	Rekomendasi.....	133
5.1.1	Rekomendasi Akademis	133
5.1.2	Rekomendasi Praktis	134

DAFTAR REFERENSI.....	135
LAMPIRAN	140

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Hipwee <i>Community</i>	10
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Penjabaran teknik pengumpulan data.....	49
Tabel 3.2 Operasional Parameter Penelitian.....	52
Tabel 4.1 Data Hipwee <i>Community</i>	79
Tabel 4.2 Data Submission Hipwee Tahun 2020	80
Tabel 4.3 Tabel Hasil Penelitian – Aspek Media Online	112
Tabel 4.4 Hasil Penelitian – Aspek Professional Journalism	113
Tabel 4.5 Hasil Penelitian – Aspek <i>Citizen journalism</i>	114
Tabel 4.6 Hasil Penelitian – Aspek User Generated Content & Producership	115
Tabel 4.7 Hasil Penelitian – Aspek Kolaborasi.....	116
Tabel 4.8 Hasil Penelitian – Aspek <i>Pro-Am Model</i> Bagian 1	117
Tabel 4.9 Hasil Penelitian – Aspek <i>Pro-Am Model</i> Bagian 2	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Internet di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 <i>Citizen journalism & Mainstream Media</i>	3
Gambar 2.1 Towards Produsage.....	35
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	40
Gambar 4.2 Hipwee di Berbagai Platform	59
Gambar 4.3 Struktur Hipwee.....	65
Gambar 4.4 Artikel <i>Citizen journalist</i> di Hipwee.....	70
Gambar 4.5 Keterangan pada Artikel <i>Citizen journalist</i> di Hipwee.....	70
Gambar 4.6 <i>Dashboard</i> Penulisan <i>Listicle</i> Hipwee <i>Community</i>	72
Gambar 4.7 <i>Dashboard</i> Penulisan Narasi Hipwee <i>Community</i>	72
Gambar 4.8 Logo Hipwee <i>Community</i>	74
Gambar 4.9 Cara Membuat Artikel di Hipwee.....	77
Gambar 4.10 <i>E-mail</i> Pemberitahuan Kepada Kontributor Hipwee.....	78
Gambar 4.11 Tiga Kontributor Terbaik Hipwee Bulan Maret	82
Gambar 4.12 Salah Satu Kontributor Terbaik Hipwee Bulan Maret	82
Gambar 4.13 Kanal-kanal di Hipwee	83
Gambar 4.14 <i>Dashboard</i> Kontributor Hipwee	92
Gambar 4.15 Video Kolaborasi Tim Hipwee dan Anggota Hipwee <i>Community</i>	97
Gambar 4.16 Konten Live Instagram Hipwee <i>Community</i>	97
Gambar 4.17 Kelas Menulis <i>Online</i> Hipwee.....	98
Gambar 4.18 Kompetisi Menulis Ruang Belajar Wardah.....	102
Gambar 4.19 Survey untuk Kontributor Hipwee.....	105
Gambar 4.20 Bagan Bentuk Kolaborasi <i>Citizen journalist</i> dan Jurnalis Professional di Media Online Hipwee	110
Gambar 4.21 Rangkuman Hasil Penelitian.....	119
Gambar 5.4 <i>Pro-Am Journalism Model</i> di Media Online	130

DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Coding	140
Lembar Observasi 1	141
Lembar Observasi 2.....	143
Open Coding Naskah Wawancara	145
Naskah Wawancara 2	160
Naskah Wawancara 3	188
Naskah Wawancara 4	224
Naskah Wawancara 5	245
Naskah Wawancara 6	271
Axial Coding	296
Selective Coding.....	348
Dokumentasi Wawancara.....	369

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan internet di Indonesia terus meningkat. Data terbaru dari laporan We Are Social pada tahun 2020 menyebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia dan mengalami kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet dari tahun sebelumnya. Lalu berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka itu artinya 64% setengah penduduk Indonesia telah merasakan akses ke dunia maya. Dalam laporan ini juga diketahui bahwa saat ini masyarakat Indonesia yang terkoneksi dengan ponsel sebanyak 338,2 juta. Begitu juga data yang tak kalah menariknya, ada 160 juta pengguna aktif media sosial (medsos).



Gambar 1.1 Penggunaan Internet di Indonesia

Sumber : Suvei We Are Social & Hootsuite “Digital 2020 : Indonesia” (2020)

Dengan tingginya pengguna internet di Indonesia, maka kebutuhan untuk mengakses informasi melalui media berbasis online juga tinggi. Platform digital telah memberikan ruang dan kesempatan bagi media online untuk berkembang dengan pesat melalui biaya marketing, distribusi dan produksi yang lebih rendah daripada perusahaan media konvensional. Menurut Anggraini (2015), peningkatan jumlah pengguna dan akses internet ini menunjukkan bahwa teknologi media baru tersebut semakin terjangkau oleh khalayak dan sangat potensial ikut mendorong perkembangan *citizen journalism*, terutama versi *online*. *Citizen journalism* adalah tindakan seseorang sebagai *citizen*, atau sekelompok *citizen*, yang memainkan peran aktif dalam proses pengumpulan, pelaporan, analisis, dan penyebaran berita dan informasi (Bowman & Willis, 2003).

Citizen journalism atau jurnalisme warga lebih ditentukan dari apa hal yang disampaikan daripada darimana hal tersebut. Hal ini berarti, ia bisa ada dalam kerangka outlet media atau bisa muncul secara mandiri seperti bentuk postingan oleh blogger independen atau bentuk gambar dalam situs berbagi foto. Level kompleksitas dari produk juga dapat bervariasi, seperti berupa video yang diunggah di situs Youtube atau berupa komentar yang diposting pada akhir cerita portal berita *online* (Kelly, 2009). Hal-hal tersebut merupakan bentuk dari *user-generated content* (UGC). *User-generated content* adalah konten media yang diproduksi atau dibuat oleh masyarakat umum dibandingkan profesional berbayar, dan utamanya didistribusikan di Internet (Daugherty, Eastin, & Bright, 2008). Secara umum *user-generated content* dapat menjadi sesuatu selain konten. Hal ini bisa berarti berupa pengaruh, pengaruh terhadap berita yang jarang didapatkan konsumen sebelumnya (Kelly, 2009).

Saat ini, konten yang dibuat pengguna sebagai berita atau *user-generated content* (UGC) merupakan fenomena yang berkembang di masyarakat dan kadang-kadang, juga mampu memicu liputan di *mainstream media*. Menurut Barnes (2011) dalam penelitiannya berjudul *Citizen journalism vs Traditional Journalism : A Case for Collaboration*, dengan munculnya Internet, beberapa penulis meramalkan kemungkinan kehancuran *mainstream media* di tangan jurnalisme warga, meskipun itu belum terjadi. Namun pada kenyataannya, saat ini beberapa entitas media telah dipaksa untuk mengurangi operasi mereka atau untuk menutup medianya. Meskipun demikian tentu saja *mainstream media* masih berkembang dan terus memainkan peran pengawas atas

nama publik. Seiring dengan perubahan cara berita disajikan, *mainstream journalism* harus bergerak seiring waktu dan beradaptasi dengan perubahan tersebut.



Gambar 1.2 *Citizen journalism & Mainstream Media*

Sumber : Debatingeurope.eu (2015)

Citizen journalism umumnya memiliki beberapa karakteristik berikut, yaitu *citizen journalism* bersifat partisipatif, *citizen journalism* beroperasi berdasarkan struktur dan proses dari bawah ke atas yang didesentralisasi, *citizen journalism* tidak digerakkan oleh profit, memiliki keragaman sudut pandang, penekanan pada penerbitan yang bertentangan dengan *gatekeeping*, *citizen journalism* adalah jurnalisme dalam

bentuk *conversation*, *immediacy*, *citizen journalism* menekankan pada detail (Mare et al, 2018). Pada *citizen journalism*, *citizen journalist* berperan untuk menjadi pengawas untuk pengawas, *citizen journalist* melakukan *gatewaching*, bukan *gatekeeping*. *Gatewaching* berarti praktik untuk memperhatikan aliran informasi yang ada dari berbagai sumber dan menyoroti dari aliran tersebut bahwa informasi yang paling relevan dengan kepentingan pribadi seseorang atau untuk kepentingan masyarakat luas seseorang (Bruns, 2008).

Semakin jelas bahwa dengan dipersenjatai dengan alat-alat baru dan perangkat seluler (*smartphone*) yang mudah digunakan dapat membuat penerbitan menjadi lebih mudah, audiens *online* memiliki sarana untuk menjadi peserta aktif dalam pembuatan dan penyebaran berita dan informasi. Ini adalah argumen yang kuat bagi *mainstream media* dan *citizen journalist* untuk berkolaborasi dalam rangka memenuhi kebutuhan audiens mereka (Barnes, 2016). Dalam argumen kolaborasi ini, media tradisional harus mengenali risiko menggunakan salinan dari *citizen journalist* tanpa verifikasi. Satu cerita palsu atau laporan yang salah, satu blog yang penuh dengan ketidakakuratan, dapat diambil oleh lebih banyak situs web dan entitas media dan diedarkan ke seluruh dunia dalam hitungan menit. Pada penelitian Barnes (2016), diketahui bahwa di Jamaika, dan di beberapa negara Karibia lainnya, entitas media tradisional telah mulai merangkul jurnalis warga, tetapi memastikan bahwa pemeriksaan dan keseimbangan yang diperlukan sudah tersedia untuk verifikasi informasi sebelum disebarkan. *Mainstream journalism* telah ada selama 500 tahun. Sementara itu, *citizen journalism* adalah konsep yang cukup baru yang dapat menambah nilai pada entitas yang lebih tua. Keduanya dapat hidup berdampingan saat mereka berusaha mencapai tujuan yang sama.

Seiring dengan perkembangan internet, partisipasi yang dilakukan oleh *citizen journalist* menjadi semakin beragam bentuknya, namun yang pasti praktik *citizen journalism* telah merubah pembaca berita (*reader*) menjadi penulis berita (*writer*) melalui perilaku *news produsage* (Bruns, 2010). *News produsage* adalah proses pembangunan kolaboratif dan berkelanjutan serta perluasan konten berita yang ada untuk mencapai peningkatan lebih lanjut. Pada era internet web 2.0, konsumen atau pembaca berita (*reader*) beralih menjadi pengguna yang lebih aktif dan interaktif dengan berbagi, menyukai, mengomentari konten berita. Lebih dari itu pengguna

berpartisipasi dalam memproduksi konten berita dengan menulis informasi yang diketahuinya sehingga menjadi konten berita. Dengan demikian ia pun dapat disebut sebagai penulis berita (*writer*). Hal ini merupakan bentuk dari jurnalisme partisipatif.

Menurut Bruns (2010), jurnalisme partisipatif memiliki berbagai bentuk dan format, beroperasi di bawah sejumlah skema editorial, dan berfokus pada berbagai topik mulai dari spesialis hingga generik dan mikro-lokal ke global. Setidaknya terdapat empat model untuk hal tersebut yaitu *supervised or editor-assisted gatewatching* (contoh : OhmyNews), *gatewatching and community-based administration* (contoh : Kuro5hin dan Plastic), *open publishing* (contoh : Indymedia) dan *open editing* (contoh : Wikipedia dan Wikinews). Diantara model tersebut, yang paling memiliki hasil paling signifikan adalah OhMyNews dari Korea Selatan. Diketahui bahwa pada tahun 2003, OhMyNews menjadi situs berita *online* paling berpengaruh di Korea Selatan dengan menarik sekitar 2 juta pembaca sehari. Pada model *supervised or editor-assisted gatewatching* ini, editor situs memiliki hak untuk memilih dari semua berita yang dikirimkan, dan hanya mempublikasikan cerita yang mereka anggap relevan dengan situs tersebut. Namun, tidak ada kebijakan lebih lanjut untuk komentar dan debat selanjutnya. OhmyNews telah memperluas model ini dengan melakukan kolaborasi antara jurnalis warga dan jurnalis profesional. Pada model ini, semua cerita diperiksa dan diedit oleh editor profesional. Pada OhMyNews terdapat preditor yang berperan untuk memfasilitasi dan mempromosikan pembuatan konten berita yang dibuat pengguna. Preditor hadir sebagai fasilitator dari “*journalism as a conversation*” yang ada dalam komunitas *online* dari *citizen journalist*. Penelitian dari Seunghan Nah & Deborah S Chung berjudul *Communicative Action and Citizen journalism: A Case Study of OhmyNews in South Korea* telah menerangkan bahwa jurnalisme warga dapat dipahami dengan baik di persimpangan antara dunia kehidupan dan sistem. Terutama mekanisme koeksistensi dimana jurnalisme warga bersaing, berkolaborasi, berkoordinasi, dan berkompromi dengan jurnalisme profesional melalui tindakan komunikatif, seperti saling pengertian, diskusi berbasis alasan, dan membangun konsensus.

Menurut Wilson, Saunders dan Bruns (2008), banyak inisiatif untuk jurnalisme partisipatif dari *citizen journalist* yang didasarkan pada *crowdsourcing*. *Crowdsourcing*

adalah tindakan mengundang sekelompok orang untuk berpartisipasi secara khusus dalam tugas pelaporan atau *reporting* (Onuoha, Pinder dan Schaffer, 2015). Tentunya karena penggunaan teknologi internet yang memungkinkan penerbitan terbuka (*open publishing*), pengeditan kolaboratif (*collaborative editing*), dan konten yang didistribusikan (*distributed content*), maka *crowdsourcing* dapat diterapkan. Meskipun demikian, menurut Wilson, Saunders dan Bruns (2008), saat ini *citizen journalism* tidak dapat dilakukan tanpa masukan profesional yang berkelanjutan. Semakin jelas bahwa untuk berhasil, atau bahkan hanya untuk bertahan, proyek-proyek *crowdsourced citizen journalism* harus bergantung secara luas pada pekerjaan dan kepemimpinan tim inti profesional.

Pro-Am Journalism model yang memadukan konten yang dibuat pengguna atau *user-generated content* (UGC) dengan output pekerja proyek profesional adalah yang menurut pengalaman internasional sebagai yang paling layak diterapkan (Wilson, Saunders dan Bruns, 2008). Lalu NewAssignment.Net mengusulkan model pro-am untuk jurnalisme Internet, di mana kontributor warga akan bekerja sama dengan jurnalis mengenai proyek pelaporan (Rosen, 2006). Lebih lanjut menurut Rosen (2006), kontributor warga dan jurnalis profesional harus bekerja sama karena wartawan tidak terbiasa mendengarkan dengan baik sedangkan blogger tidak terlatih untuk memberikan berita berkualitas tinggi, oleh karena itu, perlunya kedua kategori untuk bekerja sama. Ada pula menurut editor majalah Vogue, Franca Sozzani (2011), saat ini adalah waktunya untuk Pro-Am Journalism, sekarang saatnya para profesional dan amatir bergabung, Pro-Am Journalist adalah karakter baru dari sektor media. Pro-Am Journalism tersebut juga oleh Glaser (2008) disebut sebagai “semi-pro” *journalism* yang ‘menggabungkan’ pekerjaan dasar dari warga biasa atau jurnalis yang tidak berpengalaman dengan keahlian editorial dan produksi jurnalis profesional. Contoh yang baik untuk *Pro-Am Journalism model* atau “*semi-pro journalism*” adalah OhMyNews, layanan jurnalisme warga negara Korea Selatan terkemuka, yang memadukan jurnalisme profesional dan amatir, pengawasan editorial yang kuat dan situs profesional serta manajemen konten.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, situs OhmyNews yang didirikan pada tahun 2000 di Korea Selatan menawarkan kisah sukses *citizen journalism* atau

jurnalisme warga di Asia. Ketika pertama kali diluncurkan, situs ini hanya memiliki sedikit staf dan anggaran kecil. Namun, pada 2015, outlet berita telah tumbuh menjadi salah satu platform media paling berpengaruh di negara ini dengan 100 staf, 80.000 jurnalis warga dari seluruh Korea Selatan, dan jutaan pemirsa per hari (Rastiya, Hendriyani & Pratidina). Berdasarkan penelitian dari Nah & Chung (2016), OhmyNews adalah salah satu outlet berita pertama yang mempublikasikan konten berita buatan *citizen* bersama dengan cerita jurnalis profesional. Di situs berita OhmyNews, jurnalis profesional bekerja dengan jurnalis warga untuk produksi dan reproduksi berita. Khususnya, kasus OhmyNews menunjukkan bagaimana jurnalisme warga hidup berdampingan dengan jurnalisme profesional melalui proses kerja sama, yang beroperasi melalui tindakan komunikatif seperti saling pengertian, diskusi berbasis alasan, dan pembangunan konsensus. Hal yang dilakukan oleh OhmyNews merupakan contoh dari *Pro-Am collaboration* yang termasuk dalam praktek model *citizen journalism* atau *participatory journalism*.

Bruns (2008) menjelaskan bahwa *Pro-Am Journalism model* memiliki kelebihan seperti dapat memecah batas-batas perusahaan, bentuk bekerja dengan komunitas tetapi untuk mendapat keuntungan, cara untuk membangun struktur organisasi yang heterarkis dan menggunakan hak cipta sebagai model bisnis utama. Kaye dan Quinn (2010), menegaskan bahwa *Pro-Am* adalah istilah yang digunakan pada kolaborasi antara jurnalis profesional dan kontribusi dari penonton (jurnalis amatir). Para jurnalis amatir sering berkontribusi konten secara gratis. Dengan model *pro-am*, jurnalis profesional menggunakan *brand*-nya untuk mendistribusikan konten tersebut. Para jurnalis profesional memahami konsep seperti nilai berita, pentingnya etika, dan cara mengedit konten untuk memastikan kualitas. Mereka umumnya menghasilkan produk yang lebih baik daripada jurnalis amatir yang bekerja sendiri. Kolaborasi *Pro-Am* adalah situasi *win-win* yang berarti kedua pihak (jurnalis profesional dan jurnalis amatir) mendapat manfaat dari kolaborasi tersebut.

Merujuk kesuksesan yang telah dialami oleh OhMyNews, media-media di Indonesia pun juga banyak yang menerapkan hal yang dilakukan OhMyNews dengan menyediakan bagian khusus untuk *citizen journalism* dan menerapkan *Pro-Am Model*. Sebagai contoh, pada TV terdapat CJ Net TV dan Wideshot Metro TV. Lalu pada radio

terdapat Berita dari Anda di PR FM. Selanjutnya pada koran terdapat rubrik *citizen journalism* di koran Tribun Jogja dan koran Harian Solopos. Penelitian sebelumnya dari Rastiya, Hendriyani & Pratidina (2018) berjudul *Mapping Citizen journalists' Profiles: A Case Study on Indonesian NET Citizen journalist (NET CJ) Program* telah memetakan profil anggota program CJ NET dan mengkaji kolaborasi jurnalis warga dengan jurnalis profesional melalui *Pro-Am Model*. Lalu Penelitian dari Ervina dan Nuraeni (2013) berjudul *Penerapan Citizen journalism Di Radio Siaran* telah membahas penerapan kolaborasi *citizen journalism* dengan jurnalis profesional di radio Pikiran Rakyat 107.5 FM news channel Bandung. Adapula penelitian dari Rahmadian (2019) berjudul *Motif Publik Berkontribusi Dalam Rubrik Jurnalisme Warga Koran Harian Solopos Tahun 2018* yang membahas motif masyarakat untuk ikut serta dalam praktik *citizen journalism* di koran harian Solopos.

Sementara itu, pada media baru atau media online, keberadaan *citizen journalism* tumbuh lebih pesat. Berdasarkan penelitian dari Muttaqin berjudul *Penerapan citizen journalism pada media online mainstream* (2014) menjelaskan bahwa media-media *online mainstream* merangkul jurnalis warga pada media warga. Para media *online* ini menyadari bahwa adanya kecenderungan dari masyarakat untuk menulis informasi atau konten berita secara *online*, khususnya masyarakat dari generasi produktif seperti millennial dan gen z.

Yohanes Widodo (2017) menyebutkan ada beberapa nama startup media digital atau startup media online di Indonesia yang memiliki kanal untuk menampilkan konten jurnalisme warga seperti Kumparan, Brilio, Hipwee, IDN Times, dan UC News. Startup media online ini sengaja membangun platform *user-generated content* yang didekasikan kepada jurnalis warga. Kumparan memiliki kanal bernama Story sejak Januari 2017, Brilio memiliki kanal bernama Creators Brilio sejak September 2017, Hipwee memiliki kanal bernama Hipwee *Community* sejak Maret 2015, IDN Times memiliki kanal bernama IDN Times *Community* sejak Februari 2017 dan UC News memiliki kanal bernama UC Media sejak 2017. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa Hipwee merupakan startup media online pertama yang memiliki kanal khusus untuk menampilkan jurnalisme warga. Hipwee juga startup media online yang secara konsisten menjalankan *Pro-Am Model* seperti halnya dengan OhMyNews. Konten yang

ada di Hipwee merupakan konten yang dihasilkan dari kolaborasi antara jurnalis profesional dan *citizen journalist* (jurnalis amatir), pengawasan editorial dan situs profesional serta manajemen konten. Menurut Ramdhan (2016), Hipwee merupakan salah satu dari dua situs populer berita yang berhasil menerapkan model bisnis UGC dengan konten yang berasal dari penggunanya sendiri.

Hipwee merupakan media *online* berkonsep “*social news site*” yang menyajikan konten dengan potensi viral tinggi di media sosial. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan baru empat bulan setelah pertama kali diluncurkan, Hipwee mampu menarik hingga satu juta pengunjung tiap bulannya dan membuat Hipwee tercatat sebagai perusahaan media paling pesat perkembangannya di Indonesia (Techinasia, 2014). Hipwee sendiri termasuk pada kategori media *online* yang lahir digital tanpa pernah memiliki versi cetak. Hipwee merupakan contoh dari startup media *online* yang berfokus pada millennial dan gen z. Hipwee memiliki ciri khas tersendiri dimana hampir kebanyakan tulisan-tulisannya berupa artikel dengan tema populer yang dekat dengan kehidupan sehari-hari anak muda urban dan menggunakan jenis esai berformat “*listing* atau *listicle*” yang bertaburan foto (Techinasia, 2014).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Yohanes Widodo (2016), dijelaskan bahwa Hipwee sebagai salah satu startup media digital di Indonesia telah didirikan oleh orang-orang muda, menargetkan pengguna dari kalangan muda (generasi milenial) serta menggunakan model bisnis yang mengandalkan pada *banner-ad*, sponsor konten dan *citizen journalism*. Lalu pada penelitian dari Cahyani (2018) berjudul Implementasi Knowledge Management Berbasis Web 2.0 pada Situs Berita Sosial Hipwee, diketahui bahwa Hipwee membangun platform Hipwee *Community* sebagai salah satu strategi bisnisnya. Lebih lanjut, komunitas yang dikembangkan Hipwee mulai tahun 2015 tersebut bertujuan untuk mengajak anak-anak muda Indonesia terlibat dalam berbagai kegiatan sosial, kreatif, dan pengembangan diri di kota mereka masing-masing. Selain itu, pada media *online* Hipwee terdapat kanal *Community* ditujukan untuk mewadahi para pembaca yang ingin berkontribusi dalam penulisan artikel di Hipwee (Cahyani, 2018). Namun karena sifatnya *crowdsourcing* maka penulis dari komunitas tidak diberi honor kepenulisan (Cahyani, 2018).

Hipwee *Community* adalah platform menulis gratis berbasis *user-generated content* (UGC) untuk anak muda yang memiliki minat dan hobi di dunia tulis menulis, di mana anggota yang tergabung dapat mengirimkan tulisan dan Hipwee akan menerbitkan sehingga dapat dibaca oleh jutaan pembaca di Indonesia (Cahyani, 2008). Hipwee mengajak para segmentasi pembacanya untuk ikut serta dalam memproduksi konten kreatif. Pada Hipwee *Community*, selain belajar menjadi jurnalis atau penulis, anggota Hipwee *Community* juga berkesempatan untuk menjadi berkembang menjadi jurnalis atau penulis profesional (Cahyani, 2008). Anggota Hipwee *Community* disebut kontributor. Melalui platform ini, para anggota Hipwee *Community* yang umumnya merupakan jurnalis amatir dapat berkolaborasi dengan jurnalis profesional atau terlibat pada proses *news produsage*. *Produsage* adalah jenis pembuatan konten yang dipimpin pengguna yang terjadi di berbagai lingkungan *online*, *open source software* dan *blogosphere* (Bruns, 2008).

Berdasarkan hasil penelitian dari Widayawati (2018) berjudul Strategi *Community Relations* dalam Menjaga dan Meningkatkan Jumlah Kontributor Untuk Menulis di Hipwee Tahun 2015-2018 diketahui bahwa pada tahun 2018 Hipwee mampu menjaga keharmonisan dan meningkatkan jumlah kontributornya untuk menulis di Hipwee. Namun data internal Hipwee 2020 justru menunjukkan rendahnya partisipasi dan keaktifan dari *citizen journalist* dalam pembuatan konten media.

Jumlah Member Hipwee <i>Community</i> (kontributor)	9000 person
Jumlah Active Member (kontributor)	1500-2000 person
Jumlah Monthly Average Submission Articles	500-600 articles
Jumlah Monthly Average Publish Articles	300-400 articles
Jumlah Monthly Average Rejected Articles	200-300 articles

Tabel 1.1 Data Hipwee *Community*

Sumber : Data Internal Hipwee (2020)

Berdasarkan data tersebut, diketahui bahwa *citizen journalist* yang tergabung dalam Hipwee *community* mencapai 9000 orang, namun anggota yang aktif hanya berkisar 1500-2000 dan jumlah artikel yang disumbangkan untuk menjadi konten di Hipwee hanya 500-600 artikel serta artikel yang terbit hanya 300-400 artikel. Hal ini menunjukkan rendahnya partisipasi kontributor Hipwee sebagai jurnalis amatir dalam membuat konten media. Padahal seperti yang sudah dikatakan oleh Bruns (2010) model kolaboratif berjalan jika pengguna aktif (seperti professional-amatir) berpartisipasi untuk membuat konten media. Rosen (2006) pun mengatakan bahwa kontributor warga dan jurnalis profesional harus bekerja sama dalam pembuatan konten media. Dengan demikian, hal yang terjadi di Hipwee menandakan kolaborasi antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir di Hipwee tidak berjalan dengan baik. Padahal Hipwee menerapkan *Pro-Am Model* sebagai strategi Hipwee.

Di sisi lain, menurut Wilson, Saunders dan Bruns (2008), *Pro-Am Journalism model* yang memadukan konten yang dibuat pengguna atau *user-generated content* (UGC) dengan output pekerja proyek profesional adalah yang menurut pengalaman internasional sebagai yang paling layak diterapkan. Adapula menurut editor majalah Vogue, Franca Sozzani (2011), saat ini adalah waktunya untuk Pro-Am Journalism, sekarang saatnya para profesional dan amatir bergabung. Franca Sozzani (2011) pun menyatakan bahwa Pro-Am Journalist adalah karakter baru dari sektor media. Bahkan NewAssignment.Net mengusulkan model pro-am untuk jurnalisme Internet, di mana kontributor warga akan bekerja sama dengan jurnalis mengenai proyek pelaporan (Rosen, 2006). Pernyataan dari para ahli ini menunjukkan Pro-Am journalism model merupakan model yang paling ideal untuk diterapkan pada jurnalisme yang berkembang saat ini. Namun sayangnya, ketika Hipwee memasuki tahun 2020 penerapan *Pro-Am Model* ini, partisipasi dari jurnalis amatir justru mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun sebelumnya, sehingga mempengaruhi kolaborasi Pro-Am journalism.

Berkaca dari kasus diatas, menarik untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana penerapan kolaborasi *citizen journalist* dengan media *online* yang dijalankan pada Hipwee *Community*? Hal tersebut menarik untuk dikaji mengingat penelitian terkait

dengan penerapan *Pro-Am Journalism* model melalui media baru seperti media *online* yang memiliki potensi untuk berkembang belum pernah dilakukan di Indonesia. Penelitian-penelitian terdahulu hanya membahas penerapan *Pro-Am Model* di media mainstream seperti tv, radio dan koran. Penelitian terkait dengan *Pro-Am Model* di media *online* masih terbatas pada website atau situs khusus *citizen journalism* yang dibuat oleh media *online*, bukan *Pro-Am Model* yang diterapkan pada kanal website media *online*, khususnya startup media *online*. Penelitian-penelitian terdahulu sejauh ini belum pernah ada yang membahas tentang penerapan *Pro-Am Model* pada media baru seperti pada industri startup media *online* di Indonesia. Oleh karena itu, akan sangat menarik untuk menganalisis penerapan *Pro-Am Model* yang dilakukan oleh Hipwee sebagai startup media *online* melalui penelitian studi kasus.

1.2 Perumusan Masalah

Peningkatan jumlah pengguna dan akses internet menunjukkan bahwa teknologi media baru telah semakin terjangkau oleh khalayak dan sangat potensial ikut mendorong perkembangan *citizen journalism*, terutama versi *online*. Seiring dengan perkembangan internet, maka partisipasi yang dilakukan oleh *citizen journalist* menjadi semakin beragam bentuknya, namun yang pasti praktik *citizen journalism* telah merubah pembaca berita (*reader*) menjadi penulis berita (*writer*) melalui perilaku *news* produsage dan didasarkan pada *crowdsourcing*. Lebih lanjut menurut Wilson, Saunders dan Bruns (2008), saat ini *citizen journalism* tidak dapat dilakukan tanpa masukan profesional yang berkelanjutan. Semakin jelas bahwa untuk berhasil, atau bahkan hanya untuk bertahan, proyek-proyek *crowdsourced citizen journalism* harus bergantung secara luas pada pekerjaan dan kepemimpinan tim inti profesional. *Pro-Am Model* yang memadukan konten yang dibuat pengguna atau *user-generated content* (UGC) dengan output pekerja proyek profesional adalah yang menurut pengalaman internasional sebagai yang paling layak diterapkan. Hal tersebut juga oleh Glaser (2008) disebut sebagai “semi-pro” *journalism* yang ‘menggabungkan’ pekerjaan dasar dari warga biasa atau jurnalis yang tidak berpengalaman dengan keahlian editorial dan produksi jurnalis profesional. Dengan *Pro-Am Model*, jurnalis profesional menggunakan *brand*-nya untuk mendistribusikan konten gratis dari jurnalis amatir tersebut. Para jurnalis profesional

memahami konsep seperti nilai berita, pentingnya etika, dan cara mengedit konten untuk memastikan kualitas. Kolaborasi Pro-Am adalah situasi *win-win* yang berarti kedua pihak (jurnalis profesional dan jurnalis amatir) mendapat manfaat dari kolaborasi tersebut.

Kolaborasi Pro-Am telah sukses dilakukan oleh salah satu media dari Korea Selatan bernama OhMyNews. Merujuk kesuksesan yang telah dialami oleh OhMyNews, media-media di Indonesia pun juga banyak yang menerapkan hal yang dilakukan OhMyNews dengan menyediakan bagian khusus untuk *citizen journalism* dan menerapkan *Pro-Am Model* (Muttaqin, 2014). Diantara media-media tersebut, terdapat media *online* yang secara konsisten dan menjadi startup media online pertama yang menjalankan *Pro-Am Model* seperti halnya dengan OhMyNews, yaitu Hipwee. Konten yang ada di Hipwee merupakan konten yang dihasilkan dari kolaborasi antara jurnalis profesional dan *citizen journalist* (jurnalis amatir), pengawasan editorial dan situs profesional serta manajemen konten (Cahyani, 2018). Menurut Ramdhan (2016), Hipwee merupakan salah satu dari dua situs populer berita yang berhasil menerapkan model bisnis UGC dengan konten yang berasal dari penggunanya sendiri.

Hipwee merupakan media *online* berkonsep “*social news site*” yang menyajikan konten dengan potensi viral tinggi di media sosial (Techinasia, 2014). Hipwee sendiri termasuk pada kategori media *online* yang lahir digital tanpa pernah memiliki versi cetak. Pada penelitian dari Cahyani (2018) berjudul Implementasi Knowledge Management Berbasis Web 2.0 pada Situs Berita Sosial Hipwee, diketahui bahwa Hipwee membangun platform Hipwee *Community*. Hipwee *Community* adalah platform menulis gratis berbasis *user-generated content* (UGC) untuk anak muda yang memiliki minat dan hobi di dunia tulis menulis, di mana anggota yang tergabung dapat mengirimkan tulisan dan Hipwee akan menerbitkan sehingga dapat dibaca oleh jutaan pembaca di Indonesia (Cahyani, 2018). Anggota Hipwee *Community* disebut kontributor. Melalui platform ini, para anggota Hipwee *Community* yang umumnya merupakan jurnalis amatir dapat berkolaborasi dengan jurnalis profesional atau terlibat pada proses *news* produsage.

Berdasarkan hasil penelitian dari Widayawati (2018) diketahui bahwa pada tahun 2018 Hipwee mampu menjaga keharmonisan dan meningkatkan jumlah

kontributornya untuk menulis di Hipwee. Namun data internal Hipwee 2020 justru menunjukkan rendahnya partisipasi dan keaktifan dari *citizen journalist* dalam pembuatan konten media. Dari jumlah anggota yang mencapai 9000 orang, jumlah member yang aktif hanya mencapai 1500-2000 orang. Sementara itu, jumlah artikel yang *disubmit* oleh kontributor hanya berkisar 500-600 artikel dan jumlah artikel yang dipublikasikan hanya mencapai 300-400 artikel. Hal ini menunjukkan rendahnya partisipasi kontributor Hipwee sebagai jurnalis amatir dalam membuat konten media. Padahal seperti yang sudah dikatakan oleh Bruns (2010) model kolaboratif berjalan jika pengguna aktif (seperti professional-amatir) berpartisipasi untuk membuat konten media. Rosen (2006) pun mengatakan bahwa kontributor warga dan jurnalis professional harus bekerja sama dalam pembuatan konten media. Dengan demikian, hal yang terjadi di Hipwee menandakan kolaborasi antara jurnalis professional dan jurnalis amatir di Hipwee tidak berjalan dengan baik. Padahal pernyataan dari para ahli menunjukkan Pro-Am journalism model merupakan model yang paling ideal untuk diterapkan pada jurnalisme yang berkembang saat ini. (Wilson, Saunders dan Bruns, 2008; Rosen, 2006; Sozanni, 2011). Namun sayangnya, ketika Hipwee memasuki tahun 2020 penerapan *Pro-Am Model* ini, partisipasi dari jurnalis amatir justru mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun sebelumnya, sehingga mempengaruhi kolaborasi Pro-Am journalism.

Permasalahan tersebut menarik untuk diteliti mengingat penerapan *Pro-Am Model* atau kolaborasi antara jurnalis professional Hipwee dan jurnalis warga seharusnya selalu berhasil karena menurut Wilson, Saunders dan Bruns (2008), *Pro-Am Journalism model* yang memadukan konten yang dibuat pengguna atau *user-generated content* (UGC) dengan output pekerja proyek profesional adalah yang menurut pengalaman internasional sebagai yang paling layak diterapkan. Bruns (2008) pun mengatakan bahwa penerapan *Pro-Am Model* atau kolaborasi antara jurnalis professional Hipwee dan jurnalis warga dapat memberikan keuntungan.

Lebih lanjut penelitian terkait dengan penerapan *Pro-Am Model* pada startup media *online* yang memiliki potensi untuk berkembang, belum pernah dilakukan di Indonesia. Penelitian-penelitian terdahulu hanya membahas penerapan *Pro-Am Model* di media mainstream seperti tv, radio dan koran. Penelitian terkait dengan *Pro-Am*

Model di media *online* masih terbatas pada web khusus *citizen journalism* yang dibuat oleh media *online* atau media warga, bukan *Pro-Am Model* yang diterapkan pada kanal website media *online*, khususnya startup media *online*.

Hipwee sebagai salah satu startup media *online* jelas memiliki permasalahan terhadap penerapan kolaborasi antara jurnalis profesional dan jurnalis amatirnya (kontributor). Hal ini juga menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan Hipwee untuk mengembangkan kolaborasi *citizen journalist* dan jurnalis profesional agar tetap berkelanjutan secara organisasional dan bisnis belum berhasil. Padahal *Pro-Am Model* yang memadukan konten yang dibuat pengguna atau *user-generated content* (UGC) dengan output proyek pekerja profesional adalah yang dianggap sebagai yang paling layak untuk diterapkan menurut pengalaman internasional (Wilson, Saunders dan Bruns, 2008).

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka terdapat pertanyaan yang akan dibahas dalam penelitian ini. Adapun pertanyaan yang akan dibahas adalah bagaimana penerapan kolaborasi *citizen journalist* dan jurnalis profesional di media *online* Hipwee?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sesuai dengan pertanyaan penelitian yang dimunculkan adalah mengetahui penerapan kolaborasi *citizen journalist* dan jurnalis profesional di media *online* Hipwee.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi akademis

Penelitian tentang pada penerapan kolaborasi *citizen journalist* dan media pada industri media *online* ini diharapkan dapat memberikan signifikansi akademis yaitu mengembangkan konsep *citizen journalism* di era media baru, terutama konsep produsage dan *Pro-Am Model* pada media *online*. Melalui penelitian ini dapat diketahui penerapan kolaborasi yang dilakukan bersama oleh jurnalis profesional dan jurnalis amatir dalam produksi dan reproduksi berita di industri startup media *online*.

Ada sejumlah penelitian sebelumnya terkait kolaborasi *citizen journalist* dan media yang dijadikan rujukan bagi penulis. Penelitian-penelitian tersebut adalah:

No	Judul	Nama	Hasil	Perbedaan
1	Mapping <i>Citizen journalists'</i> Profiles: A Case Study on Indonesian NET <i>Citizen journalist</i> (NET CJ) Program (2018)	Rastiya, Hendriyani & Pratidina	Anggota program NET CJ memiliki sejumlah karakteristik yang dapat ditemukan pada warga lainnya. Potensi mereka untuk menjadi jurnalis warga yang dapat dipercaya cukup besar, dan jika sepenuhnya dibuka, dapat mempercepat perkembangan demokrasi berita di Indonesia.	Penelitian ini belum menjelaskan kolaborasi dari <i>Pro-Am Model</i> bagi <i>citizen journalism</i> pada media <i>online</i>
2	Implementasi Knowledge Management Berbasis Web 2.0 pada Situs Berita Sosial Hipwee (2018)	Mufida Cahyani	Adaptasi konsep KM yang belum diterapkan pada Web 2.0 pada situs Hipwee yaitu konsep data mining, sedangkan konsep Web 2.0 yang sudah diterapkan pada KM yaitu unbounded collaboration, <i>user generated content</i> dan network effect.	Penelitian ini belum menjelaskan dampak dari penerapan <i>user generated content</i> bagi Hipwee dan <i>Hipwee Community</i>

3	Prodisage as a form of self-publication. A qualitative study of casual news produsage (2011)	Ike Picone	Artikel ini memberikan dorongan pertama menuju perluasan teori produsage ke kerangka kerja yang lebih berorientasi pengguna yang dipasang untuk mendekati produsage sebagai praktik sosial, bukan sebagai proses produksi informasi. Hasil penelitian menjelaskan bahwa publikasi diri diusulkan sebagai cara untuk memahami bagaimana rata-rata pengguna berita mengalami penggunaan berita yang produktif.	Penelitian ini belum menjelaskan dampak dari produsage sebagai proses produksi informasi yang seperti yang dilakukan oleh Hipwee
4	Communicative Action and <i>Citizen journalism</i> : A Case Study of OhmyNews in South Korea	Seunghan Nah & Deborah S Chung	Jurnalisme warga dapat dipahami dengan baik di persimpangan antara dunia kehidupan dan sistem. Terutama mekanisme koeksistensi dimana jurnalisme warga bersaing, berkolaborasi, berkoordinasi, dan	Penelitian ini belum menjelaskan penerapan <i>citizen journalism</i> pada media <i>online</i> yang berbentuk startup

			berkompromi dengan jurnalisme profesional melalui tindakan komunikatif, seperti saling pengertian, diskusi berbasis alasan, dan membangun konsensus.	
5	Produsage As Experience And Interpretation (2016)	Tereza Pavlíčková & Jelena Kleut	Produsage sebagai pengalaman penggunaan yang produktif pasti merupakan tindakan interpretasi pada saat yang sama. Seseorang harus menafsirkan media, genre media, dan konten media lainnya untuk menghasilkan kontribusi sendiri.	Penelitian ini belum menjelaskan penerapan produsage pada media <i>online</i>
6	Penerapan <i>Citizen journalism</i> Di Radio Siaran (2013)	Ervina dan Nuraeni	Bentuk kolaborasi yang terjalin di PR FM, diantaranya adalah <i>citizen journalist</i> tidak memiliki keahlian sebagai jurnalis dan hanya berperan sebagai pelapor. Meskipun ia bertindak selayaknya	Penelitian ini belum menjelaskan penerapan <i>citizen journalism</i> dalam media <i>online</i>

			jurnalis untuk menerima, menyampaikan dan melaporkan berita, tetapi ia tidak ikut menyiarkannya di radio. Lalu yang bertanggung jawab atas penerapan <i>citizen journalism</i> adalah radio PR FM	
7	Motif Publik Berkontribusi Dalam Rubrik Jurnalisme Warga Koran Harian Solopos Tahun 2018 (2019)	Vira Rahmadina	Motif yang mendorong partisipasi masyarakat dalam mengirimkan berita adalah kebutuhan aktualisasi diri dan kebutuhan akan prestasi. Kedua motif tersebut akhirnya mendorong mereka untuk menjalankan jurnalisme partisipatif di koran	Penelitian ini belum menjelaskan penerapan <i>citizen journalism</i> dalam media <i>online</i>
8	<i>Citizen journalism</i> vs. Mainstream <i>Journalism: A Study on Challenges Posed by</i>	Rabiah Noor	Jurnalisme warga tidak menimbulkan ancaman apa pun terhadap <i>mainstream journalism</i> karena baru pada tahun-tahun	Penelitian ini belum menjelaskan penerapan <i>citizen journalism</i> dalam

	Amateurs (2016)		pembentukannya. Bahkan, jurnalisme warga memiliki potensi manfaat sebagai sumber berita. Terbukti berguna untuk mengedepankan kisah-kisah yang tidak dapat diakses oleh jurnalis profesional.	praktik bisnis media <i>online</i>
--	-----------------	--	---	------------------------------------

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu sejauh ini belum pernah ada yang membahas tentang penerapan *Pro-Am Model* melalui media baru seperti media *online* belum pernah dilakukan di Indonesia. Penelitian terkait media *online* sudah pernah dilakukan di beberapa negara lain seperti Singapore, USA, Korea Selatan, Jamaika, dll. Media *online* sendiri merupakan media yang memiliki potensi untuk berkembang seiring dengan pesatnya perkembangan internet. Penelitian-penelitian terdahulu di Indonesia hanya membahas penerapan *Pro-Am Model* di media mainstream seperti tv, radio dan koran. Penelitian terkait dengan *Pro-Am Model* di media *online* masih terbatas pada web khusus *citizen journalism* yang dibuat oleh media *online* seperti penelitian pada kompasiana.com dan pasangmata.com, bukan *Pro-Am Model* yang diterapkan pada kanal website media *online*, khususnya startup media *online* seperti Hipwee.

Tesis ini mengisi kekosongan penelitian tentang analisis kolaborasi *citizen journalist* dan jurnalis profesional di media *online* dalam upayanya untuk beradaptasi dengan perubahan cara-cara masyarakat dalam mengonsumsi media sekarang ini.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Penelitian tentang pada penerapan kolaborasi *citizen journalist* dan media pada industri media *online* ini diharapkan dapat memberikan signifikansi praktis sebagai berikut:

1. Menjadi bahan rujukan bagi industri media *online* dalam upaya meraih khalayak masyarakat dan pengiklan.
2. Menjadi referensi bagi pelaku industri media *online* dalam menerapkan news produsage
3. Menjadi referensi bagi pelaku industri media *online* dalam menerapkan *Pro-Am Model*
4. Menjadi bahan rujukan bagi tim Hipwee dalam mengevaluasi penerapan *citizen journalist* dan jurnalis profesional di media *online* Hipwee
5. Menjadi referensi bagi tim Hipwee dalam menerapkan strategi jurnalisme warga melalui platform *user-generated content* (UGC).

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini hanya akan fokus membahas pada penerapan kolaborasi antara *citizen journalist* dan jurnalis profesional di media *online* Hipwee serta menjabarkan strategi yang dilakukan oleh Hipwee untuk mengembangkan kolaborasi *citizen journalist* dan jurnalis profesional yang berkelanjutan secara organisasional dan bisnis di media *online* Hipwee. Penelitian ini tidak akan membahas hal-hal diluar dari kedua hal tersebut.

Sehubungan dengan fokus penelitian tersebut, penelitian ini mungkin dapat menghasilkan hasil yang berbeda jika dilakukan untuk meneliti kolaborasi antara *citizen journalist* dan jurnalis profesional di media *online* lainnya atau dengan jenis media lainnya. Selain itu, media *online* Hipwee sebagai perusahaan startup media *online* mungkin belum memiliki kelengkapan dokumen yang dibutuhkan sehingga tidak dapat menjabarkan secara lengkap terkait dengan kolaborasi antara *citizen journalist* dengan jurnalis profesional pada Hipwee *Community*. Dengan demikian, untuk dapat menganalisis kolaborasi antara *citizen journalist* dan jurnalis profesional di media *online*, peneliti akan lebih berfokus menganalisa melalui prinsip-prinsip dasar dari konsep produsage dan *Pro-Am Model* dari Axel Bruns berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan dengan jurnalis warga maupun dengan redaksi media *online* Hipwee.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media *Online*

Subakti (2011) menjelaskan bahwa media *online* (*online media*) juga berarti media massa yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet. Media *online* merupakan produk jurnalistik *online*. Jurnalistik *online* (*cyber journalism*) adalah pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet.

Subakti (2011) menjabarkan karakteristik media *online* adalah sebagai berikut:

1. Bersifat *real time* – sehingga proses publikasi dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja
2. Memuat berbagai macam model multimedia dan mendukung interaktifitas antar *user*
3. Lebih terdokumentasi
4. Tidak terbatas dalam hal jumlah halaman
5. Mekanisme dalam prosedur naskah cenderung lebih simpel
6. Jadwal terbit media *online* sangat ketat

Menurut Flavián dan Gurrea (Hashim et al, 2009), penggunaan *online news* dicirikan oleh peningkatan kecepatan untuk menjangkau pembaca, biaya distribusi informasi yang jauh lebih rendah, kemampuan untuk memperbarui berita secara terus-menerus, dan untuk membangun lebih banyak kontak dan interaksi langsung dengan pengguna. Untuk semua alasan ini, membaca berita *online* telah menjadi semakin populer dan organisasi surat kabar menyediakan beragam layanan *online*.

Konten memainkan peran yang sangat penting dalam berita *online*. ‘Konten adalah raja’ adalah slogan terkenal yang dikutip dari Huizingh (Hashim et al, 2009). Menurut Bucy (2004), konten dan fitur struktural pesan dapat mendorong perhatian audiens,

meningkatkan gairah penonton, meningkatkan memori, dan mempengaruhi evaluasi subyektif. Bucy (2004) menguraikan unsur-unsur konten dalam empat kategori besar informasi yaitu elemen teks, foto-foto, fitur yang memberikan rasa ketepatan waktu dan kedekatan ke halaman dan item keberadaan jaringan.

Nozato (2002) menerangkan bahwa media *online* memiliki kepercayaan setinggi media tradisional dalam keadaan tertentu, seperti *online newspaper* yang dinilai dapat menyampaikan informasi secara tepat waktu dan mendalam. Sebagai langkah yang menjadi tren di industri berita, konten berita *online* secara simultan menghasilkan dan mereproduksi kapasitasnya untuk melampaui konten media berita tradisional, melalui penyediaan pembaruan berita yang konstan dan berita terkini, menggabungkan fitur tambahan dalam ketentuan konten lokal dan potongan pendapat serta mengadopsi inisiatif konten yang dibuat pengguna/ *user generated content* (dalam Deuze, 2003).

2.2 Professional journalism di Media Online

Min (2016) menjelaskan pendekatan yang terjadi saat ini adalah media berita sebagai model 'informasi' daripada model 'percakapan atau conversation' atau dengan kata lain adalah "*journalism as a conversation*". Model jurnalisme profesional sendiri dapat dilihat sebagai media yang vertikal, 'informasional, dan didominasi elit. Lindner, Connell, dan Meyer (2015) mendefinisikan jurnalis profesional sebagai orang dengan pengalaman kerja masa lalu atau sekarang dengan organisasi berita yang menganut praktik *mainstream journalism*. Definisi ini cukup luas untuk mencakup orang-orang dengan pengalaman sebagai reporter, editor, dan *producer* untuk media cetak dan penyiaran, tetapi juga para profesional yang bekerja untuk publikasi *online* yang masih mematuhi sebagian besar praktik *mainstream journalism*.

Mare et al (2018) memberikan karakteristik untuk *professional journalism* sebagai berikut:

- a. Beroperasi dalam struktur editorial formal
- b. Kecepatan dibatasi oleh proses verifikasi
- c. Penggunaan perangkat profesional & pengeditan menyeluruh

- d. Terdapat langkah-langkah yang diambil untuk memverifikasi informasi
- e. Akuntabilitas adalah nilai inti
- f. Etika adalah standar
- g. Terdapat badan regulasi ada dan *gatekeeping*
- h. Jurnalis profesional dipekerjakan dan dibayar untuk praktik jurnalisme

Mare et al (2018) juga menjelaskan bahwa terdapat beberapa persamaan antara *citizen journalism* dan *professional journalism* yaitu (1) baik jurnalisme warga maupun jurnalisme profesional telah memberitakan kebenaran, menyebarkan informasi, dan menjunjung tinggi kebenaran sebagai kekuatan pendorong mereka; (2) baik jurnalisme warga dan jurnalisme profesional harus beroperasi berdasarkan nilai-nilai lama jurnalisme yang diterima yang mempromosikan integritas jurnalistik seperti objektivitas, kebenaran, dan keadilan; (3) baik jurnalis warga dan jurnalis profesional memiliki misi untuk mempromosikan transparansi dan akuntabilitas dengan menemukan cerita dan menginformasikan kepada public melalui cara yang benar; (4) baik jurnalisme warga dan jurnalisme profesional memiliki hal yang dipertaruhkan dalam praktik jurnalisme seperti arus informasi yang bebas, yang tidak boleh dihalang-halangi oleh undang-undang, kondisi sosial-ekonomi, perubahan teknologi atau sistem yang gagal.

2.3 Citizen journalism di Media Online

Menurut Shayne Bowman dan Chris Willis (2003), *citizen journalism* atau jurnalisme warga mengacu pada 'tindakan warga negara yang memainkan peran aktif dalam proses pengumpulan, pelaporan, analisis, dan penyebaran berita dan informasi'. Mare et al (2018) menjabarkan karakteristik *citizen journalism* sebagai berikut:

- a. *Citizen journalism* bersifat partisipatif
- Jurnalisme warga adalah bentuk jurnalisme interaktif yang memungkinkan warga negara biasa untuk menjadi peserta aktif dalam penciptaan dan penyebaran berita dan informasi.

- b. *Citizen journalism* beroperasi berdasarkan struktur dan proses dari bawah ke atas yang didesentralisasi

Struktur dan alur kerja jurnalisme warga didesentralisasi dan biasanya terjadi di luar dan tidak tergantung pada ruang redaksi tradisional. Seperti Internet itu sendiri, jurnalisme warga adalah pengorganisasian diri dan terstruktur dari bawah ke atas. Cara menciptakan dan menyebarkan berita dan informasi didistribusikan ke seluruh wilayah, geografi, teknologi, dan pengetahuan banyak orang. Alih-alih didasarkan pada organisasi media, informasi yang beredar melalui jurnalisme warga adalah dari komunitas, oleh komunitas dan untuk komunitas.

- c. *Citizen journalism* tidak digerakkan oleh profit

Tidak seperti dalam *mainstream journalism* yang sebagian besar didorong oleh tujuan menghasilkan laba, mayoritas kegiatan jurnalisme warga tidak dilakukan untuk mendapatkan laba.

- d. Memiliki keragaman sudut pandang

Jurnalisme warga cenderung menghasilkan keragaman perspektif dan keahlian yang lebih besar dan memberi pembaca akses ke lebih banyak sudut pandang dan informasi untuk menarik kesimpulan mereka sendiri.

- e. Penekanan pada penerbitan yang bertentangan dengan *gatekeeping*

Jurnalisme warga menjadikan mempublikasikan berita dan informasi sebagai prioritas daripada mengontrol konten melalui proses editorial. Namun dalam praktiknya, sebagian besar bentuk jurnalisme warga mensyaratkan tingkat kontrol editorial.

- f. *Citizen journalism* adalah jurnalisme dalam bentuk percakapan

Jurnalisme warga dicirikan oleh percakapan dua arah yang terjadi antara jurnalis warga, antara jurnalis warga dan anggota masyarakat lainnya dan / atau antara jurnalis warga dan profesional. Sifat percakapan jurnalisme warga mengungkapkan akun yang lebih akurat tentang bagaimana berita dan informasi sebenarnya dibuat.

- g. *Immediacy*

Jurnalis warga bisa lebih mobile dan responsif terhadap berita daripada jurnalis tradisional. Tanpa terhalang oleh struktur tradisional atau proses penyuntingan, jurnalis warga dapat melaporkan masalah yang terjadi.

h. *Citizen journalism* menekankan pada detail

Tidak seperti jurnalis yang terlatih secara konvensional, jurnalis warga sering menyajikan berita dan isu-isu publik dengan sudut pandang yang jelas. Mereka mengupayakan keadilan dengan menjelaskan sepenuhnya sudut pandang mereka dan menawarkan beragam pandangan, gagasan, dan perspektif. Ini membutuhkan pembaca untuk mengembangkan kriteria mereka sendiri untuk menilai otoritas dan akurasi.

'*Citizen journalism*' adalah istilah di mana fenomena atau praktik ini diketahui secara luas tetapi tidak berarti satu-satunya, terdapat istilah lain seperti *public journalism*, *grassroot journalism*, *open-source journalism*, *participatory journalism* (Kelly, 2009). Namun dalam studi ini, *citizen journalism* merujuk pada *participatory journalism*.

Participatory journalism adalah kontribusi pengguna yang diminta dalam bingkai yang dirancang oleh profesional (Nip, 2006). Hal ini berarti *citizen* diundang untuk berkontribusi aktif dalam proses pengumpulan berita, seleksi, publikasi, komentar dan diskusi publik, dan semua ini dicapai dalam kolaborasi dan dalam interaksi dengan jurnalis profesional. Jurnalis profesional dan jurnalis amatir bekerja bersama untuk mendapatkan *real story*, menghubungkan satu sama lain di seluruh *brand* untuk berbagi fakta, pertanyaan, jawaban, ide, perspektif dan itu berfokus pada proses lebih dari produk. Teknologi komputer dan Internet memungkinkan pengguna, sebagai individu atau kelompok, untuk memproduksi dan mendistribusikan item berita berdasarkan pengamatan atau pendapat mereka, dan sistem manajemen dan pemilihan berbasis komputer mendukung proses kerja kolektif untuk mengumpulkan bit informasi yang tersebar di seluruh jaringan.

J. D. Lasica (2003) mengklasifikasikan media bagi *participatory journalism* dalam kategori berikut:

1. *Audience Participation*/ Partisipasi pemirsa (seperti komentar pengguna yang dilampirkan pada berita, blog pribadi, foto atau rekaman video yang diambil dari kamera ponsel pribadi, atau berita lokal yang ditulis oleh penghuni komunitas)

2. *Independent news and information websites/* Situs web berita dan informasi independen (*Consumer Reports, The Drudge Report*)
3. *Full-fledged participatory news sites/* Situs berita partisipatif lengkap (One: convo, NowPublic, OhmyNews, DigitalJournal.com, GroundReport, 'Fair Observer')
4. *Collaborative and contributory media sites/* Situs media kolaboratif dan kontributor (Slashdot, Kuro5hin, Newsvine)
5. *Other kinds of "thin media"/* Jenis "media tipis" lainnya (milis, buletin email)
6. *Personal broadcasting sites/* Situs siaran pribadi (situs siaran video seperti KenRadio)

Menurut Wilson, Saunders dan Bruns (2008), banyak inisiatif untuk jurnalisme partisipatif dari *citizen journalist* yang didasarkan pada *crowdsourcing*. *Crowdsourcing* adalah tindakan mengundang sekelompok orang untuk berpartisipasi secara khusus dalam tugas pelaporan atau *reporting* (Onuoha, Pinder dan Schaffer, 2015). Tentunya karena penggunaan teknologi internet yang memungkinkan penerbitan terbuka (*open publishing*), pengeditan kolaboratif (*collaborative editing*), dan konten yang didistribusikan (*distributed content*), maka *crowdsourcing* dapat diterapkan.

Crowdsourcing juga dapat digunakan sebagai metode pencarian pengetahuan dalam jurnalisme partisipatif. Pembaca berpartisipasi dalam jurnalisme partisipatif sebagai komentator atau *producer* konten (Aitamurto, 2017). Dalam jurnalisme warga, orang yang bukan jurnalis berdasarkan profesi dapat membuat konten yang dapat dianggap sebagai jurnalisme (Aitamurto, 2017). Konten ini dapat dipublikasikan di blog independen dan situs berita yang dikelola *citizen* atau bahkan dalam publikasi yang dijalankan oleh jurnalis profesional.

Sementara itu, Outing (2005) mengklasifikasi *participatory journalism* dalam sebelas kategori, yakni:

1. *Opening up to public comment* yaitu komentar yang diberikan publik terhadap tulisan jurnalis profesional (contoh: InsideVC.com dan Poynter *Online*)

2. *The citizen add-on reporter* yaitu kontribusi yang diberikan masyarakat dalam artikel yang ditulis jurnalis profesional
3. *Open-source reporting* yaitu kolaborasi antara jurnalis profesional dengan non-jurnalis yang memiliki kemampuan dalam bidang yang akan dibahas dalam artikel (contoh: *The Spokesman-Review*, APME reader panel)
4. *Citizen bloghouse* yaitu bloghouse yang mengundang pembaca untuk ikut berkomentar (Lawrence.com Blogs, NJ.com Weblogs)
5. *Newsroom citizen transparency blogs* yaitu blog spesifik yang disediakan sebagai upaya transparansi sebuah organisasi media (*SpokesmanReview.com*'s "News Is a Conversation" blog)
6. *Stand-alone citizen journalism site: edited version* yaitu website yang dimiliki oleh *citizen* yang melalui proses editing sebelum berita dipublikasikan (*MyMissourian*, *WestportNow*)
7. *Stand-alone citizen journalism site: unedited version* yaitu website yang dimiliki oleh *citizen* yang meniadakan proses editing pada publikasi beritanya (*Backfence.com*, *Goskokie*)
8. *Stand-alone citizen journalism site: add a print edition* yaitu website yang dimiliki oleh *citizen* yang juga menyediakan versi cetak untuk informasi warganya (*MyTown*, *Bluffton Today*)
9. *The hybrid: pro + citizen journalism* yaitu hal ini berarti jurnalisme yang melibatkan jurnalis profesional dalam proses gate keeping informasi dari jurnalis warganya (*OhmyNews.com*)
10. *Integrating citizen and pro journalism under one roof* yaitu penggabungan antara jurnalis profesional dan jurnalis warga dalam satu organisasi media;
11. *Wiki journalism : where the readers are editors* yaitu *citizen journalism* model wiki yang memberi kesempatan kepada pembaca untuk menjadi editor bagi berita atau informasi yang dipublikasikan (*WikiNews*).

Citizen dapat mengekspresikan minat dan keinginan mereka dengan apa yang dikenal sebagai rekomendasi yang dikontrol pengguna dan menghubungkan portal (Kelly, 2009). Menurut Nip (2006), *citizen journalist* atau jurnalis warga adalah orang-orang yang bertanggung jawab untuk mengumpulkan konten, melihat, mengurangi proses, dan menerbitkan produk berita. Lebih lanjut Nip (2006) melakukan pemetaan atas literatur jurnalisisme warga. Menurut Nip (2006), ada empat jenis jurnalis warga berdasarkan tingkat editorial dan tipe kontribusi mereka : (1) *participatory*, (2) *para*, (3) *news-media watchdog*, dan (4) *community*.

1. *Participatory Citizen journalists*: Jurnalis partisipatif didefinisikan sebagai orang yang menyumbangkan konten berita, opini, dan informasi ke organisasi berita tradisional. Sebagai wartawan partisipatif, orang-orang mengirimkan konten hyperlocal untuk dipublikasikan di bagian-bagian tertentu dari situs web.
2. *Para Citizen journalists*: para-jurnalis adalah orang-orang yang menyumbangkan konten berita, opini, dan informasi yang berpusat di sekitar suatu peristiwa dalam pembuatannya. Mereka membentuk komunitas sementara yang diikat bersama oleh arus informasi yang berpusat di sekitar peristiwa tertentu.
3. *News-Media Watchdog Citizen journalists*: *News-Media Watchdog Citizen journalists* didefinisikan sebagai jurnalis yang memverifikasi dan mengkritik kinerja media berita. Jurnalis warga sering hyperlink ke dan mendiskusikan konten media-berita tradisional. Jurnalis warga diperlukan, mengingat banyaknya informasi dan berita yang tersedia secara *online*, dan menawarkan analisis yang lebih mendalam mengenai masalah dan urusan publik.
4. *Community Citizen journalists*: *Community Citizen journalists* adalah individu yang bermaksud untuk mempublikasikan informasi yang dimaksudkan untuk memberi manfaat dan melibatkan masyarakat. Jurnalis warga berkontribusi pada perbaikan komunitas dengan menerbitkan berita lokal dan dengan mendukung percakapan sipil di antara kelompok orang yang lebih kecil dan lebih homogen, sementara secara ideal mendapat untung dari pekerjaan mereka agar tetap berkelanjutan.

Menurut Bruns (2010), *participatory journalism* memiliki berbagai bentuk dan format, beroperasi di bawah sejumlah skema editorial, dan berfokus pada berbagai topik mulai dari spesialis hingga generik dan mikro-lokal ke global. Setidaknya terdapat empat model untuk hal tersebut yaitu *supervised or editor-assisted gatewatching* (contoh : OhmyNews), *gatewatching and community-based administration* (contoh : Kuro5hin dan Plastic), *open publishing* (contoh : Indymedia) dan *open editing* (contoh : Wikipedia dan Wikinews).

2.1.1 *User Generated Content (UGC)*

User-generated content adalah konten media yang diproduksi atau dibuat oleh masyarakat umum dibandingkan profesional berbayar, dan utamanya didistribusikan di Internet (Daugherty, Eastin, & Bright, 2008). Secara umum *user-generated content* dapat menjadi sesuatu selain konten. Hal ini bisa berarti berupa pengaruh, pengaruh terhadap berita yang jarang didapatkan konsumen sebelumnya (Kelly, 2009).

User-generated content (UGC), kadang-kadang juga disebut sebagai *user-created content* (UCC), adalah istilah umum yang mencakup berbagai jenis media dan jenis konten kreatif yang dibuat atau setidaknya secara substansial dibuat oleh *user* atau pengguna atau kontributor yang bekerja di luar lingkungan profesional konvensional (Bruns, 2016). Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) memberikan tiga kriteria utama untuk UGC yaitu (Bruns,2016):

1. UGC harus "dibuat tersedia untuk umum melalui Internet";
2. UGC harus mencerminkan “sejumlah upaya kreatif”;
3. UGC harus “dibuat di luar rutinitas dan praktik profesional”

Ketiga kriteria tersebut tidak boleh disalahartikan sebagai bahwa UGC sepenuhnya merupakan konten amatir, namun hal ini dapat diartikan bahwa UGC tidak diproduksi dalam konteks inheren profesional, tetapi mungkin juga diproduksi oleh pengguna dengan pengetahuan dan keterampilan tingkat profesional (Bruns, 2016).

2.1.2 Produsage

Menurut Bruns (2008), produsage adalah jenis pembuatan konten yang dipimpin pengguna yang terjadi di berbagai lingkungan *online*, *open source software* dan *blogosphere*. Produsage merupakan proses pembangunan kolaboratif dan berkelanjutan serta perluasan konten yang ada untuk mencapai peningkatan lebih lanjut.

Bruns (2008) menunjukkan bahwa produsage ada dalam konteks yang lebih luas dari konsep baru dan yang muncul untuk menggambarkan lingkungan sosial, teknologi, dan ekonomi untuk pembuatan konten yang dipimpin pengguna. Membentuk era pra-Internet untuk periode Web 2.0, konsumen beralih menjadi pengguna yang lebih aktif dan interaktif dengan berbagi, menyukai, mengomentari, atau menambahkan nilai-nilai mereka sendiri ke konten dalam perangkat lunak sosial termasuk berbagai platform media sosial. Dengan memfokuskan pada produksi dan distribusi informasi, Bruns memperkenalkan konsep yang cocok untuk analisis produksi informasi yang digerakkan pengguna secara *online*.

Menurut Bruns (2010), proyek produsage dibangun berdasarkan empat prinsip universal:

1. *Open Participation, Communal Evaluation* (Partisipasi terbuka, evaluasi komunal):

Produsage didasarkan pada keterlibatan kolaboratif dari komunitas peserta dalam proyek bersama. Produsage didasarkan pada prinsip inklusivitas, bukan eksklusivitas, dan karenanya terbuka untuk semua pendatang. Oleh karena itu, Produsage memanfaatkan berbagai pengetahuan, keterampilan, bakat, dan gagasan yang tersedia seperti yang tersedia dan mendorong para pesertanya untuk menerapkan kapasitas yang beragam ini pada proyek yang ada. Kontribusi mereka pada gilirannya dievaluasi oleh peserta lain karena mereka memberikan kontribusi mereka sendiri untuk upaya bersama seperti kontribusi yang dianggap berguna dan relevan akan lebih ditingkatkan, sementara mereka yang tidak, akan tetap tidak digunakan.

2. *Fluid Heterarchy, Ad Hoc Meritocracy* (Heterarki, meritokrasi ad hoc):

Produser dalam komunitas produsage berpartisipasi sebagaimana yang sesuai dengan keterampilan pribadi, minat, dan pengetahuan mereka yaitu partisipasi seperti itu terus berubah sebagai titik fokus saat ini untuk perubahan proyek produsage. Produsage harus berasal dari prinsip ekuipotensialitas, asumsi bahwa sementara keterampilan dan kemampuan semua peserta dalam proyek produsage tidak sama, mereka memiliki kemampuan yang sama untuk memberikan kontribusi yang layak kepada proyek. Kepemimpinan ditentukan melalui evaluasi komunal yang berkelanjutan dari para peserta dan ide-ide mereka dan melalui tingkat jasa masyarakat yang dapat mereka kumpulkan dalam proses tersebut; dalam pengertian ini, maka, komunitas produsage adalah *meritocracies ad hoc*.

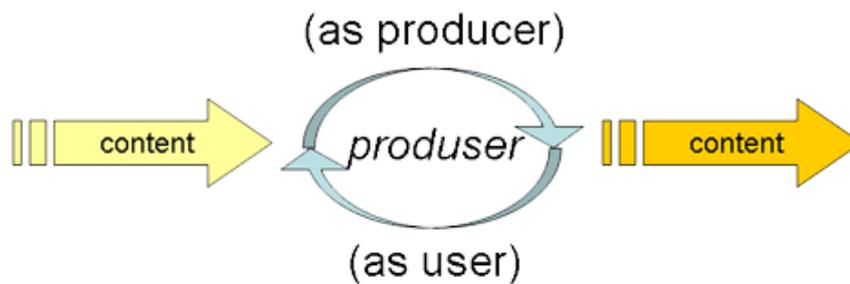
3. *Unfinished Artefacts, Continuing Process* (Artefak yang belum selesai, proses yang berkelanjutan):

Artefak konten dalam proyek produsage terus dikembangkan, dan karena itu selalu belum selesai. Perkembangan mereka berlangsung sepanjang jalur evolusioner dan berulang. Proses produsage harus selalu tetap belum selesai dan terus berlanjut. Produsage tidak berfungsi untuk penyelesaian produk (untuk distribusi kepada pengguna akhir atau konsumen); sebaliknya, ia terlibat dalam proses evolusi berulang yang ditujukan untuk peningkatan bertahap konten yang dibagikan komunitas. Konten yang ditemukan dalam komunitas produsage selalu hanya mewakili artefak sementara dari proses yang sedang berlangsung, sebuah snapshot dalam waktu yang kemungkinan akan berbeda lagi pada menit berikutnya, jam berikutnya, atau hari berikutnya.

4. *Common Property, Individual Rewards* (Properti umum, penghargaan individu):

Produsage mengadopsi skema lisensi berbasis *open source* atau *creative commons* yang secara eksplisit memungkinkan penggunaan tanpa batas, pengembangan, dan perubahan lebih lanjut dari kontribusi masing-masing pengguna untuk proyek komunal. Produsage komunal konten harus didasarkan pada asumsi bahwa konten yang dibuat dalam proses ini akan terus tersedia untuk semua peserta di masa depan seperti halnya tersedia untuk para peserta

yang telah memberikan kontribusi. Partisipasi dalam proyek produsage umumnya dimotivasi terutama oleh kemampuan *produser* untuk berkontribusi pada tujuan bersama, komunal. Tetapi meskipun konten diadakan secara komunal, *produser* dapat memperoleh jasa pribadi dari kontribusi individu mereka dan dalam beberapa kasus ini telah diubah menjadi hasil nyata untuk *produser* berdedikasi.



Gambar 2.1 Towards Produsage

Sumber : Axel Bruns (2008)

2.4 Kolaborasi

Kolaborasi dalam *citizen journalism* adalah hal yang semakin berkembang di era internet saat ini (Kaye & Quinn, 2010). *Citizen journalist* yang ikut dalam kolaborasi biasanya melihat diri mereka sebagai pelengkap dari media dan dalam beberapa kasus juga untuk mencermati media. Namun tidak seperti jurnalisme profesional dengan tenggat waktu penerbitannya dan tekad untuk menyampaikan cerita "lengkap", *citizen journalist* dapat mengembangkan atau memeriksa cerita satu per satu, seringkali memperbarui cerita yang sedang berkembang setiap hari. *Citizen journalist* yang berpartisipasi juga dapat berdebat, mempertanyakan, dan mengembangkan lebih lanjut temuan mereka sendiri secara berkelanjutan.

Dalam satu pandangan, ada tiga jenis kolaborasi dengan *citizen journalist*: (1) berita luas; (2) berita lokal atau regional; dan (3) pelaporan analitis dan "pemeriksaan berita" dari media tradisional (Rouse, 2006). Beberapa situs yang mendemonstrasikan kolaborasi dengan *citizen journalist* dalam tindakan meliputi: OhMyNews (situs Web

Korea); WikiNews; BackFence.com (dua kota di Virginia); dan Bayosphere (situs Bay Area-centered San Francisco). Tantangan yang dihadapi kolaborasi dengan *citizen journalist* dan, dalam hal ini, konten kolaboratif atau komentar adalah membuat konten yang mudah ditemukan dan membuatnya mudah dibaca.

Menurut Akifah (2012), *citizen journalist* bermanfaat dalam memuaskan nilai-nilai berita jurnalisisme dalam kerangka waktu. Ini juga mendukung *mainstream journalism* dalam menjaga berita terbaru dengan melibatkan warga untuk fleksibilitas dan ketersediaan mereka dalam menangkap dan melaporkan informasi kapan saja dan di mana saja. Selain itu, topik yang paling menarik perhatian oleh *citizen journalist* dapat digunakan sebagai topik utama dalam *mainstream journalism*. Di sisi lain, *citizen journalist* membutuhkan media profesional untuk memiliki proses pengakuan dan penyuntingan untuk menghasilkan kualitas pelaporan berita yang baik dalam hal akurasi dan obyektivitas. Fenomena ini membawa saling ketergantungan antara *citizen journalist* dan jurnalisisme profesional. Dengan demikian, jurnalis profesional harus menyadari bahwa *citizen journalist* muncul untuk membuktikan bahwa audiens tidak pasif tetapi aktif dalam mengkonsumsi informasi yang dilaporkan oleh media.

2.5 Pro-Am Model

Pro-Am adalah istilah yang digunakan pada kemitraan antara surat kabar dan/atau penyiar tradisional, dan kontribusi dari penonton (amatir). Para amatir sering berkontribusi konten secara gratis. Dengan model Pro-Am, profesional menggunakan *brand* untuk mendistribusikan konten itu. Para profesional memahami konsep seperti nilai berita, pentingnya etika, dan cara mengedit konten untuk memastikan kualitas. Mereka umumnya menghasilkan produk yang lebih baik daripada amatir yang bekerja sendiri. Kemitraan Pro-Am adalah situasi *win-win* yang berarti kedua pihak mendapat manfaat dari kemitraan tersebut (Kaye & Quinn, 2010).

Langkah lebih lanjut menuju pengembangan model kolaborasi Pro-Am yang menguntungkan kedua belah pihak adalah mengidentifikasi lebih jelas apa kebutuhan masing-masing pihak, dan kontribusi apa yang masing-masing mampu lakukan. Di sini, tampaknya sangat mungkin bahwa tugas-tugas intensif dalam proyek pengembangan

produk akan cenderung dilakukan oleh pengguna, sedangkan yang intensif-solusi cenderung dilakukan oleh produsen. Dengan kata lain, rata-rata komunitas produsen cenderung lebih mahir dalam mengidentifikasi kebutuhan baru dan mengeksplorasi solusi yang mungkin mengatasi masalah tersebut, sementara produsen profesional akan lebih baik dalam meningkatkan solusi yang dikenal yang memenuhi kebutuhan yang ada (Bruns, 2010).

Menurut Bruns (2010), Pro-Am ini memberikan saluran yang jelas untuk pengembangan koneksi dan kemitraan antara komunitas pengguna yang lebih luas dan perusahaan dan lembaga yang ingin terlibat dengannya. Atas dasar empat prinsip utama produsage seperti yang telah diuraikan di atas, Bruns (2010) merumuskan empat persyaratan inti untuk kolaborasi produsen / *producer* tersebut :

a. *Shared Responsibility and Control* (Tanggung Jawab dan Kontrol Bersama)

Tidak ada sisi proyek kolaboratif yang dapat diizinkan untuk memiliki proyek secara langsung. Sistem harus ada untuk berbagi tanggung jawab atas keberlanjutan keberadaannya, dan mengendalikan lintasan pengembangan selanjutnya.

b. *Mobility between Community and Corporation* (Mobilitas antara Komunitas dan Perusahaan)

Seperti disebutkan di atas, perbedaan yang ketat dan tidak fleksibel antara produsen dan produsen, antara pasar dan non-pasar, memberikan rintangan kontraproduktif untuk kolaborasi yang efektif antara staf produksi dan komunitas produsage.

c. *Redesign of Products as Evolving Artefacts* (Mendesain Ulang Produk sebagai Artefak yang Berkembang)

Sudah menjadi sifat dari proyek produsage bahwa hasil mereka harus tetap selamanya belum selesai. Proyek produsage mungkin menjadi standar yang memungkinkan proyek untuk digunakan di tempat produk yang dihasilkan secara komersial. Tetapi proyek yang telah mencapai tingkat pencapaian, yang tidak meninggalkan ruang lebih lanjut untuk perbaikan, juga telah berhasil

meniadakan kebutuhan akan keberlanjutan komunitas produsage yang berkelanjutan.

d. *Acceptance of Non-Exclusive Corporate Use of Content* (Penerimaan Penggunaan Konten Perusahaan yang Non-Eksklusif)

Penggunaan konten yang dikembangkan bersama oleh proyek diperbolehkan, tetapi penggunaan tersebut juga harus menghormati kepemilikan bersama dari komunitas produsage. Dalam hal ini, perusahaan tidak dapat mengharapkan diberikan hak eksklusif untuk menggunakan konten komersial yang dibuat oleh proyek; penangkapan partisipasi seperti itu akan mengubah keadaan umum kolaborasi proyek menjadi kepemilikan. Bagaimanapun, manfaat utama bagi mitra perusahaan dalam proyek tidak berasal dari eksploitasi komersial langsung dari konten yang mungkin dapat dibuat, tetapi dari hubungan jangka pendek dan jangka panjang yang memungkinkan mereka untuk membentuk hubungan baik dengan komunitas produsage.

Dalam menjalankan *Pro-Am Journalism*, terdapat preditor yang memiliki peran penting untuk menjaga *Pro-Am Journalism* berjalan dengan baik. Preditor merupakan penggabungan dari producer dan editor. Carah (dalam Wilson, Saunders & Bruns, 2008) mengartikan preditor sebagai karyawan media baru yang melakukan peran produksi dan editorial. [Ini] lambang dari pergeseran menuju industri media sebagai penghasil dan pengorganisasian konten.

Preditor memiliki beberapa tugas yaitu menulis dan mengedit salinan, memahami hukum dan peraturan penerbitan, berkomitmen pada nilai berita dan standar etika, memiliki literasi teknologi, membangun hubungan interpersonal, profesional kolaboratif dan web sindikasi konten di lingkungan berita *online* serta melayani, membimbing, dan mengelola komunitas pembuat konten (Wilson, Saunders & Bruns, 2008).

Preditor berperan untuk memfasilitasi dan mempromosikan pembuatan konten berita yang dibuat pengguna. Terdapat empat dimensi untuk peran preditor yaitu *content work*, *networking*, *community work*, dan *tech work*. Dalam menjalankan proyek, atau

bahkan dalam menyelesaikan tugas-tugas tertentu, preditor akan bekerja di keempat bidang:

1. *Content Work*

Preditor fokus pada peningkatan layanan yang ada untuk menarik dan mempertahankan komunitas pembuat berita yang pro-am. Bentuk utama pekerjaan pertama yang perlu dilakukan oleh preditor adalah pekerjaan konten: mengedit dan memproduksi konten asli untuk layanan jurnalisme warga.

2. *Networking*

Preditor perlu mengambil sejumlah tugas yang menghubungkan layanan mereka dengan sejumlah orang, dan tempat-tempat berita lainnya, dalam apa yang disebut sebagai "networked news environment" atau "ekosistem jurnalisme".

3. *Community Work*

Pekerjaan komunitas preditors meliputi semua upaya yang dapat digunakan untuk membawa orang ke layanan mereka, dan untuk membuat komunitas terlibat dengan konten di tempat dan satu sama lain. Preditor perlu memberi komunitas mereka (i) pelatihan, (ii) informasi spesifik lokasi, dan (iii) mediasi. Preditor juga perlu melakukan upaya khusus dengan "kontributor super" komunitas atau kelompok kecil yang menyediakan sebagian besar konten untuk layanan apa pun.

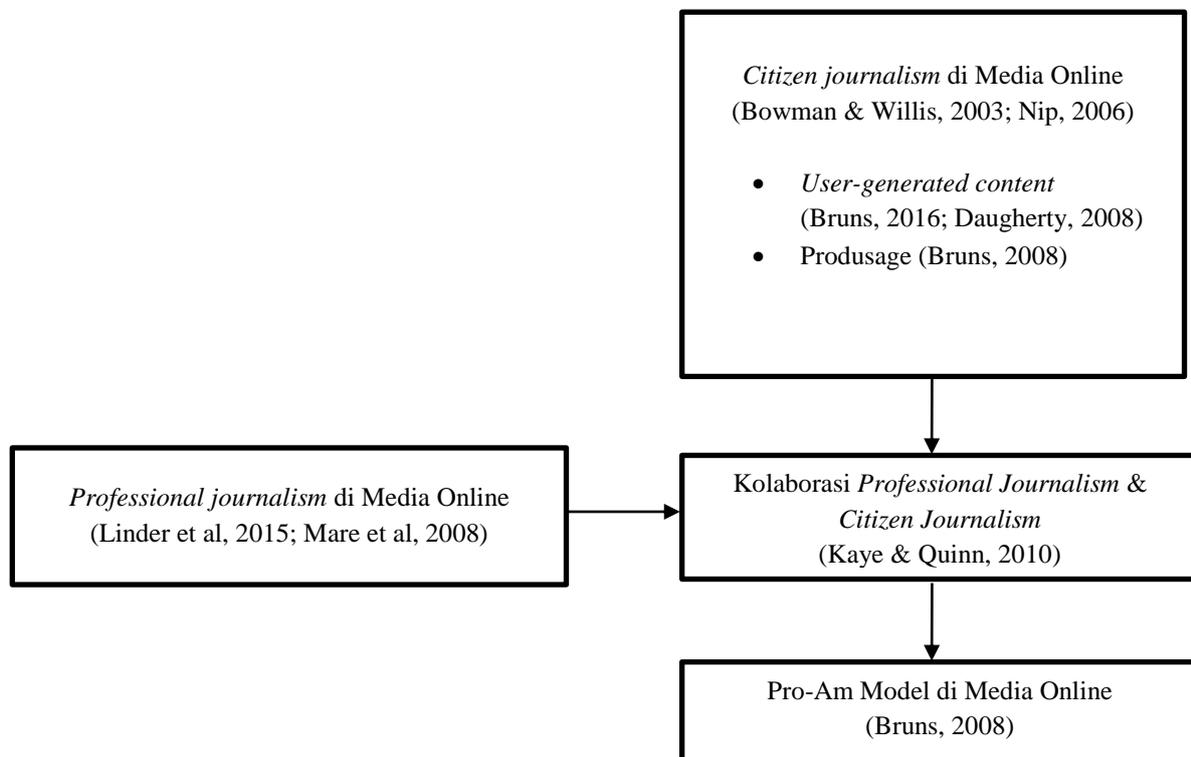
4. *Tech Work*

Bagi para preditor, pengetahuan tentang berbagai teknologi digital diperlukan untuk mendukung semua pekerjaan mereka, baik dalam menghasilkan dan mengedit konten, meningkatkan profil situs di seluruh lingkungan media jaringan, atau dalam melayani dan mengelola komunitas pengguna. Seperangkat dasar literasi teknologi sangat penting bagi preditor. Secara umum, tech work terbagi menjadi (i) pekerjaan teknis di tempat, (ii) pekerjaan teknologi di luar lokasi dan (iii) pekerjaan meta-tech.

2.6 Kerangka Pemikiran

Konsep pemikiran peneliti berasal dari konsep *Pro-Am Model* yang dirumuskan oleh Bruns (2008). Model ini dipilih untuk melengkapi proses produksi dan reproduksi berita yang melibatkan kolaborasi jurnalis profesional dan jurnalis amatir di media online. Pada *Pro-Am Model* terdapat tiga aktivitas yang terlibat yaitu *citizen journalism*, *professional journalism* dan kolaborasi. Konsep *citizen journalism* fokus melihat pada peran *citizen journalist* dalam kolaborasi jurnalisisme melalui proses produsage dan user-generated content. Lalu konsep *professional journalism* berfokus pada peran jurnalis profesional yang akan menjadi mempengaruhi pada kolaborasi jurnalisisme.

Serta, karakteristik media baru yang ikut mempengaruhi proses produksi dan reproduksi berita ditunjukkan melalui konsep media online. Kerangka pemikiran peneliti adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Modifikasi Penulis (2020)

2.6.1 Asumsi Teoritis

Berdasarkan kerangka konseptual pada gambar 2.1 peneliti menggambarkan model kolaborasi *citizen journalist* dan jurnalis profesional yang ada di media online melalui *Pro-Am Model*.

Pro-Am Model ini menggambarkan proses produksi dan reproduksi berita yang melibatkan jurnalis profesional dan *citizen journalist* hingga menjadi berita yang dipublikasikan ke khalayak. Peran dari *citizen journalist* akan dilihat melalui karakteristik dari *citizen journalism*. Peneliti juga mendalami proses dan hasil dari kinerja *citizen journalist* dalam memproduksi berita melalui proses produsage dan user-generated content. Lalu peran dari jurnalis profesional akan dilihat melalui karakteristik dari professional journalism.

Peneliti juga menambah satu konsep yang menjadi bagian dari produksi dan reproduksi berita pada penelitian ini yaitu penggunaan media baru sebagai medium kolaborasi jurnalis profesional dan *citizen journalist*. Penggunaan media baru atau media online akan didalami melalui konsep media online. Peneliti melihat bahwa media online ini menjadi faktor yang ikut mempengaruhi proses produksi dan reproduksi berita selain peran yang dilakukan oleh jurnalis profesional dan *citizen journalist*.

BAB 3

METODOLOGI

3.1 Paradigma Penelitian

Menurut Poerwandari (2007), paradigma merupakan pernyataan yang menerangkan bagaimana dunai dan kehidupan diperserpsikan. Paradigma yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma post-positivisme. Paradigma post-positivisme adalah paradigma yang mendasarkan pada pandangan positivistik namun mencoba mengembangkan dalam pemahaman yang berbeda tentang hal lainnya seperti memandang adanya peran serta subjek yang menentukan ada tidaknya realitas. Menurut Creswell (2009), paradigma post-positivisme mempresentasikan pemikiran yang menentang gagasan positivistik tentang kebenaran absolut ilmu pengetahuan dan mengkaji perilaku dan tindakan manusia. Menurut Poerwandari (2007), meskipun peneliti mengambil posisi objektif terhadap penelitian, tetap akan ada interaksi peneliti dengan partisipan yang akan mempengaruhi data post-positivisme yang akan digunakan untuk mendapatkan hukum-hukum umum pendekatan yang dipilih.

Paradigma post-positivisme akan menjadi pegangan peneliti dalam menganalisis kasus sehingga dapat menjelaskan situasi sebenarnya dan mendeskripsikan relasi kausalitas dari kasus penelitian ini. Penelitian ini akan menganalisis kolaborasi *citizen journalist* dan jurnalis professional di media *online*, dimana hal tersebut akan dikaji melalui konsep *Pro-Am Model* yang dipopulerkan oleh Bruns.

Paradigma post-positivisme dipilih karena paradigma post-positivisme mampu mengembangkan pernyataan yang relevan, menjelaskan situasi yang sebenarnya, dan mendeskripsikan relasi dari kausalitas suatu persoalan. Pada penelitian yang menggunakan paradigma post-positivisme ini, peneliti akan menekankan penemuan dan pembuktian teori.

3.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Denzin & Lincoln (2009), penelitian kualitatif adalah penelitian yang memiliki fokus perhatian dengan beragam pendekatan metode yang mencakup pendekatan interpretif dan naturalistik terhadap subyek kajiannya. Hal ini berarti para peneliti kualitatif akan mempelajari benda-benda dalam konteks alaminya, dalam upaya untuk menafsirkan dan memahami fenomena yang ada, dilihat dari sisi makna yang diberikan manusia kepadanya. Dalam penelitian kualitatif, desain penelitian akan bersifat sementara dan fleksibel sehingga desain penelitian dapat disesuaikan secara terus-menerus dengan menyesuaikan keadaan dan kenyataan di lapangan (Moleong, 2013). Berbagai hal yang diketahui dan ditemukan di lapangan dapat menambah dan memperkaya pengetahuan peneliti terhadap realitas sosial.

Menurut Creswell (2009) ada enam karakteristik penelitian kualitatif. Pertama, penelitian kualitatif tertarik pada makna yang diberikan oleh individu (bagaimana individu menginterpretasikan pengalamannya, hidupnya dan membentuk strukturnya menjadi realitas). Kedua, peneliti adalah instrument utama dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Data akan diperoleh langsung oleh peneliti, bukan menggunakan kuisioner atau mesin. Ketiga, penelitian kualitatif melibatkan kerja lapangan. Peneliti akan mendatangi subyek untuk merekam dan mengamati perilaku dalam situasi alami. Keempat, penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Peneliti akan mementingkan proses, makna dan pemahaman yang telah diperoleh melalui kata-kata ataupun gambar. Kelima, proses penelitian kualitatif adalah proses induktif. Peneliti akan membangun kesimpulan melalui data-data yang didapat. Keenam, penelitian kualitatif lebih mementingkan proses daripada hasil.

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini karena pendekatan kualitatif dianggap dapat membantu peneliti untuk membuka fenomena sosial pada industri startup media *online*, yaitu kolaborasi *citizen journalist* dan jurnalis profesional di media *online*, dimana hal tersebut akan dikaji melalui konsep *Pro-Am Model*. Pendekatan kualitatif diperlukan untuk menafsirkan fenomena tersebut dilihat dari sisi makna yang dilekatkan manusia kepadanya.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode studi kasus. Menurut Neuman (2013), strategi studi kasus adalah berupa penelitian yang menyelidiki secara mendalam dari berbagai informasi tentang beberapa kasus untuk satu periode atau antar beberapa periode majemuk. Lalu menurut Yin (1997), studi kasus adalah suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas dan di mana multi sumber bukti dimanfaatkan. Strategi studi kasus cocok diterapkan pada sebuah penelitian bilamana pokok pertanyaan penelitian berkenaan dengan *how* atau *why*, peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diteliti, fokus penelitian terletak pada fenomena kontemporer atau masa kini dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 1997).

Pada penelitian yang menggunakan metode studi kasus ini, peneliti ingin menggambarkan kolaborasi *citizen journalist* dan jurnalis profesional di media *online*, dimana hal tersebut akan dikaji melalui konsep *Pro-Am Model*. Hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan gambaran terhadap persoalan penelitian atau memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian.

3.4 Desain Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *single study case* (studi kasus tunggal). Menurut Siggelkow (2007), keberadaan fenomena dapat dijelaskan oleh studi kasus tunggal. Untuk menciptakan teori berkualitas tinggi, Dyer & Wilkins (dalam Gustafsson, 2017) berpendapat bahwa studi kasus tunggal lebih baik daripada banyak kasus karena studi kasus tunggal menghasilkan teori ekstra dan lebih baik, Jika peneliti hanya ingin mempelajari satu hal tunggal (misalnya seseorang dari kelompok tertentu) atau kelompok tunggal (misalnya sekelompok orang), studi kasus tunggal adalah pilihan terbaik (dalam Gustafsson, 2017).

Penerapan dan strategi pengembangan kolaborasi *citizen journalist* dan jurnalis profesional di media *online* merupakan sebuah studi kasus yang cukup kuat. Hipwee merupakan media *online* yang paling terlihat menonjol dalam menerapkan penerapan

dan strategi pengembangan kolaborasi *citizen journalist* dan media dengan membangun platform khusus bernama *Hipwee Community*.

Peneliti menggunakan single study case karena pada studi kasus tunggal, peneliti dapat mempertanyakan hubungan teoritis lama dan mengeksplorasi yang baru karena studi yang lebih hati-hati dibuat. Ini membuat peneliti juga mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang subjek (dalam Gustafsson, 2017). Peneliti ingin menganalisa hubungan teoritis dari konsep *Pro-Am Model* Bruns dan mengeksplorasi konsep tersebut dalam realitas yang ada pada media *online* Hipwee. Melalui single study case, peneliti akan mendapatkan pemahaman tentang kolaborasi *citizen journalist* dan jurnalis profesional di media *online*.

3.5 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2014), objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, kegiatan atau objek yang mempunyai variasi tertentu. Hal tersebut telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Obyek penelitian merupakan elemen yang dapat berupa berbagai hal seperti orang, barang atau organisasi yang akan diteliti. Obyek penelitian juga dapat berupa pokok permasalahan yang akan diteliti agar mendapatkan data dengan lebih terarah.

Pada penelitian untuk menganalisis kolaborasi *citizen journalist* dan jurnalis profesional di media *online* Hipwee ini, objek penelitian adalah media *online* Hipwee. Peneliti memilih Hipwee sebagai objek penelitian karena diantara media *online* yang ada, Hipwee merupakan startup media *online* yang paling konsisten dan yang pertama, sejak tahun 2015 untuk menjalankan *Pro-Am Model*. Konten yang ada di Hipwee merupakan konten yang dihasilkan dari kolaborasi antara jurnalis profesional dan *citizen journalist* (jurnalis amatir), pengawasan editorial dan situs profesional serta manajemen konten. Melalui konsistensi untuk menjalankan *Pro-Am Model*, Hipwee sebagai startup media *online* mampu memiliki pengunjung mencapai 5 juta visitor dan 15 juta pageview per bulannya. Menurut Ramdhan (2016), Hipwee merupakan salah

satu dari dua situs populer berita yang berhasil menerapkan model bisnis UGC dengan konten yang berasal dari penggunanya sendiri.

3.6 Pemilihan Informan

Subjek penelitian atau informan dalam penelitian berperan penting untuk mendapatkan jawaban pengalaman dan pendapat tentang sesuatu yang ditayangkan. Menurut Sugiyono (2014), pada penelitian kualitatif, peneliti memasuki situasi sosial tertentu, melakukan observasi dan wawancara kepada orang-orang yang dipandang tahu tentang situasi sosial tersebut. Penentuan sumber data pada orang yang diwawancari dilakukan secara *purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Hal yang menjadi kepedulian bagi peneliti kualitatif adalah “tuntasnya” peroleh informasi dengan keragaman variasi yang ada, bukan banyaknya sampel sumber data.

Pada penelitian untuk menganalisis kolaborasi *citizen journalist* dan jurnalis profesional di media *online* Hipwee ini, peneliti akan melakukan wawancara kepada pihak jurnalis profesional yaitu redaksi media *online* Hipwee dan pihak jurnalis amatir yaitu *citizen journalist* yang berpartisipasi pada penulisan konten di Hipwee atau disebut sebagai kontributor. Melalui wawancara yang dilakukan dengan kedua pihak, penelitian ini akan dapat mendapatkan jawaban pengalaman dan pendapat dari jurnalis profesional dan jurnalis amatir tentang kolaborasi *citizen journalist* dan jurnalis profesional di media *online* Hipwee. Berikut daftar informan pada penelitian ini:

1. Divisi *Business Development*
2. Divisi *Editor*
3. Divisi *Community*
4. Kontributor atau *citizen journalist* 1
5. Kontributor atau *citizen journalist* 2
6. Kontributor atau *citizen journalist* 3

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Strategi kolaborasi *citizen journalist* dan media *online* merupakan sebuah studi kasus yang cukup kuat. Hipwee merupakan media *online* yang paling terlihat menonjol dalam menerapkan strategi kolaborasi *citizen journalist* dan media *online* dengan membangun portal khusus bernama *Hipwee Community*. Data diperoleh dengan melakukan wawancara mendalam terhadap para jurnalis profesional redaksi Hipwee dan jurnalis warga yang tergabung dalam anggota *Hipwee Community* yang menjadi pelaku kolaborasi dengan media *online* Hipwee sebagai bagian dari studi lapangan. Sementara studi kepustakaan digali dari berbagai sumber.

Penelitian ini menggunakan pengumpulan data dengan melakukan wawancara dan analisis dokumen. Pengumpulan data ini dibutuhkan dan digunakan untuk membantu mencapai tujuan penelitian. Adapun teknik pengambilan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Susan Stainback (dalam Sugiyono, 2014) mengemukakan bahwa dengan melakukan wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak bisa dilakukan melalui observasi.

Peneliti akan melakukan wawancara terstruktur pada penelitian ini. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpul data mencatatnya. Dalam melakukan wawancara, selain harus membawa instrumen sebagai pedoman untuk wawancara, maka pengumpul data juga dapat menggunakan alat bantu seperti *tape recorder*, gambar, dan material lain yang dapat membantu pelaksanaan wawancara menjadi lancar.

2. Observasi

Marshall (dalam Sugiyono, 2014) menyatakan bahwa melalui observasi, peneliti dapat meneliti dan mempelajari perilaku. Ketika melakukan observasi, peneliti akan memilih beberapa hal yang diamati, lalu akan mencatat segala hal yang berkaitan dengan penelitian. Apabila dilihat dari proses pelaksanaan pengumpulan data,

observasi dibagi menjadi dua yaitu observasi partisipan dan observasi non-partisipan. Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan observasi non-partisipatif. Observasi non-partisipan berarti peneliti tidak terlibat langsung dan hanya sebagai pengamat independen. Pada penelitian ini, peneliti akan mempelajari perilaku kolaborasi antara *citizen journalist* dan jurnalis profesional di media *online* Hipwee.

3. Analisis Dokumen

Bogdan (dalam Sugiyono, 2014) menyatakan bahwa studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Kegiatan analisis dokumen dilakukan untuk mendapatkan informasi terhadap literatur yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Peneliti mengambil studi kepustakaan dari referensi buku, media cetak dan media *online* sebagai rujukan dan asumsi yang berkaitan dengan penelitian dan menunjang penelitian ini. Analisis dokumen berarti menggali referensi yang berhubungan dengan penelitian. Referensi dapat berupa kliping, artikel, berita di media massa dan sebagainya. Penggunaan dokumen adalah untuk mendukung dan menambah bukti dari sumber-sumber lainnya.

Aspek	Teknik Pengumpulan Data
Media <i>Online</i> Hipwee	Wawancara : Divisi <i>Editorial</i> Hipwee, Divisi <i>Business Development</i> Hipwee Studi Dokumen : Laporan internal Hipwee
<i>Professional journalism</i> di Media <i>Online</i> Hipwee	Wawancara : Divisi <i>Editorial</i> Hipwee Studi Dokumen : Laporan internal Hipwee
<i>Citizen Journalism</i> di Media <i>Online</i> Hipwee	Wawancara : Divisi <i>Editorial</i> Hipwee, Divisi <i>Community</i> Hipwee Studi Dokumen : Laporan internal Hipwee
<i>User Generated Content</i> di Media <i>Online</i> Hipwee	Wawancara : Divisi <i>Community</i> Hipwee, Divisi <i>Business Development</i> Hipwee dan Kontributor Hipwee Studi Dokumen : Laporan internal Hipwee

Produsage oleh <i>Citizen journalist</i> di Media Online Hipwee	Wawancara : Divisi <i>Editorial</i> Hipwee, Divisi <i>Community</i> Hipwee dan Kontributor Hipwee Studi Dokumen : Laporan internal Hipwee
Kolaborasi <i>Citizen journalism</i> dan <i>Professional journalism</i>	Wawancara : Divisi <i>Editorial</i> Hipwee, Divisi <i>Community</i> Hipwee, Divisi <i>Business Development</i> Hipwee dan Kontributor Hipwee Studi Dokumen : Laporan internal Hipwee
<i>Pro-Am Model</i> di Media Online Hipwee	Wawancara : Divisi <i>Editorial</i> Hipwee, Divisi <i>Community</i> Hipwee dan Kontributor Hipwee Studi Dokumen : Laporan internal Hipwee

Tabel 3.1 Penjabaran teknik pengumpulan data

Sumber : Olahan Penulis (2020)

3.8 Operasional Parameter

Menurut Walizer dan Weiner (dalam Muslihin, 2013) operasional merupakan seperangkat petunjuk tentang apa yang harus diamati dan bagaimana mengukur suatu konsep atau variable. Operasional tersebut membantu peneliti dalam mengklarifikasi gejala disekitar dalam kategori khusus variabel atau aspek. Operasionalisasi mencangkup hal-hal penting dalam penelitian yang memerlukan penjelasan sehingga lebih mudah untuk dipahami dan dimengerti pihak lain. Operasional ini memiliki sifat rinci, tegas, spesifik dan menggambarkan karakteristik variabel penelitian dan hal lainnya yang dianggap penting. Adapun operasional parameter variabel atau aspek pada penelitian ini sebagai berikut:

Aspek	Aspek Kajian	Parameter	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Informasi
Media Online Hipwee	Bersifat real time	Langsung menyajikan berita ketika peristiwa berlangsung	Wawancara, Studi Dokumen	Wawancara : Divisi Editorial Hipwee, Divisi Business Development Hipwee Studi Dokumen : Laporan Internal Hipwee
	Memuat berbagai macam model multimedia dan mendukung interaktifitas antar user	Terdapat foto, tulisan, video dan kolom komentar		
	Lebih terdokumentasi	Berita yang sudah lampau dapat diakses kembali di media		
	Tidak terbatas dalam hal jumlah halaman	Berita dapat ditampilkan secara utuh		
	Mekanisme dalam prosedur naskah cenderung lebih simpel	Naskah berita dapat langsung diupload pada media tanpa harus mencetaknya		
	Jadwal terbit media online sangat ketat	Jadwal terbit hitungan detik, bukan hari atau minggu atau bulan		
Professional journalism di Media Online Hipwee	Beroperasi dalam struktur editorial formal	Terdapat editor dan kepala redaksi dalam struktur organisasi	Wawancara, Studi Dokumen	Wawancara : Divisi Editorial Hipwee, Studi Dokumen : Laporan Internal Hipwee
	Kecepatan dibatas oleh verifikasi	Terdapat editor dan kepala redaksi yang melakukan verifikasi		
	Penggunaan perangkat professional & pengeditan menyeluruh	Adanya fasilitas seperti kamera & laptop untuk penulisan artikel dan pengeditan artikel		
	Terdapat langkah-langkah yang diambil untuk memverifikasi informasi	Menggunakan website-website khusus dan crosscheck informasi kepada narasumber untuk memastikan informasi valid		
	Akuntabilitas adalah inti	Bertanggung jawab terhadap pekerjaan sebagai jurnalis		
	Etika adalah standar	Selalu menjaga etika jurnalistik		
	Tedapat badan regulasi dan gatekeeping	Adanya badan atau lembaga yang mengatur jurnalis dan informasi yang akan disampaikan media		
	Jurnalis professional dipekerjakaan dan dibayar untuk praktik jurnalisme	Jurnalis professional diberi honor atas pekerjaan jurnalisme yang dilakukan		

Aspek	Aspek Kajian	Parameter	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Informasi
Citizen Journalism di Media Online Hipwee	Bersifat Partisipatif	Adanya kemungkinan warga negara biasa untuk menjadi peserta aktif dalam penciptaan dan penyebaran berita	Wawancara, Studi Dokumen	Wawancara : Divisi Editorial Hipwee, Divisi Community Hipwee Studi Dokumen : Laporan Internal Hipwee
	Beroperasi berdasarkan struktur dan proses dari bawah ke atas yang didesentralisasi	Struktur dan alur kerja jurnalisme warga didesentralisasi dan biasanya terjadi di luar dan tidak tergantung pada ruang redakasional		
	Tidak digerakkan oleh profit	Kegiatan jurnalisme warga tidak dilakukan untuk mendapatkan laba		
	Memiliki keragaman sudut pandang	Jurnalisme warga cenderung menghasilkan keseragaman perspektif		
	Penekanan pada penerbitan yang bertentangan dengan gatekeeping	Mempublikasikan berita menjadi prioritas daripada mengontrol konten melalui proses editorial		
	Jurnalisme dalam bentuk percakapan	Terjadi percakapan dua arah antara jurnalis warga dan anggota masyarakat lainnya/ jurnalis profesional		
	Immediacy	Bersikap lebih mobile dan reponsif terhadap berita daripada jurnalis profesional		
	Menekankan pada detail	Menyajikan berita dan isu-isu public dengan sudut pandangan yang jelas		
<i>User Generated Content</i> di Media Online Hipwee	Dibuat tersedia untuk umum melalui internet	Platform konten buatan pengguna akan tersedia untuk masyarakat secara umum melalui internet	Wawancara, Studi Dokumen	Wawancara : Divisi Community Hipwee, Divisi Business Development Hipwee, dan Kontirbutor Hipwee Studi Dokumen : Laporan Internal Hipwee
	Mencerminkan sejumlah upaya kreatif	Platform konten buatan pengguna memberikan cerminan hal-hal kreatif dan terdorong oleh hal-hal kreatif		
	Dibuat di luar rutinitas dan praktik profesional	konten buatan pengguna dibuat di luar rutinitas sebagai jurnalis profesional		

Aspek	Aspek Kajian	Parameter	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Informasi
Produsage oleh Citizen journalist di Media Online Hipwee	Open participation, Communal Evaluation	Partisipasi terbuka untuk semua pendatang, kontribusi yang diberikan pada gilirannya akan dievaluasi oleh peserta lain	Wawancara, Studi Dokumen	Wawancara : Divisi Editorial Hipwee, Divisi Community Hipwee, dan Kontirbutor Hipwee Studi Dokumen : Laporan Internal Hipwee
	Fluid Heterarchy, Ad hoc Meritocracy	Produser dalam produsage berpartisipasi sesuai keterampilan pribadi, kepemimpinan ditentukan melalui evaluasi komunal yang berkelanjutan		
	Unfinished Artefacts, Continuing Process	Artefak dalam proyek produsage terus dikembangkan, proses produsage harus terus berlanjut		
	Common property, Individual Rewards	Konten yang dibuat dalam proses produsage akan terus tersedia untuk semua peserta, meskipun konten diadakan secara komunal tetapi produser dapat memperoleh jasa pribadi dari kontribusi individu		
Kolaborasi Citizen journalism dan Professional journalism	Simbiosis mutualisme	Para pihak mendapat manfaat atas kemitraan yang ada	Wawancara, Studi Dokumen, Obserbvasi	Wawancara : Divisi Editorial Hipwee, Divisi Business Development, Divisi Community Hipwee, dan Kontirbutor Hipwee Studi Dokumen : Laporan Internal Hipwee
	Hubungan ketergantungan	Para pihak saling ketergantungan dalam menjalankan perannya		
Pro-Am Model di Media Online Hipwee	Shared responsibility and Control	Adanya sistem untuk berbagi tanggung jawab atas keberlanjutan keberadaanya dan tidak ada sisi proyek kolaboratif yang dapat diizinkan untuk memiliki proyek secara langsung.	Wawancara, Studi Dokumen, Obserbvasi	Wawancara : Divisi Editorial Hipwee, Divisi Community Hipwee, dan Kontirbutor Hipwee Studi Dokumen : Laporan Internal Hipwee
	Mobility between community and corporation	Adanya bmoilitas antara komunitas dan perusahaan		
	Redesign of products as evolving artefacts	Adanya produk dari produsage yang menjadi artefak berkembang bagi komunitas produsage		
	Acceptance of non-exclusive corporate use of content	Adanya penggunaa konten yang dikembangkan bersama dengan menjaga nama baik dari proyek		
	Preditor	Adanya peran kehadiran peditor untuk memfasilitasi dan mempromosikan pembuatan konten berita yang dibuat pengguna kepada khalayak		

Tabel 3.2 Operasional Parameter Penelitian

Sumber : Olahan Penulis (2020)

3.9 Teknik Pengolahan Data

Setelah data diperoleh, langkah selanjutnya adalah mengorganisasi dan mengolah data sehingga hasilnya dapat dianalisis. Menurut Lacey dan Luff (2007), proses pengolahan data kualitatif ada empat tahapan. Pertama yaitu transkripsi, di mana hasil pengamatan dan wawancara dicatatkan dalam bentuk narasi dan tersusun dalam bentuk transkrip. Semua jawaban maupun ekspresi narasumber atau responden tercatat secara rinci. Kedua, setelah transkripsi adalah mengorganisasikan data. Dalam tahap pengorganisasian data, akan dicatat tanggal pengumpulan data dan menandai data setiap informan. Ketiga, peneliti membaca kembali semua data, membuat memo dan rangkuman sebelum analisis formal dimulai. Keempat adalah koding, yaitu melakukan kategorisasi berdasarkan kerangka teori/ konsep, kemudian data diinterpretasikan untuk memahami fenomena yang diteliti.

3.10 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan urutan dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Moleong, 2013). Tujuan analisis data pada dasarnya antara lain untuk menyederhanakan seluruh data yang terkumpul dan menyajikan dalam suatu susunan yang sistematis kemudian mengolah dan menafsirkan. Proses analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan.

Peneliti berpatokan pada pendapat W.Lawrence Neuman (2013) yang membagi langkah-langkah dalam melakukan teknik analisis data yaitu sebagai berikut:

1. *Conceptualization*

Menurut Neuman (2013), konseptualisasi merupakan cara mengatur dan memahami data. Peneliti yang melakukan studi kualitatif menganalisis dengan mengatur data ke dalam kategori berdasarkan tema, konsep atau fitur serupa. Melalui penelitian kualitatif, peneliti dapat mengembangkan konsep baru,

definisi konseptual, dan hubungan antar konsep. Proses konseptualisasi dimulai dari pembuatan pertanyaan-pertanyaan terkait kolaborasi *citizen journalist* dan jurnalis kolaborasi di media online.

2. *Coding Qualitative Data*

Setelah data dikonseptualisasi, selanjutnya adalah proses *coding qualitative data*. Proses *coding* data merupakan hal yang penting dalam studi kualitatif. *Coding* bertujuan untuk membuat data mentah menjadi konsep atau tema. Meskipun demikian, studi kualitatif tidak menutup konsep lainnya mempengaruhi penelitian, oleh sebab itu kerap kali muncul pertanyaan-pertanyaan baru di dalam penelitian. Hal tersebut mendorong peneliti untuk berpikir menuju generalisasi konsep atau teori. Menurut Neuman (2013), *code* adalah label untuk memberikan makna ke informasi deskriptif atau inferensial yang dikumpulkan selama penelitian. *Code* dilampirkan dalam “*chunks*” dengan beragam ukuran seperti kata, frasa, kalimat atau keseluruhan paragraf yang terhubung atau tidak terhubung ke pengaturan tertentu.

Proses *coding* data ini akan meliputi tiga proses yaitu *open coding*, *axial coding* dan *selective coding*. Ketiga proses tersebut menjadi kesatuan yang sistematis dalam *coding qualitative data*.

a. *Open coding*

Open coding merupakan pengkodean tahap pertama dari studi pengkodean data kualitatif yang menguji data untuk memadatkannya dalam kategori analisa awal. Dengan kata lain, *open coding* menjadi bagian analisis yang berhubungan penamaan dan kategorisasi fenomena melalui uji data secara teliti. Selama proses *open coding*, data dipecah-pecah ke dalam bagian terpisah, diuji secara cermat, dibandingkan persamaan dan perbedaannya.

b. *Axial coding*

Axial coding merupakan pengkodean tahap kedua dari studi pengkodean data kualitatif. Peneliti mengatur kode, menghubungkannya dan menemukan kategori analisa utama. Pada *axial coding*, peneliti akan menghubungkan

beberapa kategori utama dalam bentuk suatu rumusan konsep atau teori yang lebih luas. Dalam *axial coding*, peneliti berfokus pada pengkhususan kategori (fenomena)

c. *Selective coding*

Selective coding merupakan pengkodean tahap akhir dari studi pengkodean data kualitatif yang menguji kode-kode sebelumnya untuk mengidentifikasi dan memilih data yang akan mendukung kategori pengkodean konseptual yang dikembangkan. Tahapan ini merupakan tahapan yang paling sulit bagi peneliti.

3. *Outcroppings*

Langkah terakhir dalam analisis data adalah *outcroppings*. Menurut Neuman (2013), *outcroppings* merupakan analisis data kualitatif yang mengakui beberapa peristiwa sebagai yang mewakili hubungan struktural lebih dalam. *Outcroppings* menjadi aspek dalam analisis penelitian kualitatif yang mengakui sebuah fenomena menjadi fokus penelitian serta fenomena lain lebih ikut dalam penelitian.

3.11 Keabsahan Data

Keabsahan data dalam sebuah penelitian merupakan satu syarat untuk dapat melakukan analisis data sehingga data tersebut menjadi valid dan reliable. Untuk menetapkan keabsahan data (*trustworthiness*) diperlukan teknik pemeriksaan yang baik. Menurut Moleong (2013), pelaksanaan teknik pemeriksaan tersebut didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility*, *transferability*, *dependability* dan *confirmability* (Sugiyono, 2014).

1. *Credibility*

Uji *credibility* (kredibilitas) data atau kepercayaan terhadap data penelitian kualitatif dilakukan melalui beberapa hal, diantaranya perpanjangan pengamatan, meningkatkan kecermatan dalam penelitian, triangulasi (triangulasi

sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu, analisis kasus negatif, menggunakan bahan referensi, dan mengadakan *membercheck* (Sugiyono, 2014).

Pada penelitian ini, peneliti melakukan pengecekan data dari berbagai sumber seperti melakukan wawancara kembali dengan narasumber, mengecek dokumen-dokumen internal dari Hipwee, menggunakan rekaman wawancara sebagai bahan pendukung untuk membuktikan data yang ditemukan oleh peneliti.

2. *Transferability*

Transferability merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau diterapkannya hasil penelitian ke populasi dimana sampel tersebut diambil. Konsep validitas ini menyatakan bahwa generalisasi suatu temuan dapat diterapkan atau berlaku dalam populasi yang sama atau dasar penemuan yang diperoleh peneliti pada sampel secara representatif mewakili populasi penelitian tersebut (Sugiyono, 2014).

Pada penelitian ini, peneliti melakukan pemilihan konsep dan pemilihan narasumber yang dapat menggambarkan secara umum bentuk kolaborasi *citizen journalist* dan jurnalisme warga di media *online*, sehingga penelitian ini secara representatif dapat mewakili populasi penelitian.

3. *Dependability*

Penelitian yang *dependability* atau reabilitas adalah penelitian yang apabila dilakukan oleh orang lain dengan proses penelitian yang sama akan memperoleh hasil yang sama. Uji *dependability* dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Auditor independen atau pembimbing independen akan mengaudit keseluruhan aktivitas yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian tersebut (Sugiyono, 2014).

Pada penelitian ini terdapat pembimbing independen yang mengaudit keseluruhan aktivitas yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian.

Pembimbing memberikan arahan dan masukan serta mengaudit keseluruhan penelitian.

4. *Confirmability*

Confirmability berarti objektivitas pengujian kualitatif. Sebuah penelitian dapat dikatakan objektif apabila hasil dari penelitian tersebut telah disetujui atau disepakati oleh lebih banyak orang. Pada uji *confirmability*, akan diuji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan. Apabila hasil penelitian adalah fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability* (Sugiyono, 2014). Validitas atau keabsahan data merupakan data yang tidak memiliki perbedaan antara data yang terjadi pada objek peneliti dan data yang diperoleh peneliti sehingga data yang disajikan pada penelitian dapat dipertanggungjawabkan.

Pada penelitian ini, peneliti menunjukkan hasil penelitian kepada beberapa orang untuk mencapai kesepakatan atas hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang telah dilakukan. Penelitian ini juga Dalam penelitian ini, hasil wawancara akan dikonfirmasi dengan menunjukkan bagaimana data temuan melalui wawancara dengan informan akan dicocokkan keterkaitannya dengan sumber yang mendukung, seperti hasil wawancara akan disesuaikan dengan unggahan konten tulisan di website dan media sosial Hipwee.

3.12 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki banyak kelemahan dan keterbatasan, diantaranya sebagai berikut:

1. Akses data

Kesulitan untuk mengakses data sekunder seperti laporan internal perusahaan Hipwee mungkin dapat terjadi karena Hipwee merupakan perusahaan startup yang belum memberikan kesempatan untuk mengakses laporannya secara terbuka.

2. Jenis penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode studi kasus dengan desain penelitian yaitu single case study. Single case study memiliki kekurangan yaitu masih terdapat keterbatasan pada generalisasi kesimpulan dan memungkinkan terjadinya bias seperti salah dalam melakukan representatif dari kasus tunggal

BAB 4

HASIL PENELITIAN

4.1 Media *Online* Hipwee

Hipwee merupakan media *online* berkonsep “*social news site*” yang menyajikan konten dengan potensi viral tinggi di media sosial. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan baru empat bulan setelah pertama kali diluncurkan, Hipwee mampu menarik hingga satu juta pengunjung tiap bulannya dan membuat Hipwee tercatat sebagai perusahaan media paling pesat perkembangannya di Indonesia (Techinasia, 2014). Hipwee didirikan oleh Lauri Lahi seorang ekspatriat asal Estonia, Eropa Utara sejak bulan April 2014.



Gambar 4.2 Hipwee di Berbagai Platform

Sumber : Kaskus.co.id (2016)

Hipwee sendiri termasuk pada kategori media *online* yang lahir digital tanpa pernah memiliki versi cetak. Hipwee memiliki ciri khas tersendiri dimana hampir kebanyakan tulisan-tulisannya berupa artikel dengan tema populer yang dekat dengan kehidupan sehari-hari anak muda urban dan menggunakan jenis esai berformat “*listing*” yang bertaburan foto (Techinasia, 2014).

Andre, Divisi *Business Development*, menjelaskan bahwa Hipwee menyediakan konten yang condong ke arah opini dan *lifestyle*. Sebagai media,

Hipwee akan melihat fenomena apa yang banyak diberitakan lalu memberikan opini dari sudut pandang anak muda tentang fenomena tersebut. Rozi, Editor Hipwee juga menjelaskan,

“... kalau dibidang Hipwee ini media *online* yang isinya jurnalis banget, yang emang *pure feature* atau *hard news*, engga, kita memang gak seperti itu. Cuman kita memberitakan *hard news* dan *feature news*, tapi sebagai porsi kita emang kita ingin menysasar anak muda. Makanya kalau melihat Hipwee, kebanyakan artikel kita emang isinya *tips* sama yang berhubungan dengan *lifestyle*.”¹

“... kalau aku ibaratkan, Hipwee ini kayak majalah sebetulnya. Jaman dulu kan ada 2 jenis berita yang kita tangkap waktu sebelum ada media *online*. Pertama, koran, yang isinya berita *hard news*, yang kedua ada tabloid atau majalah yang isinya bukan berita *hard news*, isinya soal *lifestyle*. Nah kalau diibaratkan dengan itu, Hipwee itu lebih kesana, daripada yang *hard news* seperti koran tadi.”²

Hipwee memilih untuk menulis artikel-artikel yang berhubungan dengan *lifestyle* dan *tips* karena mempertimbangkan audiens Hipwee yaitu anak muda dengan rentang usia 18 tahun – 35 tahun (generasi millennial dan gen-Z).

“Kalau dari data kita sih *user* yang baca dikita dari 17 sampai 35 tahun itu ada. Cuman kita emang memutuskan untuk fokus di yang usia 18 sampai 25. Untuk segmentasi pasar kita. Kalau kita ngomongin tahun ini, berarti itu masuk antara millennial, sama gen Z juga.”³

Dengan menysasar pembaca dari kalangan anak muda, ada beberapa hal yang berusaha ditekankan oleh Hipwee sebagai media *online* dari anak muda, yaitu perspektif anak muda dan bentuk pengemasan berita yang memiliki format penulisan berupa *listicle*.

Hipwee menekankan pada perspektif anak muda. *Angle* tulisan, cerita, bahasa dan berita yang disajikan akan terfokus kepada anak muda. Rozi, Divisi Editorial, menjelaskan,

“...Waktu rame pemilu, semua media ngangkat berita politik soal pemilu. Ya entah dari kubu 01 atau ada berita dari kubu 02. Nah Hipwee sebagai medianya anak muda, kita mau gak mau tetep ngangkat itu dong, karena *range* usia pembaca Hipwee adalah *range* usia orang-orang yang memang sudah masuk usia untuk punya hak pilih pada saat itu. Tapi kita nyoba wawancarai temen-temen anak muda yang emang baru pertama kali nyoblos, itu salah satu contoh bentuk kontennya. Kita juga nyoba bikin

¹ Wawancara dengan Rozi, Divisi Editorial, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

² Wawancara dengan Rozi, Divisi Editorial, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

³ Wawancara dengan Andre, Divisi Business Development, Rabu 20 Mei 2020, via Zoom

angle soal pemilu di mata anak muda seperti apa, tokoh-tokoh ini di mata anak muda itu seperti apa, kayak gimana...”⁴

Selain itu Hipwee juga memiliki beberapa penyajian tulisan atau artikel dengan format *listicle*. Format *listicle* ini dipilih karena dianggap sesuai dengan karakter anak muda yang menyukai tulisan berbentuk *listicle*. Penerapan format *listicle* ini terinspirasi dari media *online* di luar negeri seperti BuzzFeed. Rozi, Divisi Editorial, menjelaskan,

“...meskipun ya gak semua bentuk tulisan kita *listicle*, tetapi aku berani bilang kalau Hipwee itu salah satu prioner media di Indonesia yang bikin tulisan dalam bentuk *listicle* ini, jadi populer di masa-masa sekarang... Kami melihat, disana, di luar negeri ini berhasil, tapi di Indonesia belum banyak yang bikin, belum banyak yang ini. Bahkan tahun-tahun (2014) itu belum ada yang bikin. Makanya kita coba bikin. Dan di 2014 2015 dan 2016 awal itu sangat keliatan banget kalau bentuk artikel seperti ini emang ada pasarnya di di anak muda. Anak muda emang suka bentuk artikel kayak gini.”⁵

Lebih lanjut, Hipwee juga menggunakan gaya bahasa yang penyampaian yang dekat dengan anak muda yaitu gaya bahasa yang tidak kaku, namun tetap memperhatikan Ejaan Bahasa Indonesia. Rozi, Divisi Editorial, menjelaskan,

“...Kalau dari gaya bahasa emang kita menyesuaikan anak muda ya. Maksudnya beneran ingin mengusahakan gaya bahasa kita ini seenak dan senyaman mungkin untuk dibaca sama anak muda. Nah, kalau dibilang gaya bahasanya Hipwee gak baku, bisa jadi iya. Tapi kita tetep menjaga kata-kata, maksudnya di Hipwee kita tetep menjaga kata-kata itu harus ada di KBBI biar tetap ada kebakuan dalam penulisan kita. Cuman kita lebih fleksibel, misal daripada kita menulis kata ‘tidak’ kita lebih memilih buat nulis ‘enggak’. Ada beberapa kata yang emang kita memilih untuk sesuai anak muda di zaman kita. Secara komunikasi, kata ‘enggak’ ini yang lebih masuk. Ya udah kita pake itu secara gaya bahasa ya.”⁶

“...Tetap acuan kita adalah EBI atau Ejaan Bahasa Indonesia. Cuman.dari segi kepenulisannya, kita tetep harus mempertimbangkan formula apakah ini enak dibaca anak muda atau tidak, dan misalkan konten-konten hiburan, apakah konten hiburan yang kayak gini, kita pake, kita sisipin full bahasa dengan kata-kata baku, itu enak apa enggak, di konten *feature* ini pake kata yang gak baku sama sekali enak apa engga, itu tetep jadi pertimbangan utama sih. Jadi pertimbangan utamanya emang gak bisa kita lihat dari satu keutuhan itu. Keutuhan kita adalah tetep kita pake KBBI, kita tetep pake

⁴ Wawancara dengan Rozi, Divisi Editorial, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

⁵ Wawancara dengan Rozi, Divisi Editorial, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

⁶ Wawancara dengan Rozi, Divisi Editorial, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

EBI atau Ejaan Bahasa Indonesia, cuman diperkanal pengembangannya kita lebih fleksibel.”

Dengan demikian, diketahui bahwa konten yang disediakan oleh Hipwee memiliki keunikan tersendiri yang membuatnya menonjol dibandingkan dengan media *online* lainnya. Andre, Divisi Business Development, menjelaskan,

“...Jadi kalau anak-anak editorial hipwee bilang itu kita memposisikan diri jadi kayak kakak perempuan gitu, dari segi judul, jadi cara kita bikin tulisannya, itu kita memposisikan diri jadi kakak perempuan yang sebenarnya lebih tau dari kita, tapi juga sebenarnya gak tau-tau amat, tapi kita membatasi diri juga gak pengen sok tau gitu. mungkin itu yang bikin orang jadi *related* gitu sama konten-konten kita, karena ya udah, ya itu emang yang mereka rasakan. Cuma kayak tercermin aja sih sebenarnya kan, ketika baca konten kita...”⁷

Sementara itu, Hipwee sendiri saat ini masih dianggap sebagai startup media *online*. Dari segi bisnis, Hipwee masih menjalani bisnis dengan dana yang berasal dari proses bisnis yang dijalani, tanpa adanya investor besar yang mendukung. Menurut Andre, Divisi Bisnis Development, Hipwee ini bisa dianggap *single side media*, yang berarti Hipwee tidak termasuk dengan media grup manapun atau memiliki dukungan dari konglomerat media. Oleh karena itu, sebagai sumber pemasukan, Hipwee menggunakan model bisnis dengan menggandalkan pada *banner-ad* dan sponsor konten. Andre, Divisi Business Development, menjelaskan,

“... bisnisnya media ini ya memang bikin konten, bikin konten itu untuk dapet *user* terus dengan kita punya audiens itu, *user* itu, kita mulai dapet margin dari menjual konten.. branded. Itu, awalnya itu. Selain itu ada juga kita bisnisnya dari ads yang benar-bener display ads gitu loh. Banner yang ada di website, atau banner yang ada di google, gitu-gitu. Itu bisnis kita sampai situ sih.”⁸

Lebih lanjut Andre, Divisi Business Development menjelaskan bahwa setelah tahun pertama Hipwee berjalan, barulah Hipwee berani untuk menawarkan kepada brand terkait dengan *branded content* dan *slot ads* karena telah memiliki *impression* besar, sehingga memiliki nilai jual. Menurut Andre, Divisi Business Development, Hipwee sendiri memiliki tujuan untuk mendapatkan jumlah *user* atau

⁷ Wawancara dengan Andre, Divisi Business Development, Rabu 20 Mei 2020, via Zoom

⁸ Wawancara dengan Andre, Divisi Business Development, Rabu 20 Mei 2020, via Zoom

pembaca yang banyak, sehingga konten yang disediakan oleh Hipwee merupakan konten gratis atau tidak berbayar.

“...karena goal nya kita bisa... gimana caranya kita dapet *user* sebanyak-banyaknya jadi konten itu kita biarkan gratis... supaya nanti ketika kita punya banyak *user*, ada *brand* yang bisa bayar konten buat mereka gitu. Dan akhirnya *brand* dan pengiklan ini nanti yang akan bayar itu buat *user*, gitu.”⁹

Dalam mengembangkan media *online* Hipwee, tim Hipwee terbiasa untuk melihat pasar atau pembacanya. Hipwee berusaha memenuhi permintaan dan kebutuhan dari pasar atau pembacanya dengan tetap menyesuaikan pada identitas Hipwee sebagai media *online* anak muda.

“Jadi kita ngeliat pasar dulu, ngeliat *user*, ada kebutuhan apa, ada *trend* apa yang mereka lakuin.. Ketika mereka baca lewat web atau mobile gitu kan, mereka juga gak tahu kalau sebenarnya mereka juga di tracking juga behavior nya mereka. Jadi sebenarnya *base* nya adalah kebutuhannya mereka dari *experience* nya mereka gimana, yang paling sering mereka lakukan apa, yang paling membuat mereka lama buat baca, balik lagi buat baca apa, dari situ kita kita bikin perubahan-perubahan itu, jadi emang orientasinya ke pasar sih. Jadi pasar dulu, ada kebutuhan apa, ada aspirasi apa, itu nanti kita coba munculin lewat produk atau pengembangan-pengembangan kita, gitu.”¹⁰

Lebih lanjut Andre, Divisi Business Development, menjelaskan bahwa untuk menunjang pengembangan dari media *online* Hipwee, Hipwee juga berusaha untuk tetap *update* pada perubahan teknologi yang ada atau *trend* yang sedang berkembang di pasar.

“Kita berusaha ngikutin *trend* tapi juga menyesuaikan dengan *user* kita sih. *User* kita sebenarnya suka gak dengan tipe konten gitu. Jadi makanya kita punya RnD buat nyoba, ngetes beberapa produk. Misalnya kita mau tahu *podcast* itu, bisa gak masuk ke *user* kita, *user* kita suka gak sih ke tipe kayak gini. Terus kita mungkin bikin beberapa episode, kita promosiin, tapi misalnya ketika diresponnya kurang bagus, kita evaluasi lagi, coba format baru, gitu.”¹¹

Sebagai media *online*, Hipwee berusaha untuk bisa berkembang seiring dengan perkembangan zaman dan perkembangan audiens-nya yang merupakan anak muda. Pada awal berdiri, tahun 2014, Hipwee pernah tercatat sebagai

⁹ Wawancara dengan Andre, Divisi Business Development, Rabu 20 Mei 2020, via Zoom

¹⁰ Wawancara dengan Andre, Divisi Business Development, Rabu 20 Mei 2020, via Zoom

¹¹ Wawancara dengan Andre, Divisi Business Development, Rabu 20 Mei 2020, via Zoom

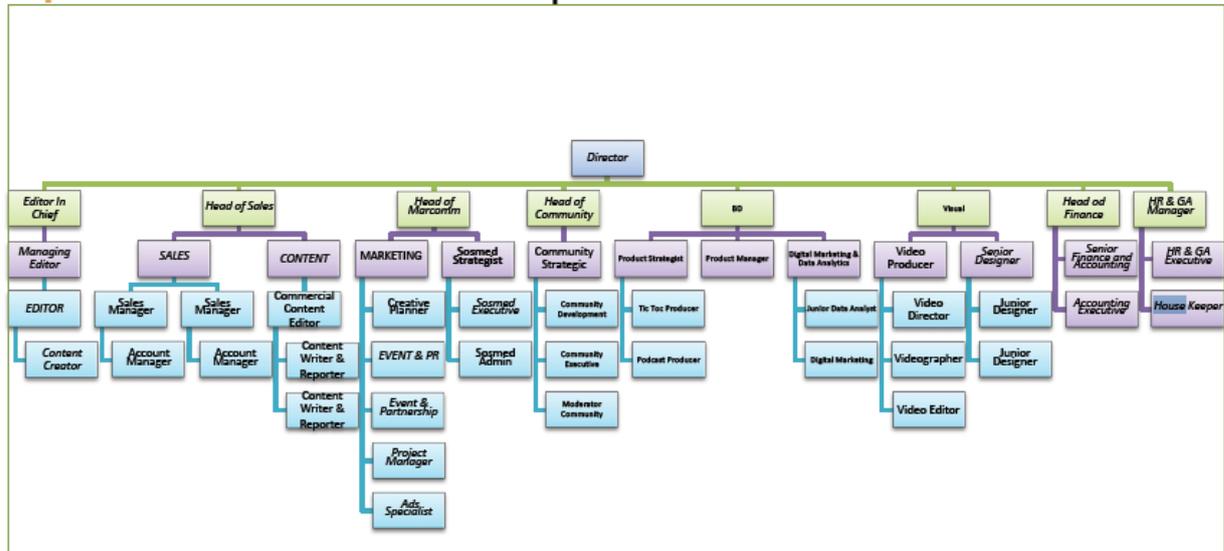
perusahaan media paling pesat perkembangannya di Indonesia karena mampu menarik hingga satu juta pengunjung tiap bulannya. Namun seiring dengan berjalannya waktu, Hipwee pun mengalami pasang surut. Sebagai media *online*, Hipwee masih memiliki kekurangan dalam penyajian artikel terkini kepada pembaca.

Apabila melihat dari artikel-artikel yang ada di website Hipwee, dapat diketahui bahwa artikel-artikel yang ditulis di website Hipwee belum benar-benar mengikuti keadaan yang saat ini sedang berkembang dan menjadi pembicaraan di kalangan anak muda. Meskipun Hipwee tidak memberitakan berita dalam bentuk *hard news*, namun Hipwee tetap perlu untuk dapat memberikan informasi atau konten yang sesuai dengan keadaan terkini secepat mungkin karena konten berperan penting dalam berita *online*. Audiens Hipwee yaitu anak muda selalu haus akan berita atau informasi terkini yang memang menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mereka. Hipwee dapat menuliskan artikel yang sesuai ciri khas Hipwee tapi kecepatan publikasi artikel harus diperhatikan. Sebagai media *online*, penting untuk selalu memperbaharui berita secara terus menerus sehingga dapat meningkatkan kontak antara audiens (pembaca) dan media *online*.

4.2 Professional journalism di Media Online Hipwee

Sebagai media *online*, Hipwee memiliki tim editorial yang bertanggung jawab dalam memproduksi berbagai artikel yang akan dipublikasikan pada website Hipwee dan media sosial Hipwee. Tim editorial ini pun juga merumuskan berbagai artikel-artikel yang layak untuk diterbitkan serta kanal-kanal yang ada di website Hipwee. Berikut struktur organisasi yang ada di media *online* Hipwee :

Hipwee Structure



Gambar 4.3 Struktur Hipwee

Sumber : Data Internal Hipwee (2020)

Berdasarkan struktur Hipwee diatas, jurnalis professional Hipwee berada di tim Editor in Chief. Mereka disebut sebagai *tim in-house*. Sebagai jurnalis professional, dalam melakukan penulisan, mereka tetap mengikuti kode etik penulisan jurnalistik. Mereka memperhatikan ketentuan-ketentuan dalam penulisan jurnalistik yang layak untuk dipublikasikan dan memiliki kualitas penulisan yang bagus.

Dalam melakukan aktivitas *professional journalism* di Hipwee, *tim in-house* umumnya akan melakukan penulisan dalam bentuk *listicle* dan narasi sebagai salah satu karakteristik penulisan Hipwee.

“Kalau ngomongin tulisan *in-house* itu gak harus *listicle*. Cuma emang kita seringnya ngeluarin *listicle*. Kita punya banyak kanal dan tiap kanal punya pengembangan tulisannya masing-masing, yang diserahkan pada editornya. Kalau bentuk kriteria penulisannya apa aja, jelas ya harus faktual yang pertama, cek *source*, segala macam, itu harus dilakukan; baik dari level penulis, maupun level editor. Terus kita harus bener-bener paham perspektif anak muda. Jadi gak masalah kita bahas konten yang berat, kayak politik atau bahkan teknologi yang di Indonesia bahkan belum masuk gitu.”¹²

¹² Wawancara dengan Rozi, Divisi Editorial, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

Jurnalis-jurnalis professional yang ada di Hipwee merupakan penulis-penulis muda namun kualitas penulisan sudah cukup baik. Menurut Rozi, Divisi Editorial, jurnalis *in-house* Hipwee sudah terbiasa memiliki kepekaan terhadap anak muda, sehingga dapat menciptakan artikel yang ‘anak muda banget’.

“Aku berani bilang kalau apa yang membedakan, satu, orangnya *human resources* nya, gimana cara kita nyeleksi orang dan gimana cara kita meningkatkan kualitas orangnya. Lalu kedua, yang membedakan dan menurutku patut dibanggakan adalah kepekaan... kamu selaku tim di Hipwee, mau itu editorial, tim sosial media, tim finansial, tim grafik, segala macam, semua tim di Hipwee, itu kita udah terbiasa... melihat sesuatu berdasarkan kepekaan anak muda.”¹³

Selain menulis artikel, jurnalis-jurnalis professional di Hipwee juga bertugas untuk memonitor kanal-kanal dan format penulisan yang ada di Hipwee.

“...ada kanal-kanal yang responnya beneran positif banget, ada yang emang kanal-kanal yang kok gini, kenapa jadi bahas ini, kenapa jadi ini. Karena emang *audiens* kita tuh beragam. Dulu waktu pertama kali kita bikin kanal showbizz, itu banyak *audiens* banyak pembaca kita yang... ngapain sih pada bahas artis.”¹⁴

“Kita sempet berubah, kita sempet mengubah *style* tulisan pada media 2016. Waktu itu kita bikin tulisan yang emang... ya udah kita bikin konten yang panjang banget, sampai kita... sempet coba paginasi. Paginasi itu konten yang next gitu loh, *next page*, *next page*. Dulu kita sempet coba itu di beberapa bulan. Tapi... kita gak trail di beberapa kanal itu selama beberapa minggu. Kenapa kita coba itu? Karena emang pada masa itu media-media udah mulai gitu juga. Kita ngecek media-media yang lain kok pada banyak yang mulai paginasi, pada banyak mulai ini. Kalau paginasi kan emang itu... sangat signifikan buat ningkatin *traffic*, karena emang orang kalau itu mau baca, mereka harus klik terus kan, *next next* terus. Nah, kita coba meng-trail itu selama 1 atau selama 2 minggu di beberapa kanal, emh... itu keliatan banget kalau *feedback* nya negatif. Dari *audiens*. Ya artikel ini page kedua dan ketiganya dibaca, tapi... gak sebanding dengan kedudukan *audiens*.”¹⁵

Dalam melakukan *professional journalism* di media *online*, tampaknya tidak begitu mudah. Meskipun jurnalis-jurnalis professional di Hipwee sudah berusaha menulis artikel sesuai dengan keadaan audiens, namun merumuskan kanal dan format penulisan yang sesuai dengan audiens Hipwee merupakan hal lain yang

¹³ Wawancara dengan Rozi, Divisi Editorial, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

¹⁴ Wawancara dengan Rozi, Divisi Editorial, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

¹⁵ Wawancara dengan Rozi, Divisi Editorial, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

perlu dipelajari lagi. Ketika jurnalis Hipwee mencoba untuk bisa menampilkan kanal-kanal atau pun format penulisan yang sesuai dengan perkembangan jurnalisme, ternyata respon yang diberikan oleh audiens tidak sesuai dengan pandangan mereka sebagai jurnalis professional. Media *online* memang memiliki karakter yang berbeda dengan media lainnya, sehingga pendekatan terhadap audiens juga perlu dilakukan secara berbeda.

Feedback negatif yang diberikan oleh audiens Hipwee terhadap aktivitas yang dilakukan oleh jurnalis professional Hipwee menunjukkan bahwa kepekaan tim *in-house* Hipwee terhadap audiens-nya masih kurang dan perlu ditingkatkan kembali. Audiens anak muda selalu memiliki perkembangan yang pesat dan mudah berubah. Percakapan yang dilakukan oleh tim *in-house* Hipwee dengan audiens dalam jurnalisme perlu diperbaiki, sehingga tim *in-house* Hipwee dapat mengerti keinginan dan perkembangan yang terjadi di kehidupan anak muda.

Selain itu, percakapan antara tim *in-house* Hipwee dengan kontributor Hipwee juga perlu ditingkatkan. Kontributor Hipwee sebagai perwakilan audiens Hipwee dapat memberikan kritik dan saran terhadap perkembangan yang dilakukan tim *in-house* Hipwee. Kontributor Hipwee masih cukup pasif berpartisipasi dalam memberikan kritik dan saran atas konten-konten atau kanal-kanal yang ada di Hipwee.

4.3 Citizen journalism di Media Online Hipwee

Pada tahun 2015, Hipwee mengembangkan lagi media *online*-nya dengan memberikan kesempatan kepada *audiens* untuk ikut serta atau berkontribusi dalam penulisan artikel di Hipwee. Pada tahun 2015 ini, audiens atau pembaca yang ingin berkontribusi untuk dalam penulisan artikel di Hipwee dapat mengirimkan tulisannya melalui e-mail Hipwee. Arin, Divisi *Community*, menjelaskan bahwa banyak pembaca yang mengirimkan tulisannya kepada tim Hipwee melalui *e-mail* untuk dipublikasikan di website Hipwee.

Audiens atau pembaca Hipwee ingin ikut berkontribusi dalam memberikan informasi kepada pembaca lainnya. Audiens atau *user* loyal Hipwee ini yang

membuka peluang agar pembaca Hipwee dapat berkontribusi dalam penulisan artikel di Hipwee. Andre, Divisi Business Development mengatakan,

“...kita punya *user* loyal yang sebenarnya mereka selalu ngirimin ke kita tulisan, akhirnya kita buka aja sih pintunya buat mereka buat ikut masuk dan ikut menulis juga gitu...”

Praktik *citizen journalism* memang bukan hal yang tabu saat ini, namun ketika itu masih sedikit sekali media *online* yang memberikan wadah bagi praktik *citizen journalism*. Ketika Hipwee membuka kesempatan untuk praktik *citizen journalism* tersebut, responnya cukup besar karena masih sedikit media *online* khas anak muda yang memberikan kesempatan kepada pembaca untuk menulis artikel selayaknya jurnalis dalam platform media *online* profesional. Penulis amatir ini bahkan tidak diberikan imbalan apapun atas tulisan yang dikirimkannya kepada Hipwee. Hipwee tidak memberikan upah kepada *citizen journalist*. *Feedback* yang diberikan oleh Hipwee atas tulisan yang dikirimkan adalah kesempatan agar tulisan tersebut dapat dibaca oleh satu juta pembaca Hipwee.

Audiens atau *user* atau pembaca Hipwee yang berpartisipasi dalam praktik *citizen journalism* pun rata-rata anak muda yang sedang belajar menulis tulisan jurnalistik atau yang anak muda yang mengasah kemampuan menulisnya. Partisipasi anak muda dalam penulisan artikel di Hipwee menunjukkan bahwa praktik *citizen journalism* memang menjadi salah satu kemajuan dalam jurnalisme media *online*. Rozi, Divisi Editorial memberikan pandangannya terhadap *citizen journalism*.

“Aku pribadi mengartikan jurnalis, atau *citizen journalism* sebagai ya pemberitaan jurnalis, produk jurnalistik yang memang diproduksi mereka sebagai *citizen*, sebagai warga.. Menurut ku ini sangat bagus... misalkan ada kasus seperti pemilu atau pernikahan unik di daerah Salatiga misalkan, ini contoh aja ya.. Ada pernikahan unik, konsepnya unik menarik di daerah Salatiga, sementara Hipwee tidak ada, tidak punya resource ke sana, kita tidak punya orang yang ada di Salatiga, atau bisa kita kirim ke Salatiga untuk ngeliput. Nah temen-temen dari *community*, tempat temen-temen *citizen journalist* itu mereka bisa mengulik itu, sesuai dengan adat mereka, pokoknya sesuai dengan letak geografis mereka yang lebih lokal, karena lebih lokal, kontennya pasti akan lebih ngena dan punya kedekatan dengan antara mereka yang bikin konten dan konten yang dibuat, itu ada kedekatannya, ada relasinya.. Mereka punya ikatan yang kuat gitu lho antara

yang bikin konten dengan apa yang dibikin itu.. Nah dari situ aku melihat itu sebagai hal yang positif..”¹⁶

Hipwee memberikan wadah kepada audiens untuk melakukan praktik *citizen journalism* di media *online* Hipwee. Tetapi praktik *citizen journalism* disini tetap melibatkan tim profesional Hipwee sebagai editor penulisan. Setelah tulisan dinilai layak untuk dipublikasikan, maka Hipwee akan mempublikasikannya di website Hipwee . Tidak hanya mengirimkan tulisan di website di Hipwee. Audiens Hipwee juga dapat memberikan komentar dan membagikan artikel-artikel yang ada di website Hipwee. Praktik *citizen journalism* memiliki berbagai bentuk dalam praktiknya.

Namun setelah dikaji kembali terkait dengan praktik *citizen journalism* yang ada di website Hipwee, maka tidak dapat dikenali secara jelas berjalannya praktik *citizen journalism* ini. Pada artikel-artikel yang ditulis di website Hipwee, tidak dapat dikenali mana artikel yang ditulis oleh jurnalis profesional Hipwee dan artikel yang ditulis oleh jurnalis amatir Hipwee. Dalam website Hipwee tertulis nama penulis dan editor tapi tidak ada keterangan apakah tulisan tersebut merupakan tulisan dari *citizen journalist* atau bukan.



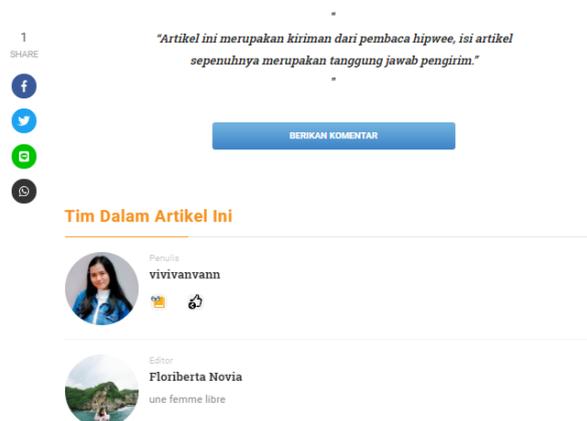
¹⁶ Wawancara dengan Rozi, Divisi Editorial, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

Gambar 4.4 Artikel *Citizen journalist* di Hipwee

Sumber : Hipwee.com (2020)

Melalui gambar diatas, dapat diketahui bahwa tidak ada keterangan jelas, apakah penulis merupakan *citizen journalist* atau jurnalis profesional, sehingga tidak ada bukti yang pasti atas praktik *citizen journalism* di Hipwee. Untuk mengetahui praktik *citizen journalism* atau melihat artikel-artikel yang ditulis oleh *citizen journalist*, maka perlu mengecek kanal *community* atau editor's pick.

Meskipun praktik *citizen journalism* dianggap sebagai bagian penting dari Hipwee, namun dengan tidak menuliskan secara jelas label "*citizen journalist*" membuat praktik *citizen journalism* ini menjadi samar. Pembaca tidak dapat mengenali apakah atikel dibuat oleh *citizen journalist* atau jurnalis profesional. Pembaca dapat mengetahui bahwa artikel tersebut milik *citizen journalist* jika pembaca membaca keseluruhan berita hingga bagian paling bawah dan mendapatkan tulisan seperti ini.

Gambar 4.5 Keterangan pada Artikel *Citizen journalist* di Hipwee

Sumber : Hipwee.com (2020)

Apabila pembaca tidak memperhatikan dengan seksama hingga ke bagian paling bawah penulisan, maka pembaca tidak akan mengetahui, apakah tulisan tersebut merupakan artikel yang dibuat atau *citizen journalist*. Hal ini dapat menciptakan kesan bahwa praktik *citizen journalism* di media *online* Hipwee tidak berjalan maksimal karena terlihat lebih banyak artikel yang ditulis oleh jurnalis profesional dan praktik *citizen journalism* di Hipwee tidak dapat benar-benar

menarik para *citizen journalist* untuk bergabung di Hipwee. Partisipasi *citizen journalist* di Hipwee memang tidak terlalu terlihat secara menonjol dalam website Hipwee karena tidak adanya keterangan *citizen journalist* pada bagian atas artikel seperti yang dilakukan oleh media-media lainnya.

4.4 *User Generated Content* di Media Online Hipwee

Pada tahun 2015, Hipwee mengembangkan lagi media *online*-nya dengan memberikan kesempatan kepada *audiens* untuk ikut serta atau berkontribusi dalam penulisan artikel di Hipwee. Pada tahun 2015 ini, audiens atau pembaca yang ingin berkontribusi untuk dalam penulisan artikel di Hipwee dapat mengirimkan tulisannya melalui e-mail Hipwee. Arin, Divisi *Community*, menjelaskan,

“Jadi dulu itu kan Hipwee pertama kali tahun 2014. Nah, 2014, 2015 itu kita belum ada sistem UGC, *User Generated Content*. Nah tapi di tahun 2015 itu, ada banyak banget teman-teman dari luar Hipwee, dari luar *in-house*, yang ingin mengirimkan tulisan ke kami. Jadi Mbak Ernia tadi, menggagas suatu sistem yang bikin teman-teman di luar Hipwee itu bisa ngumpulin artikel ke kita. Nah itu sistemnya itu namanya *User Generated Content*.”¹⁷

Andre, Divisi *Business Development*, menegaskan,

“Karena *audiens* nya besar, gitu, kita bikin *platform user* bisa nulis langsung sendiri, *login, sign up*, terus.. bisa nulis langsung, terus nerbitin sendiri, gitu.”¹⁸

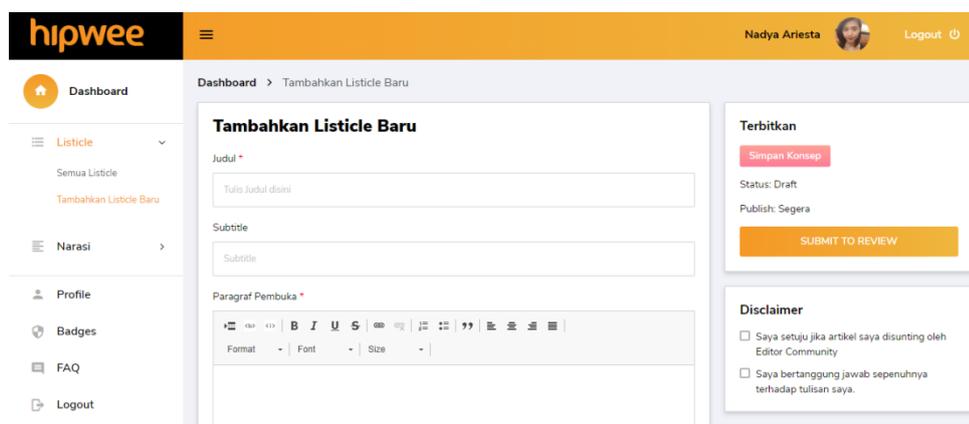
Hipwee melihat pada kebutuhan dan permintaan dari pembacanya untuk bisa memiliki platform khusus untuk pembaca yang ingin berkontribusi dalam penulisan artikel di Hipwee. Melalui platform ini juga pembaca akan mendapatkan *user experience* atas penulisan artikelnya di Hipwee. Lalu pada tahun 2016, akhirnya platform Hipwee *Community* terbentuk, sehingga *user* atau pembaca Hipwee dapat mengumpulkan dan *submit* artikel secara mandiri.

Hipwee membuat *dashboard community* pada website Hipwee. *Dashboard community* yang saat ini ada merupakan *dashboard* yang sudah mengalami

¹⁷ Wawancara dengan Arin, Divisi Community, Senin, 1 Juni 2020, via Zoom

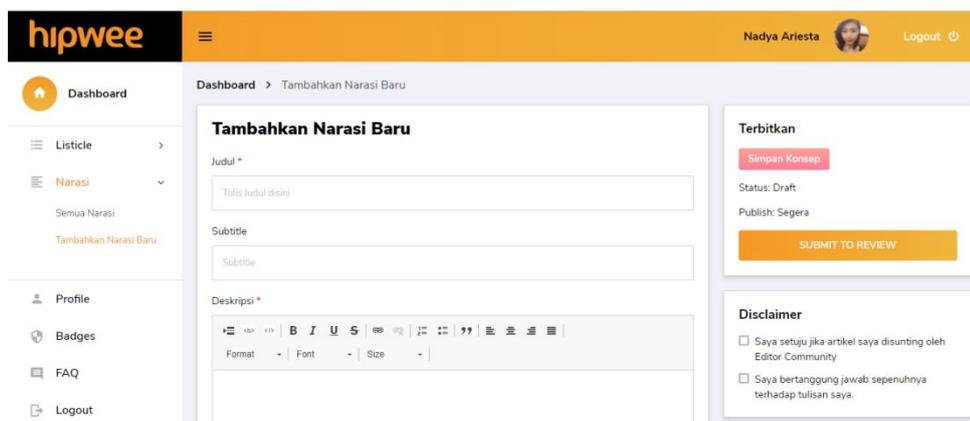
¹⁸ Wawancara dengan Andre, Divisi Business Development, Rabu 20 Mei 2020, via Zoom

perbaikan berulang kali berdasarkan *feedback* yang diberikan oleh *citizen journalist* Hipwee atau kontributor Hipwee.



Gambar 4.6 *Dashboard* Penulisan *Listicle* Hipwee *Community*

Sumber : Hipwee.com (2020)



Gambar 4.7 *Dashboard* Penulisan *Narasi* Hipwee *Community*

Sumber : Hipwee.com (2020)

Dashboard ini berfungsi sebagai papan penulisan bagi kontributor yang ingin menulis artikel di Hipwee. Kontributor dapat membaca ketentuan penulisan dibagian FAQ. Menurut Arin, Divisi *Community*, *dashboard* yang ada saat ini sudah *user-friendly* dan sesuai dengan kebutuhan dari kontributor. Namun setelah diperhatikan kembali, platform *user-generated content* ini masih memiliki

kekurangan. Platform ini belum dapat memberikan kesempatan kepada para kontributor untuk menjadi lebih kreatif. Dalam platform ini hanya terdapat dua pilihan penulisan yaitu *listicle* dan narasi. Padahal jenis penulisan bisa lebih dari dua hal tersebut seperti penulisan puisi yang ada di kanal Hipwee. Apabila kontributor ingin menulis puisi, maka kontributor akan menuliskan pada kolom narasi. Padahal narasi dan puisi memiliki bentuk tulisan yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan dari kontributor belum benar-benar disediakan oleh pihak Hipwee.

4.5 Produsage oleh *Citizen journalist* di Media Online Hipwee

Proses produsage yang dilakukan oleh *citizen journalist* di media online Hipwee dilakukan pada Hipwee *Community*. Hipwee *Community* adalah platform menulis gratis berbasis *user-generated content* (UGC) untuk anak muda Indonesia yang memiliki minat dan hobi di dunia tulis menulis, di mana anggota yang tergabung dapat mengirimkan tulisan dan Hipwee akan menerbitkan sehingga dapat dibaca oleh jutaan pembaca di Indonesia. Melalui platform ini para anggota Hipwee *Community* dapat berlatih untuk membuat tulisan dalam bentuk karya jurnalistik atau belajar menjadi seorang *citizen journalist* dan melakukan aktivitas *citizen journalism*. Menurut Arin, Divisi *Community*,

“Jadi Hipwee *Community* itu komunitas yang di dalamnya isinya itu adalah teman-teman kontributor kita. Jadi teman-teman se-Indonesia, teman-teman yang nulis di Hipwee itu kita satuin dalam satu komunitas, namanya Hipwee *Community*”¹⁹

Hipwee *Community* merupakan komunitas Hipwee yang terdiri dari para penulis atau jurnalis warga untuk artikel-artikel Hipwee. Anggota Hipwee *Community* atau para penulis ini disebut dengan kontributor. Penulis di Hipwee ini berasal dari berbagai kota di seluruh Indonesia dengan rentang usia mulai dari 18-35 tahun (generasi millennial dan gen Z). Berdasarkan data internal Hipwee tahun 2019, tercatat anggota Hipwee *Community* mencapai lebih dari 9.000 orang. Untuk dapat bergabung menjadi anggota Hipwee *Community*, seseorang hanya perlu menuliskan

¹⁹ Wawancara dengan Arin, Divisi *Community*, Senin, 1 Juni 2020, via Zoom

cerita di *Hipwee Community* melalui halaman <http://hipwee.com/login>. Lalu mendaftarkan diri menggunakan *e-mail* atau masuk dengan akun facebook. Setelah melakukan verifikasi *e-mail*. Penulis dapat mulai menulis di platform tersebut. Setelah artikel terbit, maka penulis otomatis menjadi anggota *Hipwee Community*. Diharapkan semua anak muda yang tergabung dalam *Hipwee Community*, dapat menemukan inspirasi, lalu anak muda tersebut berani memberi inspirasi di kemudian hari.



Gambar 4.8 Logo *Hipwee Community*

Sumber : Facebook *Hipwee Community* (2019)

Hipwee Community merupakan bagian penting dari perjalanan Hipwee. Bahkan Andre, Divisi *Business Development*, mengakui bahwa kehadiran *Hipwee Community* ini telah memberikan cukup banyak dampak kepada media *online* Hipwee.

“Yaa pada awalnya sih kita sebenarnya, ketika bikin *Hipwee community* itu.. pengen supaya ada lebih banyak orang yang menulis gitu... Nah terus pada akhirnya ketika itu.. efeknya adalah.. salah satunya tadi.. banyak orang yang akhirnya juga selain ikut menulis, tapi juga ikut membaca gitu, nah itu salah satu keuntungannya sih. Kalau dibilang strategi Hipwee..sebenarnya waktu itu.. jujur.. karena emang kita kekurangan penulis nih, kekurangan penulis dan jumlah tulisan kita segitu tuh gak cukup untuk kita.. dan waktu itu karena kita gak punya investor, gak punya apa-apa, akhirnya kita membuka diri aja lah, kita punya *user* loyal yang sebenarnya mereka selalu ngirimin ke kita tulisan, akhirnya kita buka aja sih pintunya buat mereka buat ikut masuk dan ikut menulis juga gitu... Tapi ternyata efeknya itu juga, menambah jumlah pembaca kita pada akhirnya, makanya sampai sekarang

Hipwee *community* itu di-*treatment*-nya cukup spesial, dibikin jadi prioritas gitu.”²⁰

Hipwee *Community* menjadi salah satu hal yang membedakan antara media *online* Hipwee dengan media lainnya. Rozi, Divisi Editorial, menjelaskan

“Ya... dari awal aku masuk Hipwee, aku melihat salah satu yang membedakan Hipwee dengan media lain ya *community* nya. Temen-temen komunitasnya. Di media lain, iya, secara angka *in-house*, terus secara konten mereka yang mereka tawarkan itu emang tinggi. Emang lebih banyak yang lebih bagus bahkan. Secara angka daripada Hipwee. Cuman, mereka tidak punya kedekatan baik secara fisik ataupun emosional kepada pembacanya. Nah di Hipwee kita punya wadahnya, yaitu di Hipwee *community*.”²¹

Anggota Hipwee *Community* disebut kontributor. Para kontributor ini akan diberikan kesempatan untuk menjadi *user* atau pengguna aktif di Hipwee. Tidak hanya memberikan komentar pada artikel di Hipwee tetapi juga membuat konten karya mereka sendiri.

Dalam menghadirkan proyek produsage di media *online* Hipwee. Hipwee cukup memperhatikan beberapa hal seperti partisipasi terbuka dengan evaluasi yang komunal, heterarki dalam pelaksanaan proyek produsage, hasil dari proyek produsage yang berkelanjutan dan penghargaan individu kepada kontributor yang terlibat dalam proyek produsage ini. Namun dalam praktiknya, masih banyak kekurangan yang terjadi sehingga pelaksanaan proyek produsage menjadi tidak maksimal.

Hipwee mengajak para anggota Hipwee *Community* untuk menulis artikel selayaknya jurnalis atau penulis profesional, tidak hanya memberikan komentar pada berbagai artikel Hipwee. Para anggota Hipwee *Community* atau kontributor Hipwee dapat mengirimkan berbagai macam artikel atau tulisan yang sesuai dengan kriteria artikel Hipwee. Kriteria artikel Hipwee adalah sebagai berikut:

- a. Konten ringan yang akan menghibur orang dengan latar belakang serupa dengan segmentasi pembaca Hipwee yaitu anak muda

²⁰ Wawancara dengan Andre, Divisi Business Development, Rabu 20 Mei 2020, via Zoom

²¹ Wawancara dengan Rozi, Divisi Editorial, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

- b. Artikel opini tentang kejadian terkini di masyarakat, atau isu-isu sosial yang selalu penting untuk dibahas
- c. Catatan perjalanan, kisah-kisah unik dan sukses dari tokoh atau masyarakat di daerah tempat tinggal anggota *Hipwee Community*
- d. Pelajaran hidup pribadi yang menginspirasi
- e. Ulasan mengenai film, musik, atau buku yang menarik untuk diketahui oleh banyak orang
- f. *Tips-tips* menarik dan bermanfaat bagi para pembaca
- g. Puisi

Hipwee sendiri memiliki beberapa kanal antara lain hiburan, hubungan, *tips*, *feature*, travel, motivasi, *style*, wedding, showbiz, dan *young mom*. Para kontributor dapat memilih topik-topik yang cocok dengan kanal-kanal tersebut. Merujuk pada topik-topik tersebut, para kontributor dapat lebih mudah untuk menulis artikel. Rozi, Divisi Editorial, menjelaskan,

“Di *community* kita membebaskan mereka menulis apa asal sesuai dengan *guidelines* Hipwee.”²²

Arin, Divisi *Community* juga membenarkan bahwa Hipwee memberikan kesempatan kepada kontributor untuk menulis atau membuat konten tulisan sesuai dengan minat dan pengetahuan mereka. Kontributor Hipwee, Widi, Leonita dan Ria pun membenarkan bahwa mereka sebagai kontributor Hipwee diberikan kebebasan untuk dapat memilih topik dan kanal apapun ketika menulis naskah selama sesuai dengan *guidelines* Hipwee. Mereka dapat menulis naskah sesuai dengan minat dan pengetahuan yang dimiliki. Menurut Kontributor Hipwee, Widi, kebebasan ini memberikan dampak positif dan negatif. Dampak positif adalah kontributor dapat menulis sesuai dengan *passion* serta dampak negatifnya adalah kontributor menjadi terus menerus mengembangkan diri pada kanal tertentu saja dan tidak mencoba kanal lainnya.

Penulis yang ingin bergabung untuk menjadi kontributor anggota *Hipwee Community* dapat melakukan pendaftaran melalui website Hipwee. Penulis dapat langsung menuliskan artikel melalui website Hipwee tersebut. Penulis dapat

²² Wawancara dengan Rozi, Divisi Editorial, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

melakukan edit tulisan, upload gambar dan *submit* artikel, langsung dari website Hipwee. Penulis juga dapat memilih bentuk artikel yang akan ditulis, bentuk artikel narasi atau bentuk artikel *listicle*.



Gambar 4.9 Cara Membuat Artikel di Hipwee

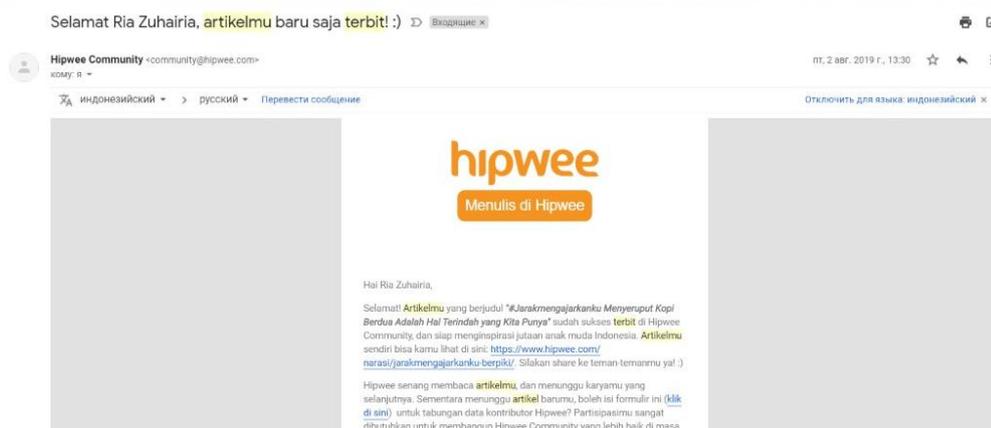
Sumber : Twitter Hipwee (2018)

Dalam penulisan artikel di Hipwee, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan oleh penulis, seperti:

- Memiliki panjang antara 350-800 kata untuk jenis tulisan Narasi dan minimal 5 point untuk tulisan *Listicle*.
- Naskah tidak bersifat komersial atau promosional.
- Orisinal dan boleh pernah dipublikasikan sebelumnya di blog pribadimu.
- Nama profil, biografi dan foto profilmu lengkap.

e. *Submit* artikel dalam bentuk final.

Setelah melakukan *submit* artikel, penulis dapat melihat hasil moderasi atau *review* dari tim Hipwee. Dalam platform Hipwee, penulis dapat melihat status dari naskah artikel yang dikirimkan. Apabila naskah artikel berstatus “menunggu konfirmasi” berarti naskah artikel masih dalam proses moderasi, Apabila naskah artikel tidak diterima, maka tim Hipwee akan memberitahukan melalui *e-mail*. Apabila naskah berstatus “Publish” berarti artikel naskah telah berhasil terbit di Hipwee *Community* dan akan diinformasikan juga melalui *e-mail*. Dalam memutuskan apakah suatu naskah layak terbit atau tidak, tim Hipwee membutuhkan waktu 3-4 hari.



Gambar 4.10 *E-mail* Pemberitahuan Kepada Kontributor Hipwee

Sumber : Dokumen pribadi Kontributor Hipwee (2019)

Tim Hipwee akan memberikan konfirmasi untuk setiap naskah yang di-*submit* melalui platformnya. Lebih lanjut, Arin, Divisi *Community*, menerangkan bahwa naskah yang masuk ke dalam platform Hipwee akan diperiksa tingkat kesalahannya. Apabila kesalahan tersebut merupakan kesalahan mayor seperti plagiarisme, mengandung SARA, bersifat komersial atau promosional, dan jumlah kata kurang/ lebih dari ketentuan, bentuk tulisan kurang sesuai, maka tim Hipwee akan menolak naskah tersebut. Namun apabila kesalahan tersebut merupakan kesalahan minor seperti kesalahan pengetikan (*typo*), judul kurang menarik atau gambar kurang sesuai, maka tim Hipwee akan langsung melakukan edit pada naskah tersebut tanpa mengurangi esensi dari naskah asli. Untuk

melakukan hal edit tersebut, tim Hipwee tidak akan meminta konfirmasi terlebih dahulu kepada penulis naskah.

Meskipun Hipwee *Community* memiliki banyak anggota tetapi jumlah konten tulisan dan kualitas konten tulisan sebagai bagian dari produksi dan reproduksi berita masih belum maksimal. Hal ini menunjukkan proses produsage tidak berjalan maksimal.

Jumlah Member Hipwee <i>Community</i> (kontributor)	9000 person
Jumlah Active Member (kontributor)	1500-2000 person
Jumlah Monthly Average Submission Articles	500-600 articles
Jumlah Monthly Average Publish Articles	300-400 articles
Jumlah Monthly Average Rejected Articles	200-300 articles

Tabel 4.1 Data Hipwee *Community*

Sumber : Data Internal Hipwee (2020)

SUBMISSION 2020

Bulan	Submissions	Publish	Reject
Jan	666	350	316
Feb	380	251	129
Mar	478	299	179
Apr	626	404	222
Mei	704	357	347

Tabel 4.2 Data Submission Hipwee Tahun 2020

Sumber : Data Internal Hipwee (2020)

Minimnya jumlah anggota *citizen journalist* Hipwee yang aktif dan minimnya artikel yang ditulis oleh *citizen journalist* Hipwee menandakan rendahnya prosed produsage yang terjadi dan kolaborasi yang dilakukan oleh antara jurnalis profesional dan *citizen journalist* Hipwee. Hal tersebut mengakibatkan kolaborasi yang terjalin antara jurnalis profesional Hipwee dan jurnalis warga juga tidak maksimal.

Hipwee memberikan penghargaan atas konten atau naskah tulisan yang disampaikan oleh para kontributor kepada Hipwee. Penghargaan tersebut terdiri dari berbagai macam, antara lain:

1. Ucapan selamat kepada kontributor yang artikelnya telah dibagikan (*share*) sebanyak 100 kali/ 1000 kali/ 10.000 kali melalui *e-mail*. Hal tersebut menjadi spesial karena menunjukkan bahwa artikel yang ditulis sangat menarik perhatian warga net (*citizen*) sehingga *citizen* bersedia untuk membagikan artikel tersebut melalui media sosialnya masing-masing.
2. Kesempatan untuk masuk kolom Editor's Pick sehingga tulisannya dapat semakin dipublikasikan oleh tim Hipwee melalui sosial media official Hipwee yang memiliki banyak follower.

3. Pemberian *merchandise* Hipwee kepada 3 kontributor terbaik setiap bulannya. 3 kontributor terbaik ditentukan dari jumlah artikel dan jumlah *share* yang didapatkan pada bulan tersebut.
4. Pembuatan artikel khusus untuk 3 kontributor terbaik setiap bulannya. Selain mendapatkan *merchandise*, 3 kontributor akan mendapatkan kesempatan untuk memberikan *quotes* di artikel khusus Hipwee, yang dibuat langsung oleh tim Hipwee.
5. Penayangan daftar 100 kontributor terbaik Hipwee pada akhir tahun. Setiap akhir tahun, Hipwee akan memperlihatkan daftar 100 kontributor terbaik yang dimiliki oleh Hipwee di kolom khusus website Hipwee.
6. Penayangan pemenang kategori tulisan ‘paling baper’ dan ‘paling inspiratif’ sepanjang tahun. Setiap akhir tahun, Hipwee akan memberitahukan pemenang untuk kategori tersebut dan akan ditampilkan pada kolom khusus website Hipwee.
7. Pemberian *merchandise* atau uang kepada pemenang kompetisi menulis. Setiap tahun, Hipwee akan menyelenggarakan kompetisi menulis. Lalu pemenang kompetisi akan mendapatkan *merchandise* atau uang, sertifikat dan akan diumumkan namanya di website Hipwee.
8. Kesempatan untuk dapat mempublikasikan tulisan di sebuah buku. Hipwee pernah mengadakan kompetisi menulis yang berhadiah publikasi tulisan di Hipwee. Pada kompetisi ini, banyak para kontributor yang ikut serta agar tulisannya dapat dibukukan.

Penghargaan-penghargaan yang diberikan oleh Hipwee kepada para kontributor menunjukkan rasa terima kasih Hipwee atas kontribusi dan dedikasi yang diberikan oleh kontributor dalam penulisan artikel-artikel di Hipwee.



Gambar 4.11 Tiga Kontributor Terbaik Hipwee Bulan Maret

Sumber : Laporan Internal Tim Hipwee (2019)



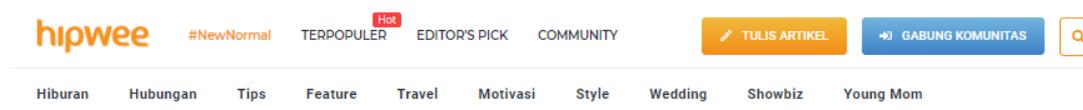
Gambar 4.12 Salah Satu Kontributor Terbaik Hipwee Bulan Maret

Sumber : Laporan Internal Tim Hipwee (2019)

Melalui penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa masih banyak kekurangan dalam proses produsage yang dilakukan oleh Hipwee. Sebagai bagian dari *citizen journalism*, produsage menjadi hal yang penting dan harus diperhatikan. Produsage ini dapat memacu pembuatan konten oleh pengguna dengan lebih baik dan interaktif. Hipwee *Community* sudah memiliki anggota yang banyak, namun karena kurangnya interaktifitas antara media *online* Hipwee dengan kontributor, maka menurunkan jumlah keaktifan beberapa kontributor untuk menulis di Hipwee.

Padahal produsage ini sebenarnya dapat membuka jalan untuk terciptanya kolaborasi yang baik dengan jurnalis professional Hipwee dalam pembuatan konten, khususnya konten tulisan di website Hipwee.

Partisipasi dalam proyek produsage ini juga sebenarnya dapat ditingkatkan lagi, namun keterbatasan pada platform dan minimnya pilihan dalam pembuatan konten menjadikan proyek produsage ini kurang berkembang. Kontributor Hipwee memiliki penghalang untuk dapat membuat konten tulisan yang bagus. Hal ini bisa dilihat dari kanal-kanal yang ada dalam Hipwee. Kanal yang ada saat ini masih perlu dikembangkan lagi jika ingin kemampuan produser atau kontributor Hipwee dalam membuat konten semakin berkembang.



Gambar 4.13 Kanal-kanal di Hipwee

Sumber : Hipwee.com (2020)

Berdasarkan gambar diatas, dapat terlihat bahwa pilihan kanal di Hipwee masih terbatas pada 10 pilihan kanal, padahal melihat dari perkembangan zaman saat ini, setidaknya perlu ada tambahan kanal seperti teknologi dan bisnis yang dekat dengan kehidupan anak muda. Jika Hipwee ingin proyek produsage berjalan dengan baik, Hipwee perlu memperhatikan dan meneelah kebutuhan dari anak muda saat ini.

4.6 Kolaborasi *Citizen journalism* dan *Professional journalism*

Hipwee mengajak para segmentasi pembacanya untuk ikut serta dalam memproduksi konten kreatif. Pada Hipwee *Community*, selain belajar menjadi jurnalis atau penulis, anggota Hipwee *Community* juga berkesempatan untuk menjadi berkembang menjadi jurnalis atau penulis professional. Melalui platform Hipwee *Community* ini, para anggota Hipwee *Community* yang umumnya merupakan jurnalis amatir dapat berkolaborasi dengan jurnalis professional atau

terlibat pada proses produsage. Hipwee membuka kesempatan bagi setiap orang yang ingin menulis artikel di Hipwee untuk bergabung menjadi kontributor Hipwee.

Beberapa *citizen journalist* telah mendaftar dan bergabung menjadi kontributor di Hipwee. Mereka melihat peluang baik di Hipwee untuk bisa mengembangkan diri menjadi seorang penulis.

- a. Widi, umur 21 tahun, bekerja di perusahaan swasta merupakan seorang *citizen journalist* di Hipwee, mengatakan bahwa ia memiliki hobi menulis dan sudah menjadi seorang *citizen journalist* selama 2 tahun di Hipwee. Ia memilih untuk menjadi *citizen journalist* di Hipwee karena menurutnya konten di Hipwee sesuai dengan keadaan sehari-hari dan konten Hipwee dapat merangkul pembacanya. Ia memiliki kepuasan tersendiri untuk menjadi *citizen journalist* di Hipwee. Baginya, Hipwee seperti rumah bagi orang-orang yang ingin belajar menulis atau orang-orang yang ingin mengekspresikan perasaannya melalui tulisan. Widi menjelaskan,

“...tulisan kita itu lebih dikenal banyak orang gitu.. karena saat ini, Hipwee juga bisa dibilang salah satu perusahaan website yang besar juga kan, jadi kayak kita nulis, di-*publish*, terus banyak yang baca, banyak yang *share*, yang kayak gitu ada kepuasan tersendiri... Bahkan sampai saya kan ada yang nawarin job dari Hipwee juga gitu..”²³

- b. Leonita, umur 28 tahun, bekerja di perusahaan swasta merupakan seorang *citizen journalist* di Hipwee, mengatakan bahwa ia memiliki hobi menulis dan sudah menjadi seorang *citizen journalist* selama selama 2 tahun di Hipwee. Ia juga merupakan seorang *blogger*. Ia memilih untuk menjadi *citizen journalist* di Hipwee karena ia melihat bahwa Hipwee memiliki konten-konten yang bagus. Leonita menjelaskan,

“Karena dulu tuh melihat Hipwee tuh kayak ini ya.. kontennya bagus-bagus, dan positif, kayak gitu. Terus nggak sengaja ngeliat, terus iseng. Dan mereka kan nampung kayak karya puisi, kayak narasi, kayak gitu gitu kan. Terus aku iseng nulis, eh ternyata di-*publish* sama mereka. Ya udah. Akhirnya keterusan.”²⁴

²³ Wawancara dengan Widi, Kontributor Hipwee, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

²⁴ Wawancara dengan Leonita, Kontributor Hipwee, Rabu, 2 Juni 2020, via Zoom

- c. Ria, umur 31 tahun bekerja di pemerintah merupakan seorang *citizen journalist* di Hipwee, mengatakan bahwa ia memiliki hobi menulis dan sudah menjadi seorang *citizen journalist* selama selama 5 tahun di Hipwee. Ia memilih untuk menjadi *citizen journalist* di Hipwee karena ia melihat bahwa Hipwee sesuai dengan karakteristik dirinya. Ria menjelaskan,

“..Hipwee itu bahasanya aku banget. Aku ngerasa ih kok gaya bicara di tulisan-tulisan Hipwee itu aku banget. Jadi aku ngerasa lebih ngerasa *attach* sama Hipwee karena gaya tulisannya itu aku banget.”²⁵

Para kontributor tersebut mendapat kesempatan untuk bisa menuangkan hobi menulisnya melalui platform *user-generated content* yang disediakan oleh Hipwee. Mereka mendapatkan kesempatan untuk bisa berkontribusi dalam memberikan informasi dan pengetahuan yang dimiliki melalui tulisan sehingga dapat menginspirasi pembacanya.

Menurut Rozi, Divisi Editorial, menerangkan bahwa secara umum kolaborasi *citizen journalist* dengan media *online* memiliki potensi untuk menjadi bentuk simbiosis mutualisme, karena media membutuhkan konten yang terkadang tidak dapat dipenuhi oleh media itu sendiri, lalu para *citizen journalist* juga membutuhkan wadah untuk dapat mengunggah tulisan atau mempublikasikan tulisannya sehingga dapat dibaca oleh banyak orang. Lalu simbiosis mutualisme tersebut dapat berjalan dengan baik selama kedua belah pihak dapat saling menjaga. Bagaimanapun, setiap hubungan memiliki plus dan minus. Lebih lanjut menurut Rozi, Divisi Editorial, ada dua hal yang perlu diperhatikan ketika membahas *citizen journalism* secara luas, yaitu kualitas tulisan dari *citizen journalist* dan ketepatan isi.

“Ada beberapa hal yang patut dijadikan *concern* pertama soal kualitas tulisan dari temen-temen yang emang kalau mereka *background*-nya bukan jurnalis atau tidak punya *background* kepenulisan, kualitas tulisannya jelas di bawah temen-temen yang emang berkarir di dunia kepenulisan atau jurnalis kan... Kedua soal ketepatan isi, ketepatan konten.. Bisa jadi mereka ngeliput itu dari sudut pandang mereka, sebagai contoh kalau gak salah waktu itu sempet viral berita soal pasien

²⁵ Wawancara dengan Ria, Kontributor Hipwee, Minggu, 7 Juni 2020, via Zoom

Covid yang gak mau dibawa ambulan sama petugas, tapi ketika di-*crosscheck* faktanya dia belum positif tapi masih reaktif aja, belum ada tes yang dia positif, belum ada tes yang bilang kalau, "lu beneran positif", gitu lho.. Jadi itu kan kalau gak ada standar *check and recheck* lagi, ini bisa jadi berbahaya karena bisa jadi, bisa ada misinformasi kan..”²⁶

Kedua hal tersebut harus diperhatikan dengan baik oleh media *online* yang mempublikasikan konten, karena media memiliki kewajiban untuk mengeluarkan konten yang sesuai dengan fakta dan sesuai dengan kode etik jurnalistik. Jika media tidak dapat mengakomodir hal tersebut, maka yang muncul adalah artikel-artikel yang tidak dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, misinformasi dan hoax.

Sementara itu, menurut Rozi, Divisi Editorial, kolaborasi yang dijalankan oleh Hipwee dengan para kontributor merupakan hal yang bagus dalam menulis artikel dan mempublikasikan artikel. Hal tersebut harus bisa lebih bisa dijaga apabila ingin berlangsung dalam jangka waktu yang panjang.

“Kalau di Hipwee sendiri, seperti yang aku bilang tadi kan, kita, audiens kita temen-temen *community* itu memang kita *encourage* untuk menulis apa yang sebenarnya dekat dengan mereka, dan kita beberapa kali bikin *campaign* kan soal apa yang dekat dengan mereka.. Nah beruntungnya di Hipwee *Community*, gak banyak temen-temen *community* yang nulis soal hal-hal *up to date*, maksudnya yang ada di dekat mereka, contohnya kayak gak banyak temen-temen *community* yang nulis soal kasus penambahan kasus *Covid* di daerah mereka atau gak banyak temen-temen *community* yang nulis soal di daerah A ada kasus apa. Karena Hipwee adalah media yang berbasis style anak muda.. jatuhnya temen-temen *community* banyak yang menulis soal topik-topik yang berbau hubungan, motivasi, hiburan, *tips*, yang emang sesuai dengan kanalnya Hipwee, dan emang pembaca Hipwee kan kita banyaknya dari kanal-kanal itu ya.. Jadi ya banyak pembaca Hipwee yang emang kalau pengen nulis di komunitas itu nulisnya soal itu.. Nah kalau nulisnya soal hubungan, terus motivasi, segala macam, itu kan asalnya dari dalam diri mereka sendiri.. apa yang mereka alami, pengalaman mereka seperti ini, ya mereka tuliskan sebagai buah tulisan mereka... Kalau ini kan kualitas dan kebenarannya lebih mudah untuk dijaga daripada kalau kalau temen-temen *community* nulis soal kasus A dari kota A misalkan.. ada kasus di kota A, ada apa di kota A, itu kan lebih susah kita *crosscheck*-nya.. Ya beruntungnya temen-temen *community* gak kayak gitu sih, gak banyak tulisan seperti itu..”²⁷

²⁶ Wawancara dengan Rozi, Divisi Editorial, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

²⁷ Wawancara dengan Rozi, Divisi Editorial, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

Terkait dengan kuantitas artikel yang dibuat oleh kontributor, menurut Rozi, Divisi Editorial, kontributor Hipwee mampu memenuhi kuantitas artikel yang ditentukan oleh Hipwee.

“...setahuku ya, kita punya limit, sehari kita nayangin berapa artikel untuk temen-temen *Hipwee Community*.. Nah faktanya, sehari itu kita pasti bisa naikin artikel segitu, jumlahnya segitu.. Berarti kan emang banyak konten secara kuantitas yang masuk...”²⁸

Lebih lanjut, sebagai bagian dari tim *in-house* Hipwee dan sebagai seorang jurnalis professional, Rozi, Divisi Editorial memberikan pandangannya tentang *citizen journalist* atau Kontributor Hipwee.

“Aku pribadi mengartikan *citizen journalism* sebagai pemberitaan jurnalis, produk jurnalistik yang emang diproduksi mereka sebagai *citizen*, sebagai warga.. Menurut ku ini sangat bagus... Misalkan ada kasus seperti pernikahan unik di daerah Salatiga, sementara *Hipwee* tidak punya *resource* ke sana, kita tidak punya orang yang ada di Salatiga, atau kita bisa kirim ke Salatiga untuk ngeliput. Nah temen-temen dari *community*, tempat temen-temen *citizen journalist* itu mereka bisa mengulik itu, sesuai dengan adat mereka, pokoknya sesuai dengan letak geografis mereka yang lebih lokal, karena lebih lokal, kontennya pasti akan lebih ngena dan punya kedekatan dengan antara mereka yang bikin konten dan konten yang dibuat, itu ada kedekatannya, ada relasinya.. Mereka punya ikatan yang kuat gitu lho antara yang bikin konten dengan apa yang dibikin itu.. Nah dari situ aku melihat itu sebagai hal yang positif.. Kalau di *Hipwee* beruntungnya kita punya temen-temen komunitas yang emang hobinya menulis, ngerti apa cara penulisan dan Arin sebagai *community manager* juga ada Flo dan Aan itu bisa sangat membantu temen-temen komunitas untuk saling bantu pengerjaan kontennya, ngecek apakah konten ini layak terbit atau nggak, kesalahan mereka di mana, kita punya apa ya, *flow* yang bisa dibilang cukup edukatif untuk temen-temen komunitas.. Ini sudah dijalankan dengan baik, jadi ya apa yang ditayangkan di *Hipwee* dan artikel *community* yang ditayangkan di *Hipwee* bisa dibilang memenuhi standar dari editorial sih.. Tapi kalau dari segi teknis ke penulisan tentu akan ada bedanya, maksudnya kan dari pengalaman ya... temen-temen *community* kan emang banyak yang, bahkan baru mulai menulis ketika mereka menemukan *Hipwee Community*. Nah memang pengalamannya masih minim, ya. Kalau dari segi teknis memang banyak yang masih belum sesuai standar, cuman kalau dari segi ide, pengembangan konten yang selama ini berjalan, aku ngerasa mereka cukup bagus dan standar mereka.. ya tetep gak bisa disamakan dengan yang sudah berpengalaman ya.. tapi mereka punya modal yang bagus kalau mereka emang pengen go

²⁸ Wawancara dengan Rozi, Divisi Editorial, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

pro, emang pengen beneran jadi jurnalis atau pengen beneran jadi penulis buku... Ikut pelatihan temen-temen dari *Hipwee Community* itu bisa jadi modal yang sangat bagus sih kalau menurutku ya...”²⁹

Rozi, Divisi Editorial pun menambahkan bahwa dengan adanya kontributor Hipwee ini cukup membantu dalam penulisan konten dan pengisian konten di berbagai kanal Hipwee. Kolaborasi dalam pemenuhan konten di Hipwee antara jurnalis profesional dan *citizen journalist* Hipwee memberikan gambaran simbiosis mutualisme.

Sementara itu, kontributor Hipwee juga memberikan pandangannya atas jurnalis profesional dan *citizen journalist* serta kolaborasi keduanya di Hipwee.

- Widi, Kontributor Hipwee mengatakan bahwa sebagai seorang *citizen journalist*, ia dapat menuangkan fakta dan data yang ia lihat atau ia analisis menjadi sebuah tulisan yang dapat dibaca dan dinikmati banyak orang. Meskipun demikian, ia mengakui bahwa ia sebagai *citizen journalist* juga masih belum memiliki pengalaman yang cukup sehingga masih merasa kebingungan dalam menulis. Ia belum memiliki kepekaan yang baik seperti jurnalis profesional. Ia merasa ia masih harus lebih banyak belajar kepada jurnalis profesional. Ia melihat bahwa kolaborasi antara *citizen journalist* dengan media *online* merupakan hal yang bagus karena media *online* dapat membantu menyebarkan informasi atau tulisan yang dibuat oleh *citizen journalist* dan *citizen journalist* mendapat kesempatan untuk dapat lebih mengembangkan yang ia minati.

“Hipwee itu kayak rumah gitu, jadi kolaborasi dengan Hipwee itu menurut saya udah pilihan yang tepat.. Karena ya bisa memberikan banyak *benefit* juga ke kitanya, bisa sambil belajar...”³⁰

- Leonita, Kontributor Hipwee mengatakan bahwa sebagai seorang *citizen journalist*, ia dapat menulis konten sesuai dengan yang ia minati tanpa terpatok kepada satu tema dan ia tidak perlu terpatok dengan deadline seperti jurnalis profesional. Ia merasa lebih bebas dengan menjadi *citizen journalist*. Namun ia mengakui bahwa ia sebagai *citizen journalist* juga memiliki kekurangan, ia merasa sering terkena *writer block* dan

²⁹ Wawancara dengan Rozi, Divisi Editorial, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

³⁰ Wawancara dengan Widi, Kontributor Hipwee, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

tidak tahu harus menulis apa sehingga tidak menjadi produktif sebagai jurnalis. Ia merasa belum memiliki banyak pengalaman seperti jurnalis profesional. Lalu ia melihat bahwa kolaborasi antara *citizen journalist* dengan media *online* merupakan hal yang sangat bagus karena membantu untuk mempublikasikan karya *citizen journalist* serta menjadi mentor untuk *citizen journalist* dan *citizen journalist* sendiri akan lebih termotivasi untuk membuat lebih banyak karya.

“...Mereka tuh kayak jadi mentor dan editor tulisan kita... Cuman ya pasti tulisan-tulisan mereka tuh pasti lebih baguslah dibanding kita. Maksudnya lebih variatif dibanding kita...”³¹

- Ria, Kontributor Hipwee mengatakan bahwa sebagai seorang *citizen journalist*, ia merasa lebih bebas dalam menulis dan ia dapat mengontrol tulisannya dari dirinya sendiri, tanpa terpatok deadline. Namun sebagai *citizen journalist*, ia merasa ia tidak dapat melakukan bimbingan langsung secara tatap muka dengan editor selayaknya jurnalis profesional sehingga ia tidak dapat mengetahui dengan pasti tingkat perkembangan dirinya sebagai penulis. Lalu ia melihat bahwa kolaborasi antara *citizen journalist* dengan media *online* merupakan hal yang bagus karena media memberikan ruang untuk *citizen journalist* untuk dapat menyalurkan karyanya.

“Kolaborasi sama Hipwee itu menurut aku juga udah lumayan bagus... Cuma kan ya namanya orang kan nggak ada puasnya ya. Tetep aja ada yang dipengenin dari Hipwee gitu kan. Aku pengen ada *workshop* dari Hipwee...”³²

Hipwee menyadari bahwa kolaborasi antara *citizen journalist* dan Hipwee sebagai media *online* merupakan hal yang penting. Kolaborasi tersebut berpotensi untuk menjadi bentuk simbiosis mutualisme, karena media membutuhkan konten yang terkadang tidak dapat dipenuhi oleh media itu sendiri, lalu para *citizen journalist* juga membutuhkan wadah untuk dapat mengunggah tulisan atau mempublikasikan tulisannya sehingga dapat dibaca oleh banyak orang. Simbiosis

³¹ Wawancara dengan Leonita, Kontributor Hipwee, Rabu, 2 Juni 2020, via Zoom

³² Wawancara dengan Ria, Kontributor Hipwee, Minggu, 7 Juni 2020, via Zoom

mutualisme tersebut dapat berjalan dengan baik selama kedua belah pihak dapat saling menjaga.

Kolaborasi yang dilakukan oleh Hipwee dengan kontributor Hipwee merupakan kolaborasi yang seharusnya bersifat *win-win*, namun dalam praktiknya masih terdapat kekurangan dari kedua belah pihak sehingga kolaborasi tidak berjalan secara maksimal. Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan, terlihat bahwa terdapat beberapa hal yang masih kurang antara lain kurangnya interaksi yang terjalin antara jurnalis profesional Hipwee dengan *citizen journalist* Hipwee dan kurangnya *tools-tools* yang dapat membantu peningkatan kolaborasi antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir di Hipwee. Kolaborasi ini memiliki hubungan yang saling ketergantungan satu sama lain, sehingga ketika kolaborasi tidak memberikan peningkatan pada satu pihak, akan mempengaruhi pihak lainnya. Ketika kolaborasi hanya menguntungkan pihak Hipwee maka pihak kontributor tidak akan memberikan perilaku aktif atau merespon baik kolaborasi yang ada.

4.7 Pro-Am Model di Media Online Hipwee

Pada media *online* Hipwee, pembuatan konten seperti konten tulisan atau konten video, tidak hanya mengandalkan dari tim *in-house* Hipwee sendiri. Hipwee juga akan melibatkan para kontributornya untuk melakukan pembuatan konten. Hipwee akan mengajak para kontributor untuk dapat menghasilkan konten yang dapat dinikmati oleh pembacanya, karena kontributor merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Hipwee dan menjadi bagian dari Hipwee. Rozi, Divisi Editorial, menjelaskan,

“Hipwee sekarang gak mungkin ada tanpa Hipwee *Community*, jadi perjalanan sepanjang perjalanan Hipwee selama 2014 sampai sekarang tuh kalau misalkan Hipwee nggak punya Hipwee *Community*, ya gak bakal bisa seperti sekarang.”³³

Hipwee melakukan kolaborasi dengan para kontributor dalam menyajikan konten, khususnya bentuk tulisan atau artikel. Kontributor atau penulis dapat

³³ Wawancara dengan Rozi, Divisi Editorial, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

langsung menuliskan artikel melalui website Hipwee. Penulis dapat melakukan edit tulisan, upload gambar dan *submit* artikel, langsung dari website Hipwee. Penulis juga dapat memilih bentuk artikel yang akan ditulis, bentuk artikel narasi atau bentuk artikel *listicle*.

Setelah melakukan *submit* artikel, penulis dapat melihat hasil moderasi atau *review* dari tim Hipwee. Dalam platform Hipwee, penulis dapat melihat status dari naskah artikel yang dikirimkan. Apabila naskah artikel berstatus “menunggu konfirmasi” berarti naskah artikel masih dalam proses moderasi, Apabila naskah artikel tidak diterima, maka tim Hipwee akan memberitahukan melalui *e-mail*. Apabila naskah berstatus “Publish” berarti artikel naskah telah berhasil terbit di Hipwee *Community* dan akan diinformasikan juga melalui *e-mail*. Arin, Divisi *Community*, menjelaskan

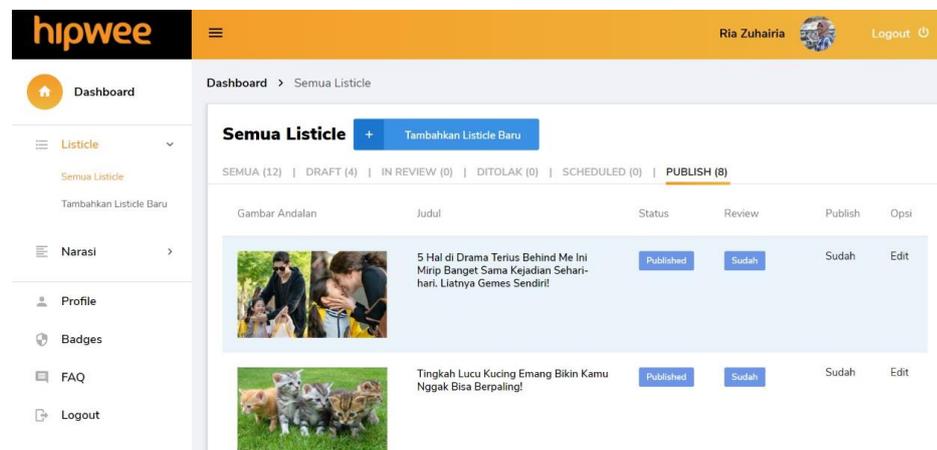
“...kalau di Hipwee, sebelum artikel dari kontributor itu terbit, itu yang handle moderator dulu. Jadi moderator ini kayak filter pertama nih yang *nge-treatment* artikel dari temen-temen kontributor. Jadi tugasnya moderator itu kayak untuk ngecek plagiasi, ada *typo* atau engga, terus ada unsur promosi atau menyinggung SARA atau enggak. Kayak gitu sih mbak. Udah ngecek layak terbit atau belum, istilahnya... Biasanya kalau udah diterbitin, dapet *e-mail* otomatis sih mbak. Kayak, tulisan ‘selamat tulisan kamu udah diterbitkan di Hipwee’, terus dikasih linknya gitu... Kalaupun kita tidak bisa nerbitin, kita juga kasih alasan via *e-mailnya* itu tadi mbak. Jadi ‘Maaf tulisan kamu belum bisa diterbitkan karena...’ misalnya mengandung promosi, atau menyinggung SARA. Kayak gitu...”³⁴

Dalam memutuskan apakah suatu naskah layak terbit atau tidak, tim Hipwee membutuhkan waktu 3-4 hari.

Tim Hipwee akan memberikan konfirmasi untuk setiap naskah yang di-*submit* melalui platformnya. Lebih lanjut, Arin, Divisi *Community*, menerangkan bahwa naskah yang masuk ke dalam platform Hipwee akan diperiksa tingkat kesalahannya. Apabila kesalahan tersebut merupakan kesalahan mayor seperti plagiarisme, mengandung SARA, bersifat komersial atau promosional, dan jumlah kata kurang/ lebih dari ketentuan, bentuk tulisan kurang sesuai, maka tim Hipwee akan menolak naskah tersebut. Namun apabila kesalahan tersebut

³⁴ Wawancara dengan Arin, Divisi Community, Senin, 1 Juni 2020, via Zoom

merupakan kesalahan minor seperti kesalahan pengetikan (*typo*), judul kurang menarik atau gambar kurang sesuai, maka tim Hipwee akan langsung melakukan edit pada naskah tersebut tanpa mengurangi esensi dari naskah asli. Untuk melakukan hal edit tersebut, tim Hipwee tidak akan meminta konfirmasi terlebih dahulu kepada penulis naskah.



Gambar 4.14 *Dashboard* Kontributor Hipwee

Sumber : Dokumen Pribadi Kontributor Hipwee (2020)

Moderasi yang dilakukan oleh tim Hipwee terhadap naskah yang dikirim oleh kontributor tidak berjalan maksimal. Kontributor sebagai pihak pengirim naskah merasa proses moderasi berjalan kurang baik karena mereka sebagai penulis konten tidak sering mendapat *feedback* dari pihak tim Hipwee. Sebaliknya tim Hipwee akan langsung melakukan publikasi atas konten tulisan tersebut. Di sisi lain, kontributor tetap membutuhkan *feedback* dari tim Hipwee atas naskah yang mereka kirim sesedikit apapun *feedback* tersebut. Dengan adanya *feedback* dari tim Hipwee, kontributor dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan dari kemampuan menulisnya. Hal tersebut tentunya dapat membantu dan memicu penulisan konten yang lebih baik. Sampai dengan saat ini, *feedback* dari tim Hipwee masih minim terhadap beberapa naskah tulisan kontributor. Leonita, Kontributor Hipwee mengatakan bahwa ia merasa ia tidak mendapat pernah mendapat *feedback* dari pihak Hipwee.

“Jadi ketika kita udah beres nulis, mereka bisa *feedback* itu *by e-mail*. Jadi nggak langsung tiba-tiba ke-*publish* gitu loh. Jadi kita itu tahu

kurangnya kita tuh di mana, tulisannya ini harusnya lebih baik lagi kalau kayak gimana. Harusnya sih kayak gitu...”

Artikel-artikel yang ada di Hipwee *Community* terdiri dari artikel yang diproduksi oleh tim *in-house* Hipwee dan artikel kontributor Hipwee. Jika melihat pada artikel di website Hipwee, dapat ditemukan banyak sekali artikel yang ditulis oleh tim *in-house* Hipwee dan para kontributor Hipwee setiap harinya. Meskipun secara komposisi, tetap lebih banyak artikel yang diterbitkan oleh tim *in-house* Hipwee dibandingkan dengan artikel kontributor Hipwee. Hal ini dilakukan agar mempertahankan pembaca Hipwee. Rozi, Divisi Editorial, menjelaskan,

“.. .salah satu yang bisa aku bilang adalah kenapa kita tetep memperbanyak artikel *in-house*? ya karena untuk menjaga pembaca kita, maksudnya pembaca kita terbiasa dengan artikel-artikel *in-house* dengan kualitas seperti itu kita gak pengen audiens ter-*distract* dengan konten yang sebenarnya bagus. Tapi kan setahuku sejauh ini ya temen-temen *community* itu memilih tema untuk ditulis itu masih banyak yang temanya adalah seputar hubungan, seputar motivasi, yaa seputar 2 tema besar itu lah.. Ya alasannya ya karena temen-temen *community* kita adalah temen-temen yang usianya muda, jadi ya emang itu yang dekat dengan mereka, ya itu yang mereka tulis... Jadi ya karena kontennya banyak yang seperti itu, jadi kita putuskan kita tetep butuh konten *in-house* yang banyak...”³⁵

Lalu terkait dengan *Standar Operational Procedure* (SOP) penulisan artikel, SOP penulisan artikel yang ditulis oleh tim *in-house* Hipwee dan kontributor Hipwee memiliki standar ketentuan yang sama. Contohnya dalam penulisan artikel berformat *listicle*, jurnalis professional dari tim *in-house* Hipwee dan *citizen journalist* dari kontributor Hipwee diharuskan untuk menulis minimal 5 poin dalam 1 artikel yang berformat *listicle*. Selain itu juga tulisan dalam artikel harus tetap mempertahankan fakta, original, tidak mengandung SARA, tidak berafiliasi dengan partai politik tertentu, tidak mengandung *hate speech*, dsb. Tim *in-house* Hipwee juga diberi kesempatan untuk menulis artikel sesuai dengan minat dan pengetahuan yang dimilikinya. Artikel yang telah

³⁵ Wawancara dengan Rozi, Divisi Editorial, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

dipublikasikan melalui website Hipwee, akan menjadi tanggung jawab bersama antara Hipwee dengan penulis artikel tersebut. Oleh karena itu, Hipwee membangun sistem moderasi artikel untuk tim *in-house* Hipwee dan kontributor Hipwee.

Meskipun demikian, tim *in-house* Hipwee memiliki sebuah tanggung jawab lebih untuk membuat *branded content* atau artikel yang bersifat komersial atau promosional. Kebijakan ini diambil untuk mengontrol artikel yang bersifat komersial di Hipwee. Menurut Rozi, Divisi Editorial, kebijakan tersebut diambil karena konten yang bekerjasama dengan brand akan memiliki keterkaitan dengan *income* dan memiliki hubungan kontrak antara *brand* dengan Hipwee selaku platform media. Hipwee memandang bahwa penulisan *branded content* tersebut harus dibatasi khusus untuk tim *in-house*. Andre, Divisi Business Development, menjelaskan,

“Sekarang kita kerjain sendiri semuanya kalau *branded content*.. kecuali kayak misalnya kayak yang tadi komunitas diminta datang ke suatu acara, terus ngasih *review* tentang acara itu, nah itu komunitas yang ngerjain nanti..”³⁶

Kontributor Hipwee, Ria membenarkan bahwa ia pernah diundang oleh Hipwee untuk datang ke acara launching suatu brand *mobile phone* dan ia memberikan *review* tentang acara tersebut. Tetapi ia tidak pernah menulis artikel bersifat komersial atau promosional untuk di *submit* pada platform Hipwee karena memang tidak sesuai dengan *guidelines* Hipwee.

Hipwee sebagai media *online* yang melakukan kolaborasi dengan *citizen journalist*, telah menentukan beberapa hal agar mobilitas antara Hipwee dan para kontributor berjalan menjadi kolaborasi yang efektif. Hal-hal tersebut diantaranya adalah membuat tim khusus bernama Divisi *Community* untuk menjadi koordinator bagi para kontributor Hipwee. Kontributor Hipwee yang ingin memberikan pertanyaan, kritik dan saran, dapat menghubungi divisi *Community*. Divisi *Community* tidak hanya melakukan moderasi atas artikel-artikel yang di-*submit* oleh kontributor Hipwee, tetapi juga mengembangkan

³⁶ Wawancara dengan Andre, Divisi Business Development, Rabu 20 Mei 2020, via Zoom

Hipwee *Community* dan anggota Hipwee *Community*. Divisi *Community* ini juga menjadi penghubung antara kontributor selaku *citizen journalist* dengan tim *in-house* Hipwee selaku jurnalis profesional. Untuk dapat menunjang kegiatan kolaborasi serta meningkatkan kualitas dan kuantitas dari artikel kontributor Hipwee. Hipwee mengadakan beberapa kegiatan seperti Kelas Menulis *Online* (KMO) dan Hipwee *Community* Meet Up.

Berbagai kegiatan dilakukan agar kolaborasi antara *citizen journalist* dengan jurnalis profesional di media *online* Hipwee dapat memberikan dampak yang positif bagi kedua belah pihak, khususnya dalam menghasilkan konten yang bagus. Namun saat ini, kualitas dan kuantitas dari artikel yang ditulis oleh *citizen journalist* atau kontributor Hipwee secara umum masih belum maksimal. Meskipun jumlah anggota Hipwee *Community* tercatat mencapai lebih dari 9.000 orang, namun anggota aktif hanya mencapai kurang lebih 2.000 orang. Selain itu, masih banyak artikel yang masuk ke Hipwee namun tidak sesuai dengan *tone* atau *guideline* dari Hipwee sehingga tidak dapat diterbitkan di halaman Website Hipwee. *Citizen journalism* menjadi salah satu hal yang diperhatikan oleh Hipwee sebagai media *online*.

Menurut Rozi, Divisi Editorial, secara umum kolaborasi *citizen journalist* dengan media *online* memiliki potensi untuk menjadi bentuk simbiosis mutualisme, karena media membutuhkan konten yang terkadang tidak dapat dipenuhi oleh media itu sendiri, lalu para *citizen journalist* juga membutuhkan wadah untuk dapat mengunggah tulisan atau mempublikasikan tulisannya sehingga dapat dibaca oleh banyak orang. Lalu simbiosis mutualisme tersebut dapat berjalan dengan baik selama kedua belah pihak dapat saling menjaga. Bagaimanapun, setiap hubungan memiliki plus dan minus. Bagaimanapun mobilitas antar keduanya perlu ditingkatkan lagi agar menjadi lebih efektif.

Konten di Hipwee sebagai proyek produsage terus berkembang sejak Hipwee didirikan. Konten di Hipwee dihasilkan melalui kolaborasi antara tim *in-house* Hipwee dengan Hipwee *Community*. Untuk dapat menghasilkan konten

yang bagus dan disukai pembaca, tim Hipwee cukup banyak melibatkan anggota Hipwee *Community*. Hipwee *Community* akan berperan untuk memberikan kritik dan saran atas perkembangan konten di Hipwee. Menurut Andre, Divisi Business Development, Hipwee *Community* berkontribusi untuk membantu Hipwee dalam pengembangan konten.

“...ya membantu banget sih, ketika riset, kita juga melibatin komunitas gitu, kita tanya langsung ke mereka, atau kita juga *take notes* kalau mereka juga ngasih kritik atau saran ke kita gitu, ketika menemukan sesuatu yang mungkin antara itu bagus, atau jelek, atau mereka gak suka, atau mereka marah, marah karena fitur tertentu hilang gitu gitu, itu selalu kita dengerin sih.. Jadi itu jadi *feedback* kita..”³⁷

Lalu menurut Arin, Divisi *Community*, Hipwee *Community* membantu Hipwee tidak hanya dalam pengembangan konten berbentuk tulisan, tetapi juga dalam bentuk video. Ketika Hipwee membuat sebuah campaign dan dipublikasikan dalam bentuk video, kontributor Hipwee bersedia untuk ikut serta menjadi talent pada video tersebut.

“Oh iya. Konten-konten video juga sih mbak. Jadi beberapa kali kita juga berpartisipasi dalam konten videonya Hipwee, kayak kemarin tuh yang Hipwee bikin video soal peluk jauh teman-teman di luar sana yang terdampak covid, itu ada beberapa anak kontributor yang ikutan ngisi juga. Kalau yang video ini sih mbak.... Biasanya kalau *in-house* ada *project* aja sih. Kayak yang tadi, yang terdampak covid, itu kita baru ngegendeng temen-temen kontributor...”³⁸

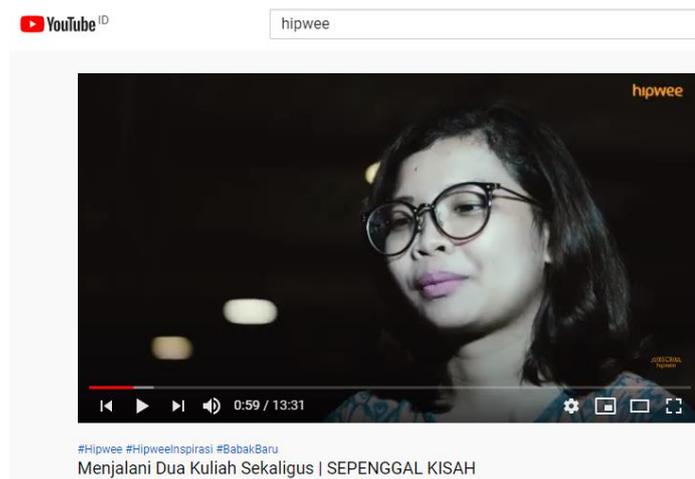
Hipwee memiliki media sosial Youtube. Pada media sosial tersebut, terdapat video-video dengan judul ‘Sepenggal Kisah’. Video ini mengambil ide cerita dari cerita-cerita yang ditulis oleh Kontributor Hipwee

“Jadi, kita di Hipwee, di youtube Hipwee, channelnya Hipwee di tim video, itu kita pernah program namanya sepenggal kisah. Nah sepenggal kisah ini adalah video pendek yang ceritanya kita angkat dari ceritanya temen-temen kontributor, temen-temen *community*.”³⁹

³⁷ Wawancara dengan Andre, Divisi Business Development, Rabu 20 Mei 2020, via Zoom

³⁸ Wawancara dengan Arin, Divisi Community, Senin, 1 Juni 2020, via Zoom

³⁹ Wawancara dengan Andre, Divisi Business Development, Rabu 20 Mei 2020, via Zoom



Gambar 4.15 Video Kolaborasi Tim Hipwee dan Anggota Hipwee *Community*

Sumber : Youtube Hipwee (2019)

Selain di media sosial Youtube, anggota Hipwee *Community* juga ikut serta di media sosial lainnya seperti facebook dan instagram. Di Facebook dan Instagram, 10 artikel terbaik milik kontributor akan dipublikasikan sebagai konten Editor's Pick setiap harinya. Kontributor Hipwee juga menjadi narasumber pada beberapa konten live instagram Hipwee. Mereka akan memberikan pendapat atas berbagai hal yang sedang menjadi *trending* di kehidupan anak muda.



Gambar 4.16 Konten Live Instagram Hipwee *Community*

Sumber : Instagram *Hipwee Community* (2019)

Lalu anggota *Hipwee Community* juga berkontribusi dalam kelas menulis *online*. Salah seorang kontributor *Hipwee* berpartisipasi sebagai narasumber pada kelas menulis *online* bersama dengan tim *in-house Hipwee*. Arin, Divisi *Community*, menjelaskan,

“Bahkan dulu juga sempat kita ngajaki satu kontributor untuk jadi narasumber di kelas menulis *online* kita gitu, selain buat latihan... jadi tempat mereka untuk lebih percaya diri juga gitu untuk *sharing-sharing* soal kepenulisan, gitu.”⁴⁰



Gambar 4.17 Kelas Menulis *Online Hipwee*

Sumber : Data Internal *Hipwee* (2020)

⁴⁰ Wawancara dengan Arin, Divisi *Community*, Senin, 1 Juni 2020, via Zoom

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada whatsapp group tersebut diketahui bahwa jurnalis profesional Hipwee yang menjadi mentor dalam Kelas Menulis Online berada dalam struktur editorial formal. Jurnalis amatir/kontributor berpartisipasi untuk menciptakan berita melalui artikel yang akan dipublikasikan di Hipwee, Kelas Menulis Online merupakan salah satu cara untuk menstimulus agar proses pembuatan konten dari pengguna dapat terus berjalan. Kelas Menulis Online menunjukkan adanya simbiosis mutualisme dan saling ketergantungan antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir karena kedua belah pihak saling belajar untuk menulis artikel dengan baik.

Selanjutnya menurut Rozi, Divisi Editorial, Hipwee *Community* membantu tim Hipwee dalam menemukan ide-ide baru untuk mengembangkan konten.

“Nah yang kita lakukan untuk mengembangkan kanal, mengembangkan konten adalah kita mendengar dari temen-temen *community executive* sama *community manager* tadi, jadi mereka yang akan entah itu mendata, entah itu nanyain satu per satu, atau mungkin caranya waktu ada kelas menulis atau event meet up, ada ide bagus, mereka akan yang akan nyatet ‘eh kayaknya ini ide ini bagus buat dipakai, buat kita kembangin’, nah mereka akan ngasih itu ke editorial...”⁴¹

Pengembangan konten atau kanal Hipwee menjadi hal yang penting karena dunia teknologi dan media *online* selalu berkembang, sehingga proyek produsage tidak bisa selesai di satu waktu. Andre Divisi Business Development, menerangkan bahwa trend di media relatif cepat berkembang, contohnya adalah trend video yang selalu berubah. Jika dulu ada trend konten video ads, lalu berubah menjadi trend web series, sekarang berubah lagi menjadi trend podcast. Namun pengembangan konten atau kanal akan tetap dilihat berdasarkan kebutuhan dari *user*. Hipwee berusaha untuk tetap *update* dengan perkembangan yang ada namun tetap memperhatikan kebutuhan *user*-nya.

Hipwee berusaha untuk melakukan regenerasi konten dan peremajaan kanal yang sesuai dengan *user*-nya, yaitu anak muda. Agar mengetahui

⁴¹ Wawancara dengan Rozi, Divisi Editorial, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

kebutuhan dari *user* dan semakin dekat dengan *user*, Hipwee membuka lowongan magang di kantor Hipwee. Rozi, Divisi Editorial, menjelaskan,

“Kita juga ada program magang dimana kita bisa lebih dekat lagi nih anak magang kita. Anak magang kan emang yang masih hidup di bangku kuliah. Karena mereka masih kuliah, berarti perspektif mereka masih perspektif anak muda. Itu yang beneran kita coba untuk gali ‘eh kalau misalkan aku bikin konten gini di anak muda gimana?’ ‘kamu sebagai anak muda setuju gak kalau misalkan kita bikin kontennya seperti ini’. Itu salah satu yang sekarang, yang bahkan sering banget kita coba, supaya kita bisa berpikiran sesuai dengan anak muda jaman sekarang. Beberapa kali kan kita menerima temen-temen magang yang emang udah punya *background Hipwee Community*, komunitasnya *Hipwee..* Kenapa kami melakukan itu? Karena kami optimis dan kami yakin dengan kualitas temen-temen *Hipwee Community*, kedua karena kami merasa ya mereka udah bagian dari *Hipwee*, kita harus ngasih sesuatu yang lebih gitu lho daripada kita ngasih temen-temen yang lain, waktu mereka daftar magang gitu...”⁴²

Kontributor Hipwee pun mengakui bahwa mereka dilibatkan dalam berbagai pengembangan konten Hipwee. Widi, Kontributor Hipwee, mengatakan bahwa tim Hipwee suka bertanya kepada kontributor melalui whatsapp grup atas pendapat kontributor tentang konten-konten yang sedang Tim Hipwee kerjakan, seperti apa tema yang bagus untuk live instagram, apa konten yang bagus untuk Hipwee selanjutnya. Hipwee terbuka untuk berbagai kritik dan saran dari Kontributor Hipwee. Hipwee juga kerap memberikkan kuisisioner dan survey yang perlu diisi oleh Kontributor Hipwee sebagai langkah pengembangan konten dan kanal di Hipwee. Lalu Leonita, Kontributor Hipwee mengatakan bahwa biasanya tim Hipwee akan lebih banyak mengajak diskusi dengan Kontributor Hipwee terkait dengan konten bentuk video, bukan bentuk tulisan. Tim Hipwee menanyakan pendapat kepada kontributor kira-kira tema video-nya sudah pas atau belum dengan kejadian saat itu. Selanjutnya, Ria, Kontributor Hipwee, mengatakan bahwa ketika terjadi event meet up, tim Hipwee menanyakan pendapat dari Kontributor Hipwee seperti Hipwee lebih bagus dikembangkan seperti apa, konten Hipwee sebaiknya seperti apa, dsb.

⁴² Wawancara dengan Rozi, Divisi Editorial, Selasa, 1 Juni 2020, via Zoom

Kontributor Hipwee merasa senang telah dilibatkan dalam mengembangkan konten-konten Hipwee.

Hipwee sebagai wadah menulis para *citizen journalist* yang ingin belajar dan mengembangkan kemampuan menulisnya, belum mengizinkan para kontributor untuk membuat tulisan bersifat komersial meskipun ada saran dari kontributor untuk melakukannya. Hipwee tidak mengizinkan untuk membuat artikel tentang suatu *brand*. Tetapi sebagai alternatif, Hipwee memberikan kesempatan kepada kontributor untuk menulis *review* yang memunculkan berbagai brand. Arin, Divisi *Community*, menjelaskan, “Iya.. misal kalau cuma satu *brand* dalam satu tulisan, itu gak boleh sih mbak. Tapi kalau misal *review make up* yang under 100 ribu kan pasti banyak tuh *brand*-nya, itu masih gak apa-apa sih.” Lebih lanjut Arin menjelaskan bahwa untuk menjawab saran dari kontributor, Hipwee mengadakan kompetisi menulis bersama sebuah brand, dengan ketentuan artikel harus mencantumkan nama brand tersebut sehingga menjadi konten bersifat komersial atau *branded content*.

“Tapi juga kita, kita kan pernah ngadain semacam kompetisi menulis bareng satu *brand* kosmetik ya mbak. Itu gak apa-apa sih maksudnya mereka *submit* satu *brand* itu, soalnya kan ketentuannya emang harus itu ya.”⁴³

⁴³ Wawancara dengan Arin, Divisi Community, Senin, 1 Juni 2020, via Zoom



Gambar 4.18 Kompetisi Menulis Ruang Belajar Wardah

Sumber : Hipwee.com (2018)

Hipwee melakukan kerjasama dengan brand tersebut untuk mengadakan kompetisi menulis. Pemenang dari kompetisi menulis tersebut akan mendapatkan hadiah langsung dari *brand*. Umumnya konten bersifat komersial ini akan dilakukan bersama dengan sebuah *brand*. Pendapatan atau hadiah yang didapat dari konten komersial tersebut tidak akan menjadi hak milik dari Hipwee, tetapi menjadi pendapatan atau hadiah dari penulis artikel. Lebih lanjut Andre, Divisi Business Development, menjelaskan

“Jadi di Hipwee *community* kan kebanyakan ada orang-orang yang kerjanya *freelance* atau mereka juga penulis, punya blog sendiri, dan mereka pasti punya tulisan-tulisan dengan kategori tertentu yang menarik gitu kayak mereka ada yang sering nulis tentang *make-up* gitu, kecantikan, *style*, gitu gitu.. Ada juga yang nulis tentang travel, ada yang nulis tentang *parenting*, nah kita buat komunitas-komunitas khusus, terus ketika tulisan mereka bagus, kita bisa sambungin mereka dengan, misalnya *brand* atau bisnis yang membutuhkan mereka, gitu.. Jadi sekarang malah arahnya lebih ke *influencer management* gitu.. Jadi kan membantu mereka juga buat akhirnya bisa di-*reach* sama orang-orang yang butuh mereka buat nulis, atau butuh mereka buat *promote* sosial media yang mereka, gitu.. Atau bikin komunitas, bikin *event offline* yang

pengen di-review sama mereka gitu.. Misalnya ada *request* dari brand kayak gini, terus nanti *feedback*-nya dari *brand*, mereka akan dapat.. entah *fee* sejumlah sekian atau barang dengan nilai sekian gitu, nah itu kita tawarkan ke mereka gitu.. Jadi untuk proses itu sendiri dari Hipwee gak mengambil keuntungan si... jadi kita cuman membantu mereka aja, khusus itu.. Tapi ketika *brand* itu ketika kerjasama dengan dengan Hipwee langsung, baru nanti kita akan ambil margin, tapi kalau langsung dengan *Community*, kita hanya jadi perantara...”⁴⁴

Ria, Kontributor Hipwee membenarkan bahwa ia pernah mengikuti kompetisi menulis dan mendapat hadiah dari brand untuk kompetisi menulis yang diikutinya.

“Jadi itu kerja sama Hipwee sama Filipina. Pokoknya acara dari Filipina kan. Jadi dia ada bikin di JCC itu ada pameran pendidikan nah disitu ada Filipina juga. Nah disitu khusus ngebahas si acaranya Filipina gitu, si acara itu. Nah yang harus dimasukin waktu itu Maskapai Filipina, apa namanya ya. Sama lembaga kursus Bahasa Inggris di Filipina. 2 poin itu yang harus dimasukin. Nah aku bikin, aku dapat juara. Jadi yang juara 1,2 itu dikasih kursus langsung ke Filipina. Kalau aku juara 3, dapat *power bank*, apa lagi ya, dapat *hampers* gitu isinya *power bank*, macem macem.”⁴⁵

Hipwee memang berusaha agar kolaborasi antara Hipwee dan Hipwee *Community* berjalan dengan baik sehingga terjadi keberlanjutan terhadap keberadaannya. Hipwee berusaha untuk bersikap transparansi kepada Kontributor Hipwee terkait visi misi Hipwee dan jujur terkait tujuan dan pencapaian yang diraih oleh Hipwee, serta melibatkan komunitas dalam perencanaan Hipwee. Namun kolaborasi yang ada pun juga pada penerapannya masih memiliki permasalahan dan kekurangan. Seperti halnya terkait dengan sistem *submit* artikel dan moderasi yang diterapkan oleh Hipwee. Beberapa kontributor kerap memberikan kritik bahwa artikel yang di-*submit* oleh mereka tidak dipublikasikan atau tidak mendapat *feedback* dari pihak Hipwee. Mereka mempertanyakan apakah artikel mereka diterima atau tidak. Tidak ada informasi yang jelas seperti melalui e-mail membuat mereka menjadi kebingungan.

⁴⁴ Wawancara dengan Andre, Divisi Business Development, Rabu 20 Mei 2020, via Zoom

⁴⁵ Wawancara dengan Ria, Kontributor Hipwee, Minggu, 7 Juni 2020, via Zoom

Kontributor Hipwee juga sudah berusaha memberikan kritikan dan saran kepada Hipwee agar Hipwee menjadi lebih baik. Sebagai kontributor, mereka pun memiliki keinginan untuk membuat Hipwee menjadi semakin berkembang namun belum mendapatkan tanggapan dari pihak Hipwee, seperti meningkatkan kuantitas dari pengadaan event *offline* (Hipwee *Community Meet Up*) dan mencoba merangkul komunitas-komunitas penulis lokal yang ada di berbagai kota; menyajikan konten-konten yang lebih bervariasi; meningkatkan frekuensi kompetisi menulis dan seminar dengan influencer; memperbanyak kolaborasi dengan brand sehingga dapat memperluas jangkauan pembaca; memperbaiki proses *review* untuk artikel yang di-*submit* pada platform Hipwee sehingga *review* dan *feedback* tidak hanya diberikan kepada artikel yang belum memenuhi guideline Hipwee tetapi juga artikel yang sudah memenuhi guideline serta siap publish; dan menyelenggarakan workshop untuk Kontributor Hipwee. Event *offline* seperti workshop sangat diperlukan oleh Kontributor Hipwee karena dapat mengembangkan kualitas dan kuantitas tulisan kontributor.

Hipwee membentuk tim khusus, Divisi *Community* untuk menjadi perwakilan Hipwee ketika berhubungan dengan para Kontributor Hipwee. Divisi *Community* hadir sebagai liaison officer antara Hipwee dengan para kontributor, sehingga segala kritik dan saran dapat tersampaikan dengan baik. Beberapa kegiatan disiapkan oleh Divisi *Community* kepada kontributor seperti Kelas Menulis *Online*, Hipwee *Community Meet Up* dan Hipwee *Community Virtual Meet Up*. Namun masih ada toolkit yang dibutuhkan oleh kontributor, yaitu link website terkait plagiarisme. Sampai saat ini pihak Hipwee belum memberikan informasi terkait website yang dapat membantu kontributor untuk mengecek apakah artikel mereka termasuk plagiarisme atau bukan. Selain itu, meskipun Hipwee telah menyediakan toolkit berupa platform Hipwee *Community*, namun hampir segala informasi penting masih diberitahukan melalui e-mail dibandingkan menggunakan platform yang ada.

Di sisi lain, keterlibatan dari kontributor Hipwee pun perlu ditingkatkan lagi dalam kolaborasi jurnalis profesional dan jurnalis amatir ini. Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa Hipwee telah melibatkan komunitas dalam

perencanaan dan perubahan yang diajukan. Namun partisipasi dari anggota Hipwee *Community* untuk pemberian kritik dan saran masih rendah, baik melalui survei yang disebar dalam grup whatsapp Kontributor Hipwee atau melalui pertanyaan yang ditulis dalam grup whatsapp atau melalui pertanyaan langsung ketika event Hipwee *Community* Meet up. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti di dalam grup whatsapp grup kontributor Hipwee, respon yang diberikan oleh kontributor Hipwee atas survey yang dibagikan dalam kontributor Hipwee cukup rendah. Padahal kontributor Hipwee tidak hanya menjadi mitra untuk pembuatan konten tulisan artikel di Hipwee, tetapi juga mitra dalam kemajuan Hipwee secara keseluruhan sehingga keterlibatan mereka dalam berbagai langkah Hipwee sangat diperlukan.



Gambar 4.19 Survey untuk Kontributor Hipwee

Sumber : Data Internal Hipwee (2020)

Hipwee memang menyediakan wadah bagi kontributor untuk dapat mempublikasikan tulisannya sehingga dapat dibaca oleh masyarakat. Untuk dapat mendistribusikan konten tulisan dengan baik, Hipwee pun bertanggung jawab untuk mengatur sistem distribusi tersebut. Meskipun demikian, tidak menutup kemungkinan bagi kontributor untuk ikut dalam menyebarkan link artikel tulisannya sehingga banyak *audience* yang membaca tulisan tersebut. Link tulisan tersebut tentunya akan merujuk kepada *website* Hipwee karena kontributor menuliskan dan mempublikasikan tulisannya di *website* Hipwee. Dengan demikian, kontributor Hipwee sebagai penulis konten juga bertanggung jawab dalam memberikan tulisan yang sesuai dengan karakteristik Hipwee dan menjaga nama baik dari *brand* Hipwee. Hal ini belum menjadi perhatian khusus dari kedua belah pihak. Oleh karena itu, kolaborasi bersama dalam menjaga nama baik brand seharusnya menjadi perhatian bagi Hipwee dan kontributor Hipwee.

Penulisan artikel di Hipwee ini bersifat *crowdsourcing*, sehingga penulis dari Hipwee *Community* tidak diberi honor kepenulisan. Meskipun Hipwee tidak memberikan *fee* dalam bentuk *fresh money*, Hipwee berusaha untuk memberikan pelatihan penulisan sebagai bentuk apresiasi kepada penulis. Hipwee berusaha untuk bisa mengembangkan keahlian kontributor dalam menulis sehingga menjadi penulis yang memiliki kualitas bagus atau bahkan menjadi penulis profesional. Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan, kontributor tidak memiliki permasalahan atas penulisan artikel di Hipwee yang bersifat *crowdsourcing*. Namun mereka memang ingin bentuk apresiasi seperti pelatihan penulis, bisa lebih ditingkatkan. Mereka merasa mereka belum banyak mendapat *feedback* dari tim Hipwee atas penulisan artikel mereka. Mereka berharap tim Hipwee dapat benar-benar membantu dalam meningkatkan kemampuan kepenulisan mereka, sehingga mereka dapat mengetahui level kepenulisan mereka sudah sampai berada di titik level yang mana. Mereka juga berharap tim Hipwee dapat meningkatkan apresiasi kepada mereka yang telah mencapai tingkat tertentu, contohnya adalah pemberian hadiah kepada penulis yang telah mendapatkan gelar kontributor terbaik selama 5 kali atau pemberian hadiah

kontributor yang artikelnya telah berhasil dibagikan (*share*) sebanyak 100.000 kali untuk memacu diri mereka dalam melakukan penulisan artikel di Hipwee.

4.8 Temuan Menarik Penelitian

Hipwee merupakan media *online* berkonsep “social news site” yang menyajikan konten dengan potensi viral tinggi di media sosial. Hipwee sendiri termasuk pada kategori media *online* yang lahir digital tanpa pernah memiliki versi cetak. Hipwee memiliki ciri khas tersendiri dimana hampir kebanyakan tulisan-tulisannya berupa artikel dengan tema populer yang dekat dengan kehidupan sehari-hari anak muda urban dan menggunakan jenis esai berformat “listing” yang bertaburan foto. Namun seiring dengan berjalannya waktu, Hipwee pun mengalami pasang surut. Sebagai media *online*, Hipwee masih memiliki kekurangan dalam penyajian artikel terkini kepada pembaca. Padahal pada media *online* penting untuk memperbaharui berita secara terus menerus.

Sebagai media *online*, Hipwee memiliki tim editorial yang bertanggung jawab dalam memproduksi berbagai artikel yang akan dipublikasikan pada website Hipwee dan media sosial Hipwee. Tim editorial ini pun juga merumuskan berbagai artikel-artikel yang layak untuk diterbitkan serta kanal-kanal yang ada di website. Namun dalam melakukan *professional journalism di media online*, tampaknya tidak begitu mudah. Ketika jurnalis Hipwee mencoba untuk bisa menampilkan kanal-kanal atau pun format penulisan yang sesuai dengan perkembangan jurnalisme, ternyata respon yang diberikan oleh audiens tidak sesuai dengan pandangan mereka sebagai jurnalis profesional karena media *online* memiliki karakter berbeda dengan media lainnya. Kepekaan tim *in-house* Hipwee terhadap audiens anak muda masih perlu ditingkatkan lagi.

Pada tahun 2015, Hipwee mengembangkan lagi media *online*-nya dengan memberikan kesempatan kepada audiens untuk ikut serta atau berkontribusi dalam penulisan artikel di Hipwee. Ketika Hipwee membuka kesempatan untuk praktik *citizen journalism* tersebut, responnya cukup besar karena masih sedikit media *online* khas anak muda yang memberikan kesempatan kepada pembaca untuk

menulis artikel selayaknya jurnalis dalam platform media *online* professional. Penulis amatir ini bahkan tidak diberikan imbalan apapun atas tulisan yang dikirimkannya kepada Hipwee. *Feedback* yang diberikan oleh Hipwee atas tulisan yang dikirimkan adalah kesempatan agar tulisan tersebut dapat dibaca oleh satu juta pembaca Hipwee.

Hipwee melihat pada kebutuhan dan permintaan dari pembacanya untuk bisa memiliki platform khusus untuk pembaca yang ingin berkontribusi dalam penulisan artikel di Hipwee. Melalui platform ini juga pembaca akan mendapatkan *user experience* atas penulisan artikelnya di Hipwee. Lalu pada tahun 2016, akhirnya platform Hipwee *Community* terbentuk, sehingga *user* atau pembaca Hipwee dapat mengumpulkan dan *submit* artikel secara mandiri. Sayangnya, platform ini belum benar-benar memenuhi kebutuhan audiens karena hanya terbatas pada dua pilihan bentuk tulisan yaitu narasi dan *listicle*.

Media *online* Hipwee memang memberikan wadah kepada audiens untuk melakukan praktik *citizen journalism* di media *online* Hipwee. Praktik *citizen journalism* di media *online* Hipwee bermacam-macam. Audiens Hipwee dapat memberikan komentar, membagikan artikel-artikel yang ada di website Hipwee dan menulis artikel di Hipwee. Khusus dalam praktik penulisan artikel, *praktik citizen journalism* tersebut akan tetap melibatkan tim professional Hipwee sebagai editor penulisan. Setelah tulisan dinilai layak untuk dipublikasikan oleh tim professional Hipwee, maka tim Hipwee akan mempublikasikannya di website Hipwee.

Namun setelah dikaji kembali terkait dengan praktik *citizen journalism* yang ada di website Hipwee, maka tidak dapat dikenali secara jelas berjalannya praktik *citizen journalism* ini. Pada artikel-artikel yang ditulis di website Hipwee, partisipasi *citizen journalist* di Hipwee memang tidak terlalu terlihat secara menonjol dalam website Hipwee karena tidak adanya keterangan *citizen journalist* pada bagian atas artikel seperti yang dilakukan oleh media-media lainnya.

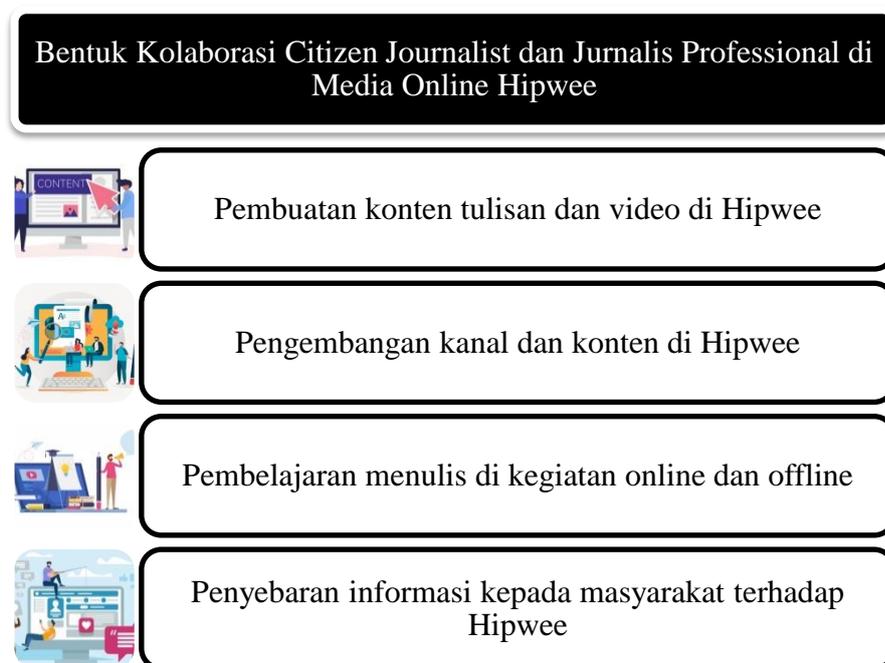
Di media *online* Hipwee, proses produsage yang dilakukan oleh *citizen journalist* dilakukan pada Hipwee *Community*. Hipwee *Community* adalah platform menulis gratis berbasis *user-generated content* (UGC) untuk anak muda Indonesia

yang memiliki minat dan hobi di dunia tulis menulis, di mana anggota yang tergabung dapat mengirimkan tulisan dan Hipwee akan menerbitkan sehingga dapat dibaca oleh jutaan pembaca di Indonesia. Dalam menghadirkan proyek produsage di media *online* Hipwee. Hipwee cukup memperhatikan beberapa hal seperti partisipasi terbuka dengan evaluasi yang komunal, heterarki dalam pelaksanaan proyek produsage, hasil dari proyek produsage yang berkelanjutan dan penghargaan individu kepada kontributor yang terlibat dalam proyek produsage ini. Namun dalam praktiknya, masih banyak kekurangan yang terjadi sehingga pelaksanaan proyek produsage menjadi tidak maksimal.

Sebagai bagian dari *citizen journalism*, produsage menjadi hal yang penting dan harus diperhatikan. Produsage ini dapat memacu pembuatan konten oleh pengguna dengan lebih baik dan interaktif. Hipwee *Community* sudah memiliki anggota yang banyak, namun karena kurangnya interaktifitas antara media *online* Hipwee dengan kontributor, maka menurunkan jumlah keaktifan beberapa kontributor untuk menulis di Hipwee. Padahal produsage ini sebenarnya dapat membuka jalan untuk terciptanya kolaborasi yang baik dengan jurnalis profesional Hipwee dalam pembuatan konten, khususnya konten tulisan di website Hipwee. Partisipasi dalam proyek produsage ini juga sebenarnya dapat ditingkatkan lagi, namun keterbatasan pada platform dan minimnya pilihan dalam pembuatan konten menjadikan proyek produsage ini kurang berkembang. Kontributor Hipwee memiliki penghalang untuk dapat membuat konten tulisan yang bagus.

Di sisi lain, sebenarnya Hipwee menyadari bahwa kolaborasi antara *citizen journalist* dan Hipwee sebagai media *online* merupakan hal yang penting dan berpotensi untuk menjadi bentuk simbiosis mutualisme. Kolaborasi yang dilakukan oleh Hipwee dengan kontributor Hipwee merupakan kolaborasi yang seharusnya bersifat *win-win*, namun dalam praktiknya masih terdapat kekurangan dari kedua belah pihak sehingga kolaborasi tidak berjalan secara maksimal. Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan, terlihat bahwa terdapat beberapa hal yang masih kurang antara lain kurangnya interaksi yang terjalin antara jurnalis profesional Hipwee dengan *citizen journalist* Hipwee dan kurangnya *tools-tools* yang dapat membantu peningkatan kolaborasi antara jurnalis profesional dan

jurnalis amatir di Hipwee. Kolaborasi ini memiliki hubungan yang saling ketergantungan satu sama lain, sehingga ketika kolaborasi tidak memberikan peningkatan pada satu pihak, akan mempengaruhi pihak lainnya. Ketika kolaborasi hanya menguntungkan pihak Hipwee maka pihak kontributor tidak akan memberikan perilaku aktif atau merespon baik kolaborasi yang ada.



Gambar 4.20 Bagan Bentuk Kolaborasi *Citizen journalist* dan Jurnalis Professional di Media Online Hipwee

Sumber : Olahan Penulis (2020)

Bentuk kolaborasi Hipwee dan kontributor Hipwee antara lain pembuatan konten tulisan dan video, pengembangan kanal dan konten Hipwee, pembelajaran menulis di kegiatan *online* dan *offline* serta penyebaran informasi kepada masyarakat terhadap Hipwee. Namun kolaborasi-kolaborasi ini masih memiliki kekurangan dalam pelaksanaannya. Pada pembuatan konten tulisan dan video, masih terdapat kekurangan seperti kurang adanya *feedback* dalam proses moderasi dari tim Hipwee atas konten tulisan yang sudah dikirimkan oleh kontributor Hipwee. Lalu pada pengembangan kanal dan konten Hipwee terdapat kekurangan seperti

rendahnya partisipasi dari kontributor dalam membantu untuk mengembangkan kanal dan konten Hipwee. Kontributor berpartisipasi pasif dalam mengisi survey atau kuisisioner dari tim Hipwee. Selanjutnya pada pembelajaran menulis di kegiatan *online* dan *offline*, terdapat kekurangan seperti belum adanya fasilitas yang memadai atau menunjang pembelajaran dari tim Hipwee. Padahal fasilitas-fasilitas seperti informasi pengecekan plagiarisme, workshop *offline*, dll merupakan hal yang dibutuhkan kontributor dan dapat menunjang pembelajaran menulis. Terakhir pada penyebaran informasi kepada masyarakat terhadap Hipwee terdapat kekurangan seperti kurangnya kesadaran dan perhatian untuk menjaga nama baik *brand* Hipwee dari kontributor. Beberapa kontributor belum benar-benar merasa bagian dari Hipwee sehingga tidak merasa bertanggung jawab menjaga nama baik *brand* Hipwee. Padahal seharusnya hal ini juga menjadi perhatian bagi Hipwee dan kontributor Hipwee. Kolaborasi antara Hipwee dan Hipwee *Community* telah berjalan selama 5 tahun. Namun kolaborasi ini harus terus dikembangkan oleh Hipwee dan Hipwee *Community* sehingga memiliki hubungan jangka pendek dan jangka panjang yang positif bagi kedua belah pihak.

Aspek	Aspek Kajian	Parameter	Hasil Penelitian	Temuan Menarik Penelitian	Kesimpulan
Media Online	Bersifat real time	Langsung menyajikan berita ketika peristiwa berlangsung	Tidak langsung menyajikan berita ketika peristiwa berlangsung	Hipwee merupakan media online berkonsep “social news site” yang menyajikan konten dengan potensi viral tinggi di media sosial.	Karakteristik media online mempengaruhi kolaborasi antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir
	Memuat berbagai macam model multimedia dan mendukung interaktifitas antar user	Terdapat foto, tulisan, video dan kolom komentar	Terdapat foto, tulisan dan kolom komentar pada situs web Hipwee. Video ada di media sosial youtube Hipwee	Hipwee masih memiliki kekurangan dalam penyajian artikel terkini kepada pembaca. Padahal pada media online penting untuk memperbaharui berita secara terus menerus.	
	Lebih terdokumentasi	Berita yang sudah lampau dapat diakses kembali di media	Berita yang lampau dapat diakses kembali di website Hipwee	Hipwee tidak memanfaatkan kolaborasi yang terjalin dengan baik sehingga tidak dapat meningkatkan kecepatan dalam membuat konten-konten terkini.	
	Tidak terbatas dalam hal jumlah halaman	Berita dapat ditampilkan secara utuh	Berita ditampilkan secara utuh tanpa paginasi		
	Mekanisme dalam prosedur naskah cenderung lebih simpel	Naskah berita dapat langsung diupload pada media tanpa harus mencetaknya	Naskah berita dapat langsung upload tanpa ada proses print		
	Jadwal terbit media online sangat ketat	Jadwal terbit hitungan detik, bukan hari atau minggu atau bulan	Jadwal terbit media hitungan jam melalui kolaborasi dengan artikel dari citizen journalist		

Tabel 4.3 Tabel Hasil Penelitian – Aspek Media Online

Sumber : Olahan Penulis (2020)

Aspek	Aspek Kajian	Parameter	Hasil Penelitian	Temuan Menarik Penelitian	Kesimpulan
Professional Journalism	Beroperasi dalam struktur editorial formal	Terdapat editor dan kepala redaksi dalam struktur organisasi	Hipwee memiliki tim editorial dalam struktur organisasinya	Hipwee memiliki tim editorial yang bertanggung jawab dalam memproduksi berbagai artikel yang akan dipublikasikan pada website Hipwee dan media sosial Hipwee.	Peran jurnalis profesional mempengaruhi kolaborasi antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir
	Kecepatan dibatas oleh verifikasi	Terdapat editor dan kepala redaksi yang melakukan verifikasi	Tim Editorial Hipwee memiliki editor dan kepala redaksi	Tim editorial ini pun juga merumuskan berbagai artikel-artikel yang layak untuk diterbitkan serta kanal-kanal yang ada di website	
	Penggunaan perangkat profesional & pageditan menyeluruh	Adanya fasilitas seperti kamera & laptop untuk penulisan artikel dan pageditan artikel	Tim Editorial mendapat fasilitas untuk melakukan peliputan dan pembuatan artikel	Kepekaan tim in-house Hipwee terhadap audiens anak muda masih perlu ditingkatkan lagi dalam pembuatan, penyusunan dan pengembangan pada konten dan kanal	
	Terdapat langkah-langkah yang diambil untuk memverifikasi informasi	Menggunakan website-website khusus dan crosscheck informasi kepada narasumber untuk memastikan informasi valid	Tim Editorial Hipwee menggunakan website khusus untuk melakukan crosscheck informasi	Aktivitas jurnalisisme profesional di media online Hipwee belum benar-benar berbentuk “journalism as a conversation” kepada audiens Hipwee	
	Akuntabilitas adalah inti	Bertanggung jawab terhadap pekerjaan sebagai jurnalis	Tim Editorial Hipwee bertanggung jawab dalam pekerjaan jurnalis seperti pembuatan artikel dan perumusan kanal di Hipwee	Jurnalis Hipwee belum memanfaatkan secara maksimal kolaborasi antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir untuk mengerti kebutuhan audiens dalam pengembangan kanal dan konten Hipwee	
	Etika adalah standar	Selalu menjaga etika jurnalistik	Tim Editorial Hipwee menjaga etika jurnalistik dalam pekerjaannya		
	Tedapat badan regulasi dan gatekeeping	Adanya badan atau lembaga yang mengatur jurnalis dan informasi yang akan disampaikan media	Hipwee tergabung dalam AMSI (Asosiasi Media Siber Indonesia)		
	Jurnalis profesional dipekerjakaan dan dibayar untuk praktik jurnalisisme	Jurnalis profesional diberi honor atas pekerjaan jurnalisisme yang dilakukan	Tim Editorial Hipwee diberi honor atas pekerjaan jurnalisisme yang dilakukan		

Tabel 4.4 Hasil Penelitian – Aspek Professional Journalism

Sumber : Olahan Penulis (2020)

Aspek	Aspek Kajian	Parameter	Hasil Penelitian	Temuan Menarik Penelitian	Kesimpulan
Citizen Journalism	Bersifat Partisipatif	Adanya kemungkinan warga negara biasa untuk menjadi peserta aktif dalam penciptaan dan penyebaran berita	Hipwee memberikan kesempatan kepada user (pembaca) untuk penciptaan dan penyebaran berita	Media online Hipwee memang memberikan wadah kepada audiens untuk melakukan praktik citizen journalism di media online Hipwee.	Peran jurnalis amatir mempengaruhi kolaborasi antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir
	Beroperasi berdasarkan struktur dan proses dari bawah ke atas yang didesentralisasi	Struktur dan alur kerja jurnalisme warga didesentralisasi dan biasanya terjadi di luar dan tidak tergantung pada ruang redaksional	Jurnalis warga yang membuat artikel untuk Hipwee melakukan jurnalismenya masih tergantung pada redaksional	Praktik citizen journalism di media online Hipwee bermacam-macam. Audiens Hipwee dapat memberikan komentar, membagikan artikel-artikel yang ada di website Hipwee dan menulis artikel di Hipwee.	
	Tidak digerakkan oleh profit	Kegiatan jurnalisme warga tidak dilakukan untuk mendapatkan laba	Jurnalis warga atau kontributor Hipwee tidak dilakukan untuk mendapatkan laba	Namun setelah dikaji kembali terkait dengan praktik citizen journalism yang ada di website Hipwee, maka tidak dapat dikenali secara jelas berjalannya praktik citizen journalism ini. Pada artikel-artikel yang ditulis di website Hipwee, partisipasi citizen journalist di Hipwee memang tidak terlalu terlihat secara menonjol dalam website Hipwee karena tidak adanya keterangan citizen journalist pada bagian atas artikel seperti yang dilakukan oleh media-media lainnya.	
	Memiliki keragaman sudut pandang	Jurnalisme warga cenderung menghasilkan keseragaman perspektif	Jurnalis warga atau kontributor Hipwee dapat membuat artikel dari beragam perspektif		
	Penekanan pada penerbitan yang bertentangan dengan gatekeeping	Mempublikasikan berita menjadi prioritas daripada mengontrol konten melalui proses editorial	Mempublikasikan berita menjadi prioritas bagi jurnalis warga atau kontributor Hipwee		
	Jurnalisme dalam bentuk percakapan	Terjadi percakapan dua arah antara jurnalis warga dan anggota masyarakat lainnya/ jurnalis profesional	Terjadi percakapan antara kontributor Hipwee dengan tim Editorial Hipwee		
	Immediacy	Bersikap lebih mobile dan reponsif terhadap berita daripada jurnalis profesional	Kontributor Hipwee lebih reponsif terhadap berita terkini namun tidak dimanfaatkan dalam kolaborasi dengan Editorial Hipwee		
	Menekankan pada detail	Menyajikan berita dan isu-isu public dengan sudut pandangan yang jelas	Kontributor Hipwee mampu menyajikan berita dengan sudut pandang yang lebih jelas tanpa intervensi		

Tabel 4.5 Hasil Penelitian – Aspek *Citizen journalism*

Sumber : Olahan Penulis (2020)

Aspek	Aspek Kajian	Parameter	Hasil Penelitian	Temuan Menarik Penelitian	Kesimpulan
User Generated Content (UGC)	Dibuat tersedia untuk umum melalui internet	Platform konten buatan pengguna akan tersedia untuk masyarakat secara umum melalui internet	Platform Hipwee community tersedia untuk masyarakat melalui akses internet	Hipwee melihat pada kebutuhan dan permintaan dari pembacanya untuk bisa memiliki platform khusus untuk pembaca yang ingin berkontribusi dalam penulisan artikel di Hipwee. Melalui platform ini juga pembaca akan mendapatkan user experience atas penulisan artikelnya di Hipwee.	Peran jurnalis amatir mempengaruhi kolaborasi antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir
	Mencerminkan sejumlah upaya kreatif	Platform konten buatan pengguna memberikan cerminan hal-hal kreatif dan terdorong oleh hal-hal kreatif	Platform Hipwee community masih membatasi kreatifitas pada dua pilihan tulisan yaitu narasi dan listicle	Pada tahun 2016, akhirnya platform Hipwee Community terbentuk, sehingga user atau pembaca Hipwee dapat mengumpulkan dan submit artikel secara mandiri.	
	Dibuat di luar rutinitas dan praktik profesional	konten buatan pengguna dibuat di luar rutinitas sebagai jurnalis profesional	Platform Hipwee community dapat digunakan untuk membuat artikel diluar rutinitas sebagai jurnalis profesional	Platform ini belum benar-benar memenuhi kebutuhan audiens karena hanya terbatas pada dua pilihan bentuk tulisan yaitu narasi dan listicle	
Produsage	Open participation, Communal Evaluation	Partisipasi terbuka untuk semua pendatang, kontribusi yang diberikan pada gilirannya akan dievaluasi oleh peserta lain	Hipwee memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk menjadi kontributor di Hipwee. Pekerjaan jurnalis kontributor akan dinilai oleh jurnalis Hipwee dan jurnalis warga lainnya	Di media online Hipwee, proses produsage yang dilakukan oleh citizen journalist dilakukan pada Hipwee Community	Peran jurnalis amatir mempengaruhi kolaborasi antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir
	Fluid Heterarchy, Ad hoc Meritocracy	Produser dalam produsage berpartisipasi sesuai keterampilan pribadi, kepemimpinan ditentukan melalui evaluasi komunal yang berkelanjutan	Kontributor diberi kesempatan untuk membuat konten sesuai dengan keterampilan pribadi namun kepemimpinan atas proses pembuatan konten akan dievaluasi bersama yang berkelanjutan	Produsage ini dapat memacu pembuatan konten oleh pengguna dengan lebih baik dan interaktif.	
	Unfinished Artefacts, Continuing Process	Artefak dalam proyek produsage terus dikembangkan, proses produsage harus terus berlanjut	Konten buatan kontributor Hipwee selalu berusaha dikembangkan melalui proses moderasi namun ternyata proses moderasi ini tidak berjalan dengan baik karena kontributor Hipwee yang menjadi infroman memberi kritik atas proses moderasi tersebut	Hipwee Community sudah memiliki anggota yang banyak, namun karena kurangnya interaktifitas antara media online Hipwee dengan kontributor, maka menurunkan jumlah keaktifan beberapa kontributor untuk menulis di Hipwee.	
	Common property, Individual Rewards	Konten yang dibuat dalam proses produsage akan terus tersedia untuk semua peserta, meskipun konten diadakan secara komunal tetapi produser dapat memperoleh jasa pribadi dari kontribusi individu	Konten yang dibuat oleh kontributor Hipwee dalam proses produsage akan terus ditampilkan di website Hipwee. Kontributor Hipwee yang membuat prestasi akan mendapatkan penghargaan dari Hipwee. Namun penghargaan ini dinilai masih kurang oleh kontributor kurang bagus dan tidak sesuai kebutuhan mereka sebagai penulis	Proyek produsage kurang berkembang karena adanya keterbatasan pada platform dan minimnya pilihan dalam pembuatan konten untuk kontributor Hipwee.	

Tabel 4.6 Hasil Penelitian – Aspek User Generated Content & Produsage

Sumber : Olahan Penulis (2020)

Aspek	Aspek Kajian	Parameter	Hasil Penelitian	Temuan Menarik Penelitian	Kesimpulan
Kolaborasi	Simbiosis mutualisme	Para pihak mendapat manfaat atas kemitraan yang ada	Kontributor Hipwee dan Tim Hipwee belum mendapatkan manfaat maksimal atas kolaborasi yang terjadi antara kedua belah pihak. Kontributor masih membutuhkan berbagai kebutuhan seperti tools-tools yang dapat menunjang penulisan. Lalu Tim Hipwee juga masih membutuhkan kebutuhan atas partisipasi kontributor	Hipwee menyadari bahwa kolaborasi antara citizen journalist dan Hipwee sebagai media online merupakan hal yang penting dan berpotensi untuk menjadi bentuk simbiosis mutualisme.	Peran jurnalis profesional dan jurnalis amatir mempengaruhi kolaborasi antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir
	Hubungan ketergantungan	Para pihak saling ketergantungan dalam menjalankan perannya	Kontributor Hipwee dan Tim Hipwee saling memiliki ketergantungan dalam menjalankan perannya. Kontributor Hipwee membutuhkan tim Hipwee untuk mempublikasikan artikel. Tim Hipwee membutuhkan Kontributor Hipwee untuk memenuhi kebutuhan artikel di Hipwee	<p>Kolaborasi yang dilakukan oleh Hipwee dengan kontributor Hipwee merupakan kolaborasi yang seharusnya bersifat win-win, namun dalam praktiknya masih terdapat kekurangan dari kedua belah pihak sehingga kolaborasi tidak berjalan secara maksimal.</p> <p>Kolaborasi ini memiliki kekurangan antara lain kurangnya interaksi yang terjalin antara jurnalis profesional Hipwee dengan citizen journalist Hipwee dan kurangnya tools-tools yang dapat membantu peningkatan kolaborasi antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir di Hipwee.</p>	

Tabel 4.7 Hasil Penelitian – Aspek Kolaborasi

Sumber : Olahan Penulis (2020)

Aspek	Aspek Kajian	Parameter	Hasil Penelitian	Temuan Menarik Penelitian	Kesimpulan
Pro-Am Model	Shared responsibility and Control	Adanya sistem untuk berbagi tanggung jawab atas keberlanjutan keberadaannya dan tidak ada sisi proyek kolaboratif yang dapat diizinkan untuk memiliki proyek secara langsung.	Kontributor Hipwee bertanggung jawab untuk mengirimkan tulisan artikel sesuai guidelines Hipwee melalui platform yang disediakan. Lalu tim Hipwee bertanggung jawab untuk memeriksa tulisan artikel, memberikan feedback dan mempublikasikan tulisan artikel tersebut. Tetapi tim Hipwee belum benar-benar memberikan feedback atas tulisan artikel yang dikirimkan	Bentuk kolaborasi Hipwee dan kontributor Hipwee antara lain pembuatan konten tulisan dan video, pengembangan kanal dan konten Hipwee, pembelajaran menulis di kegiatan online dan offline serta penyebaran informasi kepada masyarakat terhadap Hipwee.	Bentuk kolaborasi Hipwee dan kontributor Hipwee antara lain pembuatan konten tulisan dan video, pengembangan kanal dan konten Hipwee, pembelajaran menulis di kegiatan online dan offline serta penyebaran informasi kepada masyarakat terhadap Hipwee
	Mobility between community and corporation	Adanya mobilitas antara komunitas dan perusahaan	Mobilitas antara produser (jurnal profesional) dan produser (jurnal amatir) tidak ada yang terjadi untuk konten artikel yang berhubungan dengan branded content. Di media online Hipwee, branded content hanya bisa dilakukan oleh jurnal profesional, jurnal amatir tidak diberikan izin untuk menulis branded content. Dengan demikian, sampai saat ini, tidak pernah ada kolaborasi yang efektif antara staf produksi dan komunitas produsage dalam penulisan branded content di media online Hipwee.	<p>Pada pembuatan konten tulisan dan video, masih terdapat kekurangan seperti kurang adanya feedback dalam proses moderasi dari tim Hipwee atas konten tulisan yang sudah dikirimkan oleh kontributor Hipwee</p> <p>Pada pengembangan kanal dan konten Hipwee terdapat kekurangan seperti rendahnya partisipasi dari kontributor dalam membantu untuk mengembangkan kanal dan konten Hipwee</p> <p>Pada pembelajaran menulis di kegiatan online dan offline, terdapat kekurangan seperti belum adanya fasilitas yang memadai atau menunjang pembelajaran dari tim Hipwee. Padahal fasilitas-fasilitas seperti informasi pengecekan plagiarisme, workshop offline, dll merupakan hal yang dibutuhkan kontributor dan dapat menunjang pembelajaran menulis</p> <p>Pada penyebaran informasi kepada masyarakat terhadap Hipwee terdapat kekurangan seperti kurangnya kesadaran dan perhatian untuk menjaga nama baik brand Hipwee dari kontributor</p>	Empat syarat inti kolaborasi Bruns mempengaruhi kolaborasi antara jurnal profesional dan jurnal amatir Preditor tidak menjalankan perannya dengan baik

Tabel 4.8 Hasil Penelitian – Aspek *Pro-Am Model* Bagian 1

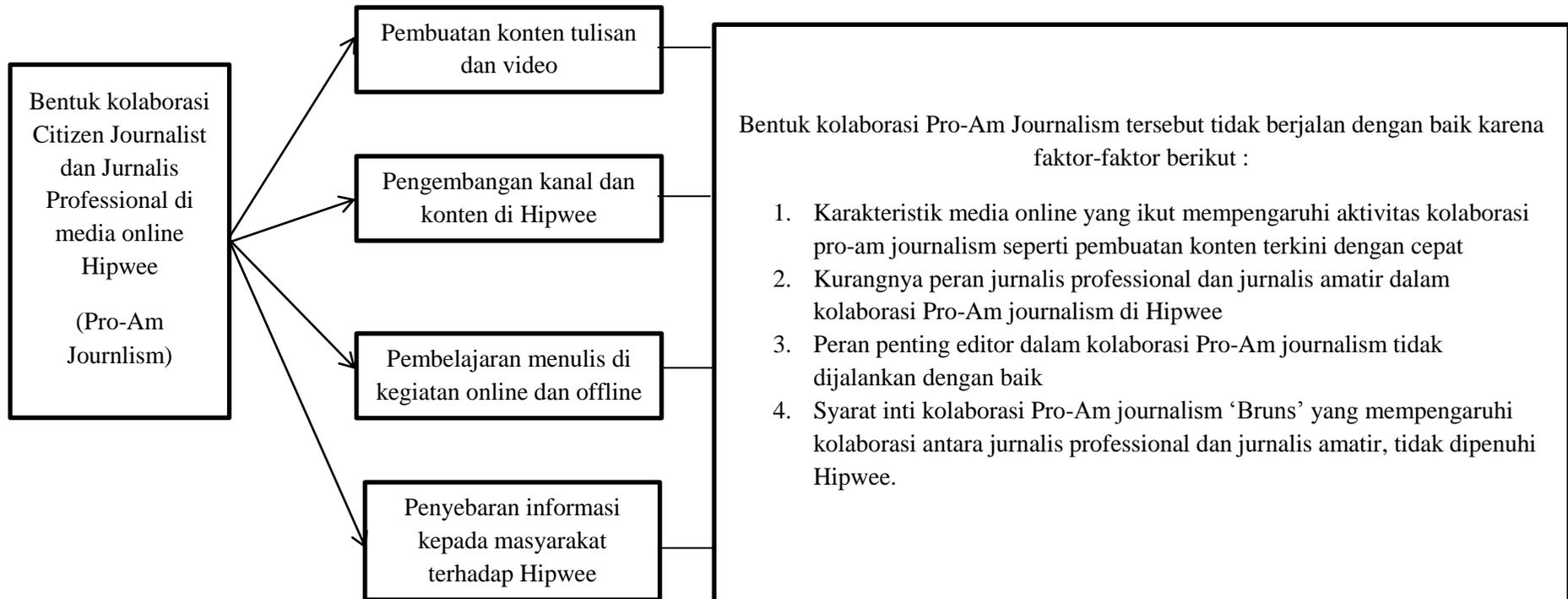
Sumber : Olahan Penulis (2020)

Redesign of products as evolving artefacts	Adanya produk dari produsage yang menjadi artefak berkembang bagi komunitas produsage	Ketika kontributor Hipwee mengirimkan konten berupa tulisan artikel kepada tim Hipwee, tim Hipwee perlu untuk memeriksa dan memberikan feedback atas tulisan artikel yang dikirimkan agar terjadi perkembangan terhadap tulisan artikel jurnalis amatir tersebut. Selain itu, untuk mengembangkan tulisan artikel kontributor Hipwee, perlu disediakan toolkit yang dapat menunjang perkembangan konten tulisan artikel, seperti link link website terkait plagiarisme. Namun tidak disediakan Hipwee. Selain itu, meskipun Hipwee telah menyediakan toolkit berupa platform Hipwee Community, namun hampir segala informasi penting masih diberitahukan melalui e-mail dibandingkan	Hipwee Community sudah memiliki anggota yang banyak, namun karena kurangnya interaktifitas antara media online Hipwee dengan kontributor, maka menurunkan jumlah keaktifan beberapa kontributor untuk menulis di Hipwee.
Acceptance of non exclusive corporate use of content	Adanya pengguna konten yang dikembangkan bersama dengan menjaga nama baik dari proyek	Konten komersial atau branded content hanya diproduksi oleh jurnalis profesional Hipwee sehingga tidak ada kesempatan bagi kontributor Hipwee untuk mendapatkan hak eksklusif untuk menggunakan konten tersebut	Proyek produsage kurang berkembang karena adanya keterbatasan pada platform dan minimnya pilihan dalam pembuatan konten untuk kontributor Hipwee.
Preditor	Adanya peran kehadiran peditor untuk memfasilitasi dan mempromosikan pembuatan konten berita yang dibuat pengguna kepada khalayak	Adanya peran dari Divisi Community untuk memfasilitasi konten artikel dari kontributor dan mempromosikan konten kontributor kepada khalayak termasuk jurnalis profesional agar diterbitkan di website dan media sosial Hipwee	Preditor tidak menjalankan perannya dengan baik sebagai untuk menjadi penghubung antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir

Tabel 4.9 Hasil Penelitian – Aspek *Pro-Am Model* Bagian 2

Sumber : Olahan Penulis (2020)

4.9 Rangkuman Hasil Penelitian



Gambar 4.21 Rangkuman Hasil Penelitian

Sumber : Olahan Penulis (2020)

BAB 5

PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa kolaborasi *citizen journalist* dan jurnalis profesional merupakan bentuk dari *Pro-Am Journalism*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk kolaborasi yang dilakukan oleh *citizen journalist* dan jurnalis profesional antara lain antara lain pembuatan konten tulisan dan video, pengembangan kanal dan konten Hipwee, pembelajaran menulis di kegiatan online dan offline serta penyebaran informasi kepada masyarakat terhadap Hipwee. Kolaborasi ini tidak berjalan dengan baik karena beberapa hal, antara lain kurangnya perhatian terhadap karakteristik media online, kurangnya peran jurnalis profesional dan jurnalis amatir dalam aktivitas kolaborasi, peran penting editor dalam kolaborasi tidak dijalankan dengan baik, dan syarat inti kolaborasi *Pro-Am Journalism* ‘Bruns’ tidak dipenuhi Hipwee.

Lalu berdasarkan hasil penelitian, terdapat empat hal yang menjadi bahan pembahasan dan diskusi. Pertama, karakteristik media online mempengaruhi kolaborasi *Pro-Am Journalism*. Kedua, peran jurnalis profesional dan jurnalis amatir mempengaruhi kolaborasi *Pro-Am Journalism*. Ketiga, preditor memiliki peran penting dalam kolaborasi *Pro-Am*. Keempat, empat syarat inti untuk kolaborasi produser yang harus dipenuhi agar kolaborasi *Pro-Am Journalism* berjalan baik.

5.1 *Pro-Am Journalism* di Media Online

Menurut Subakti (2011), media *online* (*online media*) juga berarti media massa yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet. Media *online* merupakan produk jurnalistik *online*. Sementara itu, jurnalistik *online* (*cyber journalism*) adalah pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet. Merujuk pada pernyataan dari Subakti tersebut, Hipwee benar merupakan media *online*, karena Hipwee merupakan media massa yang tersaji secara *online* di situs web internet dan merupakan produk dari jurnalistik *online*.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa sebagai media *online*, Hipwee berusaha untuk bisa berkembang seiring dengan perkembangan zaman dan perkembangan audiens-nya yang merupakan anak muda. Pada awal berdiri, tahun 2014, Hipwee pernah tercatat sebagai perusahaan media paling pesat perkembangannya di Indonesia karena mampu menarik hingga satu juta pengunjung tiap bulannya. Namun seiring dengan berjalannya waktu, Hipwee pun mengalami pasang surut. Sebagai media *online*, Hipwee masih memiliki kekurangan dalam peningkatan kecepatan dalam menjangkau pembaca terkait dengan artikel terkini.

Apabila melihat dari artikel-artikel yang ada di website Hipwee, dapat diketahui bahwa artikel-artikel yang ditulis di website Hipwee belum benar-benar mengikuti keadaan yang saat ini sedang berkembang dan menjadi pembicaraan di kalangan anak muda. Meskipun Hipwee tidak memberitakan berita dalam bentuk *hard news*, namun Hipwee tetap perlu untuk dapat memberikan informasi atau konten yang sesuai dengan keadaan terkini secepat mungkin karena konten berperan penting dalam berita *online*. Audiens Hipwee yaitu anak muda selalu haus akan berita atau informasi terkini yang memang menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mereka. Hipwee dapat menuliskan artikel yang sesuai ciri khas Hipwee tapi kecepatan publikasi artikel harus diperhatikan. Sebagai media *online*, penting untuk selalu memperbaharui berita secara terus menerus sehingga dapat meningkatkan kontak antara audiens (pembaca) dan media *online*.

Lebih lanjut Subakti (2011) menjelaskan karakteristik media *online* yaitu bersifat *real-time*, memuat berbagai macam model multimedia dan mendukung interaktifitas antar *user*, lebih terdokumentasi, tidak terbatas dalam hal jumlah halaman, mekanisme dalam prosedur naskah cenderung lebih simpel dan jadwal terbit media *online* sangat ketat. Merujuk pada hal tersebut, berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Hipwee belum menjalankan secara maksimal dalam hal *real-time*, padahal sebagai media *online* jadwal terbit media *online* sangat ketat. Menurut Flavián dan Gurrea (Hashim et al, 2009), penggunaan *online news* dicirikan oleh peningkatan kecepatan untuk menjangkau pembaca, biaya distribusi informasi yang jauh lebih rendah, kemampuan untuk memperbarui berita secara terus-menerus, dan untuk membangun lebih banyak kontak dan interaksi langsung

dengan pengguna. Dengan demikian, peneliti mencatat bahwa kecepatan dalam menjangkau pembaca melalui konten-konten atau artikel-artikel terkini, merupakan hal yang perlu diperhatikan lagi oleh Hipwee.

Konten memainkan peran yang sangat penting dalam berita *online*. ‘Konten adalah raja’ adalah slogan terkenal yang dikutip dari Huizingh (Hashim et al, 2009). Menurut Bucy (2004), konten dan fitur struktural pesan dapat mendorong perhatian audiens, meningkatkan gairah penonton, meningkatkan memori, dan mempengaruhi evaluasi subyektif. Konten yang ada di media *online* Hipwee merupakan artikel-artikel yang berhubungan dengan *lifestyle* dan *tips* dengan mempertimbangkan perspektif audiens Hipwee yaitu anak muda dengan rentang usia 18 tahun – 35 tahun (generasi *millennial* dan *gen-Z*). Namun berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa Hipwee harus berusaha untuk menjaga konten artikel yang ada sesuai dengan keadaan terkini dari anak muda, sehingga konten menjadi selaras dengan audiens. Hal ini disebabkan karena kehidupan anak muda selalu mengalami perkembangan yang cepat sehingga informasi terkait anak muda selalu berganti dalam waktu singkat.

Di media online Hipwee, sebenarnya pembuatan konten dilakukan bersama antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir (kontributor Hipwee). Kekurangan Hipwee untuk dapat membuat konten dengan cepat harusnya dapat terakomodir dengan adanya kolaborasi tersebut. Namun sayangnya, Hipwee tidak memanfaatkan kolaborasi yang terjalin dengan baik sehingga tidak dapat meningkatkan kecepatan dalam membuat konten-konten terkini.

Flavián dan Gurrea (Hashim et al, 2009), telah menjelaskan bahwa penggunaan *online news* dicirikan oleh peningkatan kecepatan untuk menjangkau pembaca, biaya distribusi informasi yang jauh lebih rendah, kemampuan untuk memperbarui berita secara terus-menerus, dan untuk membangun lebih banyak kontak dan interaksi langsung dengan pengguna. Berdasarkan pernyataan dari Flavián dan Gurrea tersebut, diketahui bahwa memperbarui berita secara terus-menerus dalam rangka membangun lebih banyak kontak dan menjangkau pembaca merupakan hal penting. Kecepatan menjangkau pembaca menjadi hal yang membedakan *online news* dengan media lainnya seperti koran, majalah, tv ataupun

radio. Namun sayangnya, media online Hipwee tidak memanfaatkan kolaborasi yang terjalin antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir untuk membuat konten dengan maksimal, sehingga kecepatan dalam pembuatan konten menjadi salah satu hal yang masih harus diperbaiki dan ditingkatkan oleh Hipwee.

5.2 Peran *citizen journalist* dan *Jurnal Professional* pada *Pro-Am Journalism*

Lindner, Connell, dan Meyer (2015) mendefinisikan jurnalis profesional sebagai orang dengan pengalaman kerja masa lalu atau sekarang dengan organisasi berita yang menganut praktik *mainstream journalism*. Definisi ini cukup luas untuk mencakup orang-orang dengan pengalaman sebagai reporter, editor, dan produser untuk media cetak dan penyiaran, tetapi juga para profesional yang bekerja untuk publikasi *online* yang masih mematuhi sebagian besar praktik *mainstream journalism*. Lalu Nip (2006) mendefinisikan *citizen journalist* atau jurnalis warga adalah orang-orang yang bertanggung jawab untuk mengumpulkan konten, melihat, mengurangi proses, dan menerbitkan produk berita.

Pada *Pro-Am Journalism*, *citizen journalist* berperan untuk melakukan proses produsage dan menghasilkan konten buatan pengguna (UGC). Bruns (2008), produsage adalah jenis pembuatan konten yang dipimpin pengguna yang terjadi di berbagai lingkungan *online*, *open source software* dan *blogosphere*. Proses produsage menunjukkan produksi informasi yang digerakkan pengguna secara *online*. Proyek produsage ini merupakan proses pembangunan kolaboratif dan berkelanjutan serta perluasan konten yang ada untuk mencapai peningkatan lebih lanjut. Sementara itu, *user-generated content* (UGC) adalah konten media yang diproduksi atau dibuat oleh masyarakat umum dan utamanya didistribusikan di Internet (Daugherty, Eastin, & Bright, 2008). Bruns (2016) pun menyatakan bahwa *user-generated content* (UGC) adalah istilah umum yang mencakup berbagai jenis media dan jenis konten kreatif yang dibuat atau setidaknya secara substansial dibuat oleh *user* atau pengguna atau kontributor yang bekerja di luar lingkungan profesional konvensional. Pada kasus *Pro-Am Journalism* di Hipwee, *citizen journalist* akan melakukan penulisan artikel melalui platform Hipwee *Community* yang ada di website Hipwee sehingga penulisan artikel dilakukan secara online.

Lalu konten kreatif dalam bentuk artikel tersebut merupakan contoh dari konten buatan pengguna atau *user-generated content* (UGC).

Akifah (2012) menjelaskan bahwa *citizen journalist* bermanfaat dalam memuaskan nilai-nilai berita jurnalisme dalam kerangka waktu. Ini juga mendukung *mainstream journalism* dalam menjaga berita terbaru dengan melibatkan warga untuk fleksibilitas dan ketersediaan mereka dalam menangkap dan melaporkan informasi kapan saja dan di mana saja. Selain itu, topik yang paling menarik perhatian oleh *citizen journalist* dapat digunakan sebagai topik utama dalam *mainstream journalism*. Di sisi lain, *citizen journalist* membutuhkan media profesional untuk memiliki proses pengakuan dan penyuntingan untuk menghasilkan kualitas pelaporan berita yang baik dalam hal akurasi dan obyektivitas. Pada *Pro-Am journalism*, *citizen journalist* berperan untuk melakukan proses produsage dan menghasilkan konten buatan pengguna (UGC). *Citizen journalist* membutuhkan media profesional untuk mempublikasikan kontennya. Pada *Pro-Am journalism*, jurnalis profesional berperan untuk penyuntingan untuk menghasilkan kualitas pelaporan berita yang baik dalam hal akurasi dan obyektivitas. Jurnalis profesional membutuhkan *citizen journalist* untuk mendapatkan berita terbaru. Fenomena ini membawa saling ketergantungan antara *citizen journalist* dan jurnalisme profesional. Dengan demikian, jurnalis profesional harus menyadari bahwa *citizen journalist* muncul untuk membuktikan bahwa audiens tidak pasif tetapi aktif dalam mengkonsumsi informasi yang dilaporkan oleh media. Bruns (2010) juga menyatakan bahwa rata-rata komunitas produsen cenderung lebih mahir dalam mengidentifikasi kebutuhan baru dan mengeksplorasi solusi yang mungkin mengatasi masalah tersebut, sementara produsen profesional akan lebih baik dalam meningkatkan solusi yang dikenal yang memenuhi kebutuhan yang ada.

Berdasarkan hal-hal diatas, diketahui bahwa *professional journalist* dan *citizen journalist* sama-sama memiliki peran yang penting dalam *Pro-Am Journalism* dan saling mempengaruhi. Pada kasus Hipwee, penerapan *Pro-Am Journalism* tidak berjalan dengan baik karena masih terdapat beberapa kekurangan di berbagai hal, seperti kurangnya interaktivitas antara jurnalis profesional dan

jurnalis amatir Hipwee, kurangnya identifikasi atas kebutuhan masing-masing pihak dan kontribusi apa yang masing-masing mampu lakukan, dan belum tercapainya situasi *win-win* pada kolaborasi ini. Kekurangan ini tentunya juga tidak terlepas dari kurangnya peran yang dilakukan oleh pihak Hipwee sebagai jurnalis profesional dan pihak kontributor sebagai jurnalis amatir.

Dari pihak Hipwee, masih terdapat beberapa kekurangan yaitu dalam mengatur proses moderasi dan feedback kepada kontributor, pemberian apresiasi kepada kontributor Hipwee, kurangnya fasilitas dan toolkits yang dapat menunjang kolaborasi dengan kontributor Hipwee serta kurangnya fasilitas dalam pembelajaran menulis di kegiatan online dan offline yang dapat menunjang produktivitas, kualitas dan kuantitas penulisan konten kontributor Hipwee. Di sisi lain, Dari pihak kontributor juga masih terdapat beberapa kekurangan seperti kurang maksimal dalam berpartisipasi dalam membuat konten tulisan di Hipwee, kontributor masih terpaksa untuk menulis pada kanal-kanal tertentu saja, rendahnya partisipasi kontributor untuk menjawab survey yang diberikan oleh tim Hipwee dan kurangnya kesadaran dari kontributor untuk menjaga nama baik *brand* Hipwee.

Peran yang dijalankan dengan tidak maksimal oleh Hipwee dan kontributor memberikan efek domino terhadap keberlangsungan *Pro-Am Journalism* seperti rendahnya kolaborasi yang dilakukan oleh antara jurnalis profesional dan *citizen journalist* Hipwee serta minimnya jumlah anggota *citizen journalist* Hipwee yang aktif dan minimnya artikel yang ditulis oleh *citizen journalist* Hipwee.

5.3 Peran Penting Preditor pada *Pro-Am Journalism*

Carah (dalam Wilson, Saunders & Bruns, 2008) mengartikan preditor sebagai karyawan media baru yang melakukan peran produksi dan editorial. Preditor merupakan penggabungan dari producer dan editor. Preditor memiliki beberapa tugas yaitu menulis dan mengedit salinan, memahami hukum dan peraturan penerbitan, berkomitmen pada nilai berita dan standar etika, memiliki literasi teknologi, membangun hubungan interpersonal, profesional kolaboratif dan web

sindikasi konten di lingkungan berita *online* serta melayani, membimbing, dan mengelola komunitas pembuat konten (Wilson, Saunders & Bruns, 2008).

Preditor berperan untuk memfasilitasi dan mempromosikan pembuatan konten berita yang dibuat pengguna. Terdapat empat dimensi untuk peran preditor yaitu *content work*, *networking*, *community work*, dan *tech work*. Dalam menjalankan proyek, atau bahkan dalam menyelesaikan tugas-tugas tertentu, preditor akan bekerja di keempat bidang tersebut. Bidang *content work* berarti preditor fokus pada peningkatan layanan yang ada untuk menarik dan mempertahankan komunitas pembuat berita yang pro-am seperti mengedit dan memproduksi konten asli untuk layanan jurnalisme warga. Lalu *networking* berarti menghubungkan layanan mereka dengan sejumlah orang, dan tempat-tempat berita lainnya. Selanjutnya, *community work* berarti upaya yang dapat digunakan untuk membawa orang ke layanan mereka, dan untuk membuat komunitas terlibat dengan konten di tempat dan satu sama lain. Terakhir, *tech work* berarti preditor harus memiliki pengetahuan tentang berbagai teknologi digital mendukung semua pekerjaan mereka.

Pada *Pro-Am Journalism* yang terjadi di Hipwee, preditor ini tertuju pada Divisi *Community*. Divisi *Community* berperan untuk memfasilitasi dan mempromosikan pembuatan konten berita yang dibuat pengguna atau kontributor Hipwee. Lalu apabila merujuk pada pernyataan Wilson, Saunders & Bruns (2008) divisi *community* Hipwee telah memiliki empat dimensi dalam menjalankan perannya sebagai preditor dalam proyek produsage. Namun apabila dianalisa lebih dalam lagi, dua dimensi yang belum dipenuhi secara maksimal, yaitu dimensi *content work* dan *community work*. Pada dimensi *content work*, preditor atau dalam hal ini adalah divisi *community* Hipwee belum melakukan proses mengedit dan memproduksi konten asli untuk layanan *citizen journalist* dengan baik sesuai dengan kebutuhan *citizen journalist*. Sementara itu, pada dimensi *community work*, preditor atau divisi *community* Hipwee belum membuat dan melaksanakan kegiatan yang dapat menunjang penciptaan konten seperti melakukan proses *review* konten dengan lebih detail dan belum mengadakan event *offline* workshop penulisan yang dibutuhkan oleh kontributor Hipwee. Padahal hal-hal tersebut merupakan kebutuhan

dari kontributor Hipwee yang telah disampaikan oleh kontributor Hipwee kepada tim divisi *community* Hipwee.

Divisi *community* perlu memperbaiki dan memaksimalkan dimensi *content work* dan *community work*. Hal ini sangat penting mengingat peran pentingnya selaku preditor pada *Pro-Am Journalism* yang ada di Hipwee. Preditor akan ikut menentukan apakah *Pro-Am Journalism* akan berjalan dengan baik atau tidak.

5.4 Syarat Inti pada *Pro-Am Journalism*

Bruns (2010) menyatakan bahwa Pro-Am ini memberikan saluran yang jelas untuk pengembangan koneksi dan kemitraan antara komunitas pengguna yang lebih luas dan perusahaan dan lembaga yang ingin terlibat dengannya. Langkah lebih lanjut menuju pengembangan model kolaborasi Pro-Am yang menguntungkan kedua belah pihak adalah mengidentifikasi lebih jelas apa kebutuhan masing-masing pihak, dan kontribusi apa yang masing-masing mampu lakukan. Lalu untuk mendapatkan kolaborasi yang bagus antara pihak pengguna atau pihak amatir dengan pihak lembaga atau pihak profesional, maka ada empat persyaratan inti kolaborasi produser yang perlu dipenuhi yaitu *shared responsibility and control*, *mobility between community and corporation*, *redesign of products as evolving artefacts* dan *acceptance of non-exclusive corporate use of content*.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa *Pro-Am Journalism* yang terjadi di Hipwee masih memiliki kekurangan dalam penerapannya. Padahal empat syarat inti ini ikut menentukan berjalannya kolaborasi *citizen journalist* dengan jurnalis profesional. Penerapan *Pro-Am Model* atau kolaborasi antara jurnalis profesional Hipwee dan jurnalis warga yang baik akan dapat memberikan keuntungan (*profit*) bagi kedua belah pihak. Kolaborasi Pro-Am adalah situasi *win-win* yang berarti kedua pihak (jurnalis profesional dan jurnalis amatir) mendapat manfaat dari kolaborasi tersebut.

Bruns (2010) menyatakan bahwa *shared responsibility and control* berarti dalam menjalankan kolaborasi antara pihak profesional dan pihak amatir perlu dibangun sistem agar ada pembagian tanggung jawab atas keberlanjutan keberadaan

dan pengendalian lintasan pengembangan dari kolaborasi tersebut. Pada kolaborasi yang terjadi di media *online* Hipwee, sudah ada sistem yang dibangun untuk kolaborasi tersebut seperti pembangunan sistem moderasi artikel tulisan. Namun ternyata sistem ini masih memiliki kekurangan dan perlu diperbaiki, contohnya adalah sistem moderasi. Sistem moderasi ini bertujuan untuk memeriksa tulisan artikel dari kontributor Hipwee. Kontributor Hipwee bertanggung jawab untuk mengirimkan tulisan artikel sesuai *guidelines* Hipwee melalui platform yang disediakan. Lalu tim Hipwee bertanggung jawab untuk memeriksa tulisan artikel, memberikan *feedback* dan mempublikasikan tulisan artikel tersebut. Tetapi tim Hipwee belum benar-benar memberikan *feedback* atas tulisan artikel yang dikirimkan.

Bruns (2010) menyatakan bahwa *mobility between community and corporation* berarti perlu disadari bahwa ada perbedaan yang ketat dan tidak fleksibel antara tim profesional dan tim amatir sehingga memberikan rintangan kontraproduktif untuk kolaborasi yang efektif, sehingga diperlukan mobilitas antara komunitas (Hipwee *community*) dan perusahaan (media *online* Hipwee). Pada kolaborasi antara tim jurnalis profesional dan tim amatir di media *online* Hipwee, mobilitas antar keduanya telah diatur sedemikian rupa sehingga rintangan kontraproduktif dapat diminimalisir. Namun masih tetap terdapat perbedaan yang ketat dan tidak fleksibel untuk kolaborasi kedua pihak terkait dengan *branded content*. Berdasarkan hasil penelitian, mobilitas antara produser (jurnalis profesional) dan produser (jurnalis amatir) tidak ada yang terjadi untuk konten artikel yang berhubungan dengan *branded content*. Di media *online* Hipwee, *branded content* hanya bisa dilakukan oleh jurnalis profesional, jurnalis amatir tidak diberikan izin untuk menulis *branded content*. Dengan demikian, sampai saat ini, tidak pernah ada kolaborasi yang efektif antara staf produksi dan komunitas produsage dalam penulisan *branded content* di media *online* Hipwee.

Lalu Bruns (2010) menyatakan bahwa *redesign of products as evolving artefacts* berarti produk yang dihasilkan oleh proyek produsage tidak boleh berhenti pada satu pencapaian tetapi perlu selalu dikembangkan. Berdasarkan hasil penelitian, di media *online* Hipwee, tulisan artikel yang dihasilkan oleh kontributor

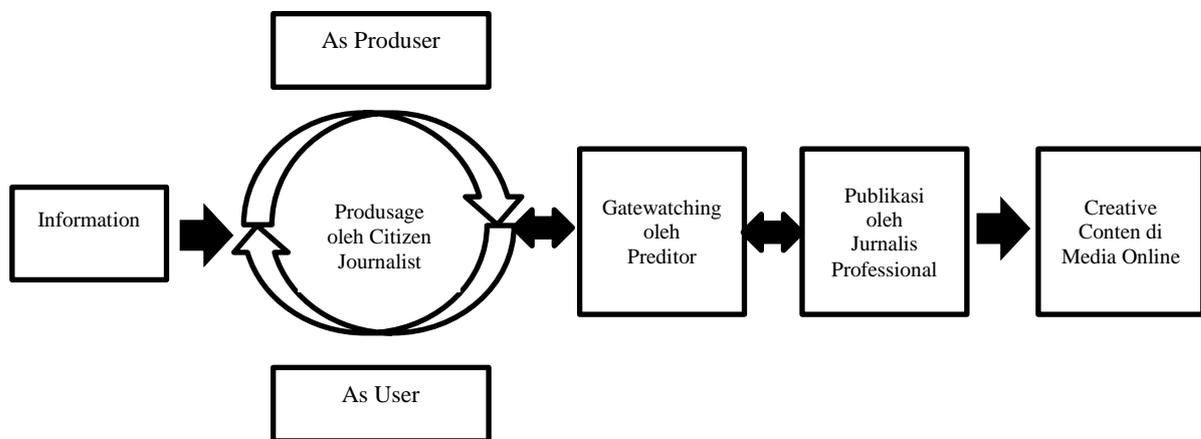
Hipwee selalu harus dikembangkan, tidak bisa berhenti pada titik publikasi saja. Ketika kontributor Hipwee mengirimkan konten berupa tulisan artikel kepada tim Hipwee, tim Hipwee perlu untuk memeriksa dan memberikan *feedback* atas tulisan artikel yang dikirimkan agar terjadi perkembangan terhadap tulisan artikel jurnalis amatir tersebut. Selain itu, untuk mengembangkan tulisan artikel kontributor Hipwee, perlu disediakan *toolkit* yang dapat menunjang perkembangan konten tulisan artikel seperti link website contoh penulisan yang baik, link website gambar yang dapat menunjang deskripsi tulisan, dan lain lain. *Toolkit-toolkit* tersebut telah disediakan oleh tim Hipwee kepada kontributor Hipwee. Namun ternyata masih ada *toolkit* yang dibutuhkan oleh kontributor, yaitu *link website* terkait plagiarisme. Sampai saat ini pihak Hipwee belum memberikan informasi terkait *website* yang dapat membantu kontributor untuk mengecek apakah artikel mereka termasuk plagiarisme atau bukan. Selain itu, meskipun Hipwee telah menyediakan *toolkit* berupa platform Hipwee *Community*, namun hampir segala informasi penting masih diberitahukan melalui *e-mail* dibandingkan menggunakan platform yang ada. Hal ini sebenarnya perlu dikaji kembali oleh tim Hipwee, apakah platform Hipwee belum mampu mengakomodir kebutuhan atas pemberian informasi sehingga diperlukan tindakan pemberian informasi melalui email.

Bruns (2010) menyatakan bahwa *acceptance of non-exclusive corporate use of content* berarti penggunaan konten yang dikembangkan bersama oleh proyek diperbolehkan, tetapi penggunaan tersebut juga harus menghormati kepemilikan bersama dari komunitas produsage. Dalam hal ini, perusahaan tidak dapat mengharapakan diberikan hak eksklusif untuk menggunakan konten komersial yang dibuat oleh proyek produsage. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa konten komersial atau *branded content* hanya diproduksi oleh jurnalis profesional Hipwee sehingga tidak ada kesempatan bagi kontributor Hipwee untuk mendapatkan hak eksklusif untuk menggunakan konten komersial. Namun dalam hal ini, kedua belah pihak harus mengingat bahwa manfaat utama bagi mitra perusahaan dalam proyek tidak berasal dari eksploitasi komersial langsung dari konten yang mungkin dapat dibuat, tetapi dari hubungan jangka pendek dan jangka panjang yang memungkinkan mereka untuk membentuk hubungan baik dengan komunitas produsage, seperti yang dinyatakan oleh Bruns (2010). Tim Hipwee dan kontributor

Hipwee harus menyadari bahwa hubungan baik yang dijalankan keduanya merupakan hubungan yang lebih dari hubungan komersial tetapi hubungan baik jangka pendek dan jangka panjang.

5.5 Pro-Am Journalism Model

Berdasarkan pembahasan dan diskusi terkait dengan kolaborasi *citizen journalist* dengan jurnalis profesional di media online Hipwee, peneliti menggambarkan model kolaborasi *citizen journalist* dengan jurnalis profesional sebagai berikut:



Gambar 5.4 Pro-Am Journalism Model di Media Online

Sumber : Olahan Penulis (2020)

Informasi yang ada di lingkungan sekitar dikumpulkan dan diseleksi oleh *citizen journalist*. *Citizen journalist* yang awalnya berperan sebagai user, mulai beralih menjadi produser. Disini produsage terjadi. Setelah konten diproduksi oleh *citizen journalist*, preditor akan melakukan proses gatewatching untuk memastikan bahwa konten tersebut layak untuk dipublikasikan dan sesuai ketentuan media tersebut. Publikasi akan dilakukan oleh jurnalis profesional. Terciptalah konten kreatif yang dihasilkan dari kolaborasi antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir. Preditor memiliki peran besar sebagai penghubung antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir. Apabila preditor

tidak dapat melaksanakan fungsi dan tanggung jawab dengan baik, tidak menutup kemungkinan akan terjadinya kesenjangan antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir sehingga tidak terjadi simbiosis mutualisme.

Pada *Pro-Am Journalism model* yang dibuat oleh Bruns (2008) telah dijelaskan bagaimana produsage *Pro-Am Journalism model* terjadi. Namun pada model tersebut Bruns belum menjelaskan proses *gatewatching* yang terjadi pada konten yang dibuat oleh pengguna tersebut. Pada *Pro-Am Journalism model* Bruns juga belum dijelaskan peran preditor pada kolaborasi yang dilakukan oleh jurnalis profesional dan amatir dalam memproduksi konten.

BAB 6

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan mengenai kolaborasi *citizen journalist* dan media *online* pada *Hipwee Community*, sebagai berikut:

1. Kolaborasi *citizen journalist* dan jurnalis profesional di media *online* Hipwee dilakukan melalui platform *Hipwee Community*. Bentuk kolaborasi yang dilakukan oleh *citizen journalist* (kontributor) dan Hipwee adalah pembuatan konten tulisan dalam bentuk artikel, pembuatan konten video untuk sosial media Hipwee, pengembangan kanal Hipwee, pembelajaran menulis di kegiatan Hipwee seperti Kelas Menulis *Online* serta event *Hipwee Community Meet up/ event Hipwee Community Virtual Meet Up* dan penyebaran informasi kepada masyarakat terkait berbagai kegiatan Hipwee.
2. Pada media *online* Hipwee, kolaborasi yang dilakukan antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir (kontributor Hipwee) tidak dimanfaatkan dengan baik oleh kedua belah pihak, yaitu jurnalis profesional dan jurnalis amatir Hipwee. Ada banyak kekurangan atas penerapan kolaborasi ini seperti kurangnya interaktivitas antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir Hipwee, kurangnya identifikasi atas kebutuhan masing-masing pihak dan kontribusi apa yang masing-masing mampu lakukan, dan belum tercapainya situasi *win-win* pada kolaborasi ini.
3. Tim Hipwee sebagai jurnalis profesional belum menjalankan perannya pada *pro-am journalism* dengan baik seperti dalam mengatur proses moderasi dan *feedback* kepada kontributor, pemberian apresiasi kepada kontributor Hipwee, kurangnya fasilitas dan toolkits yang dapat menunjang kolaborasi dengan kontributor Hipwee serta kurangnya fasilitas dalam pembelajaran

menulis di kegiatan online dan offline yang dapat menunjang produktivitas, kualitas dan kuantitas penulisan konten kontributor Hipwee.

4. Kontributor sebagai *citizen journalist* juga belum menjalankan perannya dengan baik seperti kurang maksimal dalam berpartisipasi dalam membuat konten tulisan di Hipwee, kontributor masih terpaku untuk menulis pada kanal-kanal tertentu saja, rendahnya partisipasi kontributor untuk menjawab survey yang diberikan oleh tim Hipwee dan kurangnya kesadaran dari kontributor untuk menjaga nama baik brand Hipwee.
5. Preditor memiliki peran penting dalam pro-am journalism sebagai penghubung antara jurnalis professional dan jurnalis amatir di Hipwee masih belum menjalankan perannya dengan baik. Padahal dalam *Pro-Am Journalism*, preditor memiliki peran penting untuk menjaga agar *Pro-Am Journalism* berjalan baik.
6. Kolaborasi antara jurnalis professional dan jurnalis amatir di media online Hipwee belum benar-benar memenuhi empat prinsip persyaratan inti untuk kolaborasi produser yang dirancang oleh Bruns.

6.2 Rekomendasi

5.1.1 Rekomendasi Akademis

Sejalan dengan perkembangan teknologi dan internet, penelitian terkait dengan *citizen journalism* selalu menarik untuk dibahas dan dikaji. Konsep *citizen journalism* dipercaya akan selalu berkembang, baik dalam bentuk atau pun prosesnya, termasuk pada proses produsage dan *Pro-Am Model*. Penelitian ini telah membahas bagaimana penerapan kolaborasi antara jurnalis professional dan jurnalis amatir di media *online*, khususnya startup media *online*. Namun penelitian ini belum membahas perkembangan kolaborasi yang mungkin terjadi antara jurnalis professional dan jurnalis amatir di media *online* diluar dari produksi konten tulisan.

Citizen journalism sendiri memiliki konsep yang sangat luas dan kolaborasi dalam *citizen journalism* seharusnya tidak terbatas pada satu ruang lingkup. Pada penelitian selanjutnya dapat membahas kolaborasi antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir dalam melakukan produksi video atau audio di media *online*. Penelitian selanjutnya bisa meneliti kolaborasi antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir pada media *online* berbasis video di youtube dan media *online* berbasis audio seperti podcast. Hal tentu menarik untuk dikaji karena youtube dan podcast merupakan fenomena di dunia digital. Penelitian selanjutnya juga bisa meneliti jurnalis profesional dan jurnalis amatir pada media sosial seperti twitter, facebook dan instagram. Saat ini juga media sosial menjadi sarana bagi masyarakat untuk mencari informasi.

5.1.2 Rekomendasi Praktis

Pada penerapan kolaborasi antara *citizen journalist* dan media *online* Hipwee, sebaiknya Hipwee meninjau kembali manfaat dari kemitraan antara kontributor Hipwee dan tim Hipwee. Peninjauan ini dapat menjadi langkah untuk mengetahui kebutuhan masing-masing dari kontributor dan tim Hipwee. Kebutuhan kontributor Hipwee dan tim Hipwee yang saling terpenuhi dapat mempengaruhi kualitas dan kuantitas dari proyek produsage yang dihasilkan. Jika kontributor dan tim Hipwee telah terpenuhi kebutuhannya dan mendapatkan merasakan manfaat dari kolaborasi yang ada, maka pengerjaan proyek produsage menjadi maksimal.

Mengingat kolaborasi tim Hipwee dan kontributor Hipwee merupakan simbiosis mutualisme, maka diperlukan situasi *win-win* untuk kedua belah pihak. Kolaborasi tidak bisa berjalan dengan baik jika hanya ada satu pihak yang mendapatkan manfaat lebih banyak dibandingkan dengan pihak lainnya. Lebih lanjut, peninjauan ini juga menjadi solusi atas permasalahan yang ada saat ini yaitu eksistensi platform Hipwee *Community* sebagai platform kolaborasi *citizen journalist* dan media *online* Hipwee.

DAFTAR REFERENSI

Buku :

Bruns, Alex. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. New York : Peter Lang

Creswell, John .W. (2009). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Denzin, Norman K & Yvonna S Lincoln. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Kaye, Jeff and Quinn, Stephen. (2010). *Funding Journalism in the Digital Age: Business Models, Strategies, Issues and Trends*. New York: Peter Lang.

Kelly, John. (2009). *Red Kayaks And Hidden Gold: The Rise, Challenges And Value Of Citizen journalism*. Reuters Institute for the Study of Journalism, Department of Politics and International Relations, University of Oxford

Mare A, Keith H, Marimbe S and Mukundu R. (2018). *Citizen journalism Guidelines on Electoral Reporting in Zimbabwe*. Denmark : International Media Support

Moleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Neuman, W. Lawrence. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: PT Indeks.

Poerwandari, E.K. (2007). *Pendekatan Kualitatif dalam penelitian Psikologi*. Jakarta: LPSP3 Universitas Indonesia.

Ramdhan, Hendry E. (2016). *Startup Business Model*. Jakarta : Penebar Plus

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Widodo, Yohanes. (2016). *Dinamika Komunikasi: Konsep dan Konteks di Berbagai Bidang Kehidupan*. Yogyakarta. Aspiikom Press dan Galuh Patria Publishing.

Yin, Robert K. (1997). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Journal :

Akifah, Andi. (2012). *Citizen journalism: A Study Of New Form Of News Media Reporting*. Jurnal Academica Fisip Untad Vol.04 No. 01 Februari 2012

Anggraini, Rani Diah. (2015). *Perkembangan Citizen journalism di Indonesia: Peluang dan Tantangan*. Retrieved from

https://www.academia.edu/36244805/Perkembangan_Citizen_Journalism_di_Indonesia_Peluang_dan_Tantangan

Aitamurto, Tanja. (2017). *Crowdsourcing In Open Journalism Benefits, Challenges, And Value Creation*. Franklin & Eldridge II,eds_Ch-18.indd

Barnes, Corinne. (2016). *Citizen journalism vs. Traditional Journalism: A Case for Collaboration*. Caribbean Quarterly : A Journal of Caribbean Culture Volume 58, 2012 - Issue 2-3: Communicating in Action

Bowman,Shayne and Willis, Chris. (2003). *We Media*, Reston, VA: Th e Media Center at Th e American Press Institute, 2003, p. 9, available at <http://www.hypergene.net/wemedia/>

Bruns, Axel. (2010). *News Produsage in a Pro-Am Mediasphere : Why Citizen journalism Matters*. In G. Meikle & G. Redden (Eds.), *News online: Transformations and Continuities* (pp. 132–147). London: Palgrave Macmillan UK.

Bruns, Axel. (2016). *User-Generated Content*. John Wiley & Sons, Inc. DOI: 10.1002/9781118766804.wbiect085

Bucy, E. P. (2004). *Second Generation Net News: Interactivity and Information Accessibility in the Online Environment*. The International Journal on Media Management, 6(1 and 2), pp.102- 113.

Cahyani, Mufida. (2018). *Implementasi Knowledge Management Berbasis Web 2.0 pada Situs Berita Sosial Hipwee*. Record and Library Journal Volume 4, Nomor 1, Januari – Juni 2018

Daugherty T, Eastin M S and Bright L. (2013). *Exploring Consumer Motivations for Creating User-Generated Content*. Journal of Interactive Advertising Volume 8, 2008 - Issue 2

Deuze, Mark. (2003). *The Web And Its Journalisms: Considering The Consequences Of Different Types Of Newsmedia online*. SAGE Publications London, Thousand Oaks, CA and New Delhi Vol5(2):203-230

Ervina, Nevi and Nuraeni, Reni. (2013). *Penerapan Citizen journalism Di Radio Siaran (Studi Kasus Penerapan Citizen journalism Pada Program "Berita Dari Anda" Di Radio Pikiran Rakyat 107.5 Fm News Channel Bandung)*. Telkom University

Gustafsson, Johana. (2017). *Single Case Studies Vs. Multiple Case Studies: A Comparative Study*. Retrieved from <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1064378/FULLTEXT01.pdf>

Hashim, N. Hazlina., Hasan, H. & Meloche, J. (2009). *What's New In Online News?.* Pacific Asia Conference on Information Systems 2009 (pp. 1-13). Hyderabad, India: Indian School of Business.

Lacey, Anne. and Luff, Donna. (2007). *Qualitative Research Analysis*. The NIHR RDS for the East Midlands / Yorkshire & the Humbe

- Lindner A M., Connell E and Meyer E. (2015). *Professional Journalists In 'Citizen' Journalism*, Information, Communication & Society Journal, DOI:10.1080/1369118X.2015.1012530
- Min, Seong-Jae. (2016). *Conversation Through Journalism: Searching For Organizing Principles Of Public And Citizen journalism*. sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav DOI: 10.1177/1464884915571298
- Muttaqin, Umar I. (2014). *Penerapan Citizen journalism pada Media Online Mainstream (Studi Kasus pada Media Warga Kompasiana.com dan Pasangmata.com)*. Jurnal Imilah Universitas Bakrie.
- Nip, J. (2006). *Exploring The Second Phase Of Public Journalism*. Journalism Studies, 7(2), 212–236.
- Onuoha M, Pinder J, and Schaffer J. (2015). *Guide to Crowdsourcing*. The Tow Center for Digital Journalism
- Outing, Steve. (2005). *The 11 Layers of Citizen journalism*. Poynter Online
- Nah, Seungahn amd Chung, Deborah S. (2016). *Communicative Action and Citizen journalism: A Case Study of OhmyNews in South Korea*. International Journal of Communication 10(2016), 2297–2317 1932–8036/20160005
- Noor, Rabiah. (2016). *Citizen journalism vs. Mainstream Journalism: A Study on Challenges Posed by Amateurs*. Athens Journal of Mass Media and Communications- Volume 3, Issue 1 – Pages 55-76
- Nozato, Y. (2002). *Credibility of Online Newspapers*. Paper presented at the Association for Education in Journalism and Mass Communication Annual Convention, Washington, DC
- Pavličková, Tereza and Kleut, Jelena. (2016). *Producers As Experience And Interpretation*. Participations Journal of Audience & Reception Studies volume 13 issue 1 May 2016
- Picone, Ike. (2011). *Producers As A Form Of Self-Publication. A Qualitative Study Of Casual News Producers*. Journal of Taylor & Francis New - Review of Hypermedia and Multimedia, Vol. 17, No. 1, April 2011, 1-22
- Rahmadina, Vira. (2019). *Motif Publik Berkontribusi Dalam Rubrik Jurnalisme Warga Koran Harian Solopos Tahun 2018*. Jurnal Komodifikasi Volume 7, Juni 2019, hal 78-97
- Rastiya, Hendriyani & Pratidina. (2018). *Mapping Citizen journalists' Profiles: A Case Study on Indonesian NET Citizen journalist (NET CJ) Program*. Jurnal Komunikasi Indonesia Vol. VII, No.2, July 2018. ISSN 2301-9816
- Siggelkow, N. (2007). *Persuasion With Case Studies*. Academy of Management Journal, 50(1), 20-24

Subakti, D.A., (2011). *In-depth Report: Media online di Indonesia; Transisi Menuju Media Kapital*. Jakarta: Yayasan Satu Dunia.

Widyawati, Dina Maulina. (2018). *Strategi Community Relations dalam Menjaga dan Meningkatkan Jumlah Kontributor Untuk Menulis di Hipwee Tahun 2015-2018*. Retrieved from <http://repository.ums.ac.id/handle/123456789/21140>

Wilson J, Saunders B and Bruns, A. (2008). *"Predators": Making Citizen journalism Work*. In: AMIC Conference: Convergence, Citizen journalism and Social Change, 26-28 March 2008, Brisbane.

Artikel :

Community, Hipwee. (2019, Mar 5). *Hipwee Community Profile Picture*. <https://www.facebook.com/hipweecommunity/photos/a.1588160858131025/2285629118384192>

Hipwee. (2018, Feb 15). *Cara Membuat Artikel di Hipwee*. <https://twitter.com/hipwee/status/961466382444650496>

Community, Hipwee. (2019, Apr 22). *Inilah 3 Kontributor Terbaik Hipwee Bulan Maret. Ada Juga Lho yang Menulis untuk Melawan Ego*. <https://www.hipwee.com/community/inilah-3-kontributor-terbaik-hipwee-bulan-maret-ada-juga-lho-yang-menulis-untuk-melawan-ego/>

Glaser, Mark. (2008). *Media Shift/Digging Deeper: Semi-Pro Journalism Teams Give Alternative View of U.S. Elections*. PBS: MediaShift,. 13th March 2008, http://www.pbs.org/mediashift/2008/03/digging_deeperse_mipro_journali.html

Hipwee. (2019, Jul 9). *Menjalani Dua Kuliah Sekaligus*. <https://www.youtube.com/watch?v=zF62uMi6jcM&list=PLf3DAca7oKYkTuWYEEG EARYG70QFv9LNx&index=10>.

Hipwee. (2019, May 28). *Live On Instagram Syawalan Hipwee Community*. <https://www.instagram.com/p/CAuxPisjAe-/>

Hardaning, Tira. (2018, Mar 6). *Cara Cepat Mewujudkan Cita-Citamu Bekerja di Wardah Cosmetics. Gampang, Lho!* <https://www.hipwee.com/tips/menjadi-penulis-wardah-cosmetics-bukan-lagi-mimpi-kalau-kamu-ikuti-kompetisi-ini/>

Hipwee. (2020, Jun 14). *Tambahkan Listicle Baru*. <https://www.hipwee.com/dashboard/list/add-new/>

Hipwee. (2020, Jun 14). *Tambahkan Narasi Baru*. <https://www.hipwee.com/dashboard/narasi/add-new/>

Kemp, Simon (2020, Feb 18). *Digital 2020: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>

Lasica , J.D. (2003, Agt 7). *What Is Participatory Journalism?* Online Journalism Review. <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php>

Rizal, Herry F. (2014, Sept 3). *Hipwee, media online yang fokus ciptakan konten viral di Indonesia*. Retrieved from <https://id.techinasia.com/hipwee-media-anak-muda-urban-konten-variatif>

Rosen, Jay. (2006, Sept 20). *Journalism Goes Pro-Am*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/commentisfree/2006/sep/20/post394>

Rouse, Margaret. (2006, July 31). *Collaborative Citizen journalism (CCJ)*. Retrieved from <https://whatis.techtarget.com/definition/collaborative-citizen-journalism-CCJ>

Sao, Kirito. (2016, Agt 5). *Hipwee Blogger Template*. <https://www.kaskus.co.id/thread/57a41cd29e74042e0c8b4567/hipwee-blogger-template/>

Smarter. (2015, Nov 10). *What Can Mainstream Media Learn From Citizen journalists?* Retrieved from <https://www.debatingeurope.eu/2015/11/10/can-mainstream-media-learn-citizen-journalists/#.XxZ27m0zbDc>

Sozzani, Franca. (2011, Nov 2). *It's Time For Pro-Am Journalism*. Retrieved from <https://www.vogue.it/en/magazine/editor-s-blog/2011/11/november-2nd>

Vivivanvan. (2020, July 9). *5 Cara Mudah Mengelola Keuangan untuk Newbie Karyawan Semata Biar Nggak Ketar-Ketir di Akhir Bulan~* Retrieved from <https://www.hipwee.com/list/cara-mudah-mengelola-keuangan-pekerja/>

LAMPIRAN

Daftar Coding

Aspek	Aspek Kajian	Coding
Media Online	Bersifat real time	MO 1
	Memuat berbagai macam model multimedia dan mendukung interaktifitas antar user	MO 2
	Lebih terdokumentasi	MO 3
	Tidak terbatas dalam hal jumlah halaman	MO 4
	Mekanisme dalam prosedur naskah cenderung lebih simpel	MO 5
	Jadwal terbit media online sangat ketat	MO 6
Professional Journalism	Beroperasi dalam struktur editorial formal	PJ 1
	Kecepatan dibatas oleh verifikasi	PJ 2
	Penggunaan perangkat professional & pengeditan menyeluruh	PJ 3
	Terdapat langkah-langkah yang diambil untuk memverifikasi informasi	PJ 4
	Akuntabilitas adalah inti	PJ 5
	Etika adalah standar	PJ 6
	Tedapat badan regulasi dan gatekeeping	PJ 7
	Jurnalis professional dipekerjakaan dan dibayar untuk praktik jurnalisme	PJ 8
<i>Citizen journalism</i>	Bersifat Partisipatif	CJ 1
	Beroperasi berdasarkan struktur dan proses dari bawah ke atas yang didesentralisasi	CJ 2
	Tidak digerakkan oleh profit	CJ 3
	Memiliki keragaman sudut pandang	CJ 4
	Penekanan pada penerbitan yang bertentangan dengan gatekeeping	CJ 5
	Jurnalisme dalam bentuk percakapan	CJ 6
	Immediacy	CJ 7
	Menekankan pada detail	CJ 8
User Generated Content (UGC)	Dibuat bersedia untuk umum melalui internet	UGC 1
	Mencerminkan sejumlah upaya kreatif	UGC 2
	Dibuat di luar rutinitas dan praktik professional	UGC 3
Produsage	Open participation, Communal Evaluation	PU 1
	Fluid Heterarchy, Ad hoc Meritocracy	PU 2
	Unfinished Artefacts, Continuing Process	PU 3
	Common property, Individual Rewards	PU 4
Kolaborasi	Simbiosis mutualisme	KB 1
	Hubungan ketergantungan	KB 2
<i>Pro-Am Model</i>	Shared responsibility and Control	PA 1
	Mobility between <i>community</i> and corporation	PA 2
	Redesign of products as evolving artefacts	PA 3
	Acceptance of non-exclusive corporate use of content	PA 4

Lembar Observasi 1

Berikut adalah hasil observasi yang dilakukan peneliti:

Hari/ Tanggal : Jumat, 19 Juni 2020

Pukul : 16.00 – 18.00 WIB

Lokasi : Whatsapp Group Kontributor Hipwee

Penelitian : Kelas Menulis Online

Deskripsi	Catatan Penting	Coding	Kesimpulan
<p>Hari ini peneliti melakukan observasi pada whatsapp group kontributor Hipwee. Peneliti telah meminta izin untuk bergabung dengan grup tersebut untuk memperhatikan kolaborasi antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir di Kelas Menulis Online (KMO). Pada kelas ini, jurnalis profesional akan berperan sebagai mentor bagi para jurnalis amatir dalam pembelajaran menulis. Pada Kelas Menulis Online ini akan membahas “Langkah-langkah awal untuk memulai sebuah tulisan”. Hardiana Noviantari yang merupakan editor in chief di Hipwee akan menjadi narasumber. Hardiana Noviantari memulai kelas setelah dipersilahkan oleh admin grup dari Divisi <i>Community</i>. Hardiana Noviantri memberikan materi terkait langkah-langkah awal untuk memulai sebuah tulisan. Di akhir sesi materi, ia memberikan kesempatan kepada para kontributor untuk bertanya. Namun sayangnya hanya sedikit kontributor yang aktif bertanya dan memberikan respon atas materi yang diberikan oleh Hardiana Noviantri. Hardiana juga cukup lama memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh kontributor Hipwee. Setelah sesi tanya jawab berakhir. Hardiana mengucapkan terima kasih kepada kontributor yang sudah hadir pada kelas menulis online. Setelah itu Hardiana</p>	<p>Jurnalis profesional tidak berada di grup kontributor Hipwee. Admin grup yang akan mengundang para jurnalis profesional masuk ke grup ketika Kelas Menulis Online</p> <p>Kontributor yang aktif ketika Kelas Menulis Online ini sedikit jika dibandingkan dengan jumlah anggota grup</p> <p>Rendahnya respon yang diberikan oleh kontributor terhadap materi yang disampaikan oleh jurnalis profesional</p>	<p>PJ 1</p> <p>CJ 1</p> <p>PU 2</p> <p>KB 1</p> <p>KB 2</p> <p>PA 1</p> <p>PA 2</p>	<p>Jurnalis profesional Hipwee berada dalam struktur editorial formal</p> <p>Jurnalis amatir/ kontributor berpartisipasi untuk menciptakan berita</p> <p>Kelas Menulis Online merupakan salah satu cara untuk menstimulus agar proyek produsage dapat terus berjalan</p> <p>Kelas Menulis Online menunjukkan adanya simbiosis mutualisme dan saling ketergantungan antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir</p> <p>Whatsapp group untuk kontributor ini menunjukkan adanya shared responsibility and control untuk kontributor, preditor dan jurnalis profesional di Hipwee</p>

<p>dikeluarkan dari grup kontributor Hipwee oleh admin grup yang berasal dari divisi <i>community</i>. Admin grup mengingatkan kembali bahwa Kelas Menulis Online akan dilaksanakan 2 minggu lagi dengan tema yang berbeda. Admin minta partisipasi aktif dari para kontributor pada Kelas Menulis Online selanjutnya.</p>			<p>Whatsapp Group ini juga menunjukkan adanya mobilitas antara komunitas dan perusahaan</p>
--	--	--	---



Lembar Observasi 2

Berikut adalah hasil observasi yang dilakukan peneliti:

Hari/ Tanggal : Selasa, 23 Juni 2020

Pukul : 12.00 – 18.00 WIB

Lokasi : Whatsapp Group Kontributor Hipwee

Penelitian : Survey dari Hipwee

Deskripsi	Catatan Penting	Coding	Kesimpulan
Hari ini peneliti melakukan obesrvasi pada whatsapp group kontributor Hipwee. Peneliti telah meminta izin untuk bergabung dengan grup tersebut untuk memperhatikan kolaborasi antara jurnalis professional dan jurnalis amatir dalam hal partisipasi untuk pengisian survey Hipwee. Pada saat tim Hipwee atau dari divisi <i>community</i> memberikan survey di grup, ternyata hanya sedikit kontributor yang memberikan respon atas survey tersebut. Padahal survey berisi pertanyaan untuk kontributor dan untuk kemajuan Hipwee. Hal ini menggambarkan bahwa kontributor kurang tertarik atas survey yang diberikan oleh tim Hipwee	Whatsapp group kontributor Hipwee ternyata juga digunakan untuk membagikan survey oleh Hipwee Kontributor yang berpartisipasi pada survey tersebut rendah jika dibandingkan dengan jumlah anggota grup	KB 1 KB 2	Whatsapp group tidak hanya berfungsi sebagai Kelas Menulis Online tetapi juga untuk membagikan survey Partisipasi kontributor rendah dalam melakukan pengisian survey tersebut



Open Coding Naskah Wawancara

Naskah Wawancara 1

Peneliti : Nadya Ariesta Komala Dewi (P)
 Informan : Andreas Benny Rahadi – Divisi *Business Development – Product Strategies* (A)
 Tanggal : 19 Mei 2020
 Media : Zoom

Transkrip Wawancara		Kode	Catatan Jawaban Informan	Catatan Lapangan
A:	Jadi aku Andre.. aku sekarang posisinya <i>production</i> di bisnis <i>development</i> , terus aku ini taun ke-empat aku kerja di di hipwee gitu. Terus bisnis <i>development</i> ini, departement yang baru. Jadi baru ada sekitar 2 tahun berarti. Sebelumnya emang belum ada.			Tidak terlihat gesture karena video dimatikan
P:	Jadi sebetulnya hipwee ini kan berarti sekarang sudah tahun ke 6. Boleh dijelasin sedikit gak mas gambaran hipwee ini kayak gimana sih mas, gitu. Maksudnya secara bisnisnya.			
A:	Jadi... Hipwee ini sendiri awalnya... di 2014 itu semacam sosial media. Jadi kayak media tapi <i>homeless</i> gitu. <i>homeless</i> media. Semua memang mulainyadapet <i>source user</i> nya dari sosial media, gitu. Tapi terus kemudian berkembang jadi media <i>online</i> . Jadi kita <u>sebelumnya yang gak punya struktur redaksi... editor dan penulis, semuanya konten creator</u> , sekarang kita punya editor dan penulis. Jadi ada redaksinya khusus. Terus bisnisnya media ini ya memang bikin konten, bikin konten itu untuk dapet <i>user</i> terus <u>dengan kita punya audience itu, <i>user</i> itu, kita mulai dapet margin dari menjual konten..</u>	PJ 1 MO 4	Menjawab sambil terbatuk	

	<u>branded</u> . Itu, awalnya itu. Selain itu ada juga kita bisnisnya dari ads yang benar-bener display ads gitu loh. Banner yang ada di website, atau banner yang ada di google, gitu-gitu. Itu bisnis kita sampai situ sih. Kalau ngomongin dapet duitnya dari mana			
P:	Oke. Mas, aku mau nanya nih. Jadi sebetulnya ini perubahan ini nih, dari sosial media <i>company</i> ke <i>online</i> , itu terjadinya kapan ya mas?			
A:	Terjadinya itu... kayaknya setelah tahun pertama deh. <u>Setelah tahun pertama itu mulai berubah, karena kita ditahun pertama kan memang belum punya user sama sekali terus...beralih buat nawarin ke brand kalau kita punya brand konten, kita punya slot ads yang bisa punya impression besar. Jadi... menguntungkan untuk brand-brand itu sendiri. Dan punya nilai jual gitu. Perlu waktu sekitar setahun buat punya numbers yang available buat ditawarkan ke... brand lain, gitu. User ini... pembaca.</u>	MO 2	Menjawab sambil terbatuk	
P:	Hipwee <i>community</i> itu 2016 atau 2017 ya mas?			
A:	Kalau kontributor itu baru ada di tahun 2016. <u>Opini pembaca ngirim tulisan ke kita, terus kita posting buat mereka, gitu. Karena audience nya besar, gitu, kita bikin platform user bisa nulis langsung sendiri, login... sign up, terus emh bisa nulis langsung, terus nerbitin sendiri, gitu.</u>	UGC 1 UGC 2 UGC 3		
P:	Mas, sebagai <i>product strategy</i> sendiri ngeliat... Apakah teknologi internet yang semakin berkembang ini akhirnya mempengaruhi kondisi pasar gitu mas?			
A:	Mempengaruhi banget sih. <u>Jadi mungkin di awal dulu, 2014 2015, secara device saja ada perbedaan, gitu. Di awal banyak orang akses konten kita, banyak dari laptop, desktop gitu. Sekarang udah shifting hampir 90% itu semua aksesnya pake ponsel. Dari smartphone mereka. Jadi itu ngubah apa ya, pola pikir kita ketika mendesain konten, gitu. Jadi kita mengubahnya lebih ke mobile friendly.. kalau yang dulu kan desktop minded banget tuh. Baca berita harus buka browser dulu, liat dari laptop. Sekarang semua udah arahnya ke mobile, jadi itu ngaruh. Apa lagi, kalau struktur internet sendiri, sekarang teknologi mulai bagus, infrastrukturnya juga udah berkembang. Jadi dulu</u>	MO 4		

	<u>orang mungkin kalau mau baca konten yang banyak multimediana gtu, image atau video gtu kan, males gtu. Karena buang-buang kuota, sekarang kota internet berapa aja kan relatif lebih murah dan bisa didapetin gtu, koneksinya juga lebih stabil jadi orang sekarang gak masalah gtu ketika baca konten yang gak cuma teks tapi ada image banyak dan video. Bahkan semua kan sekarang referensinya malah lebih ke video, gtu.</u>	MO 2		
P:	Kalau di hipwee sendiri, mulai ganti ke <i>mobile</i> itu kira-kira kapan mas? Maksudnya momentumnya itu kapan ya? Kan tadinya PC, berarti kan mulai ke mobile berarti mulai ada ads nya gtu ya?			
A:	Iya. Dari 2015 kita sebenarnya udah punya... kita mulainya dari mobile apps, aplikasi, aplikasi dulu terus ternyata memang aplikasi <i>trend</i> nya kesininya emang banyak ditinggalkan karena teknologi dari google sendiri sekarang udah bisa... kita gak perlu apps, kita cukup pake... istilahnya apa sih, emh... <u>page gtu. jadi kita bisa buka halaman inter halaman seperti apps, tapi lewat browser aja gtu. Sekarang kan <i>trend</i> nya kesitu. Jadi dulu 2015 dimulai dari mobile apps, terus baru di 2018 kita mulai implementasi mobile... istilahnya tuh responsif desain gtu di website kita.</u>	MO 2	Menjawab sambil terbatuk	
P:	Gitu. tadi apa mas? Berarti <i>trend</i> nya sekarang pake yang <i>power apps</i> ?			
A:	He'em. Kalau di... istilahnya PWA, Power Web apps.			
P:	Power Web Apps. Maksudnya kayak google chrome gtu mas? Bukan?			
A:	Kayak misalnya kita sekarang... ada kayak apa ya... <u>beberapa apps, kayak twitter, itu kan dia dibuka di <i>mobile</i> pun, di browser <i>mobile</i> pun, nanti tampilannya sama persis ketika kita buka dia di apps. Nah semacam itu.</u>	MO 4		
P:	Kalau yang IDN dan kumparan?			
A:	Dulu awalnya masih... IDN dan kumparan masih <i>startup</i> , kan kita masih di segmen pasar yang sama. Cuma setelah mereka berdua dapet investasi kan mereka arahnya ke <i>hard news</i> . Mereka punya berita-berita cepet, sementara kita kan engga. Jadi kita emang merasa mereka bukan dikategori yang sama lagi dengan kita, jadi bukan kompetitor lagi.			

	<u>Karena kan di hipwee juga sebenarnya kita gak <i>provide hard news</i> kan. Kita gak ada. Kita emang lebih banyak ke opini sama <i>lifestyle</i>. Nah kalau berita pun kita kan juga gak memberitakan beritanya secara akurat kayak Kompas atau detik atau IDN gitu kan. Kita ngeliat ada fenomena apa yang banyak diberitakan, terus kita ngasih opini kita tentang fenomena itu.</u>	MO 3		
P:	Mas, apakah struktur perusahaan sendiri itu juga akhirnya mempengaruhi dari pasar media <i>online</i> sendiri mas? Maksudnya, kan kompetitornya hipwee itu kayak Brilio, Poppela, Fimela, Grid, gitu, itu tuh strukturnya kurang lebih sama juga dong berarti sama hipwee?			
A:	<u>Beda sih. Sebenarnya, jadi kalau struktur sendiri gak terlalu mempengaruhi. Cuma mungkin skala sih, skala pasarnya jadi bisa lebih besar. Tapi itu juga relatif sih. Kayak Poppela itu juga kan grupnya IDN, terus grid.id grupnya Kompas, Brilio itu under kapanlagi universe, kapanlagi.com. Jadi dari semua kompetitor sebenarnya yang <i>single side</i> emh media itu cuma hipwee. Jadi yang gak di bawah grup apapun, atau punya <i>backing-an</i> konglomerat, itu kan cuma hipwee tuh. Jadi emang gak terlalu relevan sih antara modal dengan besarnya pasar. Gitu.</u>	PJ 1		
P:	Hipwee ini kan mengalami perubahan-perubahan ya.. Nah, kan tadi awalnya tuh kayak dari apps, terus abis itu akhirnya berubah jadi ada webnya, tapi diperbaiki lagi kayak gitu. Berarti apakah memang selera dan preferensi dari pembaca itu berubah mas? Begitu pas ada produk baru yang ditawarkan sama hipwee? Pasti adahal-hal baru yang ditawarkan sama hipwee gitu yang akhirnya jadi merubah pembaca hipwee sendiri gitu. Mungkin tadinya pembaca hipweenya nikmatin konten, melalui apps, gitu. Tapi ternyata setelah dibuat desain pake yang baru, akhirnya oh banyak juga kok pembaca hipwee yang mengakses web gitu. Menurut mas gimana?			
A:	He'em. Misalnya kayak konten sendiri kita juga berubah ya, dari dulu mungkin 2014.. <i>user</i> loyal kita mulai baca kita ketika mereka masih kuliah gitu. Tapi ditahun 2019-2020			

	ini, mereka mulai banyak yang udah nikah, udah punya anak, jadi ibu baru gitu kan. <u>Maknya kita di 2019 kemarin bikin kanal baru, kategori baru, namanya <i>young mom</i>, jadi untuk ibu-ibu muda. Jadi kita liat juga <i>user loyal</i> kita kan tumbuh bareng kita, mereka kan berubah, nah kita pengen tetep mereka baca itu, jadi kita menyediakan konten yang cocok dengan apa yang mereka jalani sekarang, gitu.</u>	MO 2		
P:	Iya.. Aku malah tau hipwee duluan sebelum brilio, sebelum IDN, sebelum ya pokoknya yang itu. Hehe.. Mas, mau nanya deh, sebenarnya kalau misalkan di pasar media <i>online</i> sendiri, itu tuh ada banyak pengganti gak sih? Perkembangannya cepet gak sih kalau menurut hipwee sendiri, terus susah gak ngejanya.. kayak kreativitas baru yang ada di media <i>online</i> , gimana mas?			
A:	Banyak sih. <u>Banyak yang relatif cepet sih. Kayak <i>trend</i>, <i>trend</i> video aja itu kan kalau dari tahun lalu sampai sekarang juga itu ngubah banyak <i>publisher</i>, banyak media. Yang buat ngejar supaya mereka juga bikin konten video selain konten ads gitu misalnya. Terus misalnya ketika <i>trend</i> web series nih, semua orang bikin web series itu juga salah satu indikator gitu. Terus sekarang di tahun 2020 ada muncul <i>podcast</i>, gitu, buat cara baru nyampein konten gitu. semua orang juga berlomba-lomba pengen tahu, gimana sih konten, cocok gak dengan medianya mereka, tipe kontennya mereka, gitu.</u>	MO 2		
P:	Kalau misalkan hipwee sendiri, apakah selalu ngikutin <i>trend</i> tersebut?			
A:	<u>Kita berusaha ngikutin <i>trend</i> tapi juga menyesuaikan dengan <i>user</i> kita sih. <i>User</i> kita sebenarnya suka gak dengan tipe konten gitu. Jadi makanya kita punya RND buat nyoba, ngetes beberapa produk. Misalnya kita mau tahu <i>podcast</i> itu, bisa gak masuk ke <i>user</i> kita, <i>user</i> kita suka gak sih ke tipe kayak gini. Terus kita mungkin bikin beberapa episode, kita promosiin, tapi misalnya ketika diresponnya kurang bagus, kita evaluasi lagi, coba format baru, gitu. Nah jadi... emang tetep lagi ketika ada perubahan, ada <i>update update</i> teknologi, format platform itu, kita balikin lagi ke <i>user</i> kita. Nah apakah mereka udah siap atau mereka suka atau engga, gitu. Jadi kita berusaha tetep up to date,</u>	MO 2		

	<u>konten, sosial media, video</u>			
P:	Menurut mas sendiri, kontennya hipwee itu apa sih yang menonjol dan uniknya itu mas? Kan kalau kincir tadi kan dia bahasnya e-sport ya, kalau hipwee sendiri?			
A:	<u>Kalau hipwee, menurutku.. diawal dulu, di 2014 yang bikin kita... jadi tumbuhnya cepet banget, karena konten-konten kita sih. Emh... konten-konten hubungan sih. Kita ngomongin <i>relationship</i>, tapi dengan <i>angle</i> anak muda gitu. gak yang menggurui gitu-gitu. Jadi kalau anak-anak editorial hipwee bilang itu kita memposisikan diri jadi kayak kakak perempuan gitu, dari segi judul, jadi cara kita bikin tulisannya, itu kita memposisikan diri jadi kakak perempuan yang sebenarnya lebih tau dari kita, tapi juga sebenarnya gak tau-tau amat, tapi kita membatasi diri juga gak pengen sok tau gitu. mungkin itu yang bikin orang jadi <i>related</i> gitu sama konten-konten kita, karena ya udah, ya itu emang yang mereka rasakan. Cuma kayak tercermin aja sih sebenarnya kan, ketika baca konten kita.</u>	MO 2		
P:	Kalau melihat pasar segmentasi anak muda itu, kan berarti kita harus menyediakan kontennya beda-beda nih mas. Nah, segmentasinya hipwee sendiri itu kan pembaca muda, itu sebetulnya dari umur berapa sampai umur berapa mas? Kalau secara tertulisnya ya.			
A:	<u>Kalau dari data kita sih <i>user</i> yang baca dikita dari 17 sampai 35 tahun itu ada. Cuman kita emang memutuskan untuk fokus di yang usia 18 sampai 25. Untuk segmentasi pasar kita. Kalau kita ngomongin tahun ini, berarti itu masuk antara millennial, sama gen Z juga.</u>	MO 6		
P:	Oh gitu. makanya karena pembacanya milenials dan gen Z ini, makanya akhirnya Hipwee menyediakan konten-konten yang memang dirasa cocok sama segmentasi pembacanya?			
A:	Iya. bener-bener. Dan kita juga punya projek namanya dokter gen Z, itu buat <i>user</i> antara umur 13 sampai 17. Itu konten kesehatan reproduksi <i>online</i> untuk remaja yang ada di			

	hipwee, gitu.			
P:	Dokter gen Z. Jadi, kayak disitu isinya informasi-informasi yang mungkin gak pernah diajarin di sekolah gitu ya mas?			
A:	<u>He'em. Informasi yang di share disitu valid karena kita kerja sama sama BKPN, sama Jonho University, jadi valid. Ada dokter, ada psikolog juga di konten-konten itu. Itu bagian dari investasi kita buat user yang selanjutnya sih, generasi Z.</u>	PJ 2 PJ 4		
P:	Oh, gitu. Menurut mas, apakah konten-konten yang ada di hipwee itu sudah mengakomodir kebutuhan pembacanya hipwee?			
A:	Mungkin sebagian besar sudah terakomodir. Tapi belum terlalu maksimal kali ya. Makanya ini juga kita selalu ada riset-riset untuk gimana caranya bisa memaksimalkan bikin optimasi-optimasi, supaya user makin dapet konten yang lebih relevan, terus <i>experience</i> nya juga menyenangkan ketika membaca. Gitu.			
P:	Berarti ada rencana penambahan konten baru ya mas?			
A:	He'em he'em pastinya. <u>Kayak hari ini.. sebenarnya juga kita ada rencana buat si kategori travel ini nanti akan kita jadiin satu website tersendiri terus jadi satu brand gitu lah, terus nanti di situ kita bisa gabungin sama direktori, antara hotel.. pelayanan hotel, layanan ehm.. kayak kayak voucher makanan dan lain-lain gitu.. food, cafe, terus maps, destinasi, gitu-gitu lah.. jadi kayak kita bikin direktori lengkap untuk travel gitu.. cuman nah ada pandemi ini, terus kita akhirnya pending-in dulu.. Jadi tuh sebenarnya kita kan ngeliat user travel kita cukup besar gitu, jadi kita mau ngarahin mereka supaya kebutuhannya mereka itu bisa mereka dapetin ketika mereka masuk ke Hipwee, gitu.. Salah satunya itu..</u>	MO 2	Menjawab sambil terbatuk	
P:	Sejauh ini masih.. masih dari pengiklan ya? Ada pricelist-nya yaa? Nah.. kalau gitu.. biasanya gimana sih mas nawarin ke pengiklannya gitu?			
A:	Kita emang punya divisi sales sendiri, terus nanti ada media kit yang bisa dipakai oleh mereka.. terus mereka kerjasama sama agensi, kerjasama sama dengan brand, gitu...			

	<p>Tiap tahun kita ada media day, media day kita mengundang brand, mengundang agensi-agensi buat tau produk kita apa, rencana kita mau campaign apa dikasih tau, biasanya kayak gitu sih... kayak sekarang ada Ramadhan campaign gitu.. <i>campaign</i> khusus, produk khusus, itu kita tawarin ke mereka.. <u>Jadi sebenarnya kayak media sekarang itu semi <i>production house</i> juga, jadi apa aja yang dibutuhkan <i>brand</i> untuk misalnya promosi, <i>marketing</i>, itu itu, kita bisa sediain sebenarnya.. Banyak terhadap konten A, atau display banner pun kita pernah kerjasama untuk produksi webseries gitu, itu juga salah satu dari penghasilan..</u></p>	MO 2		
P:	<p>Terus mas mau nanya nih, apa sih strategi entah desain konten, entah <i>branding</i> yang ditetapkan Hipwee gitu? Ada strategi khusus kah yang bisa menaikkan <i>traffic</i> pembaca?</p>			
A:	<p>Kalau itu sih.. ya itu sih.. kayak tadi secara konten, entah visual ataupun text kita memposisikan diri sebagai produk.. <i>brand personal</i>, misal brand untuk perempuan.. jadi secara desain pun, secara visual kita juga pengen mencerminkan itu walaupun kita bukan media yang khusus buat perempuan, tetapi kayaknya ketika kita men-<i>translate</i> atau <i>breakdown</i>.. jadi kualitasnya disesuaikan dengan perempuan ini, terus biasanya secara visual dia terlihat seperti apa, apa yang disukai oleh dia, gitu gitu.. Itu yang jadi pedoman kita sih, dan kayaknya itu juga tetep kalau soal, terutama soal visual itu juga tetep tergantung <i>style</i> dari, maksudnya tren <i>style</i> yang ada di waktu itu, gitu kan.. Dan itu selalu berkembang, <u>kan mungkin di 2 tahun lalu desain-desain yang full ada fotonya, ehm HD gitu, yang fotonya tajam, foto-foto pemandangan dan lain-lainnya itu tren banget nih, tapi sekarang kan trennya mungkin lagi banyak ke ilustrasi gitu, warna-warna pastel, kita juga mempertimbangkan itu buat jadi salah satu ehm desain kita, jadi elemen desain kita, gitu..</u></p>	MO 2		
P:	<p>Apakah Hipwee <i>community</i> ini juga jadi bagian dari strategi periklanan dan pemasaran dari Hipwee? Apakah jadinya si kontributor, anggota Hipwee <i>community</i> ini tuh juga bagian dari strategi untuk bisa meningkatkan pembaca gitu mas?</p>			

A:	<p>Yaa pada awalnya sih kita sebenarnya, <u>ketika bikin Hipwee <i>community</i> itu pengen supaya ada lebih banyak orang yang menulis gitu... Nah terus pada akhirnya ketika itu efeknya adalah.. salah satunya tadi.. banyak orang yang akhirnya juga selain ikut menulis, tapi juga ikut membaca gitu, nah itu salah satu keuntungannya sih.</u> Kalau strategi sebenarnya waktu itu.. jujur.. karena emang kita kekurangan penulis nih, kekurangan penulis dan jumlah tulisan kita segitu tuh gak cukup untuk kita.. <u>dan waktu itu karena kita gak punya investor, gak punya apa-apa, akhirnya kita membuka diri aja lah, kita punya <i>user</i> loyal yang sebenarnya mereka selalu ngirimin ke kita tulisan, akhirnya kita buka aja sih pintunya buat mereka buat ikut masuk dan ikut menulis juga gitu...</u> Tapi ternyata efeknya itu juga, menambah jumlah pembaca kita pada akhirnya, <u>makanya sampai sekarang Hipwee <i>community</i> itu di-<i>treatment</i>-nya cukup spesial, dibikin jadi prioritas gitu, kita selalu <i>engage</i> sama mereka, interaksi sama mereka, selalu ngasih mereka pelatihan, ada kelas menulis <i>online</i> gratis terus, yang ada <i>event</i> regional kita juga pasti bikin gitu..</u></p>	CJ 1 CJ 2 PU 1 PU 2 UGC 2 UGC 3		
P:	<p>Ohh.. gitu.. jadi emang awalnya, sejujurnya aku tau platform bisa nulis itu dari Hipwee sih mas, maka aku bilang tadi, aku tau Hipwee itu dari aku kuliah, gitu... Terus dari situlah aku tau, "oh ternyata di media <i>online</i> itu boleh nulis ya", gitu. Dan maksudnya itu.. bisa, ya akhirnya jadi bisa menyalurkan ya kalau suka nulis gitu, yang punya keahlian nulis gitu kan jadi bisa dibaca sama orang-orang gitu..</p>			
A:	<p><u>Dan itu kan juga kita ubah.. jadi dulunya cuma komunitas penulis, kontributor aja, sekarang jadi komunitas yang gak cuma <i>online</i> tapi juga ada di <i>offline</i> gitu kan.. Ya akhirnya kita bisa interaksi langsung sama mereka, karena mereka kan juga termasuk orang-orang yang ikut membesarkan Hipwee juga, gitu..</u></p>	UGC 1 KB 2		
P:	<p>Oh.. tadi, berarti Hipwee <i>community</i> itu tadi selain ada kelas.. kelas menulis <i>online</i>-nya, itu juga ada <i>event offline</i>. <i>Gathering</i> gitu mas?</p>			
A:	<p><u>Iya, kita biasanya bikin nama <i>event</i>-nya biasanya Hipwee Meet Up gitu, per kota gitu..</u></p>	PA 3	Menjawab	

	<u>Terakhir kemarin sebelum Corona ini, di Jakarta, kita bikin launching buku yang bukunya juga isinya tulisan-tulisan dari kontributor yang si LDR Survival Kit itu..</u>		sambil terbatuk	
P:	Launching buku LDR sama siapa mas..?			
A:	Itu kita kerjasama sama Alex Media..			
P:	Oke mas, jadi emang sebetulnya gara.. karena Hipwee <i>community</i> ini jadi terbantu banget ya mas, maksudnya berarti dari sisi jumlah tulisan juga naik dong mas? jadi selain menaikkan <i>traffic</i> pembaca, itu juga akhirnya nambah <i>traffic</i> tulisan, gitu ya?			
A:	<u>Bener bener..</u>	KB 1		
P:	Oh oke.. apakah Hipwee <i>Community</i> ini juga berkontribusi gitu mas untuk membantu Hipwee dalam melakukan pengembangan konten mas?			
A:	<u>Hmm.. ya membantu banget sih, ya kayak yang tadi lu bilang, ketika riset, kita juga melibatkan komunitas gitu, kita tanya langsung ke mereka, atau kita juga take notes kalau mereka juga ngasih kritik atau saran ke kita gitu, ketika menemukan sesuatu yang ehm.. mungkin antara itu bagus, atau jelek, atau mereka gak suka, atau mereka marah, marah karena fitur tertentu hilang gitu gitu, itu selalu kita dengerin sih.. Jadi itu jadi feedback kita..</u>	KB 1 KB 2 PA 1		
P:	Jadi bisa dibilang ini salah satu strategi pengembangannya ya mas?			
A:	He'em he'em			
P:	Selain itu ada lagi gak mas selain, maksudnya bekerja sama dengan Hipwee <i>community</i> ?			
A:	<u>Selain itu ya kita ini sih, ngembangin sesuai kebutuhan mereka, passion mereka, jadi Hipwee <i>community</i> kan kebanyakan ada orang-orang yang kerjanya <i>freelance</i> atau mereka juga penulis, punya blog sendiri, dan mereka pasti punya tulisan-tulisan dengan kategori tertentu yang menarik gitu kayak mereka ada yang sering nulis tentang <i>make-up</i> gitu, kecantikan, <i>style</i>, gitu gitu.. Ada juga yang nulis tentang travel, ada yang nulis tentang <i>parenting</i>, nah kita buat komunitas-komunitas khusus, terus ketika tulisan mereka bagus, kita bisa sambungin mereka dengan, misalnya brand atau bisnis yang</u>	KB 1 KB 2 UGC 2 CJ 1		

	<u>membutuhkan mereka, gitu.. Jadi sekarang malah arahnya lebih ke <i>influencer management</i> gitu.. Jadi kan membantu mereka juga buat akhirnya bisa di-<i>reach</i> sama orang-orang yang butuh mereka buat nulis, atau butuh mereka buat <i>promote</i> sosial media yang mereka, gitu.. Atau bikin komunitas, bikin <i>event offline</i> yang pengen di-<i>review</i> sama mereka gitu..</u>	CJ 4		
P:	Mas boleh.. sorry banget nih aku mau nanya, kan tadi ibaratnya kayak mas bilang <i>influencer management</i> gitu, nah itu ada apa ya bahasanya, kayak ada <i>fee</i> -nya gitu gak sih mas, maksudnya...			
A:	<u>Gak ada, kita.. sebenarnya gak melulu, gak harus uang sih kadang-kadang, cuma kadang-kadang ada dari brand itu menawarkan uang, misalnya menawarkannya barter, dan lain-lain, entah barang, entah produk mereka, atau produk dari brand lain gitu gitu, nah itu kita tetep kita tawarkan ke si penulis... tapi posisinya <i>fair</i> gitu, jadi kita misalnya ada <i>request</i> dari brand kayak gini, terus nanti <i>feedback</i>-nya dari <i>brand</i>, mereka akan dapet.. entah <i>fee</i> sejumlah sekian atau barang dengan nilai sekian gitu, nah itu kita tawarkan ke mereka gitu.. Jadi untuk proses itu sendiri dari Hipwee gak mengambil keuntungan si... jadi kita cuman membantu mereka aja, khusus itu.. Tapi ketika <i>brand</i> itu ketika kerjasama dengan dengan Hipwee langsung, baru nanti kita akan ambil margin, tapi kalau langsung dengan <i>community</i>, kita hanya jadi perantara..</u>	KB 1 PA 2	Menjawab sambil terbatuk	
P:	Mas sebetulnya ada gak sih regulasi khusus buat <i>online</i> yang akhirnya mempengaruhi Hipwee.. maksudnya redaksi Hipwee sendiri?			
A:	<u>Hmm.. ada sih.. Sepertinya karena kita produknya juga produk jurnalistik, walaupun <i>lifestyle</i> gitu tetep kan produk jurnalistik, kita tetep mengacu ke kode etik jurnalistik, itu pertama... Terus yang selanjutnya.. selalu sebenarnya ini bukan produkku tapi yang selalu kita pegang adalah kita selalu mengacu konten-konten kita itu sesuai dengan nilai-nilai kebaikan universal gitu misalnya kita gak boleh menyebarkan hoax, kita gak boleh menyebarkan konten SARA, terus atau anti feminisme gitu gitu atau yang diskriminasi</u>	PJ 3 PJ 4 PJ 5 PJ 6 PJ 7 PJ 8		

	<u>lah gitu gitu, kita tetep megang aturan itu sih secara universal gitu, tapi kalau buat panduan sih, itu sih.. kode etik jurnalistik tetep kita pegang, terus kita kan juga anggota asosiasi media <i>online</i> juga kan. Media <i>online</i> kan juga ada semacam asosiasinya itu juga kita tetep ikutin kode etik dari mereka juga..</u>			
P:	Ohh masuk ke AMSI ya mas?			
A:	<u>He'em ke AMSI juga masuk, dari Desember..</u>	PJ 7		
P:	Oh iya jadi member AMSI.. Ohh.. berarti ikutin yang pedoman media siber itu ya?			
A:	Media siber.. iya bener..			
P:	Itu aja mas sejauh ini? Maksudnya ehm.. regulasi dari pemerintahnya?			
A:	<u>Iya regulasinya sejauh itu, sejauh ini.. itu sih. Terus.. ya regulasi yang jelas, kita dengan partner publisher kayak Facebook, kayak Google, mereka kan punya regulasi khusus buat publisher, kita ngikutin ke mereka.. Sebenarnya rata-rata ehm, aturannya mirip sih.. Intinya ya tadi tuh, kita gak nyebarin hoax, kita gak memojokkan orang, gak diskriminasi orang, gitu gitu sih, mirip-mirip..</u>	PJ 4 PJ 6 PJ 7		
P:	Oke.. terakhir pertanyaanku mas.. Kenapa Hipwee itu tidak pernah mematok, eh bukan mematok harga sih, maksudnya ehm.. kalau media <i>online</i> lain itu kan untuk Hipwee <i>community</i> -nya mereka biasanya memberikan <i>fee</i> ya mas..			
A:	Oh iya..			
P:	Maksudnya, kenapa Hipwee itu tidak melakukannya mas.. soalnya kalau mungkin deh ya mas, maksudnya kebanyakan orang juga.. akhirnya nulis di sesuatu karena mengharapkan <i>feedback</i> seperti itu gitu, kenapa Hipwee tidak melakukannya?			
A:	<u>Nah itu sebenarnya pernah kita lakuin, jadi kita ngasih semacam gamifikasi gitu kan, point ke <i>user</i>, terus nanti itu bisa dituker dengan uang atau hadiah gitu, pernah kita lakukan.. Namun cuman ketika kita melakukan itu, yang kita liat adalah pola tulisannya orang itu berubah ketika orang nulis buat dapetin hadiah atau uang gitu.. Nah jadi pola itu, kita memutuskan ya udah kita entah <i>user</i> ini akhirnya mungkin kehilangan uang dan</u>	UGC 3 CJ 1 CJ 3 PU 1 PA 1		

	<u>lain-lain, tapi kita pengen orang ketika nulis di Hipwee itu menulis apa yang mereka pengen tulis, jadi mereka emang pengen bener-bener nulis atau pengen bener-bener belajar nulis, dari situ lah kita bisa ngeliat tulisan-tulisan yang emang kayak.. <i>sincere</i> gitu lho.. ikhlas.. Beda mungkin ketika tulisan-tulisan itu karena mereka ngejar poin atau ngejar uang gitu, nah itu...</u>			
P:	Oh gitu.. itu kapan mas sempat dilakukan pemberian fee-nya?			
A:	<u>Itu di 2018 kita pernah.. Karena sebenarnya badge gamifikasi pun masih ada, cuma kita.. gak ngasih lagi ke mereka, sebagai gantinya sekarang kita menukarkan point itu nantinya dengan kelas-kelas premium gitu, jadi kita mungkin, kita kan juga kerjasama dengan beberapa startup kayak Class ID gitu kan, nanti kita kasih mereka voucher untuk belajar lagi sama kepenulisan misalnya sama nulis gitu, atau kita kerjasama dengan Ubud Writers Festival, nanti mungkin kontributor terbaik kita kasih tiket ke Ubud Writers Festival, jadi ehm.. kita ngasih <i>feedback</i> yang bisa membuat mereka <i>growing</i> juga gak cuma buat makan gitu lho.. jadi akhirnya..</u>	CJ 3		
P:	Jadi sebetulnya lebih ke <i>upgrade skill</i> ya mas?			
A:	He'em he'em, jadi mereka bisa berkembang terus dengan Hipwee..	PA 3		
P:	Jadi.. oh dijalankan point berdasarkan <i>badge</i> -nya? Nah, dulu emang sempat <i>feedback</i> -nya tuh berupa <i>fee</i> ?			
A:	He'em.. <i>fee</i> atau barang, hadiah gitu..			
P:	He'em.. Barangnya dulu apa mas? Dari <i>brand</i> gitu ya?			
A:	<u>Iya dari <i>brand</i>, kita kan sempet kerja sama itu dulu ngasih kontrak, ada <i>brand</i> yang mau ngasih kontrak ke penulis yang point-nya tinggi gitu kan, ada brand yang masuk, tapi ternyata juga ketika orang yang belum siap buat masuk secara profesional akhirnya juga bisa bermasalah sih secara <i>attitude</i>-nya gitu gitu... Kita udah masukin mereka buat kontrak sama <i>brand</i> gitu ternyata mereka ternyata gak perform gitu... Atau malah ilang, gitu kan.. Beberapa <i>user</i> emang belum siap..</u>	CJ 1 CJ 3 PU 4 PA 4	Menjawab sambil terbatuk	

P:	Oke.. tadi tuh.. mas.. untuk <i>brand</i> konten itu.. berarti sampai sekarang masih ngajak kontributor juga mas?			
A:	<i>Branded content</i> nggak, sekarang kita kerjain sendiri semuanya kalau <i>branded content</i> ..	PA 2		
P:	Oh kalau <i>branded content</i> itu <i>full in-house</i> ya mas?			
A:	<u>He'em kecuali kayak misalnya kayak yang tadi komunitas diminta datang ke suatu acara, terus ngasih <i>review</i> tentang acara itu, nah itu komunitas yang ngerjain nanti.. Terus komunitas itu kita libatinnya ini sih, reportase event, itu juga.. misalnya kan di Bali ada kayak tadi Ubud Writers Festival atau di Jogja ada Prambanan Jazz itu, kita punya slot terus kita ajakin kontributor yang ada di kota tersebut, terus bersedia ikut, terus misalnya kita seleksi juga, jadi mereka bisa ikut reportase di situ..</u>	CJ 1 CJ 3 PA 3		
P:	Hmm... disuruh datang <i>event</i> , terus <i>review</i> ..			
A:	<u>Terus komunitas itu kita libatinnya ini sih, reportase <i>event</i>, itu juga.. misalnya kan di Bali ada kayak tadi Ubud Writers Festival atau di Jogja ada Prambanan Jazz itu, kita punya slot terus kita ajakin kontributor yang ada di kota tersebut, terus bersedia ikut, terus misalnya kita seleksi juga, jadi mereka bisa ikut reportase di situ..</u>	CJ 1 CJ 3 PA 3		
P:	Makasih ya Mas Andre, udah cukup sih.. sudah menjawab hampir semua pertanyaanku gitu, nanti aku coba untuk menulisnya dulu. Terima kasih mas..			
A:	Sama-sama, oke sukses			

Naskah Wawancara 2

Peneliti : Nadya Ariesta Komala Dewi (P)
 Informan : Arintya Putri Fadhila – Divisi *Community – Community Strategic* (A)
 Tanggal : 1 Juni 2020
 Media : Zoom

Wawancara		Kode	Catatan Jawaban Informan	Catatan Lapangan
P:	Hallo Mbak Arin.			Video dinyalakan sehingga bisa membaca ekspresi informan
A:	Hallo Mbak Nadia.			
P:	Aku kan belum kenal Hipwee <i>Community</i> itu apa, jadi boleh dijelasin gak mbak, apa sih Hipwee <i>Community</i> itu sebenarnya?			
A:	<u>Oh... Jadi Hipwee <i>Community</i> itu komunitas yang di dalamnya isinya itu adalah teman-teman kontributor kita. Jadi teman-teman se Indonesia, teman-teman yang nulis di Hipwee itu kita satuin dalam satu komunitas, namanya Hipwee <i>Community</i>, gitu sih mbak. Kita berdiri dari tahun 2015, itu pertama kali didirikan, Hipwee <i>Community</i>. Dan sekarang... kalau gak salah sih udah... 9 ribuan gitu deh mbak anggota dari Hipwee <i>Community</i>.</u>	PU 1		
P:	Oh... jadi semenjak 2015 itu, udah ada.... 9 ribu kurang lebih?			
A:	He'em. Sampai sekarang.			
P:	Jadi... disitu tuh, kumpulnya, kontributor-kontributor dari seluruh Indonesia ya?			
A:	<u>Iya he'em</u>	PU 1		
P:	Kalau sebutannya Hipwee untuk penulisnya itu kontributor? Yang <i>citizen journalist</i> .			
A:	Iya. Temen-temen kontributor sih kita nyebutnya.			

P:	Kalau yang dari... <i>in-house</i> nya disebutkan apa mbak?			
A:	<u>Emh... penulis <i>in-house</i> sama editor <i>in-house</i>, gitu.</u>	CJ 1		
P:	Oh... tapi kalau <i>citizen journalist</i> nya disebutkan kontributor?			
A:	Iya, kontributor.			
P:	Dulu prosesnya gimana sih mbak sampai terbentuklah si Hipwee ini? Apakah memang sudah ada kontributornya terus akhirnya dibentuk platform, atau platformnya dulu yang dibentuk baru kumpulin kontributornya?			
A:	<u>Jadi.... dulu itu kan Hipwee pertama kali.. tahun 2014. Nah, 2014, 2015 itu kita belum ada sistem UGC, <i>User Generated Content</i>. Nah tapi di tahun 2015 itu, ada banyak banget teman-teman dari luar Hipwee, dari luar <i>in-house</i>, yang ingin mengirimkan tulisan ke kami. Jadi Mbak Ernia tadi, menggagas suatu sistem yang bikin teman-teman di luar Hipwee itu bisa ngumpulin artikel ke kita. Nah itu.... sistemnya itu namanya <i>User Generated Content</i>, dan digagas sama Mbak Ernia tadi.</u>	UGC 1 UGC 2 UGC 3		
P:	Oh gitu, jadi awalnya itu yaa?			
A:	<u>Jadi awalnya itu... belum ada nih istilah sebutannya kontributor. Tapi adanya tulisan dari pembaca kayak gitu. Karena belum ada sistem mereka <i>submit</i> tulisan secara mandiri, gitu. Jadi mereka kirim ke email, kita yang masukin ke sistem websitenya Hipwee. Nah, setelah tahun 2015 itu, kita bikin sistem nih, jadi... teman-teman di luar Hipwee ngumpulin atau <i>submit</i> artikel mereka secara mandiri. Nah sistemnya itu yang UGC tadi mbak, gitu.</u>	UGC 1 KB 2 PA 2	Menjawab sambil tertawa	
P:	Oh, jadi awalnya itu masih bentuk tulisan ke Hipwee lewat email, terus di <i>publish</i> oleh tim Hipwee nya, terus baru setelah itu, akhirnya dibuatlah platform UGC ini ya? Biar lebih mudah gitu mbak?			
A:	<u>He'em. Sama juga ini sih, ngasih <i>user experience</i> juga kan. Kan tulisannya yang masuk per hari itu kadang bisa ratusan. Jadi kalau dipegang sama tim Hipwee semuanya jadi kewalahan gitu mbak. Terus juga kalau ada kompetisi menulis juga bisa sampe... 500 700 gitu satu hari..</u>	UGC 1 CJ 1		
P:	Wah. Itu gimana meriksanya dong mbak? Hehehehe			
A:	<u>Makanya butuh banyak moderator kalau misal ada kompetisi menulis.</u>	PA 2		

P:	Terus mau nanya nih mbak.. Kan ini dimulai waktu tahun 2015 itu, apakah emang langsung... jadi meningkat gitu setelah adanya UGC ini? Jadi banyak gitu tulisan yang masuk?			
A:	<u>Iya sih mbak.. Dulu kan awal-awalnya itu kayak cuma puluhan sampe.... ya puluhan gitu lah ya sehari. Nah terus dengan dikembangkannya UGC itu, terus kita jadi makin sering ngadain kompetisi menulis, terus jadi grafiknya naik gitu mbak. Dulu tuh kita sampe... butuh, kayak 4 moderator sendiri untuk ngurusin.... setiap artikel yang masuk gitu.</u>	UGC 1 UGC 2 UGC 3		
P:	4 moderator? 4 moderator itu apa ya mbak maksudnya?			
A:	Emh... eh sorry sorry. <u>Moderator itu jadi kalau di Hipwee, sebelum artikel dari kontributor itu terbit, itu yang handle moderator dulu. Jadi moderator ini kayak filter pertama nih yang nge-treatment artikel dari temen-temen kontributor. Jadi tugasnya moderator itu kayak untuk ngecek plagiasi, ada typo atau engga, terus ada unsur promosi atau menyinggung SARA atau engga. Kayak gitu sih mbak. Udah ngecek layak terbit atau belum, istilahnya.</u>	PA 1 PA 2 PA 3 PA 4	Menundukan kepala sebentar	
P:	Oh... itu moderator? Itu kayak editor git ya?			
A:	<u>Emh.... beda sih mbak. Jadi kalau editor itu, buat ngedit dalem sama bikin... sama ngepoles artikelnya biar siap terbit, maksudnya biar siap di-share ke sosmed kita. Kalau yang moderator ini cuman untuk nerbitin di website kita.</u>	PA 2 PA 3 PA 4		
P:	Ooohhh....berarti kalau misalkan kontributor itu nulis, itu yang pertama kali memeriksa itu moderator? Nah, kalau udah lolos di moderator, baru ke editor?			
A:	<u>He'em. Jadi kalau udah diterbitin sama moderator nih, nanti editornya milih lagi nih mbak, 10 editor sehari, nah itu dimasukin ke dalam editor speak per harinya, gitu.</u>	PA 2		
P:	Ohh.... jadi, emh... oh. Tapi kalau misalkan udah oke di moderator itu pasti diterbitin di website ya? Tapi belum tentu diterbitin di editor speak?			
A:	<u>Iya.. Nah artikel yang kepilih di editor speak ini mbak, terus nanti kita distribusiin ke media sosial kita. Misal facebook, terus twitter, terus dijadiin konten instagram, gitu</u>	PA 2		
P:	Terus aku mau nanya nih mbak... setelah, setelah nanti mereka udah diterbitin kayak gitu... ada <i>feedback</i> nya gitu gak buat si kontributornya?			
A:	<u>Biasanya kalau udah diterbitin, dapet email otomatis sih mbak. Kayak, tulisan selamat...</u>	PU 4		

	<u>tulisan kamu udah diterbitkan di Hipwee, terus dikasih linknya gitu.</u>			
P:	Berarti kalau udah diterbitin, ada informasinya gitu ya?			
A:	<u>He'em. Dan kalau kita tidak bisa nerbitin, kita juga kasih alasan via emailnya itu tadi mbak. Jadi 'Maaf tulisan kamu belum bisa diterbitkan karena...' misalnya mengandung promosi, atau menyinggung SARA. Kayak gitu.</u>	PU 2 PU 3		
P:	Biasanya itu, berapa lama mbak? Maksudnya untuk proses dari mereka kirim sampai akhirnya diterbitkan atau ada info tidak diterbitkan gitu, itu gimana sih? Aku masih belum kegambar nih.			
A:	<u>Biasanya kalau kita menolak suatu artikel itu... tiga sampai empat hari sih mbak. Menolak atau menerbitkan sih biasanya. Jadi tulisan yang masuk dari kontributor, itu masuk ke kita, namanya <i>submit to review</i>, nah dalam <i>submit to review</i> nanti kita milih nih kalau misal tulisannya ada yang bagus, oh ya udah kita terbitin. Kalau misalnya belum bisa diterbitkan, nanti kita kasih alasan, kayak yang tadi alasannya.</u>	PU 2 PU 3		
P:	<u>Jadi tadi kalau proses untuk <i>review</i> nya itu, jadi pas kontributor ngasih tulisan masuk, itu ada proses <i>submit to review</i>, 3 – 4 hari. Abis itu nanti moderator dong yang balesnya? Diterima atau enggak?</u>	PU 3		
A:	<u>Iya, he em..</u>	PU 3		
P:	Okee... itu pasti dibales mbak? Maksud aku.. bukan yang sistem nanti kalau misalkan 2 minggu gak ada kabar, ya berarti gagal ya, gitu, atau gimana?			
A:	<u>Pasti dibales sih mbak. Soalnya di kita pilihannya cuma 2 sih, ditolak atau diterbitin, gitu.</u>	PU 3		
P:	Oh jadi gak ada yang kayak di.... gantung			
A:	Gak ada.			
P:	Oh gitu. Jadi maksudnya ada kepastian. Terus biasanya kalau misalkan gak diterima nih.. itu ada kemungkinan dia buat cuman ngedit doang gak? Misalkan... oh ternyata cuma typo dikit nih atau gimana, itu biasanya dari pihak Hipwee nya yang ngedit, atau minta kontributornya yang ngedit? Kalau cuman minor gitu.			
A:	<u>Kalau misal cuma minor, biasanya dari kitanya sih mbak yang... ngedit gitu, atau enggak</u>	PU 3		

	<u>nambahin, gitu. Tapi kalau misal sampe jumlah katanya kurang, ataupun link gambar yang dipake itu salah, kita biasanya minta revisi sih tadi. Dengan cara yang tolak itu tadi. Terus nanti mereka bisa <i>submit</i> balik gitu.</u>			
P:	Jadi kalau misalkan salahnya mayor, ya berarti ya langsung kontributornya aja yang benerin. Kalau minor, ya udah langsung dari tim Hipwee nya ya?			
A:	<u>Tim Hipweenya, he'em.</u>	PJ 7		
P:	Kalau, mau aku mau nanya deh, jadi setelah mereka diterima nih link nya kan udah ada, itu.... ada <i>feedback</i> lain gak selain... oh tulisan gue terbit nih, gitu?			
A:	<u>Ada mbak. Biasanya... jumlah <i>share</i> nya sih. Jadi kalau artikel mereka udah di <i>share</i> 100 atau 1000, biasanya kita kasih tau juga lewat email itu.</u>	PU 4		
P:	Oh iya. Jadi misalkan ah udah di <i>share</i> 100 atau 1000, maksudnya view yang nge- <i>view</i> nya gitu?			
A:	<u>Jumlah <i>share</i> nya sih mbak. Jadi kalau <i>view</i> gak kita kasih tau sih</u>	PU 4		
P:	Jadi kalau ternyata ada 100 orang yang nge- <i>share</i> , nah orangnya dikasih tau lewat email juga gitu?			
A:	Email. Iya.			
P:	Oh, bukan dari si platform UGC nya?			
A:	<u>Otomatis sih mbak itu. Jadi kalau ada.... 100 orang yang udah nge-<i>share</i> artikel dia, jadi otomatis... terkirim email gitu. Kayak 'selamat tulisanmu udah di-<i>share</i> 100 kali' gitu, atau 1000 kali, gitu.</u>	PU 4		
P:	Aku mau nanya deh, yang kontributornya si Hipwee ini, itu kebanyakan umur berapa ya? Maksudnya rentangnya gitu.			
A:	Rentangnya.... 18 – 35 tahun.			
P:	Berarti emang milenials – gen Z gitu ya? Ada gak yang di luar itu?			
A:	Iya milenials gen Z. kayaknya gak ada di luar itu sih mbak. Kayaknya paling tua... 36 – 35 gitu.			
P:	Jadi emang kontributornya emang milenials sama gen Z aja ya? Maksudnya gak ada yang			

	kayak... ntah umur 40 50 gitu			
A:	He'em. Setau aku gak ada sih mbak..			
P:	Paling banyak daerah mana mbak? Maksudnya kontributor. Ke <i>detect</i> gak itu? Maksudnya dari mana tulisannya paling banyak..			
A:	Data 2019, kalau gak salah dari Surabaya, terus Jakarta, terus mana lagi ya, aku ingetnya 2 itu sih mbak, Jakarta sama Surabaya.			
P:	Emh... kebanyakan cewek atau cowok?			
A:	Cewek			
P:	Cewek? Biasanya favoritnya apa mbak? Maksudnya topik apa sih yang sering dibahas sama kontributor, atau yang banyak ditulis?			
A:	<u>Biasanya tuh mereka nulisnya kalau gak hubungan, sama motivasi. Udah itu. Jadi udah <i>segmented</i> banget sih mereka kalau nulis. Tapi gak menutup kemungkinan tema-tema yang lain juga sih.</u>	KB 1		
P:	Topik yang ada di Hipwee apa aja mbak yang bisa ditulis sama kontributor?			
A:	<u>Jadi... selain hubungan sama motivasi, juga ada <i>tips</i>, terus <i>style</i>, terus <i>wedding</i>, <i>young mom</i>, terus panduan kado juga bisa, travel, terus hiburan, udah.</u>	PU 1		
P:	Travel sama.... panduan kado.			
P:	Itu maksudnya gimana tuh mbak?			
A:	Panduan kado itu misalnya 5 benda yang cocok kamu kasih untuk pacarmu gitu. Atau engga rekomendasi handphone harga 3 jutaan, gitu.			
P:	Oooh.... maksudnya gitu. Aku kira tadi yang kalau ngasih hadiah tuh masuk... maksudnya masuknya ke hubungan.			
A:	Emh... gak sih mbak. Jadi hubungan tuh kayak.... LDR, terus pacar cuek, terus ditinggalin, gitu.			
P:	Oh jadi emang bener-bener <i>relationship</i> hahaha.. Tapi misalkan ya, aku nulis, terus abis itu aku nulisnya tuh hubungan gitu. Tapi pas dibaca kok ini masuknya ke travel, itu gak masalah kan? Maksudnya itu Hipwee berhak untuk mindahin topik itu?			

A:	He'em. Gak masalah sih.			
P:	Jadi, tanpa pemberitahuan atau apa, ya udah dimasukin sesuai dengan kanal yg cocoknya..			
A:	Kanalnya, iya. He'em.			
P:	Jadi emang... peran Hipwee nya itu bantu untuk ngedit, gitu ya?			
A:	<u>Iya.. sama edit dikit..</u>	PU 3		
P:	Kalau ternyata kayak gambarnya.... sedikit kurang bagus gitu, itu minta kontributornya yang untuk mengganti gitu? Bukan dari Hipweenya			
A:	<u>Eenggak sih mbak, kalau dari gambar biasanya kita sih. Nyesuain tone tulisannya juga kan.</u>	PU 3		
P:	Oh... jadi kalau gambar masih bisa diedit sama tim Hipwee nya ya?			
A:	He'em, iya.			
P:	Tapi kalau tulisan yang bener-bener.. ya 80 persen emang tulisannya si kontributor gitu? Oke... biasanya kalau misalkan ada tema tertentu, kontributor sama <i>in-house</i> itu, bisa disatuin gitu gak sih mbak artikelnnya? Maksud aku kayak misalkan... ngomongin LDR, yang <i>in-house</i> udah ngomongin LDR, terus kontributor nulis LDR juga, itu mungkin gak buat ditulis dalam satu artikel? Digabung gitu.			
A:	<u>Oh kalau digabung, enggak sih mbak. Jadi kalau misal.... dari <i>in-house</i> udah nulis, ya udah itu diterbitin gak apa-apa. Terus kalau nanti ada <i>submit</i> soal LDR, itu juga diterbitin gak apa-apa. Soalnya dari <i>in-house</i> sama LDR itu, kita kalau di website... tab nya beda, kalau <i>in-house</i> rada di atas. Kalau dari teman-teman <i>community</i> itu ada kayak zone sendiri gitu loh di bawah, jadi ada tulisan dari <i>community</i>.</u>	PU 3		
P:	Oh jadi emang dibedain ya letaknya? jadi emang kelihatan mana yang punya <i>in-house</i> , mana yang punya <i>community</i>			
P:	Mbak aku mau nanya deh.... kenapa tulisannya Hipwee tuh harus <i>listicle</i> gitu ya? Emang itu kewajibannya kah untuk nulis dalam bentuk <i>listicle</i> atau gimana?			
A:	<u>Sebenarnya kita ada dua sih mbak, kalau gak <i>listicle</i> ya narasi gitu. Nah... kebanyakan emang <i>listicle</i> sih. Soalnya yang paling digemari, atau yang paling banyak dibaca, itu tulis-tulisan yang berpoin dan ada gambarnya gitu.</u>	PU 3		

P:	Oh soalnya aku tuh lebih sering ngeliat yang <i>listicle</i> gitu. Dan itu kayaknya lebih banyak ditulis sama kontributor. Makanya aku apakah persyaratan dari Hipwee nya itu, mengharuskan dalam bentuk <i>listicle</i> gitu?			
A:	<u>Enggak sih mbak, jadi mereka bebas milih sih antara mau nulis bentuk yang <i>listicle</i> atau yang narasi, gitu. Cuma kadang kita ngasih masukan aja sih. Misal... dia nulisnya berpoin-poin, tapi dia nulisnya dalam bentuk narasi, jadi kita ngasih masukan seperti ‘ini akan lebih bagus kalau tulisannya diganti dalam.... jenis <i>listicle</i>’ gitu. Akan gitu sih. Jadi enggak yang mengharuskan gitu.</u>	CJ 1 PU 3	Menjawab sambil tertawa	
P:	Tapi kalau misalkan ternyata dia nulisnya <i>listicle</i> gitu, ada ketentuannya gak mbak?			
A:	Ada sih. Jadi kalau <i>listicle</i> itu dikita minimal harus ada 5 poin, maksimal gak ada. Minimal 5 poin, 5 gambar juga dan minimal jumlah katanya 350 kata.			
P:	Itu berlaku buat narasi sama yang.... <i>listicle</i> juga sama?			
A:	He'em.			
P:	Harus 350. Kalau bahasanya sendiri, ada ketentuannya gak?			
A:	<u>Kalau bahasa sih, kita mintanya diusahakan yang sesuai EBI ya, Ejaan Bahasa Indonesia. Tapi gak menutup kemungkinan untuk menggunakan bahasa-bahasa gaul juga. Kayak misalnya bucin kayak gitu</u>	PU 3 UGC 2		
P:	Mba antara tim <i>in-house</i> sama tim Hipwee <i>Community</i> tuh.. beda apa sama sih?			
A:	Iya he'em. Kita di divisi yang beda. Kalau temen-temen <i>in-house</i> itu di bawah editorial, kalau <i>community</i> , ada sendiri gitu mbak. Tapi soal SOP artikel, kita masih sama, sama yang editorial sih.			
P:	Oh jadi sama. Misalkan emh... berarti <i>in-house</i> juga nulisnya kayak 5 poin, minimal 5 poin, 350 kata itu sama?			
A:	Iya, he'em.			
P:	Kalau <i>community</i> tadi di bawah mana mbak? Kalau yang <i>in-house</i> kan di bawah editorial, kalau <i>community</i> di bawah?			
A:	<i>Community</i> di bawah <i>community</i> itu sendiri mbak. Jadi divisi editorial, divisi <i>community</i> ,			

	terus nanti ada divisi lain gitu.			
P:	Oh... <i>community</i> ini ada berapa orang dalam timnya?			
A:	Tim, ada... 3 orang. 3 orang, 1 freelancer. Jadi 4. Kaget kan mbak?			
P:	Iya. Gimana itu ngeditnya?			
A:	Hehehehe iya dibisa-bisain heheheh			
P:	Itu gimana mbak meriksanya, aku mati lah ngerjainnya hehehehe			
A:	<u>Tapi akhir-akhir ini karena corona, terus WFH, entah kenapa artikelnya justru ini, apa namanya rada-rada gak seheboh biasanya gitu loh. Jadi paling cuman 100 150 gitu.</u>	CJ 1		
P:	Tapi lumayan sih hehehehe tetep aja 100 hehehee. 3 orang nih, 3 moderator?			
A:	<u>Eenggak sih. Kita... satu moderator, terus satu editor, satu <i>community development</i>, sama satu strategis.</u>	PA 2		
P:	Mba boleh dijelasin sedikit kerjanya ngapain aja gitu, soalnya aku agak-agak bingung apa bedanya <i>strategies</i> sama <i>development</i> gitu.			
A:	<u>Oh iya, jadi kalau singkatnya tuh emh... <i>community development</i> itu yang jadi PR nya <i>community</i>, jadi dia bagian yang ngehubungin komunitas-komunitas, terus juga... nge-handle, kan kita ada grup Whatsapp nih, ada 4 grup whatsapp dia yang <i>handle</i> itu, terus dia yang ngurusin media sosialnya <i>community</i> juga, kayak gitu. Terus kalau <i>strategies</i>, lebih ke riset sama <i>planning</i> untuk ke depannya sih, jadi kayak RnD nya <i>community</i> gitu.</u>	PA 2	Menjawab sambil tertawa	
P:	Oh gitu. Kalau yang <i>community</i> editor, yang tadi ya? Yang milihin siapa aja yang masuk ke medsos gitu ya?			
A:	Iya.			
P:	Oh ini, yang pimpinannya yang mana nih mbak? Ada lagi? Maksudnya kayak kepala...			
A:	<u>Pimpinannya harusnya ada <i>community</i> manager ya, tapi belum di <i>hire</i>. Maksudnya kemarin ada bukaan itu, tapi karena covid ini jadi di <i>freeze</i> dulu.</u>	PA 2		
P:	Oh gitu. Jadi emang sekarang lagi kosong <i>community</i> managernya? Berarti laporannya langsung ke?			
A:	Laporannya langsung ke leadnya sih, Mbak Monik.. Director Hipwee			

P:	Mbak, semua kontributor itu pasti masuk ke Hipwee <i>community</i> atau engga ya? Maksudnya, kan kalau Hipwee <i>community</i> ini istilah UGC nya, atau bagaimana yaa?			
A:	<u>Jadi... setiap orang yang udah pernah ngumpulin tulisan mereka ke Hipwee, itu kita nyebutnya anggota Hipwee <i>community</i> ya, atau kontributor itu ya Hipwee <i>community</i> itu.</u>	UGC 1 CJ 1		
P:	Oh jadi, kontributor itu udah pasti bagian dari Hipwee <i>community</i> gitu ya?			
A:	Hipwee <i>community</i> .			
P:	Kalau cuman daftar doang, tapi gak ngumpulin tulisan, berarti gak Hipwee <i>community</i> dong? Maksudnya kan dia daftar nih, tapi dia gak pernah ngumpulin tulisan, berarti dia bukan Hipwee <i>community</i> dong?			
A:	Iya he'em bukan.			
P:	Ada syarat gak, buat masuk jadi Hipwee <i>community</i> ? Apakah ngumpulin tulisan aja?			
A:	<u>He'em. Kalau syaratnya cuma itu sih, jadi udah pernah <i>submit</i> tulisan, terus... emailnya aktif, kayak gitu sih mbak.</u>	PU 4		
P:	Nanti apakah akan diajak buat <i>join</i> ke grup whatsappnya?			
A:	Iya. He'em. Jadi nanti kalau misal udah selesai pendaftaran itu, di <i>dashboard</i> akunnya tuh ada kayak... link buat gabung ke grup whatsapp kontributor, gitu.			
P:	Oh tadi kata mbak kan ada 4 grup ya... 4 grup itu, terbagi atas apa ya? Daerah atau apa?			
A:	Itu umum sih mbak. Jadi yang dari seluruh Indonesia itu kita ada 4, terus yang per daerah, itu ada lagi.			
P:	Ini umum, terus yang per daerahnya dia punya masing-masing, punya sendiri? Yang paling aktif yang paling aktif itu <i>community</i> daerah mana mbak?			
A:	<u>Kalau grup whatsapp per regional itu, kebetulan aku gak megang ya. Kebetulan yang megang si <i>community</i> development itu, tapi kalau misalnya dibandingin sama yang 4 grup tadi sih, lebih lebih aktif yang 4 grup tadi itu.</u>	PA 2		
P:	Mbak, setelah gabung ke Hipwee <i>community</i> ini, apa sih <i>benefit</i> yang didapat sama kontributor?			
A:	<u>Benefit nya itu, karena kita belum... belum bisa ngasih yang dalama bentuk uang atau <i>fresh</i></u>	PU 4		

	<u>money, jadi kita lebih nge-treatment mereka. Jadi setiap 2 minggu sekali kita ngadain kelas menulis online buat ngasih mereka info-info ataupun sharing soal kepenulisan di grup whatsapp tadi. Terus misal ada event offline, kita juga biasanya mengundang mereka untuk gabung, gitu. Terus kita juga ada Hipwee community meet up, gitu. Kalau yang kemarin sih kita ngadain meet up di Jakarta, jadi isinya kayak ketemu sama teman-teman in-house, terus juga sharing, terus juga seru-seruan gitu, di meet up nya.</u>			
P:	Itu kapan mbak, Hipwee community event nya?			
A:	Kalau yang di Jakarta kemarin sih tanggal 14 Februari 2020. Terus kalau yang di Surabaya, itu... kalau gak salah 27 Oktober 2019 deh.			
P:	Meet up itu udah berapa kali mbak diadain? Itu acara event tiap tahun? Atau gimana?			
A:	Event tahunan sih mbak kalau yang community meet up.			
P:	Meet up. Event tahunan ya. Itu ya emang acaranya internal khusus Hipwee community, atau open gitu? Kayak semua ya yang di luar community juga bisa join?			
A:	<u>Kalau itu ada 2 sih mbak. Jadi kita mengkhususkan buat temen-temen kontributor, tapi kita juga menerima juga kalau misal ada temen-temen di luar kontributor yang pengen gabung. Soalnya yang.. Hipwee community meet up ini, kita gak ngadain sendiri gitu, kita join sama temen-temen. Kalau yang dari Surabaya kemarin, kita join sama Cupas.id, terus kalau yang Jakarta kemarin salam Alex media gitu. Jadi pembacanya Alex media juga boleh gabung di meet up nya itu.</u>	PA 2		
P:	Oh gitu. Disitu kayak...talkshow gitu kah? Atau... lebih ke sharing-sharing sih mbak?			
A:	He'em lebih ke gathering.			
P:	Berarti kayak ada games-games nya gitu?			
A:	He'em.			
P:	Emh... jadi acara meet up di Jakarta kemarin itu udah ke berapa kali acara meet up ini diadakan?			
A:	Emh... kalau gak salah ketiga deh. Yang pertama itu di Jogja, terus di Surabaya, sama yang di Jakarta.			

P:	Oh gitu.... di Jogja kapan mbak?			
A:	Yang di Jogja, aduh aku lupa mbak, tapi kayaknya tahun... 2018 kalau gak salah.			
P:	Mbak mau nanya deh, emh... kenapa Hipwee itu tidak memberikan..			
A:	<i>Fee</i> gitu ya?			
P:	<i>Feedback</i> , he'em.. maksudnya berupa gift atau apa atau <i>merchandise</i> atau <i>fresh money</i> gitu ke kontributor atau gimana.			
A:	<u>Eemh.. tujuan utama kita untuk membentuk Hipwee <i>community</i> itu sebenarnya karena kita pengen menjadi wadah mereka untuk latihan menulis gitu mbak, he'em. Jadi... mereka ada ide apa, atau mau nulis apa, yo dikumpulin ke Hipwee kita terbitin, gitu. Jadi selain untuk wadah menulis, kita juga membantu mereka <i>branding</i> juga di media sosial, gitu.</u>	UGC 1		
P:	Belajar untuk jadi penulis gitu ya, makanya lebih ke... <i>feedback</i> nya tuh apa berupa kelas menulis itu ya?			
A:	Kelas menulis <i>online</i> , he'em.			
P:	Kalau yang <i>offline</i> pun juga itu kelas menulis?			
A:	Yang <i>offline</i> , kita belum ada kelas menulisnya sih mbak. Lebih ke... yang tadi, <i>event gathering</i> , gitu.			
P:	Acara <i>offlinenya</i> tuh <i>event meet up</i> tadi ya?			
A:	He'em. <i>Meet up</i> , sama ada satu lagi tuh ruang belajar. Jadi kalau yang ruang belajar itu lebih ke yang <i>talkshow</i> itu tadi sih.	PU 4		
P:	Emh... yang pernah dibahas apa tuh mbak kalau yang di ruang belajar?			
A:	Emh... soal <i>mental health</i> . Terus juga soal.... <i>girl boss</i> , terus juga soal politik juga pernah.			
P:	Oh gitu. Aku kira tadi kayak kelas fotografi, atau ya maksudnya kayak yang belajar fotografi sehari gitu, kayak dasar-dasar fotografi gitu.			
A:	Gak sih mbak. Lebih ke <i>talkshow</i> sih kalau kita.			
P:	Kalau kelas <i>online</i> tadi, itu yang jadi kayak narsumnya siapa mbak?			
A:	<u>Jadi kelas menulis <i>online</i> tadi, kita adain di grup whatsapp. Jadi kan ada 4 grup tuh mbak. Kita semua, narasumbernya, biasanya dari kita sendiri, dari penulis <i>in-house</i>, atau enggak</u>	PA 2	Menjawab sambil	

	<u>dari editor <i>community</i>. Tapi juga kemarin sempet ada, kita ngedatengin narsum dari luar. Soalnya... temanya juga, kalau dari... Hipwee yang ngisi tuh, kurang-kurang apa ya, kurang greget gitu. Soalnya dulu temanya soal membuat CV, jadi kita ngegendeng narasumber dari luar, gitu.</u>		tertawa	
P:	Oh gitu. Berarti emang eksklusif buat yang gabung doang. Karena kan harus di grup whatsapp itu kan?			
A:	He'em.			
P:	Oh... gitu. Jadi menulisnya tuh gak sebatas menulis artikel, tapi juga bisa yang lain ya?			
A:	<u>Iya. He'em. Bahkan dulu juga pernah kita ngadain kelas menulis <i>caption</i>, bareng sama sosmednya hipwee, gitu.</u>	PA 2		
P:	Oh... seru tuh. Jadi kayak kiat-kiat cara menulis <i>caption</i> yang baik dan benar gitu?			
A:	He'em. Terus milih hastag gitu.			
P:	Oh. Jadi emang bener-bener kelas menulisnya macem-macem. gitu ya mbak?			
A:	He'em.			
P:	Emh... temanya macem-macem. Nanti biasanya dikasih tau gitu gak sih, misal... 2 minggu lagi kelas menulisnya ini, atau biasanya request-an dari... kontributor, buat tema-temanya, atau gimana mbak?			
A:	<u>Jadi... dua-duanya sih mbak. Jadi temanya bisa dari kita sendiri, terus juga kalau misal nanti ada ngusulin tema, nanti kita tampung dulu, terus kita diskusiin. Kalau memang temanya oke, nanti kita realisasiin, gitu. Terus juga pemberitahuannya biasanya H-2 sih, jadi kalau KMO itu biasanya hari jum'at, 2 minggu sekalinya itu, terus kita ngasih taunya hari rabu atau engga hari Kamis pagi, gitu.</u>	PU 3	Menjawab sambil tertawa	
P:	Apa mbak namanya? Kelas menulisnya?			
A:	KMO, Kelas Menulis <i>Online</i> .			
P:	Oh biasa kelas menulisnya Jum'at. Jum'at malem kah?			
A:	Biasanya sore sih mbak, jam 4 sampe jam 5. Tapi malem juga pernah sih.			
P:	Yang medsos seru sih mbak, aku juga penasaran jadinya. Cara nulis <i>caption</i> yang baik dan			

	benar itu gimana hehehe. Mbak aku mau nanya deh, sebetulnya kalau menurut mbak sendiri, kelebihan dari Hipwee <i>community</i> itu apa sih?			
A:	<u>Menurutku, salah satu kelebihannya, yang mungkin gak dipunyai media lain itu, adalah... ini sih mbak, komunikasi sama tim <i>in-house</i> nya sih. Jadi kita tuh gak membatasi komunikasi gitu loh. Jadi kalau misalkan mereka pengen <i>discuss</i> soal idenya, atau pengen... nulis tapi masih bingung nih ngemulai dari mana, mereka bisa PM langsung ke editornya. Atau bahkan beberapa kali mereka juga sempat ngajakin aku <i>discussion</i>.</u>	UGC 2		
P:	Kalau mau nanya enggak harus langsung lewat platform UGC nya ya?			
A:	<u>Enggak sih. Jadi mereka bisa nanya langsung. Bisa lewat email atau DM instagram itu. Jadi itu sih. Jadi kedekatannya sih menurutku, yang mungkin gak dipunyai sama media-media lain yang punya <i>community</i>. Terus juga partisipasinya sih. Jadi kita gak cuman... mengajak mereka untuk menulis digital, tapi... ya itu tadi, kalau misal ada event <i>offline</i> kita ajakin. Terus... bahkan dulu juga sempet kita ngajaki satu kontributor untuk jadi narasumber di kelas menulis <i>online</i> kita gitu, selain buat latihan... jadi tempat mereka untuk lebih percaya diri juga gitu untuk <i>sharing-sharing</i> soal kepenulisan, gitu.</u>	PA 1 PA 3 PA 4	Menjawab sambil tertawa	
P:	Oh bagus tuh mbak. Maksudnya jadi enggak... enggak... enggak satu arah, gak cuma berbagi dari Hipwee tapi juga kontributornya diajak untuk berbagi juga.			
A:	<u>Kita biasanya ngadain <i>profiling</i> sih mbak. Jadi kan setiap bulan tuh kita pilih 3 kontributor terbaik. Nah dari tiga itu, nanti kita... kayak wawancara, terus kita bikin artikel sendiri, gitu.</u>	PU 4		
P:	Oh.... jadi dia bisa <i>sharing</i> gitu. Nanti itu artikelnya tersendiri?			
A:	Artikelnya cuma satu sih. Isinya tiga kontributor yang kepilih itu tadi.			
P:	Biasanya apa mbak yang dibagi disitu? cerita tentang pembuatan penulisannya kah? Atau... apa?			
A:	Biasanya lebih ke pesan-pesan sih mbak. Jadi... kesannya nulis di Hipwee itu apa, terus juga pengalaman mereka selama jadi kontibutor Hipwee itu apa, gitu.			
P:	Ohh... ada gak tuh yang masuk berulang kali mbak?			
A:	Ada sih. Kebetulan kemarin juga abis... jadi kontributor terbaik juga itu, bulan apa ya,			

	Maret kemarin. Eh April April, ada tuh namanya, satu, Julita Manurung, dari Medan.			
P:	Ehehehe ampe apal. Jadi kalau disana tuh lebih ke komunikasi timnya langsung? Jadi gak perlu pake platform khusus gitu, gak harus email dulu gitu ya?			
A:	Iya.			
P:	Partisipasi dalam berbagai acaranya Hipwee. Terus ada yang <i>profiling</i> nya itu ya?			
A:	Iya			
P:	Kalau kekurangannya apa nih mbak? Menurut mbak, yang masih harus di... perbaiki.			
A:	<u>Kekurangannya.. menurutku, yang masa durasi artikel terbit itu tadi mbak. Kan cukup lama tuh 3 – 4 hari. Itu.... menurutku juga ini sih, perlu ditingkatin lagi gitu. Kalau bisa mungkin sehari masa tungguannya kenapa enggak gitu, tapi dari kitanya sendiri juga belum mampu kalau misal... di waktu tungguannya dipangkas jadi satu hari, gitu.</u>	MO 1		
P:	Emh... jadi pinginnya tuh kalau bisa ya... emang harus nambah orangnya sih hehehehe			
A:	He'em itu. Itu dia mbak.			
P:	Hehehe banyak banget tuh bacanya gimana. Emh.... itu satu orang mbak yang nge... <i>review</i> seratus gitu?			
A:	Kadang juga kita... bantu-bantuin gitu sih mbak, kalau misal lagi ada kompetisi menulis. Jadi satu orang misal pegang 30, ntar yang lain 20 atau berapa, gitu.			
P:	Hehehehe. Ada lagi gak mbak? Maksud aku, apa nih yang kira-kira perlu diperbaiki lagi, gitu? Dari Hipwee <i>community</i> nya ini.			
A:	<u>Emh... apa ya, mungkin yang dari kelas menulisnya lagi kali ya. Jadi kita bisa lebih banyak kolaborasi sama narasumber-narasumber lain, gitu. Kalau kemarin kan baru pertama tuh sama gretologi yang bikin CV itu. Mungkin ke depannya, lebih baik kalau kita menggandeng... narasumber-narasumber yang lain gitu. Misalnya penulis buku, atau enggak editor penerbit buku, gitu.</u>	PA 3		
P:	Emh... kemarin pas lagi covid, sempet ada zoom meeting zoom meeting gitu gak sih?			
A:	Iya. Kita ada Hipwee <i>Virtual Meet up</i> . kalau gak salah, akhir April			
P:	Oh... itu yang ikut berapa orang tuh mbak?			

A:	<u>Pesertanya gak cuman kontributor aja mbak. Jadi umum sama anak-anak kontributor. Pesertanya, untuk satu sesi sih kayak 35 an, 35 40 gitu loh mbak. Satu kali sesi.</u>	PA 3		
P:	Yang dibahas, beda-beda?			
A:	He'em. Jadi kemarin kan ada 4 hari, satu hari itu... ada, 2 sampai 3 narasumber gitu. Soal... finansial, terus juga mental <i>health</i> , terus <i>relationship</i> , terus ada... <i>make up</i> , masak-masak, gitu.			
P:	Berarti sehari... sehari, 3 sesi dong? 2 atau 3 sesi.			
A:	Sehari ada yang 2, ada yang 3.			
P:	Kalau dari teknologi Hipwee nya sendiri, kalau menurut mbak udah oke atau kadang kayak ada bug nya atau gimana gitu? Misalkan dari kontributor bilang 'kok susah ya <i>submit</i> ' itu gimana mbak? Ada gak masalah-masalah teknis kayak gitu?			
A:	<u>Ada sih mbak. Kalau yang dari teknis... kan kita ada <i>dashboard</i> sendiri ya mbak buat <i>submit</i> tulisan itu, kadang... kontributor yang baru itu, masih... kikuk gitu, jadi masih sering ada kesalahan-kesalahn minor. Jadi gak bisa di <i>submit</i>. Jadi misalnya kalau di kita kan.... <i>figure image</i> atau gambar utama itu kan udah ditentukan, ukurannya maksimal 500 Kb. Nah biasanya kalau kontributor baru itu.. pada <i>submit</i> gambarnya asal-asalan, jadi gak bisa di <i>submit</i> gitu loh tulisannya.</u>	UGC 1 PA 3		
P:	Emh... apakah ini berarti belum <i>user friendly</i> atau gimana mbak?			
A:	<u>Sebenarnya udah <i>user friendly</i>, tapi mungkin dari kontributornya sendiri belum familiar gitu ya, mbak. Soalnya dari kitanya pun... udah menyediakan kayak panduan atau langkah-langkah menulis, gitu. Tapi langkah-langkahnya mungkin udah saatnya diperbaharui gitu. Karena kita langkah-langkahnya itu dalam bentuk visual kan, jadi mungkin rada susah dipahami atau gimana. Mungkin kalau lewat video atau apa gitu, lebih jelas mungkin ya.</u>	PU 3		
P:	Ya kayak tutorial cara mengerjakannya, gitu ya.			
P:	Oooh.. kalau menurut mba, apakah kekurangan ini jadi masalahnya Hipwee <i>community</i> atau ada masalah lain gak sih, kalau menurut mbak Arin yang perlu diperbaiki?			
A:	<u>Kalau... yang UGC tadi, gak jadi masalah yang gimana banget gitu ya mbak. Cuma kita... salah satu masalahnya itu di artikel promosi. Jadi temen-temen kontributor ini juga ada</u>	PA 3	Menjawab sambil	

	<u>beberapa yang rada-rada nakal gitu, masukin kayak link jualan, link judi, gitu-gitu. Jadi masih gak terkendali sih. Jadi masih rada sebel aja gitu. Misal ada tulisan yang disisipin sama... artikel promosi, atau apa gitu.</u>	PU 3	tertawa	
P:	Ohhh... jadi kayak, ada... tulisannya, disisipin jualan gitu, jualannya mereka sendiri, atau?			
A:	He'em. Iya.			
P:	Oh... kemarin Mas Andre tuh sempet bilang, kalau misalkan di Hipwee <i>community</i> itu, kontributor gak bisa nulis terkait <i>brand</i> ya mbak? Maksudnya gak boleh kayak promosi gitu ya?			
A:	Iya.. misal kalau cuma satu <i>brand</i> dalam satu tulisan, itu gak boleh sih mbak. Tapi kalau misal <i>review make up</i> yang under 100 ribu kan pasti banyak tuh <i>brand</i> -nya, itu masih gak apa-apa sih.			
P:	Oh... jadi, kalau bener-bener kayak satu brand aja itu, gak boleh ya?			
A:	<u>Tapi juga kita, kita kan pernah ngadain semacam kompetisi menulis bareng satu <i>brand</i> kosmetik ya mbak. Itu gak apa-apa sih maksudnya mereka <i>submit</i> satu <i>brand</i> itu, soalnya kan ketentuannya emang harus itu ya.</u>	PA 1 PA 3		
P:	Waktu itu sama apa mbak, kalau boleh tahu?			
A:	Dulu sama wardah.			
P:	Oh jadi emang... oh kalau itu gak masalah, karena emang...			
A:	He'em karena ada kerja sama sebelumnya.			
P:	Oh... tapi pernah gak sih, kayak kontributor yang terbaik atau yang... ya yang menurut Hipwee paling keren gitu dikasih kayak job, gitu. Buat nulis tentang suatu <i>brand</i> gitu, pernah gak sih?			
A:	Emh... kayaknya belum pernah sih mbak kalau dari kontributor terbaik.			
P:	Jadi emang kalau terkait promosi itu selalu dari <i>in-house</i> ?			
A:	He'em. Iya.			
P:	Emh... aku mau nanya lagi, ada lagi gak mbak, masalahnya?			
A:	Apalagi ya.... kayaknya cuma artikel promosi ini..			

P:	Emh... mbak kalau misalkan, beritanya lagi <i>happening</i> banget. Itu ada kemungkinan langsung diterbitin gak sih? Misalkan nih aku kontributor, terus sekarang tuh lagi rame tentang emh new normal gitu. Terus aku nulis tentang new normal. Itu ada kemungkinan tulisanku langsung diterbitin gak? Atau emang harus nunggu 3 – 4 hari gitu?			
A:	<u>Ada banget mbak. Jadi kalau misal... kontributor nulis soal yang <i>up to date</i>, itu kita nyebutnya, mereka bakal ngePM kita sih ‘kak hari ini aku nulis ini ya, kalau bisa diterbitin cepet karena takutnya udah basi atau gimana’ kayak soal..Glenn Fredly yang meninggal kemarin, atau Ashraf, itu juga banyak yang nulis sih. Terus, juga misalnya kita nawarin di grup juga, ngasih tau ‘kalau temen-temen ada yang nulis tentang Glenn Fredly atau Ashraf, temen-temen bisa PM kita, buat kita dahuluiin terbit ya’ gitu.</u>	PA 3		
P:	Kalau beritanya tuh udah gak update gitu, kayak misalkan... aku nulisin tentang ya tadi Glenn lagi gitu, padahal udah gak <i>happening</i> tentang Glenn lagi. Gimana mba?			
A:	Iya. Ya itu, tetap diterbitin sih. Tapi mungkin yang didahuluiin sekarang, yang soal new normal, atau kantor yang udah mulai ngantor lagi, gitu sih.			
P:	Oh... selama emang tulisannya oke, pasti diterbitin? Walaupun udah bukan moment nya lagi gitu ya?			
A:	Iya.			
P:	Mbak.. misalkan aku ngebahas... apa yang, apa yang bisa kamu lakukan ketika sekolah dibuka.. Tapi kan ternyata sekolah baru dibuka bulan Juni nih, itu akan di <i>keep</i> dulu atau gimana? Atau kayak ngasih tau ke kontributornya gitu ‘eh kita <i>keep</i> dulu ya sampai nanti moment nya, atau langsung diterbitin sesegera mungkin atau gimana ya?			
A:	Kalau yang kasus kayak gitu biasanya kita terbitin dulu, tapi enggak kita naikin ke sosial media, mbak.			
P:	Ohhh... jadi, di websitenya dulu aja?			
A:	Iya. Di web dulu...			
P:	Oh terus nanti di <i>keep</i> buat editor sesuai moment nya?			
A:	Iya betul.			

P:	Oh.... mbak aku mau nanya deh.. Kalau misalkan ternyata dia nulis tulisan yang disisipin sama jualan, biasanya <i>feedback</i> dari Hipwee nya gimana?			
A:	<u>Kalau misalnya dia promosinya yang <i>hard selling</i> banget. Itu langsung kita tolak sih mbak. Tapi kalau misal dia artikelnya bagus, tapi dia <i>soft selling</i> gitu, kayak cuma nyisipin link di gambar aja, itu biasanya kita ganti. Tapi tetep kita terbitin, gitu.</u>	CJ 7		
P:	Oh jadi emang... <i>case by case</i> ya. Tergantung kasusnya gitu?			
A:	He'em. Iya.			
P:	Oh iya mbak, ada rencana gak, untuk pengembangan Hipwee selanjutnya itu apa?			
A:	Lebih yang ini sih mbak, yang <i>go online</i> sih. Jadi segala aktivasi, kita maunya lewat <i>online</i> sama media sosial, gitu. Soalnya kan kita kalau ngadain event <i>offline</i> belum memungkinkan ya. Jadi kita mau lebih <i>explore</i> lagi untuk kegiatan-kegiatan <i>online</i> .			
P:	Maksudnya aktivasi melalui <i>online</i> itu gimana ya mbak? Emang sekarang belum <i>online</i> ?			
A:	<u>Kalau sekarang sih kita lebih banyak ke tulisan-tulisan gitu, kalau yang via sosial media kayak instagram tuh kita masih kurang sih, gitu. Jadi selama masa pandemi ini, kita berusaha untuk.. misal, seru-seruan lewat instagram, kayak kemarin kita barusan nyoba, <i>live IG</i> di IG nya Hipwee <i>Community</i>. Terus juga kemarin kita bikin template di <i>IG story</i> nya Hipwee <i>community</i>. Buat seru-seruan aja gitu.</u>	PA 3	Menjawab sambil tertawa	
P:	Ohhh... jadi IG nya hipwee <i>community</i> ini beda sama Hipwee sendiri kan?			
A:	Iya beda.			
P:	Emh... itu yang.... handle bagian development ya mbak?			
A:	Iya.			
P:	Emh... selain IG ada apa lagi mbak? Twitter atau....			
A:	Twitter, kita.... gak punya twitter sih mbak. Jadi kita cuma punya fan page di facebook, sama instagram. Itu aja			
P:	Oh. Lebih aktif dimana tuh mbak?			
A:	Kita lebih aktif di instagram, terus yang di fan page, itu kita cuman nge- <i>share</i> artikel-artikel dari temen aja sih kalau yang di instagram. Sama kalau ada info kelas menulis, atau			

	ada kompetisi menulis gitu.			
P:	Oh. Biasanya kalau kompetisi menulis diadainnya berapa, kali sih mbak? Maksudnya itu 3 bulan? Atau 6 bulan kah? atau gimana?			
A:	<u>Kalau jangka waktunya sih kita gak pasti ya mbak.... jadi menurut confidential aja. Kayak misal nih, kemarin kita baru ngadain kompetisi menulis spesial ramadhan gitu. Terus sebelumnya kita ngadain kompetisi menulis yang soal LDR, terus itu juga... hasilnya untuk dibukukan, yang LDR itu. Karena ada kerja sama sama Alex Media juga kan.</u>	PU 4		
P:	Biasanya kalau kompetisi menulis ini tuh, barengan sama <i>brand</i> gitu ya maksudnya?			
A:	Gak selalu sih mbak hehehe. Jadi ada yang kita adain sendiri, ada juga yang kerjasama sama <i>brand</i> , gitu.			
P:	Jadi gak selalu yaa.... kalau misalkan lagi kompetisi menulis, tulisan yang masuk sampai 500?			
A:	He'em.pernah. itu yang paling tinggi.			
P:	500 tulisan yang masuk?			
A:	He'em. Itu kalau gak salah dulu kita kerjasama sama Wigo, yang hadiahnya itu tiket PP ke UK kalau gak salah, makanya banyak yang ikut.			
P:	Waaaa. Jadi ini yang paling apa ya, yang paling besar.			
A:	He'em.			
P:	Eh mbak mau nanya deh, kalau misalkan dari 9000, kan tadi kata mbak sekarang yang terdaftar sekitar 9000. Menurut mbak sendiri, dan selama ini berdasarkan risetnya Hipwee gitu. Emh... berapa banyak yang aktif dari 9000 pendaftar itu?			
A:	<u>Kalau angka pastinya aku jujur belum tau ya mbak, belum cek lagi. Tapi terakhir tuh kayak... sedikit sih. Cuman berapa ribu gitu, 1500 kalau gak salah. 1500 2000-an gitu deh.</u>	CJ 1		
P:	1500 sampe 2000 yang aktif sebagai kontributor?			
A:	He'em. Yang aktif ngirimin tulisan.			
P:	Dan itu tulisannya 100 – 150 per hari?			
A:	He'em. Tapi kadang kalau lagi sepi juga biasanya 50, cuman 50 60 gitu.			

P:	Kalau boleh tau nih mbak, kalau menurut Hipwee sendiri, kompetitornya Hipwee <i>community</i> tuh siapa ya?			
A:	Kompetitornya Hipwee <i>community</i> . Ini mbak, menurutku ini, emh... komunitasnya di IDN times.			
P:	Karena dia juga sebetulnya mirip ya?			
A:	He'em.			
P:	Kalau yang brilio?			
A:	Brilio... kayaknya engga deh mbak. Gak termasuk kompetitor. Soalnya juga dari segi tulisan-tulisan juga rada beda kan. Kalau brilio tuh lebih ke yang <i>entertainment heavy</i> , kalau kita kan lebih ke yang <i>lifestyle</i> , terus hubungan, gitu-gitu.			
P:	Jadi kalau yang Hipwee tuh lebih ke <i>lifestyle</i> ya?			
A:	He'em			
P:	Emh... aku udah dapet gambaran sih gimana Hipwee <i>community</i> nya. Aku mau masuk terkait kolaborasi antara Hipwee <i>community</i> , sama Hipwee nya sendiri. Untuk konfirmasi kembali, jadi sebetulnya keterlibatan dari Hipwee <i>community</i> dalam penulisan konten di Hipwee tuh apa aja sih mbak?			
A:	<u>Jadi kalau konten, itu tadi mbak. Kita setiap hari nyumbang 10 artikel yang udah diedit untuk kita naikin ke fan page nya Hipwee, Hipwee gedanya itu. Terus juga secara pathview, kita juga ikutan nyumbang 20% dari total pathview satu Hipwee itu.</u>	PU 2 PU 3		
P:	Kalau, 20% pathview nya ini harian atau gimana mbak?			
A:	Emh... bulanan mbak.			
P:	Ada lagi mbak?			
A:	Terus, ini sih mbak, biasanya... kan di Instagramnya yang Hipwee <i>in-house</i> itu, ada konten yang kayak <i>quotes-quotes</i> gitu, nah biasanya tim medsos juga ngambil <i>quotes-quotes</i> itu dari temen-temen tulisan temen-temen kontributor sih mbak.			
P:	Oke. Itu izin dulu atau langsung dimasukin aja mbak?			
A:	Itu langsung dimasukin sih mbak. Soalnya di bawah, di bawah <i>quotes</i> nya itu nanti kita			

	kasih kredit ini tulisan siapa gitu.			
P:	Ada lagi mbak?			
A:	<u>Oh iya. Konten-konten video juga sih mbak. Jadi beberapa kali kita juga berpartisipasi dalam konten videonya Hipwee, kayak kemarin tuh yang Hipwee bikin video soal peluk jauh teman-teman di luar sana yang terdampak covid, itu ada beberapa anak kontributor yang ikutan ngisi juga.</u>	PA 2 PA 3	Menjawab sambil tertawa	
P:	Oh... jadi gak sebatas tulisan, tapi juga bisa video ya?			
A:	Iya. He'em.			
P:	Pernah gak sih mbak, kontributor bikin video? Atau emang cuma dibolehin bikin konten tulisan?			
A:	Kalau yang video ini sih mbak.... Biasanya kalau <i>in-house</i> ada <i>project</i> aja sih. Kayak yang tadi, yang terdampak covid, itu kita baru ngegendeng temen-temen kontributor..			
P:	Oh... konten videonya jadi dibikin khusus project?			
A:	He'em. Kalau misalnya ada project.			
P:	Tapi kalau misalkan untuk tulisan, itu konten tulisan mereka bebas nulis sesuai dengan minat dan pengetahuannya mereka?			
A:	He'em. Iya.			
P:	Apa dampaknya mereka pilih sesuai dengan minat gitu, apakah jadinya tulisannya banyak di beberapa topik atau gimana gitu?			
A:	<u>Dampaknya apa ya, jadi mereka ini sih mbak, gak kapok nulis di hipwee mungkin ya. Jadi karena kita terima tulisan dengan berbagai genre gitu, jadi mereka merasa gimana ya, bisa bebas gitu lah nulis di hipwee. Gak ada kekangan. Jadi makin bervariasi gitu.</u>	KB 1 KB 2		
P:	Ada kemungkinan nambah topik gak sih mbak?			
A:	Kemungkinan nambah topik... kayaknya belum sih. Karena ini udah lumayan lengkap gak sih, maksudnya dari hubungan, ke travel, ke hiburan ke wedding gitu.			
P:	Kalau <i>games</i> maksudnya kemana mbak?			
A:	<i>Games</i> kita masukin ke hiburan			

P:	Oh ke hiburan. Siapa tahu nanti nambah teknologi atau games gitu.			
A:	Iya hehehe			
P:	Emh... ada strategi pengembangan konten gak mbak untuk Hipwee <i>community</i> ?			
A:	<u>Emh... strategi pengembangan konten, ini tadi sih mbak, yang kita lebih pengen melibatkan mereka untuk bikin konten-konten yang untuk media sosial gitu. Kayak yang di-instagram tadi. Kebetulan juga bulan depan, kita mau ada rencana buat ngadain mini <i>writing challenge</i>, tapi di instagram gitu.</u>	PA 3 PU 3		
P:	<i>Mini writing challenge</i> maksudnya seperti apa?			
A:	Jadi kita kayak... ngadain <i>challenge</i> gitu tiap minggunya. Kayak misal minggu pertama nih, kita ngadain <i>challenge</i> soal bikin judul tapi nulisnya di kolom komentar. Atau nulis cerita super pendek yang cuma dua kalimat, ditulisnya di kolom komentar.			
P:	Ohh... itu jadinya kayak kuis gitu ya?			
A:	He'em. .. kayak kuis gitu..			
P:	Oh berarti ada hadiahnya dong? Hehehe			
A:	Tapi baru direncanain sih, belum eksekusi...			
P:	Jadi pengennya lebih ke melibatkan kontributor pada kontennya gak sebatas cuman di <i>website</i> , tapi juga di medsosnya Hipwee ya?			
A:	Iya..			
P:	Kalau pengembangan kontennya kayak gitu kan ya.. Tapi kalau misalkan pengembangan untuk anggota Hipwee <i>Community</i> -nya sendiri ada gak sih? Kayak penghargaan gitu?			
A:	Kalau penghargaan, lewat tadi sih mbak yang 3 kontributor terbaik tiap bulan, mendapatkan <i>merchandise</i> Hipwee..			
P:	Kalau yang kayak tiap tahun gak ada?			
A:	<u>Tiap tahun biasanya kita milih 100 kontributor terbaik, terus juga milih tulisan paling baper sepanjang tahun, sama tulisan paling inspiratif sepanjang tahun, gitu sih..</u>	PU 4		
P:	Itu berapa banyak yang tulisan terbaper dan terinspirasi?			
A:	5 5 sih mbak..			

P:	Ohh.. nanti itu di- <i>publish</i> di <i>website</i> sama medsosnya Hipwee?			
A:	Iya..			
P:	Kalau untuk keterbatasan penciptaan kontennya itu tadi cuma masalah dilarang promosi gitu yaa? Ada keterbatasan lain gak?			
A:	Ada sih mbak.. kita juga menolak tulisan yang menyinggung SARA gitu sih.. Terus juga tulisan yang tugas-tugas kuliah tapi yang istilahnya gak sesuai sama <i>tone</i> -nya Hipwee gitu..			
P:	Emang ada ya mbak?			
A:	<u>He em.. banyak juga sih temen-temen yang ngirim tugas kuliah mereka ke Hipwee gitu, kalau misalnya temanya bagus dan itu relate sama pembaca Hipwee, biasanya kita terbitin.. Kalau misalnya nggak, kita terpaksa ditolak gitu..</u>	PU 2		
P:	Di Hipwee ada gak buat ngecek plagiarismenya itu?			
A:	Oh ada ada..			
P:	Biasanya ngeceknnya gimana tuh mbak?			
A:	Kita biasanya ngecek <i>online</i> mbak, lewat <i>SEO Tools</i> atau <i>plagiarism checker</i> gitu..			
P:	Ohh, jadi emang pasti dicek masalah plagiarisme gitu juga ya?			
A:	<u>He em.. jadi tulisan yang plagiarismenya di atas 20% itu biasanya kita tolak, kalau yang masih 10 atau 7, itu masih gak apa-apa sih mbak</u>	PU 1		
P:	Ohh.. nah kalau misal untuk kontributor itu berarti yang ngecek kan dari Hipwee-nya?			
A:	He em..			
P:	Nah kalau untuk anggota Hipwee <i>Community</i> -nya ada <i>tools</i> yang diberikan gak mbak, kayak misalkan.. kayak tadi, "kalau kalian mau ngirim, cek dulu ya di sini", atau ada mungkin di saat nulis itu bisa langsung keliatan gitu di platformnya Hipwee, apakah ini plagiat atau nggak, gitu?			
A:	Nggak sih mbak, biasanya kalau yang ngecek <i>plagiarism</i> itu kita sendiri sih dari tim Hipwee-nya sendiri..			
P:	Ohh.. jadi gak ada <i>tools</i> yang diberikan ke anggota Hipwee <i>Community</i> untuk ngecek apakah itu <i>plagiarism</i> atau nggak.. Kalau misalkan ini berarti mereka ngecek sendiri aja			

	ya?			
A:	Iya..			
P:	Di platform <i>UGC</i> -nya ada <i>tools</i> khusus gak mbak yang bisa membantu untuk penciptaan konten tulisan yang bagus gitu? Kebetulan aku belum buka sih, maksudnya belum pernah nulis di situ, jadi aku belum tau..			
A:	<u>Kalau <i>tools</i>-nya sih dalam bentuk <i>dashboard</i> itu tadi sih mbak, jadi <i>dashboard</i>-nya kita bikin mirip yang ada di blog-blog gitu, jadi biar familiar juga sama mereka gitu.. Terus juga misal kalau kontennya, kontennya mereka ada yang di atas 17 tahun, kita juga ada 1 fitur yang buat ngasih pertanda kalau kontennya itu 17 tahun gitu, jadi nanti pembacanya bakal kita kasih <i>reminder</i> dulu nih, artikel ini merupakan konten di bawah 17 tahun, apakah anda udah berusia di atas 17 tahun apa belum, ya atau tidak gitu..</u>	UGC 1 UGC 2 UGC 3		
P:	Oh biasanya.. misalkan dia kasih gambar di atas 500 KB itu dia langsung ketolak gitu ya? Atau ada pengumuman gambar di atas 500 KB gitu?			
A:	Biasanya he em, ada <i>reminder</i> di atasnya itu, " <i>picture image is too large</i> ", gitu.. Jadi ntar gak bisa di- <i>submit</i> biasanya..			
P:	Ohh.. biasanya mungkin itu kali ya mbak yang bikin kontributornya jadi kayak, "ah kok bisa?" hehehe.. Jadi pada bingung.. Mba.. kan <i>dashboard</i> -nya dalam bentuk blog, jadi emang rata-rata kontributornya tuh blogger dong?			
A:	Mungkin gak kebanyakan ya mbak, tapi ada yang <i>blogger</i> gitu..			
P:	Gimana dari sisi Hipwee itu mendukung gerakan atau kinerja dari anggota Hipwee <i>Community</i> ?			
A:	<u>He em.. mungkin ini mba.. dengan kelas <i>online</i>, terus juga dari ngadain, apa.. <i>meetup-meetup</i> yang apa namanya, <i>meetup-meetup offline</i> gitu.. Terus juga kita.. juga ngasih kesempatan juga buat mereka yang mau latihan jadi reporter, jadi misalnya kalau ada <i>event-event offline</i> yang di luar Jogja sama Jakarta itu biasanya kita minta bantuan sama temen-temen kontributor buat latihan jadi reporter, ngeliput acaranya, atau datang sebagai perwakilan dari Hipwee gitu..</u>	PU 4		
P:	Oh yang ini aku belum denger sih mbak, oh jadi mereka bisa dapet kesempatan buat jadi			

	reporter gitu datang ke acara... Nanti dapat kayak IDnya Hipwee atau gimana itu?			
A:	Jadi ntar tim <i>partnership</i> kita ngasih tau ke pihak penyelenggaranya gitu bahwa perwakilan dari Hipwee-nya sendiri bakal diwakilin sama temen-temen kontributor gitu.. Gak dapet yang ID press atau apa sih mbak kalau dari kami..			
P:	Ohh gitu, biasanya berapa orang mbak?			
A:	<u>Biasanya tergantung acaranya sih mbak, kalau ada tuh sampai 10 orang itu karena event <i>launching</i>, <i>launching</i>-nya <i>Oppo</i> itu di Jakarta gitu, terus juga kemarin nih yang LaLaLa Fest, ini juga mau ngirim kontributor juga, tapi karena di-<i>postpone</i>, jadi hold dulu.. Lumayan buat latihan kan, kalau misalnya mau jadi reporter beneran</u>	PU 4		
P:	Hmm gitu, jadi emang dikasih kesempatan buat jadi reporter juga gitu, oh nanti <i>feedback</i> -nya adalah tulisan hasil dari acaranya tersebut?			
A:	Iya.. He em..			
P:	Tulisan aja kah, atau ada hal lain gitu?			
A:	Biasanya tulisan sama <i>footage</i> buat video sih mbak..			
P:	Ohh mereka juga diminta untuk bisa ngerekam acaranya?			
A:	He em..			
P:	Eh, Hipwee <i>Community</i> ini punya ketua gak sih?			
A:	Oh, gak ada sih mbak.			
P:	Maksudnya ketua anggota Hipwee gitu... kalau misalkan di Surabaya nih ketuanya ini, nanti di Semarang ketuanya ini, gitu...			
A:	Gak ada sih mbak, jadi ya udah semuanya anggota gitu			
P:	<u>Ohh... hmm.. oh iya mbak, mau nanya terakhir, jadi si <i>feedback</i>-nya itu ya, ternyata si anggota Hipwee <i>Community</i> ini bisa juga buat jadi reporter.. Nah berarti sejauh ini gak ada <i>fee</i> yang diberikan, gak ada dalam bentuk <i>fresh money</i> gitu, belum pernah ada mbak? Sejauh ini...</u>	CJ 3		
A:	Iya, kalau dalam <i>fresh money</i> , belum sih kita..			
P:	Hmm.. tapi <i>feedback</i> -nya berupa hal lain ya, kayak tadi yang penulisan, kesempatan belajar			

	nulis..			
A:	Kesempatan....			
P:	Kemarin Mas Andra sempet cerita katanya dulu emang pernah mau dibikin ada <i>fresh money</i> -nya, eh ternyata hasil tulisannya gak sebaik kalau mereka kayak sukarela gitu ya?			
A:	Iya. Mba..			
P:	Oh iya, katanya Mas Andre dulu tuh sempet mau dibikin ada <i>fee</i> -nya, tapi ternyata hasil tulisannya gak sesuai sama kalau di saat sukarela gitu, bener gak sih mbak?			
A:	<u>Kalau itu aku justru kurang di-update sih mbak sama Mas Andre, tapi dulu juga pernah dikasih tau kalau ada sistem poin gitu ya, jadi bisa dituker sama reward gitu, apa sih...</u>	PU 4		
P:	Hmm.. eh tapi sekarang masih ada sistem <i>reward</i> itu gak sih, poin itu masih ada gak?			
A:	Belum belum, jadi dari awal emang belum, gak ada sistem poin itu sih mbak.. Ada rencana mau dibuat sistem poin itu, tapi sistemnya sendiri belum jadi sih..			
P:	Oh berarti emang sekarang gak ada sistem poin, tapi di <i>dashboard</i> -nya kita bisa tau udah berapa banyak yang kita <i>submit</i> , berapa banyak yang terbit itu kita bisa liat?			
A:	Ya bisa.. sama jumlah <i>share</i> -nya juga bisa..			
P:	Oh iya yang tadi mbak bilang, kalau udah nyampe 100 atau udah nyampe 1000 itu ada informasi tulisan selamatnya itu ya?			
A:	He em..			
P:	Hmm.. kalau menurut mbak sendiri kolaborasi antara si kontributor sama Hipwee ini gimana sih kalau menurut mbak Arin, sudah berjalan baik kah atau masih ada kekurangannya atau gimana?			
A:	<u>Kalau untuk kolaborasi menurutku masih di tahap perlu dikembangin lagi mbak, gitu.. Soalnya kebanyakan temen-temen kontributor itu rada pemalu gitu mbak, jadi kalau diajakin kolaborasi yang menampilkan wajah mereka itu kebanyakan ini sih, apa namanya.. masih malu-malu gitu loh, jadi kalau misalnya ada project video, kita mintanya ya itu lagi itu lagi anaknya..</u>	CJ 2 KB 1 KB 2		
P:	Hmm.. kalau dari segi konten dan tulisan?			

A:	<u>Kalau dari konten sih menurutku udah cukup oke ya mbak gitu, kayak... kemarin kemarin kan kita sempet ada kolaborasi sama kontri itu di Instagram itu KataKontri, jadi itu tuh kayak 1 post yang isinya pendapat-pendapat dari kontributor gitu lho soal 1 <i>issue</i>.. Yang terakhir sih kemarin <i>issue</i>-nya tuh soal pengalaman <i>interview</i> untuk pertama kali, jadi mereka cukup antusias sih kalau misal diajakin soal yang tulis menulis itu..</u>	KB 1 CJ 1		
P:	Kata Kontri ini nih ada di <i>website</i> ya mbak?			
A:	Ada di <i>Instagram</i>			
P:	Ohh di <i>Instagram</i> .. jadi mereka sharing pendapat terkait pertama kali <i>interview</i> ..			
A:	He em..			
P:	Kayak gimana... jadi siapa tau nanti reporternya, kontributor, terus yang ngerekam dari Hipwee-nya hehehe... Kalau boleh tau.. kira-kira berapa perbandingan-perbandingan konten Hipwee <i>in-house</i> sama konten Hipwee kontributor itu mbak? Jadi misalkan kayak ada 100 artikel nih sehari, oh ternyata <i>in-house</i> -nya 60, tapi kontributornya 40 gitu..			
A:	<u>Kalau <i>inhouse</i> sendiri setahuku 1 hari itu nge-<i>publish</i> 20 sampai 30 tulisan dalam 1 hari, dan itu langsung dinaikin ke medsos semua, nah kalau yang.. kalau yang <i>inhouse</i>, eh kalau yang <i>community</i> itu 1 hari 30 sampai 50 tulisan, tapi itu gak semuanya dinaikin ke medsos, yang cuma dinaikin 10 itu tadi, yang udah dimasukin <i>editor's pick</i>..</u>	PA 2		
P:	Makasih banyak ya mbak			
A:	Siap siap, makasih sama-sama hehehe			

Naskah Wawancara 3

Peneliti : Nadya Ariesta Komala Dewi (P)
 Informan : Achmad Fatkhur Rozi – Divisi *Editorial* – Editor (R)
 Tanggal : 1 Juni 2020
 Media : Zoom

Wawancara		Kode	Catatan Jawaban Informan	Catatan Lapangan
P:	Mas Rozi sebetulnya, Hipwee ini... disebut Hipwee atau Hipwee.com?			Video dinyalakan sehingga bisa membaca ekspresi informan
R:	Sebutan kita Hipwee aja. nama <i>branding</i> kita itu Hipwee, Hipwee.com itu nama domain, kalau nama perusahaannya PT. Konten Baik.			
P:	Ohh... jadi emang sebutannya Hipwee kan? Soalnya kan maksudnya ada beberapa media <i>online</i> yang emang nyebutin domainnya gitu.			
R:	He'em. Gak kita cukup Hipwee aja sebagai brand.			
P:	Jadi sebetulnya kalau Hipwee ini tuh, apa sih mas? Maksudnya berita <i>online</i> yang seperti apa gitu?			
R:	<u>Aku mengambil <i>term</i> yang dulu sempet dipake sama salah satu temen Hipwee juga. Yang sekarang lagi kuliah di luar negeri. Dia dulu menyebut Hipwee sebagai social news site, emh... mungkin aku sependapat sama dia. Karena emang kalau dibilang Hipwee ini media <i>online</i> yang isinya jurnalis banget, yang emang <i>pure feature</i> atau <i>hard news</i>, engga, kita memang gak seperti itu. Cuman kita memberitakan <i>hard news</i> dan <i>feature news</i>, tapi sebagai porsi kita emang kita ingin menysasar anak muda. Makanya kalau melihat Hipwee, kebanyakan artikel kita emang isinya <i>tips</i> sama yang berhubungan dengan <i>lifestyle</i>. Ya</u>	MO 2 PJ 7 PJ 8		

	kenapa begitu? karena emang <i>audience</i> kita anak muda milenials emh... usia 18 – 24 tahun, dan memang pada <i>range</i> usia segitu topik-topik seputar <i>lifestyle</i> dan apa namanya, <i>tips</i> , terus sukses karir, motivasi, hubungan, itu yang dicari, ya emang berarti kita emang fokusnya disitu.			
P:	Jadi sebetulnya masih ada <i>hard news</i> nya, tapi mungkin porsi nya lebih sedikit ya dibandingkan dengan <i>tips</i> dan <i>lifestyle</i> gitu mas?			
R:	He'em. Emang emang gitu. <i>Hard news</i> kita akan tetep meng-cover kalau emang <i>hard news</i> ini ada hubungannya dengan kehidupan anak muda. Karena nih kita emang <i>audience</i> kita anak muda, <i>news</i> kita anak muda, ya mau gak mau kita ingin menjaga bahwa Hipwee tetep medianya anak muda. Jadi ya yang dicover, <i>hard news</i> juga tetep yang berhubungan dengan anak muda. Jumlahnya juga tidak sebanyak artikel-artikel <i>lifestyle</i> . Karena emang bukan fokus kita untuk mengerjakan artikel <i>hard news</i> .			
P:	Emh... oh, Hipwee ini masuk kategori media <i>online</i> yang mana ya mas?			
R:	<u>Kalau aku pribadi, media <i>online</i> itu ada banyak jenisnya kan memang. Ada media <i>online</i> yang emang berbasis jurnalistik, berita <i>news</i>, kayak detik, kompas, itu memang <i>basic</i> mereka dalam mengerjakan artikel-artikel berbasis jurnalistik. Ada juga media <i>online</i> yang emang fokusnya ke <i>lifestyle</i>, kayak Hipwee. Kalau aku... ibaratkan, Hipwee ini kayak majalah sebetulnya. Jaman dulu kan ada 2 jenis berita yang kita tangkap waktu sebelum ada media <i>online</i>. Pertama, koran, yang isinya berita <i>hard news</i>, yang kedua ada tabloid atau majalah yang isinya bukan berita <i>hard news</i>, isinya soal <i>lifestyle</i>. Nah kalau diibaratkan dengan itu, Hipwee itu lebih kesana, daripada yang <i>hard news</i> seperti koran tadi.</u>	PJ 1		
P:	Jadi emang sebetulnya lebih mirip ke tabloid atau majalah gitu ya?			
R:	Kalau kita analoginya pake media cetak ya. He'em. Bisa dibilang lebih mirip itu.			
P:	Apa sih yang membedakan Hipwee ini dengan berita <i>online</i> lainnya?			
R:	<u>Pertama, jelas karena kita ngangkatnya dari prespektif anak muda, bahkan kemarin kita, yang tahun lalu, yang waktu rame pemilu, semua media ngangkat berita politik soal pemilu. Ya entah dari kubu 01 atau dari kubu 02. Semua media ngangkat itu. Nah Hipwee sebagai medianya anak muda, kita mau gak mau tetep ngangkat itu dong, karena <i>range</i> usia pembaca</u>	PJ 1 MO 2		

	<p>Hipwee adalah <i>range</i> usia orang-orang yang memang sudah masuk usia untuk punya hak pilih pada saat itu. Yang membedakan adalah, Hipwee mengambil <i>angle</i> tulisan, cerita dan beritanya itu memang benar-benar fokusnya dari anak muda. Kita nyoba wawancara teman-teman anak muda yang memang baru pertama kali nyoblos, itu salah satu contoh bentuk kontennya. Kita juga nyoba bikin <i>angle</i> soal pemilu di mata anak muda seperti apa, tokoh-tokoh ini di mata anak muda itu seperti apa, kayak gimana. Jadi kalau pertanyaannya adalah apa yang membedakan, aku bisa bilang kalau yang bedakan adalah satu perspektifnya. Kita perspektifnya benar-benar anak muda banget sih. Mulai dari segi pilihan bahasa sampai pilihan <i>angle</i> dengan <i>audience</i> kita yang memang anak muda.</p>			
P:	Lalu apa lagi mas?			
R:	<p>Yang pertama itu. Yang kedua bentuk pengemasan beritanya. <u>Kalau media yang lain, aku berani bilang kalau Hipwee adalah salah satu media di Indonesia pertama yang mempopulerkan bentuk tulisan <i>listicle</i>. Jadi kan kalau jaman dulu bentuk tulisan itu bentuknya naratif, dan isinya <i>opinion based</i>. Kalau di Hipwee kita bentuknya dari awal memang kita pengen bentuknya <i>listicle</i>, kayak 6 hal yang bikin hubunganmu awet sama pasangan atau 12 hal yang bisa kamu lakukan untuk mencoba mencari pekerjaan baru, misalkan.</u> Ya... itu. Jadi kalau ini, yang pertama adalah perspektif kita sebagai anak muda, yang kedua adalah bentuk tulisannya yang memang kebanyakan dari Hipwee itu <i>listicle</i>. Itu sih 2 hal yang menurutku itu hal pokok yang menjadi pembeda Hipwee dengan media yang lain. Meskipun ya gak semua bentuk tulisan kita <i>listicle</i>. Tetapi aku berani bilang kalau Hipwee itu salah satu pioner media di Indonesia yang bikin tulisan dalam bentuk <i>listicle</i> ini jadi populer di masa-masa sekarang.</p>	MO 2 MO 3		
P:	Iya sih ya. Emh... aku malah tau yang <i>listicle</i> duluan tuh di Hipwee sebelum berita <i>online</i> lainnya sih. Soalnya aku udah baca dari aku kuliah juga mas. Tahun berapa tuh, 2014, 2015...			
R:	Iya itu awal-awal Hipwee keluar kan.... banyak <i>listicle</i> , semua bahkan.			
P:	Iya mas			
R:	Nah dari situ, beberapa media, bahkan beberapa teman-teman yang fokusnya di jurnalis,			

	sering kali bilang kalau bentuk artikel <i>listicle</i> ini yang emang mempopulerkan pada saat itu, 2014 2015 dan 2016 awal, itu emang Hipwee yang pertama kali bikin dan mempopulerkan tulisan itu.			
P:	Itu inspirasinya darimana tuh mas? Hehehe.. Maksudnya pemilihannya kenapa jadi <i>listicle</i> gitu?			
R:	<u>Apa ya? Ya... kalau pastinya aku juga kurang tau ya, karena saat itu kan yang bikin formulanya bukan aku, aku belum masuk juga. Cuman, kalau dari hasil ngobrol-ngobrol sama temen-temen yang duluan di Hipwee, emang inspirasinya dari media-media di luar... buzzfeed, terus vocaplog itu kan mereka bikin artikelnnya berbasis <i>listicle</i>, banyak artikel mereka yang berbasis <i>listicle</i>. Dan kami melihat, disana, di luar negeri ini berhasil, tapi di Indonesia belum banyak yang bikin, belum banyak yang ini. Bahkan tahun-tahun itu belum ada yang bikin. Makanya kita coba bikin.</u> Dan di 2014 2015 dan 2016 awal itu sangat keliatan banget kalau bentuk artikel seperti ini emang ada pasarnya di di anak muda. Anak muda emang suka bentuk artikel kayak gini. Jadi ya berawal dari situ sih.	MO 2	Menjawab sambil memegang kepala	
P:	Ohhh.... jadi emang karena terinspirasi dari media luar ya mas. Tadi apa mas? Buzzfeed sama?			
R:	Buzzfeed, terus focatelock, terus apa lagi ya, dulu tuh cosmopolitan dulu juga bikin yang kayak gitu, di awal-awal 2015. Banyak media luar negeri yang bikin kayak gitu. Cuma emang belum masuk ke Indonesia aja pada saat itu.			
P:	Hipwee ini masuk AMSI gak sih mas?			
R:	Wah kurang tau juga ya aku ya. Aku kurang tau apa kita masuk apa engga ya. Mungkin nanti bisa ditanyakan ke Mas Armando.			
P:	Oke. Tar coba aku nanya. Soalnya... apa namanya, kan emang ada website nya AMSI, cuma itu tuh kayak banyak pilihan regionalnya gitu. Terus aku bingung, ini tuh Hipwee nya masuk yang mana ya, gitu.			
R:	Untuk membership-membership ini aku kurang tau sih... kita masuk atau engga, atau gimananya.			
P:	Oke. Nah, aku mau nanya lagi nih, balik ke Hipwee nya. Jadi sebetulnya kriteria penulisan			

	di Hipwee itu apa mas? <i>Listicle</i> ? Konten di Hipwee harus <i>listicle</i> yaa..			
R:	<u>Sebenarnya gak harus sih. Kalau ngomongin tulisan <i>in-house</i> itu gak harus <i>listicle</i>. Cuma emang kita seringnya ngeluarin <i>listicle</i>. Kita punya banyak kanal dan tiap kanal punya pengembangan tulisannya masing-masing, yang diserahkan pada editornya. Kalau bentuk kriteria penulisannya apa aja, jelas ya harus faktual yang pertama, cek <i>source</i>, segala macam, itu harus dilakukan; baik dari level penulis, maupun level editor. Terus kita harus bener-bener paham perspektif anak muda. Jadi gak masalah kita bahas konten yang berat, kayak politik atau bahkan teknologi yang di Indonesia bahkan belum masuk gitu. Misalkan kayak mobil terbang atau mobil tanpa sopir yang tesla bikin.. atau mungkin kayak teknologi robotik juga masih asing.. atau terhadap pemilu.. Misal anak muda kita banyak dirantauan, mahasiswa rantauan, itu susah kalau mau nyoblos. Itu kan berarti salah satu keresahan.. terhadap sistem pemilu kita. Terus kalau mau mengangkat keresahan itu, gak apa-apa, karena itu keresahannya berdasarkan dari anak muda. Jadi kita gak <i>pure</i> beneran bahas politik yang ini... misalkan apa ya, ‘Jokowi janjikan ini saat menang jadi presiden’ atau ‘Prabowo akan melakukan ini saat jadi presiden’ kita gak angkat artikel kayak gitu, tapi beneran angkat yang perspektifnya dari sudut pandang anak muda. Kayak kesusahan pemilu saat mereka jadi anak rantau, segala macam, gitu-gitu sih.</u>	PJ 1 PJ 3 PJ 7 Pj 8		
P:	Berarti gaya bahasanya juga harus anak muda atau gimana?			
R:	<u>Kalau dari gaya bahasa emang kita menyesuaikan anak muda ya. Maksudnya beneran ingin mengusahakan gaya bahasa kita ini seenak dan senyaman mungkin untuk dibaca sama anak muda. Nah, kalau dibilang gaya bahasanya Hipwee gak baku, bisa jadi iya. Tapi kita tetep menjaga kata-kata, maksudnya di Hipwee kita tetep menjaga kata-kata itu harus ada di KBBI biar tetap ada kebakuan dalam penulisan kita. Cuman kita lebih fleksibel, misal daripada kita menulis kata ‘tidak’ kita lebih memilih buat nulis ‘enggak’. Ada beberapa kata yang emang kita memilih untuk sesuai anak muda di zaman kita. Secara komunikasi, kata ‘enggak’ ini yang lebih masuk. Ya udah kita pake itu secara gaya bahasa ya.</u>	PJ 1 PJ 8		
P:	Oh jadi tetap EYD nya dipake juga ya mas?			
R:	<u>Tetap acuan kita adalah EBI atau Ejaan Bahasa Indonesia. Cuman.dari segi kepenulisannya,</u>	PJ 4		

	<u>kita tetap harus mempertimbangkan formula apakah ini enak dibaca anak muda atau tidak, dan misalkan konten-konten hiburan, apakah konten hiburan yang kayak gini, kita pake, kita sisipin full bahasa dengan kata-kata baku, itu enak apa enggak, di konten <i>feature</i> ini pake kata yang gak baku sama sekali enak apa enggak, itu tetap jadi pertimbangan utama sih. Jadi pertimbangan utamanya emang gak bisa kita lihat dari satu keutuhan itu. Keutuhan kita adalah tetap kita pake KBBI, kita tetap pake EBI atau Ejaan Bahasa Indonesia, cuman diperkalan pengembangannya kita lebih fleksibel.</u>	PJ 8		
P:	Di Hipwee ini kan ada beberapa kanal ya mas. Ada <i>lifestyle, tips, terus, relationship</i> .. sebenarnya ada berapa ya			
R:	8 apa ya, aku lupa. Aku gak hafal semua kanal di Hipwee ada berapa.. ada juga motivasi, hubungan, ...			
P:	Gak apa-apa mas tar aku cek deh.. Nah, pertimbangan pemilihan kanal itu tuh kenapa ya mas?			
R:	Yang jelas karena kebutuhan sih.			
P:	Kebutuhan gimana mas?			
R:	<u>Pertimbangan utamanya karena kebutuhan konten dari <i>audience</i> sih, pembaca. pada saat Hipwee berdiri, itu cuma ada 4 kanal setauku, <i>tips, hubungan, motivasi, sama hiburan</i>. Cuman ada 4 kanal itu. Kemudian setelah itu kita melebarkan... kita nambah beberapa kanal lain, waktu itu ada <i>style, travel, sama feature</i>. Kita nambah... itu.. Jadi 2015... 2016 itu nambah <i>style, travel, dan feature</i> secara spesifik, kita ada sign orang disitu tuh 2016, mulai dari 2016. Terus ada banyak pengembangan kanal lain seiring berjalannya waktu. Aku lupa apa aja secara detail. Cuman kenapa kita bikin, ‘oh kita nambahin kanal ini deh, eh kita bikin kanal ini deh’ itu karena kita melihat ada kebutuhan konten yang harus diisi dari <i>audience</i> dari pembaca kita. waktu itu kita misalkan bikin kanal <i>style</i>, eh bikin artikel <i>feature</i>, waktu itu kita gak ada wadahnya, padahal dari sisi <i>audience</i> mereka butuh, mereka bilang ‘eh kok Hipwee gak bahas ini sih. Kok kalian gak bahas ini’, dari situ kita ngeliat oh banyak ternyata pembaca kita emang pengen baca dan dapet informasi dari konten-konten seperti ini. Setelah kita olah lagi datanya, kita lihat lagi kebutuhannya, ya emang butuh. Ya udah kita bikin</u>	PJ 1 MO 5 CJ 1		

	waktu itu. Kita nambah kanal <i>feature</i> . Travel waktu itu kita ngeliat anak muda tahun 2014 akhir dan 2015 awal, itu lagi <i>booming booming nya traveling</i> , lagi <i>booming booming nya</i> anak muda buat yuk jalan-jalan kemana. Nah waktu itu yang rame adalah naik gunung, naik gunung tuh karena film apa sih dulu.			
P:	Itu film 5 centimeter.			
R:	Iya kalau gak salah gara-gara film itu, pada saat itu <i>booming</i> orang-orang pengen naik gunung, pengen jalan-jalan, orang-orang Indonesia, anak-anak Indonesia utamanya, itu mulai matanya mulai terbuka kalau kita ini masih muda, kita butuh jalan-jalan, kita butuh mengenal Indonesia lagi lebih dalam secara budaya dan alamnya. <u>Dari situ kita bikin ya udah kita bikin spesifik kanal travel. Terus kayak pengembangan kanal-kanal yang lain, kenapa harus ada hubungan, hiburan, tips, itu karena emang ya itu kan kanal esensial. Maksudnya setiap anak muda pasti butuh itu, anak muda.. anak muda butuh <i>skill life hack</i> yang sekiranya mereka butuhkan untuk menjalani masa mudanya. Disitu kita bikin kanal <i>tips</i>. Anak muda butuh seseorang yang bisa menasehati mereka dan mengerti mereka pada saat mereka butuh bantuan dalam hubungannya. Itulah kenapa kita bikin kanal hubungan, karena waktu itu ya gak bisa dipungkiri lagi masalah anak muda, salah satunya soal hubungan, soal-soal asmaranya yang muda gitu kan. <u>Bisa jadi usia 18 – 24 itu orang-orang pertama kali ngerasain pacaran, karena emang baru lulus, eh baru masuk kuliah kan, baru masuk kuliah pas orang-orang baru ngerasain pacaran, bisa jadi juga diusia-usia segitu mereka baru ngerasain patah hati pertama kali, mulai ngerasain bener-bener gimana games dan unyunya jatuh cinta yang ala-ala anak muda, nah ya itulah kenapa di awal Hipwee kita beneran bikin kanal hubungan sebagai salah satu kanal utama kita. Ya sama dengan hiburan, ya siapa yang gak butuh hiburan, gak butuh konten-konten hiburan, karena itulah kenapa kita bikin itu.</u> Jadi perkembangan kanal... kenapa kita bikin kanal ini, atau kenapa kita gak bikin kanal ini, ya karena kita ngelihat... <i>supply and demain</i> aja sih sejain ini. Dan emang sesuai dengan eranya ya... kalau dulu emang beneran <i>travelling</i> yang jadi fokus orang-orang, ya udah kita banyakin travel. Tapi kan sekarang karena ada covid, orang-orang gak bisa jalan-jalan, gak bisa <i>travelling</i>, ya udah konten travel kita kurangi, kita perbanyak dengan</u>	PJ 8	Menjawab sambil tertawa	PJ 7

	konten yang lain. Kita ganti dengan konten lain, gitu aja sih.			
P:	Berarti nanti bisa jadi ada kanal-kanal baru ya mas?			
R:	Kemungkinan itu akan selalu ada sih. Namanya media kan kita harus ngikutin perkembangan zaman biar kita gak ketinggalan. Bisa jadi kedepannya kalau emang <i>audience</i> Hipwee kita banyak yang minta ‘eh bikinin kanal soal teknologi dong’ atau misalkan ‘bikinin kanal soal olahraga’ misalkan, ya gak apa-apa. Kita akan bikin itu. Cuma tetep ada proses kita ngeliat datanya gimana, kita ngeliat apakah kanal ini dibutuhkan beneran atau tidak, terus <i>supply</i> and <i>demand</i> dari <i>audience</i> dan dari kitanya sendiri juga bisa apa engga <i>deliver</i> itu, itu akan jadi pertimbangan sih.			
P:	Oh oke. Mas sejauh ini tuh, kanal atau topik apa sih yang favorit?			
R:	Aku bisa bilang kalau <i>tips</i> dan hubungan yang selalu stabil angkanya. Karena emang 2 hal itu adalah 2 hal yang beneran deket sama anak muda kan. <u>Ya hubungan... anak muda butuh emh temen untuk menemani hubungan mereka, hubungan asmara mereka. Hubungan disini gak cuma pacaran, tapi mungkin ada hubungan dengan orangtua, hubungan dengan kakak, hubungan dengan adik, hubungan dengan temen, itu masuk dalam kanal hubungan. Jadi ya emang mereka butuh konten itu. Dan satu lagi, yang emang beneran tinggi itu <i>tips</i>. Karena terutama saat ini ya... saat covid, saat dalam beberapa bulan terakhir ya. Kalau itu karena emang mereka butuh aktivitas baru untuk mengisi banyak kanal <i>tips</i>, banyak yang baca. Tapi emang dari dulu dulu kanal <i>tips</i> ini emang tinggi. Karena emang artikelnya, kita desain dan kita bikin, mulai dari segi <i>ideation</i>, sampe eksekusi jalannya artikel, sampe bahkan client bilang <i>treatment</i> kita emang ok.. kita bikin gimana ide dan artikel ini sedeket mungkin dengan pembaca.</u> Contoh kalau yang awal itu kita bikin <i>tips</i> bertahan ala anak kosan, terus <i>tips</i> memasak yang bahannya cuman tahu tempe doang, <i>tips</i> apa namanya merawat bunga, merawat kucing, itu kan konten-konten yang emang emh deket dengan kehidupan kita, deket dengan kehidupan anak muda di usia <i>range</i> kita. Mau enggak mau mulai dari usia 18 sampai 24 atau bahkan lebih pasti akan banyak yang baca artikel dari <i>tips</i> sih.	UGC 1 MO 2		
P:	Oh oke. Terus mas, gimana respon pembaca atas kanal-kanal ini? Kalau menurut mas sendiri.			

R:	<u>Kalau secara luas, kita agak susah melihat perkanal. Soalnya emang ada kanal-kanal yang responnya beneran positif banget, ada yang emang kanal-kanal yang kok gini, kenapa jadi bahas ini, kenapa jadi ini. Karena emang audience kita tuh beragam. Dulu waktu pertama kali kita bikin kanal showbizz, itu banyak audience banyak pembaca kita yang... ngapain sih pada bahas artis.</u>	PJ 2 PJ 8		
P:	Jadi untuk melihat respon audience-nya bagaimana mas?			
R:	<u>Beberapa artikel yang dibaca, tinggi. Jadi... kalau matriks respon audience nya adalah angka seberapa banyak artikel ini dibaca. Harus diakui sejauh ini semua kanal yang kami bikin, semua kanal baru yang kami tayangkan setelah setelah 2015 2016 itu emang respon secara angka tinggi banget. Bahkan.. ada beberapa kanal yang ini di atas ekspektasi waktu pertama kali ini, secara sosial media, direspon baik di somed, baik itu comment maupun like facebook dan DM facebook. Tapi ada juga emang beberapa kanal yang direspon kurang baik... beberapa orang yang comment 'ngapain sih Hipwee bahas ini, gak usah bahas ini dong', 'gak usah bahas kanal ini dong' gitu, ada sih memang, gitu.</u>	CJ 1		
P:	Tapi.. secara overall, respon pembaca atas tulisan Hipwee ini positif ya mas?			
R:	He'em overall, masih bisa dibbilang positif sih. Kalau ngeliat perbandingan antara orang yang...likes, dislikes, sama berapa banyak mereka baca ini, masih sejauh ini masih positif banget.			
P:	Dan mereka suka tulisan Hipwee yang seperti ini gitu?			
R:	He'em he'em he'em. Kita sempet berubah, kita sempet mengubah style tulisan pada media 2016. Waktu itu kita bikin tulisan yang emang... ya udah kita bikin konten yang panjang banget, sampai kita... sempet coba paginasi. Paginasi itu konten yang next gitu loh, next page, next page. Dulu kita sempet coba itu di beberapa bulan. Tapi... kita gak trail di beberapa kanal itu selama beberapa minggu. Kenapa kita coba itu? Karena emang pada masa itu media-media udah mulai gitu juga. Kita ngecek media-media yang lain kok pada banyak yang mulai paginasi, pada banyak mulai ini. Kalau paginasi kan emang itu... sangat signifikan buat ningkatin traffic, karena emang orang kalau itu mau baca, mereka harus klik terus kan, next next terus. Nah, kita coba meng-trail itu selama 1 atau selama 2 minggu di	PJ 2 KB 1 KB 2 UGC 1 UGC 2	Menjawab sam bil tertawa	

	<p>beberapa kanal, emh... itu kelihatan banget kalau <i>feedback</i> nya negatif. Dari <i>audience</i>. Ya <u>artikel ini page kedua dan ketiganya dibaca, tapi... gak sebanding dengan kedudukan <i>audience</i>. Hipwee kan punya Hipwee <i>community</i>, di Hipwee <i>community</i>, kita bener-bener sebisa mungkin mendengarkan.. aspirasi mereka. Mereka pengennya Hipwee kok bahas ini, Hipwee kenapa gak bahas ini, eh kenapa kok... waktu itu kenapa kok banyak yang nanya, kenapa kok kita bikin paginasi. Nah, dari situ kita bisa ngeliat kalau... ‘oh banyak pembaca yang gak suka’ ‘banyak member kita yang gak suka kalau kita pake kolom paginasi’, ya udah kita hilangkan...ya udah kita balik lagi deh, kita gak usah paginasi lagi. Bahkan sampai sekarang kita gak pake paginasi. Ya sejak itu sih...sejak emang ada masukan dari <i>audience</i>, dari temen-temen <i>community</i>.</u></p>			
P:	Oh iya sih mas. Maksudnya yang next itu kayak tribun itu ya mas? Jadi kalau mau baca <i>full</i> , harus <i>next page</i> , <i>next page</i> gitu.			
R:	Iya. Ada beberapa sih. Tribun.. terus beberapa artikelnnya kompas, iya juga. Dulu sempet... kalau gak salah, kapanlagi dan brillio sempet gitu juga di 2015 2016 awal. Setauku ya, aku lupa media mana lagi gitu. Dulu kan banyak, dan itu lagi ngetrend banget kan waktu itu. Kita trail ternyata <i>user</i> tidak menyetujui... ya udah kita pivot, kita balik lagi, gak usah deh pake paginasi.			
P:	Sekarang itu jumlah pembaca Hipwee tuh berapa ya?			
R:	Pembaca kita... bentar ya aku ngecek dulu hehehe karena aku juga secara angka aku tuh gak begitu ini... gak... apal apal banget dengan angkanya.			
P:	Atau mungkin perkiraan, misalkan satu hari berapa, atau sebulan berapa, gitu.			
R:	<u>Sebulan kita... seingetku ya, sebulan itu kita Januari Februari, itu kita sempet diangkat 35 juta pembaca sih dalam waktu sebulan di masa itu. Nah kalau bisa dibilang, rata-rata kita 20 – 30 juta <i>audience</i> pembaca per bulan.</u>	CJ 1		
P:	Oh... 20 – 30 juta pembaca tiap bulan.			
R:	He'em he'em. Itu aku lupa angka tepatnya. Tapi yang aku inget tuh Januari itu kita sempet menyentuh angka 36, 35 atau 36 juta. Itu aku inget banget. Karena emang ya ini salah satu <i>milestone</i> kita kan waktu itu.			

P:	Untuk melihat traffic bisa cek di alexa.com ya mas?			
R:	Kalau <i>traffic</i> kita pake google analytics sih.			
P:	Oh google analytics.			
R:	He'em. Alexa kan <i>ranking</i> website. Nah, kalau cek <i>traffic</i> , kita pake google analytics.			
P:	Oooh.... jadi untuk mantau traffic pembaca itu pakenya google analytics.			
R:	He'em he'em.			
P:	Kalau untuk <i>ranking</i> website, baru pake alexa gitu ya.			
R:	He'em. Dan itu yang punya akses emh ini sih, temen-temen atas sih, bukan di level editor yang punya akses ke sana.			
P:	Berarti tiap bulan itu bisa ketauan ya mana berita yang paling naik mana yang rata-rata gitu?			
R:	<u>Tiap bulan atau tiap minggu bahkan, di editorial kita selalu ada evaluasi... misalkan bulan ini atau seminggu ini artikel tertinggi kita ini, yang paling rendah ini... kita evaluasi... kita ada <i>meeting</i> kanal tiap bulan juga, kita <i>break down</i> 'oh kenapa artikel ini tinggi, kenapa artikel ini enggak' 'kenapa artikel ini <i>perform</i>, kenapa artikel ini enggak'.. itu selalu kita diskusikan bareng temen-temen di editorial. Nah kalau misalnya ada artikel yang tinggi, gimana caranya kita bisa... menduplikasi jenis konten ini ke dalam tulisan lain. Kalau misalkan ada yang rendah, ini kita liat dulu, rendahnya kenapa, apakah emang gara-gara <i>timing</i> nya artikel ini tayang tidak tepat, atau... emang idenya tidak disukai pembaca, atau ada penyebab lain. Kita coba <i>break down</i> dulu sedetail mungkin, kalau ini udah dan emang ketemu... misalkan ketemunya karena 'oh ini gak disukai pembaca', ya udah, kita gak harus kayak gini lagi, kalau emang ini cuma masalah <i>planning</i>, artikel itu bisa kita <i>repost</i>, atau kita ubah ulang pada waktu yang lain, selama masih <i>relate</i> ya kontennya. Gitu.</u>	PJ 2 PJ 3 PJ 8		
P:	Jadi ada evaluasi yang mingguan, ada yang bulanannya gitu ya mas?			
R:	He'em. Memang kita bikin rutin sih itu.			
P:	Apakah Hipwee selalu mengalami kenaikan pembaca sejauh ini, mas?			
R:	<u>Kalau selalu mah enggak, tetep akan ada bulan-bulan yang... kayak kita <i>stuck</i> atau bahkan turun. Terutama di awal-awal tahun, entah kenapa ya <i>trend</i> nya gitu, di awal tahun tuh</u>	MO 2	Menjawsb sambil	

	<p>emang kita pernah ngalamin yang <i>audience</i> kita turun, karena apa penyebabnya bisa beragam ya, ada yang karena waktu itu sosial media kita lagi turun, ada yang penyebabnya karena waktu itu server kita yang bermasalah, atau misalkan karena internet.. waktu itu kalau gak salah, salah satu <i>provider</i> pernah mati selama beberapa hari. Nah itu kan juga ngaruh terhadap <i>traffic</i>. Jadi ya kita gak bisa meng-<i>claim</i> kalau kita terus naik. Setiap bulan naik naik, enggak. Tetep akan ada turunnya, cuma ya penyebabnya bisa beragam sih. Kayak setauku terakhir, yang terakhir turun itu... yang turun banget tuh kapan ya. Emh... tahun lalu dibulan puasa. Ramadhan tahun kemarin. Dari dari kita asumsinya adalah karena emang waktu itu kita bikin banyak banget konten... Jadi asumsi kita adalah, kita terlalu banyak bikin konten itu. Sehingga gak kebaca, maksudnya peminatnya sedikit.</p>		teratwa	
P:	Jika terjadi penurunan seperti itu, apa yang dilakukan sama redaksi Hipweenya?			
R:	Yang jelas kita evaluasi konten sih. Itu pasti. Kita cari penyebabnya apa dulu, apakah kontennya, ataukah karena emang ada faktor eksternal yang bikin turun, apakah kah emang karena faktor internal yang sifatnya teknis. Kayak server, terus kita waktu itu sempat rebrand, mengganti tampilan Hipwee. Itu kan jelas berpengaruh. Waktu kita ganti tampilan Hipwee tuh sempet ada error beberapa hari, website kita gak bisa dibuka, nah itu kan jelas mempengaruhi traffic ya. Jadi ya emang beneran kita evaluasi dulu penyebabnya apa. Kalau udah ketemu, baru kita ambil tindakannya. Kalau misalkan yang jadi penyebab adalah konten, kitadi editorial akan nyari, oh konten ini gak berhasil, ya udah gak kita buat lagi. Konten yang berhasil apa, kita coba publikasi, sembari kita nyoba bikin jenis-jenis konten baru, dan pengembangan kanal. Gitu kurang lebih gitu sih.			
P:	Mas Rozy, apa sih kelebihan Hipwee? Sebagai berita <i>onlinenya</i> anak muda. Maksud aku kan yang menyasar anak muda ini sebetulnya banyak. Apa sih yang menjadi kelebihanannya Hipwee?			
R:	<u>Aku bisa bilang kalau salah satu hal yang patut dibanggakan oleh Hipwee itu... timnya. Maksudnya, secara <i>human resources</i> nya. Aku mengenal beberapa orang ya, karena udah lama juga sih kan di media. Aku mengenal beberapa orang dan... mereka punya potensi tinggi di Hipwee ya. Di Hipwee mereka punya potensi tinggi dan mereka beneran bisa</u>	PJ 5 PJ 6		

	<p>mengembangkan dirinya. Secara ide, secara kreatifitas, secara penulisan, secara kepekaan mereka terhadap emh kebutuhan <i>audience</i>. Aku berani bilang kalau apa yang membedakan, satu, orangnya <i>human resources</i> nya, gimana cara kita nyeleksi orang dan gimana cara kita meningkatkan kualitas orangnya. Lalu kedua, yang membedakan dan menurutku patut dibanggakan adalah kepekaan... kamu selaku tim di Hipwee, mau itu editorial, tim sosial media, tim finansial, tim grafik, segala macam, semua tim di Hipwee, itu kita udah terbiasa... melihat sesuatu berdasarkan kepekaan anak muda. Jadi asumsiya adalah kayak waktu kita pernah bikin <i>campaign</i> waktu 17an, aku lupa tahun berapa, itu banyak media yang emang ngangkat <i>campaign</i> kemerdekaan tapi fokusnya adalah ya udah kita kita ini saat kemerdekaan 17 agustusan kita harus <i>happy happy</i> dan kita harus yang positif positif aja di hari ini. Tapi ada juga banyak media, bahkan bukan media sih. Banyak banget temen-temen anak muda di media sosialnya, mereka menyuarakan kalau Indonesia ini merdeka. Ya. Tapi, masih banyak yang perlu diperbaiki. Contoh, sistem pendidikan, sistem kesehatan, terus kemerdekaan dan kebebasan berekspresi, itu banyak banget waktu itu temen-temen yang... mengubah konten itu. Dari situ, karena kepekaan kita udah terlatih ya, dari situ kita bikin <i>campaign</i> Merdeka Tapi. Menurutmu Indonesia ini merdeka, iya. Tapi apa nih. Dan itu sebenarnya kan kalau kita bikin ini <i>campaign</i> yang serius, bisa aja ya. Kayak beberapa media yang emang fokusnya <i>news related</i>, itu mereka bikin kayak... ya Indonesia merdeka tapi kasus HAM masih banyak, merdeka tapi ketimpangan ekonomi masih banyak. Tapi di Hipwee kita bisa bikin merdeka tapi ini lebih sesuai dengan anak muda. Contoh waktu itu, salah satu <i>user</i> kita, kita kan bikin ini sebagai <i>campaign</i> di GC. Ada yang nulis, merdeka tapi mau ngelamar anak orang masih ditanyain kerja, masih ditanyain punya rumah atau enggak, merdeka tapi mau lulus aja mesti nunggu 3 bulan buat ketemu dosen pembimbing. Ya itu kan memberikan saran yang.. apa ya... ya, anak muda banget.</p>	PJ 7		
P:	Iyaa.. Oh begitu ya mas..			
R:	Topiknya, berat, merdeka, soal kebebasan kita... kebebasan Indonesia. Cuma kita dari Hipwee secara kepekaan kita mengolah konten, kita bisa ngebikin itu sebagai konten yang ringan dan bener-bener dekat dengan anak muda. Itu sih yang menurutku sangat			

	membedakan secara fundamental ya itu bisa membedakan hipwee dengan media media lain yang sejenis.			
P:	Nah kalau menurut Mas Rozy, kekurangannya apa nih mas dari Hipwee?			
R:	Emh... banyak. Banyak. Tapi aku nyebutin salah satu aja ya. Yang menurutku paling kurang.. ini nih.. <u>Aku gak tau di divisi lain, karena divisiku kan editorial. Kekurangan di editorial Hipwee adalah seiring dengan perkembangan waktu, hal-hal di sekeliling kita itu pasti berubah. Nah ini yang perlu kita... di Hipwee, di tim editorial ini yang perlu kita asah lagi. Kayak... kedepannya, kedepannya kita mau bikin apa segala macam. Salah satu hal yang menurutku bisa dilakukan, tapi gak bisa dilakukan sekarang adalah kita bikin kenapa gak nyoba kanal... teknologi misalkan gadget. Pernah... aku pernah mengusulkan itu dan dari.. managerial bilang kalau ya boleh ada, tapi kita belum punya <i>resources</i> nya nih, siapa yang ngerti gadget yang beneran ngerti. Karena kita gak mungkin setengah-setengah kan kalau kita bikin sesuatu, kita harus beneran... dia paham, ya udah kita serahin. Nah sementara kita belum punya orang yang ngerti itu. <u>Jadi kalau dibilang apa sih kekurangannya, ya itu, kekurangan kita kekurangan personel yang bisa melengkapi Hipwee sih sejauh ini ya yang ku tahu. Sama ini, pengembangan kanal. Kita terbatas. Kita harus bener-bener kreatif dalam cara upaya kita untuk mengembangkan konten. Karena lingkup kita adalah anak muda, <i>audience</i> kita adalah anak muda, milenial dan gen Z... semua ide kita harus berputar disana. Nah yang jadi masalah, beberapa personel seperti saya contohnya, itu usianya sudah tidak muda lagi.</u></u>	PJ 1		
P:	Hehehehe masa sih mas? Kok gak keliatan hehe			
R:	Ya. Maksudnya kan, gak tidak gak dekat lagi dengan isu-isu anak muda sekarang. <u>Hidup dunianya sudah berbeda. Kayak aku dari masuk Hipwee, dari jaman baru lulus kuliah, masih belum punya banyak pengalaman, sampe sekarang udah nikah dan punya anak, itu kan bener-bener dunia yang sangat berbeda ya. Dari sudut pandang, sudut pandangnya juga berbeda gitu kan. Ini yang menurutku di Hipwee ini yang perlu beneran diperhatikan. Bisa jadi yang dilakukan adalah regenerasi konten, regenerasi pola pikir, karena emang kita terus harus ngikutin apa yang ada di eranya anak muda jaman sekarang kan. <u>Bahkan kalau</u></u>	KB 1		

	<p>sekarang eranya tiktok nih, banyak anak muda yang fokus di sosial medianya tiktok. Tapi di Hipwee sendiri, gak banyak temen-temen yang ngerti, gak usah ngerti deh, bahkan pake tiktok. Itu kan menurutku salah satu kekurangan yang perlu kita benahi. Jadi ya <i>resource</i> Hipwee ini memang beneran butuh dimudahkan lagi. Caranya gimana ya, bisa jadi peremajaan konten, bisa jadi peremajaan asupan bacaan, asupan trend yang sesuai dengan anak muda. Makanya kita beberapa kali tiap bulan bahkan, tiap periode kita bikin <i>meet up</i> di Hipwee <i>community</i>. Kita juga ada program magang dimana kita bisa lebih dekat lagi nih anak magang kita. Kan anak yang emang masih hidup di bangku kuliah, karena mereka masih kuliah, berarti perspektif mereka masih perspektif anak muda. Itu yang beneran kita coba untuk gali ‘eh kalau misalkan aku bikin konten gini dianak muda gimana?’ ‘kamu sebagai anak muda setuju gak kalau misalkan kita bikin kontennya seperti ini’. Itu kita di Hipwee emang beneran sangat ada hubungan baik antara kita di tim editorial dengan mahasiswa-mahasiswa lain. Itu salah satu yang sekarang, yang bahkan sering banget kita coba, supaya kita bisa berpikiran sesuai dengan anak muda jaman sekarang.</p>	UGC 2 CJ 1		
P:	Oh... jadi biar tetep <i>update</i> gitu ya mas?			
R:	Iyaa.. dengan jamannya. Meskipun secara usia berbeda, tapi kan pikiran harus tetep muda ya.			
P:	Setuju mas. Jadi permasalahannya sekarang itu ya mas? Maksudnya butuh banget buat regenerasi konten, sama peremajaan kanal itu ya?			
R:	He'em he'em.			
P:	Jadi paling sementara ini buat menanggulangi permasalahannya itu tadi, kayak tanya-tanya Hipwee <i>community</i> atau yang program magang anak muda itu?			
R:	He'em.			
P:	Nah aku jadi mau nanya lebih lanjut nih mas. Jadi menurut mas itu, tentang Hipwee <i>community</i> ini gimana? Menurut mas sebagai <i>in-house</i> ya, gitu			
R:	Ya dari awal aku masuk Hipwee, aku melihat salah satu yang membedakan Hipwee dengan media lain ya <i>community</i> nya. Temen-temen komunitasnya. Di media lain, iya, secara angka <i>in-house</i> , terus secara konten mereka yang mereka tawarkan itu emang tinggi. Emang lebih	PU 1 PU 2	Menjawab sambil tertawa	

	<p><u>banyak yang lebih bagus bahkan. Secara angka daripada Hipwee. Cuman, mereka tidak punya kedekatan baik secara fisik ataupun emosional kepada pembacanya. Nah di Hipwee kita punya wadahnya, yaitu di Hipwee <i>community</i>. Makanya waktu beberapa kali aku pernah diminta temen-temen, sebelum masa corona dan covid dan PSBB ini, beberapa kali aku pernah diminta temen-temen <i>community</i> untuk ngisi kelas, apa namanya, mereka bikin kayak kelas <i>online</i>, kelas menulis kah, atau Hipwee <i>meet up</i>, waktu itu acaranya. Aku beberapa kali pernah diminta ngisi disitu. Nah aku sangat <i>impress</i> dengan <i>community</i> nya Hipwee karena mereka punya <i>resource</i> yang bagus. Maksudnya mereka punya pemikiran mereka banyak yang kritis, terus dari temen-temen <i>community</i> juga banyak kok temen-temen <i>community</i> yang pada akhirnya bisa nulis dan mengeluarkan bukunya sendiri, menerbitkan bukunya sendiri. Terus, kita jadi sama-sama belajar gitu. Temen-temen <i>community</i> belajar ke Hipwee gimana sih cara nulis yang baik dan peka terhadap kebutuhan anak muda, di Hipwee sendiri kita belajar apa sih yang kalian butuhin sebenarnya. Dari situ kita bisa mengembangin kanal, ngembangin konten, ngembangin <i>ideation</i>, ngembangin <i>campaign</i>, ngembangin program-program Hipwee. Jadi bisa dibilang, kalau Hipwee dan Hipwee <i>community</i> itu 2 hal yang gak bisa dipisahkan sih sejauh ini.</u></p>	<p>PU 3 PU 4</p>		
P:	Jadi emang sejalan gitu ya mas?			
R:	He'em he'em.			
P:	Mas, jadi kan <i>Hipwee Community</i> itu bisa dibilang jurnalis warga ya, maksudnya <i>citizen journalist</i> . Nah kalau menurut mas sendiri itu, apa sih <i>citizen journalism</i> itu menurut mas sebagai jurnalis?			
R:	<p><u>Aku pribadi mengartikan jurnalis, atau <i>citizen journalism</i> sebagai ya pemberitaan jurnalis, produk jurnalistik yang emang diproduksi mereka sebagai <i>citizen</i>, sebagai warga.. Menurut ku ini sangat bagus... misalkan ada kasus seperti pemilu atau pernikahan unik di daerah Salatiga misalkan, ini contoh aja ya.. Ada pernikahan unik, konsepnya unik menarik di daerah Salatiga, sementara <i>Hipwee</i> tidak ada, tidak punya <i>resource</i> ke sana, kita tidak punya orang yang ada di Salatiga, atau bisa kita kirim ke Salatiga untuk ngeliput. Nah temen-temen dari <i>community</i>, tempat temen-temen <i>citizen journalist</i> itu mereka bisa mengulik itu, sesuai</u></p>	<p>CJ 1 CJ 2 CJ 4 CJ 6 CJ 8</p>		

<p><u>dengan adat mereka, pokoknya sesuai dengan letak geografis mereka yang lebih lokal, karena lebih lokal, kontennya pasti akan lebih ngena dan punya kedekatan dengan antara mereka yang bikin konten dan konten yang dibuat, itu ada kedekatannya, ada relasinya.. Mereka punya ikatan yang kuat gitu lho antara yang bikin konten dengan apa yang dibikin itu.. Nah dari situ aku melihat itu sebagai hal yang positif.. Bisa ya, karena kita kan saling melengkapi gitu lho, kalau untuk yang skalanya nasional atau regional yang pas ada konten, pas temen-temen <i>Hipwee</i> kita bisa langsung datengin ke sana, ya kita bikin sendiri.. Tapi kalau misalkan daerahnya jauh yang kita gak bisa akses sendiri, temen-temen <i>community</i> ini bener-bener serasa bisa saling melengkapi gitu. Cuman aku gak tau di media lain ya, tapi kalau di <i>Hipwee</i> beruntungnya kita punya temen-temen komunitas yang emang hobinya menulis, ngerti apa cara penulisan dan Arin sebagai <i>community manager</i> juga ada Flo dan Aan itu bisa sangat membantu temen-temen komunitas untuk saling bantu pengerjaan kontennya, ngecek apakah konten ini layak terbit atau nggak, kesalahan mereka di mana, kalau kemarin udah ngobrol sama Arin, kita punya apa ya, <i>flow</i> yang bisa dibilang cukup edukatif untuk temen-temen komunitas.. Ketika kamu <i>submit</i> artikel, <i>submit</i> konten akan masuk ke tahap <i>review</i>.. Di tahap <i>review</i> ini, kita punya moderator yang tugasnya memoderasi konten ini, apakah konten ini layak tayang atau tidak.. Kalau layak tayang, dengan revisi apa, apa yang kita revisi, terus kalau misalkan gak layak tayang, kenapa ini tidak bisa kita tayangkan.. Itu kita jelaskan ke, kita kirim email dan kita jelaskan ke temen-temen komunitas, jadi mereka bisa belajar, "oh artikel ini gak tayang karena ini", misalkan karena mereka menyelipkan backlink atau menyelipkan produk yang tidak sesuai dengan <i>guidelines Hipwee</i>, misalkan gak sesuai dengan standar komunitas kita.. Misalkan lagi di beberapa kasus masih banyak temen-temen <i>community</i> yang cara penulisannya kurang runtut atau mungkin dari segi ide bagus tapi dari segi eksekusi masih banyak tidak sesuai dengan kepekaan norma sosial.. misalkan nulis yang tentang yang berbau seksual, terus menulis soal konten-konten yang melanggar hukum, itu kan kita gak bisa menerbitkan... Kita beri <i>feedback</i> ke mereka, "kontenmu gak kami terbitkan karena ini, kalau emang masih atau kalau emang ingin menerbitkan konten di <i>Hipwee</i>, kamu bisa melakukan ini ini", selalu ada</u></p>	KB 1		
--	------	--	--

	<p><u>revisinya di situ.. Itu aku yang salut dari temen-temen <i>community</i> sih, dari temen-temennya <i>Hipwee</i> yang memang temen-temen <i>community</i> aku bener-bener salut sama mereka karena ini sudah kita lakukan dari dulu, kita sudah membentuk karakter komunitas kita.. Jadi ya tugas yang berat ini untuk membimbing satu per satu, karena harus ngasih <i>feedback</i> 1-1 tiap artikel yang di-<i>submit</i>.. Ini sudah dijalankan dengan baik, jadi ya apa yang ditayangkan di <i>Hipwee</i> dan artikel <i>community</i> yang ditayangkan di <i>Hipwee</i> bisa dibilang memenuhi standar dari editorial sih.. Gak jauh beda lah standarnya dengan editorial..</u></p>	KB 2 PA 1		
P:	Oh jadi menurut mas standar penulisannya itu udah hampir sama dengan jurnalis pro gitu, maksudnya kan...			
R:	He em.. Tapi kalau dari segi teknis ke penulisan tentu akan ada bedanya, maksudnya kan dari pengalaman ya... temen-temen <i>community</i> kan emang banyak yang, bahkan baru mulai menulis ketika mereka menemukan <i>Hipwee Community</i> . Nah memang pengalamannya masih minim, ya. Kalau dari segi teknis memang banyak yang masih belum sesuai standar, cuman kalau dari segi ide, pengembangan konten yang selama ini berjalan, aku ngerasa mereka cukup bagus dan standar mereka.. ya tetep gak bisa disamakan dengan yang sudah berpengalaman ya.. tapi mereka punya modal yang bagus kalau mereka emang pengen go pro, emang pengen beneran jadi jurnalis atau pengen beneran jadi penulis buku... Ikut pelatihan temen-temen dari <i>Hipwee Community</i> itu bisa jadi modal yang sangat bagus sih kalau menurutku ya...			
P:	Jadi udah punya <i>basic</i> -nya gitu ya mas?			
R:	He em, he em..			
P:	Jadi menurut mas apakah dengan adanya jurnalis warga ini, maksudnya <i>citizen journalism</i> ini akhirnya membantu pekerjaan dari <i>in-house</i> gitu?			
R:	Ya, itu bisa banget.. <u>Bisa sangat sangat membantu, aku hanya membicarakan ini dari konteks <i>Hipwee Community</i> ya...</u> Kalau konten <i>citizen journalism</i> yang ada di luar, maksudnya di luar media <i>Hipwee</i> , aku kurang tau, bahkan mungkin aku bisa bilang kalau aku gak begitu mengikuti.. karena emang perkembangannya pesat banget kan <i>citizen journalism</i> jaman sekarang... <u>Tapi kalau yang di <i>Hipwee</i> aku bisa bilang kalau ini bener-</u>	UGC 1	Menjawab sambil mengangguk	

	<u>bener membantu temen-temen <i>in-house</i> sih.. Pertama yang seperti yang aku sebutkan tadi, kita gak bisa liputan langsung atau ada orang-orang yang bisa kita bawa ke sana, dari <i>citizen journalism community</i>, kita bisa dapet konten itu... Kedua kalau misalkan kita mau bikin konten soal adat pernikahan di Manokwari misalkan, aku ngasal aja ini.. atau mungkin adat pernikahan di Makassar, di adat Bugis gimana... Karena kita bisa jadi penulis bukan orang Bugis, bukan orang Makassar, tapi karena kita punya komunitas di sana, kita bisa tanya-tanya.. ada kedekatan informasi dengan, antara mereka dan budayanya gitu lho... Jadi ya, ini <u>bener-bener tau <i>Hipwee Community</i> sekarang, aku ngeliatnya <i>bener-bener mutualisme</i> sih, sama-sama menguntungkan dari di kitanya sendiri terbantu, dari temen-temen <i>community</i>-nya sendiri juga terbantu...</u></u>	KB 2		
P:	Jadi cukup membantu untuk penulisan konten dan mengisi konten di kanal-kanalnya <i>Hipwee</i> ya mas?			
R:	Ya betul..			
P:	Nah berarti kan kalau menurut mas secara kualitas mungkin masih ada yang belum standar, tapi mungkin sudah ada sedikit yang... oke lah gitu.. Nah kalau secara kuantitas gitu, menurut mas gimana ya? Penulisan <i>citizen journalism</i> ini?			
R:	Ehm, kuantitas.. aku kurang tau sih maksudnya.. <u>kalau dari yang <i>submit</i> di temen-temen <i>community</i> aku kurang tau karena aku gak pegang datanya langsung, cuman sejauh ini yang ku tau.. udah lumayan banyak sih sehari... Karena setahuku ya, kita punya limit,sehari kita <u>nayangin berapa artikel untuk temen-temen <i>Hipwee Community</i>.. Nah faktanya, sehari itu kita pasti bisa naikin artikel segitu, jumlahnya segitu.. Berarti kan emang banyak konten, secara kuantitas yang masuk...</u></u>	CJ 1 PU 1 KB 1		
P:	Oh ya mas.. kelebihan jurnalis warga ini kan mereka punya kedekatan dengan kontennya.. Kalau kekurangannya itu selain penulisan, apa lagi ya mas?			
R:	Kekurangannya selain kualitas, aku kurang tau juga sih secara lengkap ya, tapi karena emang gak pegang langsung... Cuman setahuku temen-temen <i>community</i> ini ya kurang pengalaman sih, itu aja... <u>Yang aku bilang tadi, banyak yang baru mulai menulis ketika kenal <i>Hipwee Community</i>, banyak yang <i>background</i>-nya bahkan bukan pendidikan bahasa, bukan</u>	UGC 1		

	<p>pendidikan jurnalis. Ada temen-temen yang kemarin waktu di Solo tuh, waktu kita beberapa tahun yang lalu waktu ada <i>Hipwee Meetup</i>, ada temen-temen <i>community</i> yang <i>background</i>-nya adalah jurusannya perikanan tapi pengen nulis soal <i>showbiz</i>, pengen nulis soal hiburan yang hubungannya dengan artis-artis gitu... Dia pengen beneran terjun ke industri media dan bisa ngewawancarai artis misalkan.. waktu itu ada kok yang kayak gitu.. Ya karena <i>background</i> mereka tidak selalu <i>inline</i> dengan jurnalisme, jadi ya mereka masih butuh waktu biar tulisan mereka bisa ngena sesuai dengan standar, baik itu dari standar <i>Hipwee</i> atau pun standar jurnalisme secara umum..</p>	MO 2		
P:	Ohh gitu.. Mas, jadi emang konten di <i>Hipwee</i> ini tuh terdiri dari konten <i>in-house</i> sama konten jurnalis warga gitu, maksudnya <i>citizen journalism</i> ... Ini komposisinya kayak gimana sih mas? Komposisi jumlah artikel yang tayang...			
R:	Hmm aku gak tau ya pertimbangannya apa, tapi tetep pada saat ini tetep banyakan artikel <i>in-house</i> daripada artikel <i>community</i> ..			
P:	Hmm, jadi emang mungkin proporsinya?			
R:	<p><u>Nah, proporsi tepatnya aku kurang tau juga sih, soalnya aku gak ikut membagi ya waktu itu, antara temen-temen <i>in-house</i> sama temen-temen <i>community</i>, tapi salah satu yang bisa kita, yang bisa aku bilang adalah kenapa kita tetep memperbanyak artikel <i>in-house</i>? ya karena untuk menjaga pembaca kita, maksudnya pembaca kita terbiasa dengan artikel-artikel <i>in-house</i> dengan kualitas seperti itu kita gak pengen audiens <i>ter-distract</i> dengan konten yang sebenarnya bagus. Tapi kan setahuku sejauh ini ya temen-temen <i>community</i> itu memilih tema untuk ditulis itu masih banyak yang temanya adalah seputar hubungan, seputar motivasi, yaa seputar 2 tema besar itu lah.. Ya alasannya ya karena temen-temen <i>community</i> kita adalah temen-temen yang usianya muda, jadi ya emang itu yang dekat dengan mereka, ya itu yang mereka tulis... Jadi ya karena kontennya banyak yang seperti itu, jadi kita putuskan kita tetep butuh konten <i>in-house</i> yang banyak...</u></p>	PA 1 PA 2 PA 3 PA 4		
P:	Ohh jadi tujuannya tuh emang buat menjaga kualitas dari tulisan itu sendiri ya mas?			
R:	He em..			
P:	Oh.. Menurut mas sendiri terhadap kolaborasi antara jurnalis warga, eh <i>citizen journalist</i>			

	Kalau dari ini ya, kalau dari apa namanya, gambaran secara luasnya, gitu...			
P:	Kalau di <i>Hipwee</i> sendiri gimana mas?			
R:	<p><u>Kalau di <i>Hipwee</i> sendiri, seperti yang aku bilang tadi kan, kita, audiens kita temen-temen <i>community</i> itu memang kita <i>encourage</i> untuk menulis apa yang sebenarnya dekat dengan mereka, dan kita beberapa kali bikin <i>campaign</i> kan soal apa yang dekat dengan mereka.. Nah beruntungnya di <i>Hipwee Community</i>, gak banyak temen-temen <i>community</i> yang nulis soal hal-hal <i>up to date</i>, maksudnya yang ada di dekat mereka, contohnya kayak gak banyak temen-temen <i>community</i> yang nulis soal kasus pertambahan kasus <i>Covid</i> di daerah mereka atau gak banyak temen-temen <i>community</i> yang nulis soal di daerah A ada kasus apa, tapi karena <i>Hipwee</i> adalah media yang berbasis <i>style</i> anak muda.. jatuhnya temen-temen <i>community</i> banyak yang menulis soal topik-topik yang berbau hubungan, motivasi, hiburan, <i>tips</i>, yang emang sesuai dengan kanalnya <i>Hipwee</i>, dan emang pembaca <i>Hipwee</i> kan kita banyaknya dari kanal-kanal itu ya.. Jadi ya banyak pembaca <i>Hipwee</i> yang emang kalau pengen nulis di komunitas itu nulisnya soal itu.. Nah kalau nulisnya soal hubungan, terus motivasi, segala macam, itu kan asalnya dari dalam diri mereka sendiri.. apa yang mereka alami, pengalaman mereka seperti ini, ya mereka tuliskan sebagai buah tulisan mereka... Kalau ini kan kualitas dan kebenarannya lebih mudah untuk dijaga daripada kalau kalau temen-temen <i>community</i> nulis soal kasus A dari kota A misalkan.. ada kasus di kota A, ada apa di kota A, itu kan lebih susah kita <i>crosscheck</i>-nya.. Ya beruntungnya temen-temen <i>community</i> gak kayak gitu sih, gak banyak tulisan seperti itu..</u></p>	UGC 2 CJ 1 KB 1 PU 1 PU 3 PA 1 PA 2 PA 4		
P:	Ohh jadi emang kebanyakan tuh emang <i>tips</i> dan hubungan gitu yang masih bisa di- <i>crosscheck</i> -nya masih lebih gampang gitu ya mas?			
R:	He em, bener bener bener...			
P:	Oke.. ini <i>intermezzo</i> dikit ya mas nanyanya.. Ada rasa tersaingi gak sih?			
R:	Dari temen-temen <i>community</i> ?			
P:	Iya maksudnya dengan tim <i>community</i> gitu, maksudnya sebagai jurnalis profesional gitu, ada gak sih mas?			
R:	Waktu dulu masih awal-awal jadi penulis.. sangat sih, sangat merasa tersaingi karena waktu			

	<p>itu aku dibayar, pekerjaanku untuk menulis konten, tapi kenapa outputnya lebih bagus, waktu itu ya, waktu awal-awal.. <i>output</i>-nya lebih bagus mereka daripada aku... Ya bisa jadi karena aku minim pengalaman kalau atau temen-temen <i>community</i> yang nulis itu kebetulan emang sudah berpengalaman, bisa jadi kayak gitu.. Ada kok dulu salah satu temen <i>community</i> yang aku beneran banyak belajar dari dia waktu awal masuk <i>Hipwee</i>, waktu awal masuk dunia kepenulisan.. Jatuhnya ya memang, "ih kok dia lebih bagus", gitu.. waktu awalnya gitu, cuman seiring berjalannya waktu, ya karena nambah pengalaman juga, pikirannya bukan merasa tersaingi, tapi lebih ke apa yang bisa kita ambil dari dia, maksudnya apa yang bisa kita tangkap dari temen-temen <i>community</i>, dan apa yang bisa kita berikan ke temen-temen <i>community</i>... Perspektifnya jadi berubah, kalau dulu aku merasa tersaingi, sekarang jadi <i>give or take</i>-nya apa sih mereka bisa ngasih kita, misalkan kayak tadi ku bilang perspektif baru yang lebih anak muda dari suatu kasus atau misalkan mereka bisa ngasih <i>insight</i> ke kita soal waktu kelas menulis <i>online</i> mereka nanya, "mas kenapa <i>Hipwee</i> bikin konten seperti ini", dan, "kenapa gak dibikin seperti ini aja", itu kan ada <i>insight</i> baru dari temen-temen <i>community</i>... Itu kita bisa terima dengan bagus, nah kita bisa ngasih apa ke temen-temen <i>community</i>, ya kita bisa ngasih misalkan lewat kepelatihan apa, pelatihan penulisan atau <i>brainstorming ideas</i> dari temen-temen <i>community</i>, itu kalau di <i>Hipwee</i>, aku ngerasa ini sangat mutualisme sekali ya, saat ini, ya meskipun dulu tetep, tetep ngerasa tersaingi sih dulu</p>			
P:	Jadi emang mereka terlibat untuk ngasih <i>insight-insight</i> baru gitu ya mas?			
R:	<p>He em, nah seingetku tiap bulan kita selalu ada <i>meeting</i> ehm, <i>cross</i> divisi, <i>sales</i>... eh tiap minggu bahkan.. <i>Sales</i> terus temen-temen <i>community</i>, temen-temen <i>social media</i>, temen-temen editorial, kita bikin <i>meeting</i> itu, kita ngebahas beberapa kali kita ngebahas soal, "eh dari temen-temen sosmed ada nih pembaca kita yang komentarnya ini ini, bisa gak sih kita bikin ini", dari temen-temen <i>community</i> mereka bilang, "eh audiens kita dari anak-anak <i>community</i> banyak yang minta <i>Hipwee</i> bikin ini lho, bisa gak?", itu bener-bener membantu sih dari segi kreativitas, dari segi kita gimana caranya ngambil sudut pandang yang lebih anak mudaan, sama lebih mengasah kepekaan, makin mengasah kepekaan kita terhadap apa</p>		Menjawab sambil mengangguk	

	yang butuhkan anak muda sekarang..			
P:	Nah tadi kan kata mas itu, pembagiannya kan masih banyak di <i>in-house</i> .. tapi sebetulnya komunitas tuh dikasih kesempatan untuk milih topiknya gak sih mas?			
R:	<u>He em, kalau dikasih kesempatan, kita bebas sih.. Kita membebaskan setahuku di <i>community</i> kita membebaskan mereka menulis apa asal sesuai dengan <i>guidelines Hipwee</i>, kalau gak salah <i>guidelines</i>-nya simpel kok, kita gak usah nulis soal SARA, kita juga tidak boleh menulis yang ada hubungannya dengan afiliasi partai politik tertentu... tidak diizinkan sama negara, sama apa lagi ya, sama nulis yang emang isi artikelnya <i>hate speech</i>, itu kita gak boleh, setahuku cuman itu... <u>Selebihnya, temen-temen <i>community</i> bisa <i>explore ideas</i> segila mereka, se bebas mereka, yang mereka bisa tuliskan.. cuman pada akhirnya akan ada moderator yang menyortir, "eh tulisanmu boleh tayang asal ditambahin ini", "eh tulisanmu asal ini gak usah ya, kita <i>take out</i> karena segini", jatuhnya kan itu, cuman sepengetahuanku, moderator tidak punya hak untuk mengedit total tulisan, mereka cuma punya hak untuk ngasih <i>feedback</i> aja ke temen-temen penulis.. Jadi kalau misalnya kontributor menerima dan oke, "ih masukannya bagus, tak revisi dulu ya, nanti bisa kalian tayangin <i>its fine</i>", kalau misalkan mereka nangkapnya dengan, "kenapa kamu gak pengen, gak bisa nerbitin tulisanku as it is gitu lho", maksudnya kayak, "ya ini karyaku, ini tulisanku, ya udah terbitin aja, suka-suka aku dong mau nulis kayak gimana", ya kalau itu gak sesuai dengan <i>guidelines community</i> kita, ya tetep kita gak bisa, kita akan bilang kalau kita gak bisa menerbitkan ini karena ini sih, gitu...</u></u>	PU 1 PU 2 PU 3 PU 4		
P:	Mas kalau ini ada dampaknya gak sih ehm, untuk <i>in-house</i> , karena mereka bisa milih segala topik gitu... Dampak buat <i>in-house</i> gitu, jadi misalkan kata mas akhirnya banyak yang nulis tentang <i>relationship</i> dan <i>tips</i> , maksudnya dari anggota <i>Hipwee Community</i> -nya.. Terus akhirnya jadinya malah <i>in-house</i> , ya udah gak usah nulis topik itu karena udah pasti, udah pasti ada <i>resource</i> -nya gitu... Jadi <i>in-house</i> akan nulis topik yang lain gitu, kayak gitu gak sih mas?			
R:	Setahuku sekarang ini khususnya untuk artikel hubungan, karena emang kuantitasnya banyak dari komunitas, kita yang di <i>in-house</i> jadi mengurangi artikel hubungan, emang			

	<p>mengurangi, emang dengan intensi kita mengurangi karena banyaknya dari <i>community</i>... Cuma kalau dulu aku sebagai penulis dan editor, aku menganggap ide-ide temen-temen <i>community</i> ini, artikelnya temen-temen <i>community</i> ini sebagai ladang ide sih... Kayak bukan malah, "eh kita gak usah ngurangin artikel ini", atau malah kita gak usah nulis artikel ini" tapi kita kan bisa lihat, "oh artikel temen-temen <i>community</i> yang ini, itu berhasil". Dari situ aku selalu bikin catatan kayak, artikel dengan judul ini berhasil, isinya soal ini ini, bisa gak aku nyari sudut pandang lain, atau sudut pandangnya sama gak apa-apa, tapi konteks dan isinya entah kita lebih fokusin lagi atau bahkan kita lebarkan lagi.. Itu malah bisa jadi ladang ide sih kalau aku dulu nganggepnya, bukan malah <i>discourage</i> temen-temen <i>in-house</i>, ya udah kalau mereka ada, kita gak usah nulis itu, tapi malah.. ya kalau mereka bisa, kenapa kita gak bisa nulis yang kayak gitu juga, tapi sudut pandang yang lain yang emang lebih sesuai dengan kita sendiri sebagai yang nulis gitu. aku sih gitu...</p>			
P:	<p>Oh oke. Jadi bisa dibilang ini tuh kayak strategi untuk ngembangin konten ya mas, yang melibatkan dari <i>Hipwee Community</i>?</p>			
R:	<p>Hmm gak gitu juga sih, karena ini <i>unintentional</i> dan tidak semua melakukan ini, maksudnya tidak semua penulis atau editor melakukan ini... Pertama karena emang temen-temen <i>community</i> tuh gak banyak kanalnya gitu lho, yang mereka tulis sejauh ini cuma hubungan, motivasi, <i>tips</i>, atau beberapa kali nulis soal <i>showbiz</i>, dan hiburan, ya udah itu aja.. Selebihnya temen-temen <i>community</i> gak explore kanal lain, oh sama travel beberapa kali.. Selebihnya temen-temen <i>community</i> gak mengeksplor kanal-kanal lain.. Jadi ya gak bisa dibilang ini salah satu cara pengembangan ide tapi aku secara pribadi, dan temen-temen <i>in-house</i> gak semua ngambil atau melihat ide dari temen-temen <i>community</i>.. Ini tergantung personalnya masing-masing sih, tapi kalau aku pribadi, ini secara perusahaan, secara <i>Hipwee</i>, secara media, kita tidak meng-<i>encourage</i> apa ya, gak ada kewajiban untuk, "lu liatin nih artikel <i>community</i> ini ini bisa, kenapa lu nggak", kita gak ada kayak gitu.. Yang kita lakukan adalah ya itu tadi, dari waktu kita ikut kelas menulis, waktu kita ngisi kelas menulis, waktu kita apa namanya, ngobrol dengan temen-temen dari <i>community manager</i>, <i>community associate</i>, kita ngobrol terus kita baca-baca juga beberapa artikel <i>community</i></p>			

	<p>waktu yang sekarang lagi naik, kita bisa discuss untuk, "ini bisa dibawa ke mana ya", pada akhirnya ini akan balik lagi ke simbiosis mutualisme tadi, kita di <i>in-house</i>, kita bisa belajar dari temen-temen <i>community</i> dan temen-temen <i>community</i> yang nulis itu tadi bisa belajar dari kita, "eh kenapa gak artikelmu dikembangkan ke gini, kenapa gak artikelmu dibikin judulnya seperti ini aja", atau sesimpel dan seteknis, "pemilihan gambarmu, kamu carinya di sini aja, kamu bikin gambarnya seperti ini aja", itu kan sebenarnya hal-hal simpel yang gak bisa dipelajari secara teknis tapi butuh pengalaman kan soal gimana <i>feel</i> gimana untuk nangkap gambar yang tepat seperti apa, kata-kata yang digunakan pada saat ini misalkan dia lagi benci itu kata bencinya apa yang bisa dipakai, marah kah, benci kah, gak suka kah, atau misal apa ya, jijik kah, itu kan termasuk ekspresi kebencian yang luas dan bisa, dan harus ada kata-kata yang tepat yang diambil sebagai penulisannya di artikel kan, itu kan butuh pengalaman... Nah temen-temen di <i>community</i> belajar itu di kita, jadi ya kalau aku bilanganya itu tadi sih beneran mutualisme banget antara temen-temen <i>community</i> dan <i>in-house</i> secara editorial ya, kalau yang lain dari sosmed terus dari segi bisnis segala macam aku kurang tau karena gak ngikutin banget..</p>			
P:	<p>Ohh jadi bisa dibilang. untuk strategi pengembangan konten yang melibatkan <i>Hipwee Community</i> ini kalau dari bagian editorial itu biasanya pas <i>meetup</i> itu ya mas? Maksudnya apakah jadinya ketika <i>meetup</i> jadi monent redaksi itu ngobrol sama <i>Hipwee Community</i>? Apakah itu jadinya buat strategi pengembangan konten gitu mas?</p>			
R:	<p><u>Hmm kalau pada saat itu, pada saat kelas menulisnya aku bilang ini nggak, karena pada saat kelas menulis itu kita gak ada intensi untuk, "ya udah kita belajar untuk ngembangin konten lagi dari segi ini", itu kita gak ada intensi sama sekali untuk itu... Cuman kalau segi ngobrol dengan temen-temen <i>community</i> kita belajar sesuatu, itu ya.. Dari segi pengembangan konten kita lakukan itu kan kita sekarang ada, kita kan punya temen-temen <i>community manager</i>, kita punya temen-temen <i>community executive</i>, mereka yang lebih dekat sama temen-temen <i>community</i> daripada editorial gitu.. Nah yang kita lakukan untuk mengembangkan kanal, mengembangkan konten adalah kita mendengar dari temen-temen <i>community executive</i> sama <i>community manager</i> tadi, jadi mereka yang akan entah itu</u></p>	<p>PA 1 PA 2 PA 3 PA 4</p>		

	<u>mendata, entah itu nanyain 1-1, atau mungkin caranya waktu ada kelas menulis, ada ide bagus, mereka akan yang akan nyatet ehm, "eh kayaknya ini ide ini bagus buat dipakai, buat kita kembangin", nah mereka akan ngasih itu ke editorial... Jatuhnya di situnya sih, bukan di kelas menulisnya, karena kalau di kelas menulis itu murni kita ngasih informasi, kita ngasih ilmu ke mereka, bahkan jarang banget, bisa dibilang ini jarang banget kita yang belajar, mereka lebih sering nanya ke kita daripada kita nanya ke mereka di kelas menulis, kalau pas kelas menulisnya...</u>			
P:	Ohh gitu, eh mas mau nanya deh, kalau dari redaksi itu ada gak sih yang pengembangan atau penghargaan yang diberikan kepada anggota <i>Hipwee Community</i> dari redaksi ya, dari editorial?			
R:	<u>Apa ya untuk di editorial, setahu dari editorial ini gak, belum banyak, karena wewenang untuk ngasih penghargaan kepada tim <i>community</i> ya dari temen-temen <i>community manager</i> sama <i>community executive</i>, kita gak ada wewenang untuk sama sekali bilang, "eh selamat ya kamu itu", kita gak ada, bahkan kita gak punya akses ke sana gitu lho untuk sekedar bilang, "eh kamu makasih gini gini", kita gak punya akses ke situ.. Paling yang bisa kita lakukan adalah beberapa kali temen-temen <i>community</i> itu kan usianya kan masih usia-usia kuliah dan mereka butuh tempat buat magang, nah temen-temen <i>community</i> akan lebih kita utamakan untuk jadi anggota batch magang di Hipwee yang bisa belajar di <i>Hipwee</i> bareng sama temen-temen editorial, itu salah satu bentuk yang bisa kita usahakan karena kita gak bisa <i>approach direct</i> kan ke mereka, jadi ya salah satunya itu sih..</u>	PA 2 PA 3		
P:	Ohh jadi dari bagian editorial kayak <i>open</i> gitu ya kalau misalkan mereka mau magang langsung di tim editorial			
R:	Ya, beberapa kali kan kita menerima temen-temen magang yang emang udah punya <i>background community Hipwee</i> , komunitasnya <i>Hipwee</i> .. Kenapa kami melakukan itu? Karena kami optimis dan kami yakin dengan kualitas temen-temen <i>Hipwee Community</i> , kedua karena kami merasa ya mereka udah bagian dari <i>Hipwee</i> , kita harus ngasih sesuatu yang lebih gitu lho daripada kita ngasih temen-temen yang lain, waktu mereka daftar magang gitu...			

P:	Berarti peran dari redaksi untuk <i>Hipwee Community</i> ini jadi kayak narasumber gitu mas? Atau gimana?			
R:	Lebih tepat kalau jadi kayak di beberapa diskusi, dari beberapa situasi kita lebih tepat kalau dibikin, disebut sebagai kayak guru, mentor gitu lho.. Jadi kan di editorial ada beberapa orang, mulai dari penulis sampai editor, sampai <i>editor in chief</i> .. Kita punya bagian masing-masing untuk ngisi kelas menulis baik itu yang <i>online</i> atau pun yang kelas menulis ketika bikin <i>Hipwee meetup</i> , ketemu langsung dengan temen-temen komunitas.. Nah di pada saat itu posisi kita adalah sebagai pemberi ilmu... Aku pernah diundang maksudnya sebagai anggota <i>Hipwee</i> , editorial <i>Hipwee</i> , aku pernah diundang buat ngisi acara di Solo, pernah diundang buat isi acara <i>online</i> di Jogja juga pernah, itu kita sebagai editorial <i>Hipwee</i> yang ngasih mereka informasi kayak, kalo misalkan bikin artikel bikin aja yang kaya gini, misalkan kamu punya ide kaya gini. Kan di beberapa sesi aku pernah balik nanya ke temen-temen komunitas kayak.. "sebenarnya idemu tuh apa sih", "yang pengen kamu tuliskan sekarang apa", mereka bilang, "oke kenapa ga dikembangkan seperti ini aja", "kenapa ga dibikin seperti ini aja", jadi kayak beneran kayak mentor gitu lho pada saat kelas menulis, cuman kalau pada saat apa namanya, <i>day to day operation</i> -nya kita sama-sama belajar, kayak aku belajar gimana perspektif yang lebih anak muda, mereka belajar gimana nulis yang lebih sesuai dengan kaidahnya <i>Hipwee</i> gimana, ya gitu gitu.			
P:	Ooh.. jadi, tapi itu terbatas jurnalistik aja gak, atau bisa meluas ke yang lain mas, maksudnya kan tadi kan kaya sebagai mentor gitu?			
R:	<u>Ohh, sejauh ini sih setauku masih terbatas jurnalistik, cuma temanya luas, biasanya dibagi per tema.. Aku pernah ngisi soal apa namanya, produk <i>wesmen</i> di artikel pernah ngisi <i>personal branding</i>, pernah ngisi secara apa namanya, trik kepenulisan yang emang <i>basic</i>, ada temen-temen editor <i>tips</i> Melly tuh ngisi gimana caranya nulis artikel <i>tips</i> yang baik mbak Raisa di editor <i>Young Mom</i> dan <i>Wedding</i> dia ngisi kelas yang emang hubungannya dengan <i>Young Mom</i> and <i>Wedding</i>, gak harus soal kepenulisannya tapi soal ide <i>young mom</i> and <i>wedding</i>-nya, informasi ilmu soal itu, ya kita tetep kita ngisinya disitu sih, ngga yang selepas kelas itu terus.. Ada sih beberapa orang yang selepas kelas, karena kan kita selalu ngasih</u>	PA 1 PA 2 PA 3 PA 4		

	kontak ya, entah itu email atau nomor ke temen-temen <i>community</i> , jadi misalkan selesai kelas mereka pengen nanya-nanya, ya tetep kita akan bales pada saat itu... Jadi emang apa ya, aku ngerasanya temen-temen Hipwee <i>Community</i> tuh udah jadi bagian dari <i>Hipwee</i> sih. Hipwee sekarang gak mungkin ada tanpa Hipwee <i>Community</i> , jadi perjalanan sepanjang perjalanan <i>Hipwee</i> selama 2014 sampai sekarang tuh kalau misalkan Hipwee nggak punya Hipwee <i>Community</i> , ya gak bakal bisa seperti sekarang..			
P:	Oohh, berarti ehm, yang dilakukan untuk mendukung <i>Hipwee Community</i> ini berusaha menjadi mentor yang maksudnya di luar dari kelas itu juga bagian redaksi itu terbuka ya mas, maksudnya kalau misalkan mau nanya-nanya			
R:	Iya kita terbuka..			
P:	Join kayak ke grup gitu ga sih mas? Kan kalo gak salah ada tuh grupnya..			
R:	Waktu kita kelas menulis <i>online</i> , itu kan <i>join</i> grup, emang <i>join</i> grup, sementara kita lakukan ini di Whatsapp. Cuman gak tau ya, ke depannya akan... karena whatsapp kan jumlah orangnya terbatas ya, satu grup cuma 250 partisipan kalau gak salah. Nah ke depannya entah pindah platfor, entah gimana aku kurang tahu. Tapi sementara ini kita lakukan itu di whatsapp dan emang mereka <i>join</i> grup dulu. Nah ketika <i>join</i> grup... kita ngisi kelas, kita ngisi, kita nge-share kayak kulwapnya gitu, setelah itu misalkan waktunya udah abis, karena kan aku selaku yang ngisi materi memang pasti akan di <i>kick</i> kan sama temen-temen adminnya. Kurang ngajarnya itu sih. Kenapa harus di <i>kick</i> ya.. hahaha.. Tapi pasti akan di <i>kick</i> kan. Nah jadi sebelum di <i>kick</i> itu... kita di editorial pasti bilang kalau emang mau nanya-nanya ya udah silahkan kontak kami, bisa lewat sosial media atau nomor ini. Gitu. Biasanya sih gitu.			
P:	Oh.. jadi emang di <i>invite</i> khusus kelas itu, abis selesai kelas langsung di <i>kick</i> ? Hehehe			
R:	Kelakuan mereka tuh gitu. Padahal gak di <i>kick</i> juga gak masalah sih. Tapi ya gak tau juga yaa, mungkin karena kebijakan temen-temen <i>community</i> kali ya, karena mungkin mereka ngiranya beberapa orang kan gak mau tuh kebanyakan grup di whatsapp. Apalagi kan whatsapp kan yang emang jadi messenger kita. Jadi ya mungkin kebijakannya gitu.			
P:	Kalau terkait <i>branding</i> konten, itu juga di <i>share</i> ke Hipwee <i>community</i> gak sih?			

R:	Iya beberapa kali kita bikin kelas soal itu juga kok.			
P:	Kalau di Hipwee itu yang boleh nulis tentang konten yang berbau <i>branding</i> ya. Itu cuman <i>in-house</i> aja ya mas?			
R:	<u>Iya. Karena konten yang berbau <i>brand</i> kan ada hubungannya dengan <i>income</i>, ada hubungannya dengan kontrak antara <i>brand</i> dengan kita selaku platformnya, kita selaku medianya. Jadi ya sementara emang kita batasin. Cuman, aku... yang terakhir ngisi soal <i>brand</i>, gimana caranya nulis artikel yang ada iklannya di dalam sebuah artikel, itu tujuannya emang bukan biar mereka nulis di Hipwee seperti itu, karena emang kita sendiri yang sebisa mungkin nulis tentang <i>brand</i>, kalau promosi dalam <i>community</i>, karena... itu beberapa kali, dulu tuh, beberapa kali ada yang ngiklan produk mereknya apa gitu aku lupa. Tapi setelah kita crosscheck lagi, ternyata obat herbal tradisional pembesar, pemutih, penyubur itu. Jadi kan ya... itu kan diluar <i>guidelines</i> kita. Jadi ya... emang kita lebih memperketat. Kayak ya apapun itu <i>brand</i> nya kita gak bisa masuk kalau misalkan itu yang tradisional, dan kita gak tau... ini produknya apa, kita gak bisa <i>crosscheck</i>, kita khawatir ini berbahaya, kalau misalkan <i>brand</i> nya <i>brand</i> besar, seperti ya... ya ambillah misalkan nestle atau produk-produk kayak minuman gitu-gitu, itu mereka butuh masuk ke Hipwee sendiri dan butuh ada kontraknya, ada nilai kontrak kan, ada nilai nominal di situ. Jadi ya emang gak boleh sih. Tujuannya adalah kalau misalkan mereka pengen bikin ini duluan, ya udah, bikin aja, dengan aturan seperti ini. Setauku yang ikut kelas artikel iklanku dulu, emang temen-temen <i>community</i> yang punya blog. Jadi... entah mereka penulis di media lain, atau mereka punya blog pribadi yang emang... mereka pengen ngembangin blognya biar bisa diiklanin gituloh. Biar ada.. biar ada iklannya. Nah ini, waktu itu aku ngasih infonya soal itu.</u>	CJ 3 PU 2		
P:	Oh jadi emang tetep dibagi ilmunya, tapi gak boleh nulis di Hipwee nya gitu ya mas?			
R:	He'em... ya ada <i>rules</i> nya. Ya emang gak boleh promosi kan.			
P:	Iya. Nah menurut mas sendiri, atau menurut editorial ini, seberapa penting sih penciptaan konten melalui kolaborasi antara jurnalis dengan anggota Hipwee <i>community</i> ?			
R:	<u>Kalau aku pribadi, aku ngerasa ini bener-bener kita butuhkan. Kita sebagai jurnalis, kita sebagai penulis, yang kerja di media. Harusnya ngerasa ada <i>citizen journalism</i> dengan</u>	CJ 1		

	<p>bentuk <i>community</i> ini sebagai simbiosis mutualisme. Kita sangat terbantu. Ya tadi, bisa dari pengembangan ide, dari segi apa namanya perspektif ide, terus dari segi sudut pandang yang lebih anak muda atau remaja, pengembangan itu selalu perlu. Apalagi kan orang yang selaku penulis kan kita semakin bertambah usia, pengalaman pasti nambah, perspektifnya pasti berubah, itu adalah sebuah kepastian ya.. kita perlu belajar dari temen-temen komunitas. Tapi ada juga, Misalkan nih kayak beberapa kali aku masih membaca draft temen-temen <i>community</i> yang memang tidak peka terhadap salah satu, tidak peka terhadap ras tertentu, atau orientasi seksual tertentu. Itu kan, di Hipwee kita sangat menghormati pilihan orang ya masing-masing seperti apa. Jadi ya... ini, bener-bener perlu kita perhatikan kalau sama <i>community</i>.</p>	CJ 6		
P:	Jadi, kadang mereka juga kurang atau masih belum paham aturan yang kayak gitunya ya mas?			
R:	He'em he'em. Iya. Karena kan berdasarkan pengalaman ya, pengalaman buat ngasah kepekaan mereka terhadap pemilihan kata, pemilihan bahasa, itu kan memang butuh pengalaman. Bahkan aku sendiri, udah beberapa tahun di dunia media sendiri, kadang aku masih butuh untuk oke aku nulis, terus tak diemin dulu, tak baca lagi buat <i>crosscheck</i> apakah tulisanku ini masih sesuai dengan kaidah, sesuai dengan kepekaannya, baik itu dari segi bahasa atau isi, atau engga gitu. Bahkan yang udah bertahun-tahun aja butuh itu. Apalagi temen-temen <i>community</i> yang... beberapa orang, malah baru mulai nulis sejak kenal Hipwee <i>community</i> . Itu kan memang butuh pengalaman. Jadi ya... memang begitu..		Menjawab sambil mengangguk	
P:	Oh... mas, pernah gak sih dari redaksi, bikin satu konten, tapi emang itu kolaborasi sama Hipwee <i>community</i> ?			
R:	Emh... kalau dari redaksi sendiri, itu yang bikin... aku lupa deh pernah atau engga. Bentar bentar tak inget-inget. Kalau dari editor kanal sendiri, kayaknya belum pernah. Yang melakukan kolaborasi itu, itu temen-temen <i>community</i> manager dan temen-temen eksekutif. Jadi mereka bikin 'eh yu kita bikin konten soal ini' gitu. Yang biasanya sih di grup kontributor, mereka punya temen-temen <i>community</i> eksekutif dan temen-temen manager, mereka selalu ngelempar topik 'Eh, ada yang mau nulis soal ini gak? Kalau mau nulis soal			

	ini, pake hashtag ini, terus kita akan bikin kolaborasi ya' entah itu dari segi tulisannya, entah itu gimana, entah itu pengemasannya gimana, gitu. Kalau itu dari <i>community</i> . Kalau dari editorial kayaknya belum pernah sejauh ini.			
P:	Jadi belum pernah ada... entah video, atau tulisan, yang emang kolaborasi langsung gitu sama <i>community</i> ?			
R:	<u>Kalau video udah pernah. Aku lupa kalau ini. Kalau video kita pernah bikin. Jadi, kita di Hipwee, di youtube Hipwee, channelnya Hipwee di tim video, itu kita pernah program namanya sepenggal kisah. Nah sepenggal kisah ini adalah video pendek yang ceritanya kita angkat dari ceritanya temen-temen kontributor, temen-temen <i>community</i>. Dulu tuh sesuatu yang naik banget, di tahun 2016 apa 2017 aku lupa, atau bahkan 2018 ya.. aku lupa tahunnya berapa. Itu cerita dari temen-temen <i>community</i> yang tinggal nikah, padahal udah tinggal H-3. Jadi, H-3 mau nikah, terus ternyata si cowoknya bilang 'sorry aku gak bisa nikah sama kamu, aku nikahnya sama orang ini' gitu. Iya.... cek aja itu di youtube channelnya Hipwee. Ya itu salah satu video di Hipwee yang paling banyak viewnya... ya karena temanya juga sangat-sangat waw sekali ya sangat <i>shocking</i>. Itu salah satu video di Hipwee yang views nya yang paling banyak. Dan itu salah satu kolaborasi kami sama temen-temen kontributor. Tajuknya, sepenggal kisah kalau gak salah. Itu semua video sepenggal kisah itu, cerita yang kita angkat dari artikel-artikelnya <i>community</i>.</u>	PA 1 PA 2 PA 3 PA 4		
P:	Jadi emang kalau secara tulisan, belum. Tapi kalau secara video udah ya mas?			
R:	He'em. Karena menurutku kalau secara tulisan agak sulit sih kolaborasinya gimana. Soalnya mereka kan bikin artikel yang emang bentuknya tekstual. Kalau kita kolaborasi dengan bentuk tekstual yang sama, itu gak sulit... <i>value</i> -nya gak kerasa bedanya gitu loh. Nah, tapi kalau misalkan kita bikin.. dengan bentuk yang lain, ntah itu video atau bentuk audio misalkan, ya <i>value</i> nya pasti berbeda. Akan ada nilai lebih yang bisa kita kasih.			
P:	Pernah ada permasalahan dari kolaborasi ini gak sih mas? Misalkan bikin video yang sepenggal kisah ini, gitu. Terus akhirnya mereka yang kayak 'ah gamau' gitu, atau kayak videonya udah jadi tapi... 'ah gak gak, gak boleh deh. Gak jadi tayang' atau gimana. Pernah gak sih mas? Suka ada slek-slek aja sih.			

R:	<p>Sejauh ini sih belum pernah ya. Soalnya kita emang... beneran tanya dulu. Pertama kita seleksi dulu kontennya seperti apa. Kalau gak salah, setauku ya, yang artikel kemarin yang kita bikin, itu emang salah satu matriksnya adalah artikel ini harus <i>relate</i> dengan kehidupan anak muda. Kasusnya... utamanya. Nah... karena udah <i>relate</i>, kita bisa sortir ‘oh artikel ini <u>kontributornya siapa</u>’, ini ini, nah itu kita selalu ngontak mereka duluan. Jadi kayak misalkan ‘hallo kami dari Hipwee, kami pengen memvisualkan artikelmumu menjadi sebuah konten video. Kalau memang berkenan yuk kolaborasi bareng’ kita tektokan disitu. Nah... dia yang punya apa namanya... yang punya konten, yang punya cerita, kita menawarkan... ini bikin kayak gimana nih, apakah mau kayak gini atau kayak gini. Nah kita nyediain... storyboard-nya, jadi mereka juga bisa ngeliat sebelum di <i>production</i> gitu loh, sebelum di <i>shoot</i>. Jadi itu meminimalisir, ‘ah gak usah deh. Jangan deh’ gitu, meminimalisir itu. Bahkan di beberapa video, seingetku ya. Di video pertama itu... ada tiga video, apa dua video gitu, yang emang temen-temen kontributor ini kita minta untuk ‘kalau kamu berkenan, ya udah rekam aja. Kamu ngerekam aja pake kamera hape, merekam dirimu sendiri, menarasikan dirimu sendiri’... kayak yang tadi tuh, ditinggal nikah, minus berapa hari itu, itu dia ngirim videonya sambil bilang... ‘ya terimakasih karena kamu sudah ninggalin aku, sekarang aku sudah lebih bahagia’. Itu beneran dia sendiri yang ngomong, terus... apa namanya, ada mukanya dia, dan itu kita masukin dalam video. Jadi orang-orang yang nonton videonya bisa liat kalau ‘oh orangnya ini toh yang ditinggal nikah’. Dan memang ceritanya kayak gini, dan dia beneran ada. Cuma emang beberapa orang emang gak pengen dia masuk videonya. Entah karena alasan malu, atau karena... ‘gak usah deh, aku ngerasa kayak gak enak aja kalau masuk’ ada sih beberapa yang gitu.</p>	MO 2	PJ 7	PJ 8
P:	Jadi mungkin emang ada beberapa yang agak keberatan gitu ya mas?			
R:	<p>He’em keberatan. Kalau dia beneran masuk ke dalam videonya. Cuman secara produksi, ceritanya kita pengen angkat, terus pengen angkatnya seperti ini, videonya udah jadi, ya <i>approved</i> apa enggak, sejauh ini gak ada yang... ‘gak usah deh. Gak usah deh’ gitu. <i>Feedback</i> nya masih sangat positif.</p>			
P:	Oke. Berarti terkait kolaborasi antara Hipwee dengan Hipwee <i>community</i> ini tuh sejauh ini			

	oke aja ya mas? Gak ada masalah gitu ya?			
R:	Iya.			
P:	Apa sih yang pengen dikembangkan lagi untuk kolaborasi dengan Hipwee <i>community</i> ini?			
R:	Emh... kalau secara perusahaan, tentu kita pengen ngembangin konten yang lebih dekat dengan <i>audience</i> . Itu lah kenapa beberapa bulan yang lalu, eh beberapa minggu yang lalu, waktu masih lebaran, kok sebelum lebaran, kita bikin <i>polling</i> ... kepada temen-temen <i>community</i> , kepada temen-temen pembaca Hipwee di websitenya Hipwee. Kita bikin <i>polling</i> soal apa sih covid ini... imbasnya apa terhadap kehidupan personalmu. Ya disitu mereka bisa menjawab apa-apa-apa, kita kategorikan... kita olah datanya, sekarang kita sedang bikin konten yang emang fokusnya menjawab keresahan dari temen-temen <i>community</i> itu. Kalau dibulan Juni ini, <i>campaign</i> Hipwee adalah... aku lupa namanya... ditemani Hipwee, setauku. <i>Campaign</i> -nya adalah <i>hashtag</i> ditemani Hipwee. Itu <i>campaign</i> editorial, <i>campaign</i> sosial media, <i>campaign</i> ... temen-temen <i>community</i> , <i>campaign</i> yang bener-bener.. semua, <i>in-house</i> Hipwee. Itu kita dedikasikan kepada temen-temen komunitas, temen-temen <i>community</i> , dan temen-temen pembaca Hipwee. Yang kemarin udah ngisi survey kita. Jadi, isi kontennya adalah semua yang berkaitan terhadap.... keresahan mereka. Mulai dari temen-temen yang kehilangan pekerjaan, mulai dari temen-temen yang gak bisa ketemuan lagi sama keluarganya lebaran kemarin, temen-temen yang sama pacarnya putus gara-gara LDR, temen-temen yang emh bahkan malah jadi positif karena nambah <i>skill</i> baru selama di rumah aja. Kita bikin <i>campaign</i> selama satu bulan ini dibulan Juni ini untuk fokus ngisi artikel, bikin artikel, bikin konten, bikin video, bikin postingan sosmed yang emang kita dedikasikan kepada <i>audience</i> , kepada pembaca, itu secara perusahaan. Kalau aku pribadi... yang ingin aku lakukan adalah, pengen lebih dekat lagi sama... temen-temen komunitas, ya karena covid ini kan udah berjalan dari Januari kita jadi gak bisa ketemu rutin, terakhir Hipwee <i>meet up</i> itu aku lupa bulan apa, November atau mungkin Oktober ya... yang terakhir kita bikin <i>campaign</i> . Dan pengen ketemu lagi, pengen ngobrol lagi, pengen bikin sesuatu bareng lagi, pengen kolaborasi bareng temen-temen biar simbiosisnya tetep terjaga. Kita jadi bisa ngasih informasi ilmu kepada temen-temen <i>community</i> , kita di <i>in-house</i> juga bisa belajar			

	banyak, belajar lebih terhadap perspektifnya temen-temen <i>community</i> , kalau aku pribadi itu.			
P:	Kalau berarti untuk sementara itu kan gak bisa ketemu, terus apa yang dilakukan dong mas?			
R:	Kita memperbanyak aktivasi di media sosial sih. Ya karena kita gak bisa ketemu langsung, kita <i>go digital</i> . Salah satu contohnya ya, kita memperbanyak kelas menulis <i>online</i> . Besok kita ada kelas menulis <i>online</i> .. topiknya soal langkah awal menulis dan memulai sebuah tulisan. Kita juga bikin.. namanya Hipwee <i>sharing community</i> dengan Hipwee <i>community</i> , kita bikin live instagram... topiknya soal <i>wedding</i> dan <i>young mom</i> . Terus, kita juga bikin live instagram kolaborasi dengan beberapa komunitas lain. Terakhir kita bikin kolaborasi sama satu persen, topiknya soal menghadapi keluarga <i>toxic</i> saat pandemi. Yang besok kita lakukan itu, kita bikin kolaborasi sama Jobhun tentang <i>sharing job seeking</i> di era new normal. Nah semua itu kita lakukan karena kita gak bisa ketemu langsung, biasanya kan kelas-kelas kayak gini, kita enggak bisa <i>personally</i> ketemu dengan orangnya. Untuk ketemu, kita bikin Hipwee <i>meet up</i> , kita ngobrol sama mereka <i>face to face</i> , terakhir tuh di Jogja atau di Jakarta ya, aku lupa tuh, terakhir Hipwee <i>meet up</i> . Ya, terakhir itu. Setelah itu kita gak bisa ketemu lagi karena covid, jatohnya ya udah kita <i>go digital</i> aja. Kita memperbanyak kelas menulis, kita memperbanyak instagram live... sama kita kolaborasi... kita bikin konten yang emang kita dedikasikan untuk <i>audience</i> kita.			
P:	Bikin webinar juga enggak mas?			
R:	Kalau... webinar, kayaknya belum. Karena.. <i>audience</i> Hipwee ya dari dari kemarin, hasil survey sih. Mereka <i>prefer</i> untuk gunakan <i>tools</i> yang udah ada aja. Sementara yang udah ada ya ini.. kelas menulis via whatsapp sama instagram live yang biasanya kita rutin setiap Jum'at malam.			
P:	Apa harapan mas terhadap kolaborasi antara <i>in-house</i> sama anggota Hipwee <i>community</i> ?			
R:	Pertama harapanku jelas, aku pengennya, kita pengennya lebih banyak kolaborasi lagi. Baik dari segi ide, konsep, kepenulisan, saling <i>sharing</i> dan saling belajar, dan sebagainya. Aku pengen lebih banyak lagi. Kedua aku pengen kolaborasi ini sama-sama menguntungkan. Kan enggak adil kalau misalkan kita dari Hipwee <i>in-house</i> sendiri yang merasa diuntungkan karena kita belajar dari mereka. Aku pribadi menganggap aku sangat diuntungkan dengan		Menjawab sambil mengangguk	

	<p>Hipwee <i>community</i> karena aku bisa belajar banyak. Pertama kali nulis di Hipwee, aku adalah wartawan olahraga sebelumnya. aku nulis artikel sepak bola, nulis soal voli, nulis soal basket, ya wartawan olahraga, terus sebelumnya juga aku wartawan politik, begitu masuk ke Hipwee, aku nulis artikel-artikel hubungan, motivasi, yang emang jauh banget beda cara penulisan. Aku belajar banyak dari temen-temen <i>community</i>... cara mereka nulis seperti apa, pengembangan ide mereka seperti apa, terus cara mencari kedekatan antara topik dengan cara menulis mereka sendiri. Aku belajar banyak dari temen-temen <i>community</i>. Dan aku secara pribadi ingin <i>give back</i> kepada temen-temen <i>community</i> atas semua yang mereka ajarkan ke aku. Ya udah, aku pengen balik ngajarin mereka lebih banyak lagi dari sekarang. Ya ya harus diakui sih.. Terutama aku ya, selaku anak <i>in-house</i> nya Hipwee sangat terbantu. Dulu dari awal gak bisa disuruh nulis hubungan yang menye-menye, sulit gitu. Ya gimana orang <i>background</i> ku adalah wartawan jurnalis olahraga yang biasanya nulis soal pertandingan sepak bola. Terus disuruh nulis soal... ditinggal pasangan menikah kan, sulit ya. Jadi ya.... sangat.... berhutang budi dan belajar banyak sama temen-temen komunitas.</p>			
P:	Iya. Makasih banyak mas... aku <i>stop</i> ya <i>recording</i> -nya hehehe			
R:	Iya.. Good luck yaa..			

Naskah Wawancara 4

Peneliti : Nadya Ariesta Komala Dewi (P)
 Informan : Widi – Kontributor Hipwee (W)
 Tanggal : 1 Juni 2020
 Media : Zoom

Wawancara		Kode	Catatan Jawaban Informan	Catatan Lapangan
P:	Mabak.. boleh perkenalan diri dulu? Aku pengen tau dulu nih latar belakangnya mbak Widi gitu, nama, terus pekerjaan, domisili, sama umur..			Video dinyalakan sehingga bisa membaca ekspresi informan
W:	Iya, nama saya Widi Adawiyah, domisili dari Tasikmalaya, pekerjaan sebagai staff admin, saya juga sambil kuliah di Universitas Terbuka, umurnya 21 tahun..			
P:	Oh 21 tahun, jadi staff admin di?			
W:	Di salah satu perusahaan swasta di Tasikmalaya..			
P:	Oh oke. Aku udah dapet nih <i>background</i> -nya mbak Widi... Aku mau nanya, mbak kan udah menjadi seorang jurnalis warga nih, maksudnya <i>citizen journalist</i> menurut mbak sendiri, <i>citizen journalist</i> itu apa sih?			
W:	<u>Menurut saya <i>citizen journalist</i> itu masyarakat yang melakukan kegiatan jurnalisme gitu, secara sadar atau gak sadar gitu.. Kayak misalnya pengumpulan data, pelaporan berupa informasi atau berita yang ada di lingkungan sekitarnya..</u>	CJ 1		
P:	Jadi masyarakat yang melakukan kegiatan jurnalistik dan terkait lingkungan sekitar.. Kenapa mbak Widi tertarik untuk menjadi seorang <i>citizen journalist</i> ?			
W:	<u>Karena saya mempunyai hobi menulis ya dari dulu, terus kadang inspirasinya itu muncul</u>	CJ 6		

	<u>dari lingkungan sekitar juga gitu, kayak ngelihat misalnya kita lagi jalan-jalan di mall, terus ada orang-orang yang pakai bajunya fashionable banget nih gitu ya.. Terus ya kita bisa dicatat sebagai referensi, terus dijadikan sebuah artikel gitu buat menginspirasi orang lain juga..</u>	CJ 8		
P:	Hmm jadi karena emang suka menulis terus mau tulisannya untuk jadi inspirasi gitu ya? Udah berapa lama mbak jadi <i>citizen journalist</i> ?			
W:	Iya.. Sekitar 3 tahun kurang lebih..			
P:	Apa topik mbak biasanya yang ditulis sama mbak Widi?			
W:	Kalau saya paling sering itu di kanal hubungan sama motivasi			
P:	Hubungan sama motivasi.. kenapa, kenapa milih topik tersebut mbak?			
W:	<u>Karena terlebih di kanal hubungan gitu kayak relate banget sama banyak remaja saat ini gitu, banyak yang merasakan juga.. Jadi kayak mewakili perasaan mereka buat dituangkan dalam tulisan gitu..</u>	CJ 8		
P:	Karena emang sesuai dengan keadaan lingkungan sekitar gitu ya?			
W:	Iya..			
P:	Kalau yang motivasi kenapa mbak?			
W:	Ya hampir sama sih soalnya kayak usia 20-an ke atas lagi <i>quarter-life crisis</i> gitu gak? Jadi kayak butuh banget motivasi gitu..			
P:	Kalau yang hubungan sendiri itu tulisannya berdasarkan pengalaman atau gimana tuh mbak? Hehe			
W:	<u>Hehehe jarang sih berdasarkan pengalaman, jadi misalnya aya, ada temen yang curhat terus, ya saya ambil secara umumnya gitu, apa masalah yang dia alami gitu..</u>	CJ 8		
P:	Kalau menurut mbak sendiri, menilai diri sendiri sebagai <i>citizen journalist</i> itu, apakah tulisan mbak itu sudah cukup berkualitas atau gimana? Apa pendapat mbak untuk kualitas tulisan sendiri?			
W:	Menurut saya belum berkualitas sih.. belum berdampak bagi banyak orang gitu, belum berdampak baik bagi banyak orang gitu.. Jadi baru mewakili saja menurut saya..			

P:	Jadi baru mewakili gitu... Kalau untuk kuantitas tulisannya sejauh ini udah berapa banyak sih mbak yang mbak tulis gitu?			
W:	<u>Kalau di Hipwee sendiri tahun ini, tahun dari 2019 sih udah jarang gitu karena kesibukan juga.. Hmm sekitar 30-an ada di Hipwee..</u>	CJ 1		
P:	Ohh kalau secara kuantitas, berarti nggak sering, gak terlalu sering kali ya?			
W:	<u>Sebenarnya.. waktu itu nulis di Hipwee, terus ya banyak <i>share</i>-nya kayak gitu kan.. Terus tiba-tiba ada beberapa yang nawarin nulis artikel gitu, <i>freelance</i>.. Nah aku ambil, nah semenjak itu aku jadi jarang nulis di Hipwee gitu..</u>	UGC 3		
P:	Ohh... jadi awalnya nulis di Hipwee, terus habis itu dapet <i>freelance</i> .. <i>freelance</i> -nya nulis artikel juga?			
W:	Iya nulis artikel juga jadi mereka lihat tulisanku di Hipwee, terus ngajak aku buat <i>join</i> di <i>website</i> mereka gitu..			
P:	Hmm.. berarti emang akhirnya jadi <i>job</i> juga ya? Jadi akhirnya di situ lah mengasah penulisannya?			
W:	Iya hehe alhamdulillah			
P:	Menurut mbak itu apa sih kelebihan dari seorang <i>citizen journalism</i> ?			
W:	<u>Kelebihannya mungkin bisa menuangkan apa yang mereka lihat, apa yang mereka analisis gitu dari misalnya cuma beberapa data atau fakta menjadi sebuah tulisan yang bisa dibaca dan dinikmati oleh banyak orang gitu, karena gak semuanya bisa menulis apa ya, "oh iya tadi aku lihat ini, tapi gimana ya cara nulisnya? Gimana ya cara supaya bisa jadi suatu karya", gitu..</u>	CJ 2 CJ 4		
P:	Kalau kekurangannya apa mbak? Kekurangan dari seorang <i>citizen journalist</i> ?			
W:	<u>Mungkin ada beberapa fakta atau kayak gitu yang gak seharusnya dibuat artikel gitu.. Contohnya.. mungkin.. kalau misalnya saya kan sering nulis kanal hubungan ya, bersumber dari curhatan seorang teman misalnya.. Nah walaupun saya mengambil sudut pandang secara umum gitu, kadang ada beberapa orang yang tidak suka gitu ceritanya dipublikasi menjadi suatu ya menurut saya karya gitu, tapi menurut mereka kayak privasi gitu.. Mungkin kurangnya dalam memfilter.. belum sesuai mungkin..</u>	CJ 6		

P:	Ohh jadi kayak.. belum tau apakah ini harus di- <i>publish</i> atau nggak gitu kali ya mbak maksudnya? Maksudnya lebih ke kepekaan, "apakah ini harus di- <i>publish</i> atau gak"?			
W:	Iya			
P:	Kalau aksesnya sendiri menurut mbak Widi ada masalah gak? Maksud aku kan kalau misalkan jurnalis profesional kan mereka punya ID, ID <i>card</i> sebagai seorang jurnalis ya.. Jadi di saat mau menulis sesuatu gitu dengan punya ID <i>card</i> itu kan berarti dikasih akses nih, "oh ini jelas nih...dari media mana", gitu.. Kan kalau <i>citizen journalism</i> kan gak punya ya... Ibaratnya sih aksesnya agak lebih terbuka gitu, kalau menurut mbak Widi gimana?			
W:	<u>Iya, gak punya... Cuma kalau dari Hipwee sendiri ada sih kayak baju atau apa gitu, identitas lain yang menandakan bahwa kita itu kontributor atau penulis dari Hipwee gitu..</u>	CJ 7		
P:	Oh gitu? Oh ada ya?			
W:	Ada. karena biasanya kan suka ada lomba atau lomba menulis, terus kayak tiap bulannya itu dikasih tau pengumuman kontributor terbaik kayak gitu.. Nah biasanya <i>merchandise</i> -nya itu ada baju, terus <i>notebook</i> gitu yang berupa identitas dari Hipwee...		Menjawab sambil mengangguk	
P:	Oh tapi itu kayak penghargaan gitu ya?			
W:	Iya penghargaan gitu.			
P:	Mbak jadi kontributor di Hipwee aja atau ada di media lain juga?			
W:	Kalau sekarang sih Hipwee, kalau yang lain ya yang <i>job-job</i> itu udah nggak..			
P:	Kenapa milihnya di Hipwee mbak? Kenapa gak di media lain gitu?			
W:	<u>Karena membahas remaja, terus lebih <i>relate</i> sama keadaan sekitar, kehidupan sehari-hari... Kontennya lebih merangkul sama.. apa ya.. enak aja gitu ada kepuasan tersendiri kalau nulis di Hipwee..</u>	CJ 7		
P:	Udah berapa lama mbak jadi kontributor di Hipwee-nya?			
W:	2018 sampai sekarang.. 2 tahun			
P:	Ohh sama kehidupan sehari-hari.. Kalau menurut mbak sendiri, apa sih <i>benefit</i> jadi kontributor di Hipwee?			

W:	<u>Kalau misalnya <i>benefit</i> berupa uang itu belum ada, cuma jadi tulisan kita itu lebih dikenal banyak orang gitu.. karena saat ini, Hipwee juga bisa dibilang salah satu perusahaan <i>website</i> yang besar juga kan, jadi kayak kita nulis, di-<i>publish</i>, terus banyak yang baca, banyak yang <i>share</i>, yang kayak gitu ada kepuasan tersendiri... Bahkan sampai saya kan ada yang nawarin job dari Hipwee juga gitu..</u>	KB 2		
P:	Ohh jadi emh... dikenal gitu ya mbak?			
W:	Iya dikenal sama banyak orang gitu..			
P:	Ohh, dikenal gitu ya.. Mbak Widi, Aku mau nanya nih.. Kalau jadi kontributor di Hipwee itu berarti masuk ke anggota Hipwee <i>Community</i> atau gimana?			
W:	<u>Iya masuk.. tapi misalnya udah daftar juga gak semua tulisan di-<i>publish</i>.. Ada yang beberapa kalau misalnya gak sesuai standar Hipwee, gak di-<i>publish</i>.. Terus kalau misalnya udah sering nulis, biasanya suka ada <i>verified account</i> gitu..</u>	PU 3	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Hmm ohh, jadi ehm, yang daftar melalui <i>website</i> itu belum tentu jadi kontributor ya, harus nulis dulu ya?			
W:	Iya, harus buat tulisan dulu..			
P:	Oh oke, jadi kalau menurut mbak apa sih Hipwee <i>Community</i> ?			
W:	Hipwee <i>Community</i> itu apa ya, bagian dari Hipwee kayak keluarganya Hipwee gitu.. Orang-orang yang berada dibalik tulisan-tulisan atau artikel-artikel yang ada di Hipwee gitu..			
P:	Jadi mbak anggota Hipwee <i>Community</i> karena nulis di Hipwee <i>Community</i> -nya, eh nulis di Hipwee <i>Community</i> gitu ya?			
W:	Nulis di Hipwee.. tapi yang kerja di Hipwee itu beda lagi gitu..			
P:	Hmm.. jadi Hipwee <i>Community</i> itu apa, bagian dari Hipwee?			
W:	Iya, nama perusahaan, nama <i>website</i> -nya kan Hipwee.. Nah yang berada dibalik Hipwee itu Hipwee <i>Community</i> gitu..			
P:	Ohh, aku mau nanya nih mbak, apa sih <i>benefit</i> sebagai anggota Hipwee <i>Community</i> ?			
W:	<u>Menurut saya Hipwee itu kayak rumah gitu, rumah bagi orang-orang yang ingin belajar</u>	KB 1		

	<u>menulis, orang-orang yang ingin mengekspresikan perasaannya melalui tulisan gitu.. Jadi <i>benefit</i>-nya mungkin ada perasaan lega gitu, punya rumah buat yaa meluangkan pikiran, ide-ide gitu..</u>			
P:	Ohh, bagi orang-orang yang suka nulis ya?			
W:	Iya. Bagi yang suka baca juga bisa mendapatkan informasi-informasi yang menarik kan, soalnya Hipwee juga kontennya udah banyak gitu dari hiburan, motivasi, terus apa lagi ya, <i>fashion</i> , berita-berita kayak gitu kan, <i>tips-tips</i> , banyak sih...			
P:	Ohh, mbak udah pernah jadi kontributor di media lain gak?			
W:	Pernah.. yang pertama di gobagi, perusahaannya Gaung.id, tapi saya nulisnya di gobagi.com sama ruangperempuan.com.. Terus di golive.com..			
P:	Kelebihan menjadi kontributor atau anggota Hipwee <i>Community</i> itu apa ya?			
W:	<u>Ada kelas menulis <i>online</i> setiap seminggu sekali.. biasanya suka ada diadakan di grup WhatsApp gitu... Ya bisa belajar juga sih gimana caranya nulis tema ini, tema itu, gitu kan.. Kayak ada semacam pelatihan gitu, dapet ilmu juga.. Berasa keluarga aja gitu kalau di Hipwee itu... Jadi orang-orang dibalik Hipwee-nya pada merangkul kontributor gitu..</u>	PU 3	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Kalau menurut mbak kekurangannya apa?			
W:	Kekurangannya mungkin ya belum ada <i>benefit</i> berupa uang sih mungkin hehehe			
P:	Ohh jadi pengennya ada <i>benefit</i> gitu ya berupa uang. Kalau boleh tau pengennya kayak gimana tuh mbak? Maksudnya sekali <i>publish</i> dapet berapa gitu?			
W:	<u>Hehe nggak juga sih, maksudnya dulu pernah ada gitu ya yang di grup Hipwee juga, kontributor Hipwee juga.. Nah ada yang nanya, katanya "ada <i>fee</i> berupa uang gak?", kayak gitu... Tapi kata pihak Hipwee-nya, "masih diusahakan", gitu.. Soalnya di tiap artikel atau tiap <i>account</i> itu ada punya poin tersendiri gitu, tiap penulis itu...</u>	PU 4	Menjawab sambil tertawa	
P:	Gimana mbak.. aku gak tau nih kalau masalah poin. Gimana itu mbak?			
W:	<u>Aku juga kurang ngerti sih cuma ada aja info, Jadi misalnya masuk login ke akun Hipwee kita, terus di bagian apa gitu ada kumpulan poin misalnya ada berapa ratus.. Terus ada yang nanya gitu ke grup juga gitu, "itu poin buat apa?", gitu.. Ya katanya itu buat</u>	PU 3		

	<u>digunakan ya.. bisa berupa uang nantinya atau mungkin ditukar dengan tiket menulis online, atau pelatihan menulis apa gitu, katanya gitu..</u>			
P:	Udah pernah nyoba belum mbak?			
W:	Belum, soalnya masih dalam <i>planning</i> Hipwee sih..			
P:	Jadi poin ini belum pernah di- <i>redeem</i> gitu ya, belum pernah dituker ya?			
W:	Iya belum pernah..			
P:	Mbak belum pernah coba, tapi emang tau informasinya kayak gitu, dan yang lain juga belum pernah nyoba?			
W:	Iya baru ada informasinya sekitar beberapa bulan yang lalu dan yang lain juga belum pernah nyoba..			
P:	Menurut mbak sendiri mendingan dikasih <i>fee</i> berupa uang atau mendingan ditukar yang lain gitu? Misalkan pelatihan, mending mana?			
W:	2-2 sih mbak hehehe			
P:	Hehehe.. urutannya deh urutannya.. Yang satu yang mana dulu nih?			
W:	Ya mending buat pelatihan kayak gitu dulu sih..			
P:	Mbak.. kalau misalkan ternyata poinnya dituker berarti mendingan pelatihan dulu ya mbak? Atau mendingan kayak <i>voucher-voucher</i> , bukan <i>fresh money</i> ?			
W:	<u>Mending kayak <i>voucher</i> gitu.. Dulu juga sempet menang lomba di Hipwee gitu, dapet voucher buat belanja di Gramedia gitu..</u>	PU 4		
P:	Hmm.. ohh pernah menang!? Juara berapa tuh mbak kalau boleh tau?			
W:	<u>Nggak, dulu ada kompetisi menulis buat dibukukan. Kebetulan dari berapa penulis yang ikut gitu, ada 8 orang penulis, saya salah satunya.. Dan bukunya sekarang udah terbit, ada di Gramedia gitu judulnya <i>LDR Survival Kit</i>... Itu buku pertama Hipwee yang diterbitkan, <i>collabs</i> sama Elexmedia gitu..</u>	PU 4 PA 4		
P:	Wahh selamat ya mbak! Keren banget. Jadi kalau menurut mbak mendingan tadi pelatihan dulu abis itu <i>voucher</i> , baru abis itu dikasih <i>fresh money</i> gitu? Hehehe..			
W:	Hehehe			

P:	Jadi kalau menurut mbak mendingan tadi pelatihan dulu abis itu <i>voucher</i> , baru abis itu dikasih <i>fresh money</i> gitu?			
W:	Iya hehe..			
P:	Mbak pernah ada permasalahan gak sih antara Hipwee daanggota Hipwee <i>Community</i> ? Apa yang menjadi permasalahan bagi seorang kontributor di Hipwee?			
W:	<u>Ada beberapa di grup yang nanya, "ini kok artikelnya gak muncul", terus, "ini banyak banget iklannya", gitu.. Terus gak dapet email pas artikelnya terbit gitu.. Biasanya kan tiap artikel <i>publish</i> itu suka ada email pemberitahuan kayak gitu... Paling masalahnya itu aja sih..</u>	PU 3 PA 3		
P:	Jadi maksudnya bagaimana mba?			
W:	Ya jadi kayak ada... <i>human error</i> mungkin dari pihak Hipwee-nya.. Tapi gak ada masalah serius sih.			
P:	Jadi gitu.. kalau bagian <i>submit to review</i> , respon atau <i>feedback</i> dari pihak Hipwee-nya lambat atau cepet atau gimana mbak?			
W:	<u>Ohh biasanya 2 hari itu, kalau paling cepet sehari mungkin, 2 hari rata-rata gitu.. cepet sih menurut aku.. buat ada email pemberitahuan kalau artikelnya terbit gitu..</u>	PU 3		
P:	Nah mba, kalau misalkan ada yang di- <i>publish</i> tapi kok gak dapet notifikasi gitu.. biasanya apa yang dilakukan untuk menanggulangi permasalahan kayak gitu, mbak?			
W:	Biasanya dari pihak Hipwee-nya suka ada..pengiriman email ulang kayak gitu..			
P:	Kalau dari pihak <i>citizen journalist</i> -nya ngelakuin apa mbak?			
W:	Paling liat di <i>website</i> -nya, di akun kitanya pribadi gitu, ada artikel baru atau nggak gitu...			
P:	Oh... Berarti cek langsung ke <i>website</i> ya?			
W:	Iya ngecek langsung aja..			
P:	Apakah gak konfirmasi langsung ke Hipwee-nya?			
W:	Kalau saya pribadi sih langsung cek <i>website</i> . Misalnya udah ada, tapi gak ada email pemberitahuan, saya gak mempermasalahkan ke Hipwee-nya sih..			
P:	Apa harapan mbak mbak sebagai kontributor ke Hipwee mbak?			

W:	<u>Harapannya lebih banyak konten-konten yang lebih menarik lagi, terus di beberapa kota ada gitu ada kan yaa kantor Hipwee... Nah nanti bikin <i>event</i> atau acara apa gitu yang lebih merangkul kontributornya gitu... Jadi, "ayo nih gabung yang ada di kota ini, kita bikin ini ini", gitu.. Sejauh ini yang saya tahu Hipwee itu baru melakukan beberapa <i>meet up</i> di 2 kota kalau gak salah, gak tau kalau lebih gitu... tapi di kota saya belum hehe.. Jadi ya harapannya lebih meluas aja gitu.. Jadi ada aksi nyata gitu, maksudnya bukan hanya <i>online</i> tapi di dunia nyatanya juga ada gitu.. Soalnya di kota saya sendiri juga ada beberapa komunitas sastra yang misalnya kalau gabung sama Hipwee atau bikin <i>event</i>, itu kayaknya seru gitu...</u>	UGC 1 UGC 3		
P:	Ohh jadi kayak bikin acara sama komunitas penulis di kota gitu ya?			
W:	Iya..			
P:	Di Tasik ada grup WhatsApp yang isinya kontributor Hipwee gak? Jadi kayak kontributor Hipwee bagian Tasik gitu..			
W:	Setahu saya ada yang per domisili kayak gitu, cuma gak semua kota gitu, kayak Tasik kan termasuk kota kecil gitu.. Jadi masuknya ke Kota Bandung..			
P:	Oh jadi emang ada WA grup yang domisili.. Terus mbak gabungnya di WA grup Bandung? Berapa banyak anggota grup?			
W:	Hmm kayaknya ratusan ada..			
P:	Mau nanya lagi nih mbak.. ehm, mbak tahu gak isi komposisi penulisan konten antara kontributor dan redaksinya Hipwee-nya itu berapa? Oh emang lebih banyak itu penulisan redaksi Hipwee dibandingkan dengan tulisan kontributor gitu di <i>website</i> -nya Hipwee.. Setahu mbak kayak gimana?			
W:	<u>Setahu saya, mungkin lebih banyak... penulis kontributor Hipwee sih..</u>	KB 1		
P:	Ohh menurut mbak di dalam <i>website</i> -nya Hipwee itu lebih banyak tulisan kontributor dibandingkan tulisan redaksi?			
W:	Iya mungkin, tapi kadang-kadang saya sendiri kurang tau ini tuh redaksi Hipwee atau kontributor aja gitu...			
P:	Ohh, emang kalau di tulisan atau di kontennya gak ketauan ya.. mana yang kontributor,			

	mana yang redaksi?			
W:	Iya..			
P:	Ohh, jadi gak ketahuan nih mbak, misalkan di artikelnya ada tulisan, "ditulis oleh kontributor siapa" gitu...			
W:	Paling ditulis nama <i>account</i> -nya mbak..			
P:	Ohh ditulis nama <i>account</i> -nya aja?			
W:	<u>He'm. Jadi kita kan gak tau ini tuh redaksi Hipwee atau kontributor Hipwee gitu, soalnya saya juga kan baru tahu beberapa.. gak semua redaksi Hipwee.. Cuma tiap minggunya kana da banyak live IG, terus kelas menulis. Nah itu baru dari redaksi Hipwee semua..</u>	PU 3 PA 3		
P:	Oh, tapi di artikel sendiri itu gak ketahuan ya mbak, mana redaksi, mana kontributor.. karena yang ditulis <i>account</i> -nya?			
W:	Iya, tapi gak tau sih kalau misalnya di bawahnya kan suka ada nama editornya gitu.. Nah saya gak tau untuk tulisannya di redaksi itu ada editornya atau nggak, saya belum liat-liat lagi..			
P:	Oke..jadi gak tau juga ya mana yang lebih banyak tulisannya yang di- <i>publish</i> .. apakah punya redaksi atau apakah punya kontributor gitu ya mbak?			
W:	Iya..			
P:	Ehm, mbak aku mau nanya nih, Apa pendapat mbak terhadap kolaborasi antara <i>citizen journalist</i> dengan media <i>online</i> itu gimana sih?			
W:	<u>Menurut saya bagus sih, soalnya kan media <i>online</i> itu bisa bantu menyebarluaskan gitu.. Jadi makin banyak yang tau, jadi <i>citizen journalist</i> juga bisa lebih mengembangkan apa yang dia minati mungkin... Media <i>online</i> itu membantu mereka untuk memperkenalkan atau memperluas informasi yang mereka ketahui gitu..</u>	KB 1 KB 2	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Jadi media membantu menyebarluaskan.. Terus kalau kalau kontribusi dari <i>citizen journalist</i> -nya bagaimana? Memberikan konten gitu ya mbak?			
W:	Iya iya, bisa..			
P:	Kalau pendapat mbak sendiri untuk kolaborasi mbak Widi secara pribadi sebagai <i>citizen</i>			

	<i>journalist</i> dengan Hipwee, gimana mbak pendapat mbak?			
W:	Iya seperti yang saya bilang tadi sih, Hipwee itu kayak rumah gitu, jadi kolaborasi dengan Hipwee itu menurut saya udah pilihan yang tepat.. Karena ya bisa memberikan banyak... <i>benefit</i> juga ke kitanya, bisa sambil belajar...			
P:	Bagaimana sih keterlibatan antara anggota Hipwee itu dalam penulisan konten?			
W:	<u>Keterlibatannya kayak tadi mungkin ada kelas menulis <i>online</i> gitu, jadi sebelum kita menulis di tema itu kita udah dilibatkan untuk belajar tentang apa yang diketahui redaksi Hipwee tentang penulisan di bidang itu, gitu.. kayak misalnya di kelas menulis <i>online</i> minggu ini nih kita belajar tentang menulis temanya apa, <i>fashion</i> gitu misalnya.. Terus, nah kitanya juga bikin artikel yang apa, tentang <i>fashion</i> juga gitu... Jadi gimana sih dari mulai menemukan ide, terus bikin narasi atau <i>listicle</i>-nya kayak gitu, dikasih tau dulu ilmunya dari redaksi Hipwee di bidang itu gitu..</u>	KB 1 KB 2		
P:	Ohh jadi sebelum nulis tuh udah dikasih tau dulu langkah-langkahnya gitu ya?			
W:	Hmm iya mungkin..			
P:	Ya maksud aku kayak langkah-langkah menulis yang baiknya tuh gimana ya dari.. "oh cari idenya tuh di sini", gitu gitu...		Menjawab sambil mengangguk	
W:	Iya iya kayak gitu..			
P:	Apakah anggota Hipwee ini dapat kesempatan untuk milih konten sesuai dengan minat dan pengetahuan masing-masing?			
W:	<u>Iya.. Setahu saya semua kontributor itu bebas mau nulis tema apapun gitu, mau berbentuk <i>listicle</i> atau narasi, selama itu gak menyalahi aturan Hipwee gitu ya, itu pasti terbit... Jadi menurut aku kebebasan penuh sih..</u>	PU 3		
P:	Nah dampaknya apa nih dengan dikasih kebebasan menulis topik apapun itu... Apa sih dampaknya buat kontributor dengan kebebasan ini?			
W:	<u>Dampak baiknya mungkin bisa ehm, sesuai <i>passion</i>-nya.. bisa menulis sesuai <i>passion</i>-nya dia.. Terus dampak negatifnya mungkin kita terus menerus mengembangkan di kanal itu, jadi kita nggak mencoba semua kanal gitu..</u>	PU 3		

P:	Oke.. Mbak sebagai kontributor gitu suka diajak diskusi gak sih sama tim Hipwee-nya untuk pengembangan konten?			
W:	Emh.. suka. Kayak misalnya emh konten tiap minggu, misalnya live IG kayak gitu. Hipwee suka terbuka gitu, ‘ada masukan gak ya?’ gitu, kita buat temanya apa lagi buat minggu depan. Terus, suka ada juga kayak kuisoner atau survey-survey sejauh kayak sejauh mana sih Hipwee membantu kamu gitu. Atau apa sih saran dan masukan kamu untuk konten Hipwee selanjutnya. Kayak gitu.		Menjawab sambil mengangguk	
P:	Jadi diajak memberikan ide, memberikan masukan, gitu ya mbak? Kalau Kritik boleh gak?			
W:	Iya. Boleh.			
P:	Biasanya kritik dan saran itu lewat WA grup, atau langsung, atau ada platform khusus atau bagaimana?			
W:	Kalau saran atau ide kayak gitu langsung di WA grup.. atau kadang juga lewat link kuisoner kayak gitu			
P:	Ada gak sih mbak pengembangan dan penghargaan yang diberikan oleh Hipwee kepada anggota Hipwee nya?			
W:	Emh... ada. Kayak tiap bulan itu kan ada kontributor terbaik, biasanya 3 orang atau bisa lebih, gitu. Nah itu biasanya dikasih <i>merchandise</i> .			
P:	Pernah jadi yang 3 terbaik gitu gak sih mbak?			
W:	<u>Pernah. Hehehehe. Baru sekali sih. Soalnya kan makin sini makin jarang gitu nulis artikelnya. Biasanya yang masuk kontributor terbaik itu yang dalam bulan itu banyak nulisnya dan banyak juga <i>share</i> nya, gitu. Maksudnya banyaknya tulisan yang di <i>publish</i> di bulan itu.</u>	PU 4	Menjawab sambil tertawa	
P:	Biasanya dapat merchandise apa?			
W:	Jam dinding, terus kaos, terus notebook, terus tumblr. ada ciri khas Hipwee, gitu			
P:	3 terbaik itu ketauan mana juara satu, dua, dan tiganya?			
W:	Engga. Jadi pokoknya 3 terbaik aja gitu..			

P:	3 kontributor ini diliput gak sebagai pemenang?			
W:	Ada,,. Biasanya ada kolom khusus kayak <i>quotes</i> gitu.			
P:	Ada <i>quotes</i> untuk 3 terbaik itu ya mbak?			
W:	Iya.. biasanya dicantumin profilnya, foto, dari orang itu, dan <i>quotes</i> dari dia..			
P:	Kalau bentuk pengembangannya ada gak yang diberikan oleh Hipwee kepada anggota Hipwee <i>community</i> ? Misalkan pelatihan atau apa gitu, tapi khusus anggota Hipwee <i>community</i> terpilih gitu			
W:	<u>Oh. Iya dulu saya pernah menang, di lomba akhir tahun kayak gitu kan. ... Judulnya 'Manusia boleh berencana', terus dibuat grup. Jadi kayak ada pelatihan khusus gitu buat nulis artikel.</u>	PU 4		
P:	Pelatihannya <i>online</i> mbak?			
W:	Iya, melalui grup Whatsapp.			
P:	Tapi itu yang khusus yang menang doang?			
W:	Iya. Dulu, kayaknya sebelum ada kelas menulis <i>online</i> rutin kayak gitu deh.			
P:	Oh jadi, dulu sebelum ada kelas menulis <i>online</i> rutin, cuman yang menang doang yang dapet kelas itu ya?			
W:	Iya. Kalau sekarang kan terbuka buat umum, gitu.			
P:	Berarti dulu eksklusif gitu pelatihannya? Apakah narasumbernya dari tim Hipwee?			
W:	Iya, narasumbernya dari tim internal Hipwee.			
P:	Akhir tahun kapan, mbak?			
W:	Akhir tahun 2018 sih.			
P:	Ada gak sih mbak keterbatasan untuk menciptakan konten bagi anggota Hipwee <i>community</i> ?			
W:	Saya sendiri sih... sejauh ini belum ada.			
P:	Gak ada keterbatasan ya? Jadi bebas aja gitu nulisnya?			
W:	Iya. Sesuai aturan Hipwee yang tadi gitu. Biasanya kayak... menyinggung SARA, terus mempromosikan suatu produk pribadinya, itu biasanya ditolak sama Hipwee gitu tulisan			

	kayak gitu.			
P:	Oh jadi tidak boleh mengandung SARA, sama gak boleh promosi ya?			
W:	Iya. Setau saya itu.			
P:	Kalau gitu, udah pasti ditolak ya mbak?			
W:	Iya. Kayak misalnya di grup WA juga ada promosi tentang kegiatan apa apa gitu, biasanya langsung dikeluarin sih sama adminnya.			
P:	Maksudnya gimana tuh mbak?			
W:	<u>Kayak...biasa kan.. gak semua orang tuh sama gitu mbak.. Jadi promosi terus di <i>share</i> aja ke grup Hipwee, misalnya lagi promosi penjualan produk apa gitu. Nah itu kan kadang mengganggu bagi orang lain gitu kan. Langsung dikeluarin biasanya dari Hipwee nya.</u>	PA 2	Menjawab sambil mengganggu	
P:	Jadi aturan digrup itu dilarang berjualan karena itu kelas pelatihan ya?			
W:	Kelas menulis gitu kan. Iya. Hehehe			
P:	Beda gak sih grup kelas menulis sama grup Hipwee <i>community</i> ?			
W:	Kalau yang domisili beda kayaknya. Kalau kelas menulis itu khusus buat kelas menulis, atau ada pengumuman apa gitu dari Hipweenya.			
P:	Jadi ada berapa grup nih mbak buat yang terkait Hipwee?			
W:	Emh... saya sendiri 2 sih mungkin.			
P:	Oh jadi WA grup itu ada yang Hipwee <i>community</i> secara umum, yang kelas menulis <i>online</i> itu, dan Hipwee <i>community</i> regional Bandung itu ya mbak?			
W:	Iya.			
P:	Ada gak sih <i>tools</i> khusus yang diberikan kepada anggota Hipwee <i>community</i> untuk menunjang penciptaan konten?			
W:	<u>Emh... belum ada sih. Paling ada templatnya-templatnya gitu dari Hipwee paling buat <i>share</i> di sosial media. Binggo gitu.. Paling kayak gitu sih. Kalau <i>tools</i> khusus gak ada kayaknya.</u>	PU 3		
P:	Belum ada ya.. Mbak berharap ada <i>tools</i> khusus gitu gak? Misalkan mungkin dari Hipweenya bisa memberikan... link atau apa buat ngecek plagiarisme, atau ngecek apakah			

	tulisan ini sudah oke atau belum, atau misalkan ini gambarnya sudah sesuai apa engga. Butuh gak sih <i>tools tools</i> kayak gitu?			
W:	Iya sih. Terutama yang plagiarisme itu. Kadang saya sendiri suka menemukan artikel saya yang ditulis di Hipwee itu, ada yang di <i>copy paste</i> sama orang lain gitu di <i>websitenya</i> dia, kayak blog, kayak gitu.		Menjawab sambil mengangguk	
P:	Maksudnya gimana tuh mbak? Aku agak kurang paham nih.			
W:	Iya misalnya... artikel saya kan udah <i>publish</i> di Hipwee nih. Terus, kadang muncul juga di web lain gitu. Jadi kayaknya ada orang yang <i>copy paste</i> , kayak gitu.			
P:	Oh gitu. Tapi kalau dari Hipweenya, ngasih ini gak sih, misalkan... 'temen-temen kalau misalkan mau ngecek plagiarisme gitu, sebelum dikasih ke kita, Hipwee, bisa cek menggunakan link ini tau bisa cek melalui <i>website</i> ini' dikasih tau gak mbak?			
W:	Enggak.			
P:	Oh. Engga ya. Oh berarti kalau misalkan nulis gitu, terus dapet <i>feedback</i> plagiarisme, baru ketauannya disitu ya?			
W:	Iya...			
P:	Jadi gak ada informasi gitu ya terkait... apa kah tulisannya ini mengandung plagiarisme atau engga, gitu?			
W:	Iya gak ada informasi.			
P:	Kalau konten <i>listicle</i> itu kan butuh foto tuh mbak.. biasanya tau fotonya udah bagus atau belum itu dari mana ya?			
W:	<u>Emh... kalau foto biasanya kita <i>download</i> di unplas, terus dimasukin sama linknya juga gitu kan. Terus nanti kalau misalnya kurang bagus atau kurang sesuai, biasanya suka diganti sama editor Hipwee sendiri, sebelum <i>publish</i>, gitu.</u>	PU 3		
P:	Itu diinforin gak ke mbak sebagai yang nulis?			
W:	Emh... enggak.			
P:	Jadi kadang mbak kasih foto apa, tapi yang keluar foto yang lain gitu ya?			
W:	Iya. Kadang kayak gitu.			

P:	Menurut mbak masalah gak? Karena foto itu kan juga bukan foto pribadi saya gitu, saya juga ambil di unplas gitu kan. Terus mungkin ada foto lain yang lebih sesuai			
P:	Dimana mbak ngambilnya? Unplas?			
W:	Iya atau pinterest kayak gitu.			
P:	Jadi gak masalah ya mbak, kalau fotonya diganti-ganti?			
W:	Iya..			
P:	Emh, tapi kalau <i>tools</i> yang dibutuhkan mungkin itu kali ya, bisa ada inf... <i>tools</i> , atau info yang terkait plagiarisme itu?			
W:	Iya..			
P:	Bagaimana redaksi Hipwee itu mendukung gerakan atau kinerja dari anggota Hipwee <i>community</i> atau kontributor?			
W:	<u>Menurut saya, kayak ada lomba-lomba gitu. Terus kemarin-kemarin ada live sama beberapa kontributor Hipwee gitu secara bergantian. Terus bikin video juga tentang pandemi gitu. Jadi kayak lebih deket aja gitu sama kontributor-kontributor Hipwee nya.</u>	KB 2	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Oh jadi merasa dilibatkan gitu ya mbak?			
W:	Iya merasa dilibatkan.			
P:	Mbak ikutan juga tuh yang live instagram sama membuat video?			
W:	Iya. Saya ikut.			
P:	Waktu live instagram, berapa orang mbak?			
W:	<u>6 orang kalau gak salah. Jadi bergantian gitu, diwawancara, ditanya tentang pandemi kayak gitu sih. Jadi setiap orang durasinya berapa menit, gitu. Terus kemarin yang terbaru itu, tentang pengalaman selama Idul Fitri. Jadi di live IG kayak gitu.. terus hasilnya dibikin video IGTV gitu sama Hipweenya tentang pengalaman kontributor-kontributornya selama lebaran di rumah ini tuh ngapain aja, terus apa yang mereka rasakan, gitu.</u>	KB 2		
P:	Berapa banyak sih kelas Hipwee itu untuk kontributor. Selain kelas menulis <i>online</i> , terus ada kelas apa lagi gitu?			
W:	Setau aku kelas menulis <i>online</i> aja sih.			

P:	Kelas fotografi gitu ada gak sih? Jadi dikasih tau pemilihan foto yang bagus begini gitu, yang buat artikel tuh yang kita cari kayak gini, gitu. Jadi kita gak perlu ganti-ganti foto kamu, gitu?			
W:	Oh... engga sih.			
P:	Belum pernah ada mbak? Maksudnya kasih tau informasi kayak gitu tuh belum pernah ada?			
W:	Belum.			
P:	Oh... berarti butuh gak sih kelas kayak fotografi gitu?			
W:	Iya, butuh juga sih mbak. Buat meningkatkan meningkatkan kualitas artikel yang kita buat.			
P:	Pernah ikutan kelas <i>offlinenya</i> gak mbak?			
W:	Saya belum pernah. Soalnya dulu tuh <i>event</i> nya di kota mana gitu, kan jauh dari Tasik harus kesana gitu.			
P:	Jadi belum pernah ikut <i>event meet up</i> gitu yaa?			
W:	Iya.			
P:	Kalau yang <i>event meet up</i> tuh biasanya sebulan sekali, 6 bulan sekali, apa tiap tahun sih mbak?			
W:	Saya kurang tau sih. Belum ada jadwal yang tetap kayaknya.			
P:	Oh belum ada. Belum ada jadwal tetap ya. Ada ketua Hipwee <i>community</i> gak sih?			
W:	Emh... gak ada kayaknya.			
P:	Gak ada ya. Bahkan diregional Bandung pun gak ada ketuanya ya?			
W:	Emh... belum tau.			
P:	Oke. Jadi untuk penulisan konten, penciptaan konten oleh anggota Hipwee <i>community</i> ini dilakukan secara sukarela ya? Gak ada <i>fee</i> yang diberikan untuk anggota yang menulis?			
W:	<u>Iya. Gak ada sih selain yang tadi saya sebutkan. Kayak kontributor terbaik, atau berupa merchandise yang menang lomba-lomba kayak gitu.</u>	PU 4	Menjawab sambil mengangguk	

P:	Jadi kontributor terbaik sama ikut lomba menulis aja yaa yang <i>reward</i> , gitu ya?			
W:	Iya.			
P:	Banyak yang ngeluh tentang <i>fee</i> ini gak sih mbak? Atau kayak 'oh ya udah lah'			
W:	Kalau saya sih enggak. Banyak yang secara <i>enjoy</i> aja gitu. Ngalir, nulis di Hipwee. Yang penting mereka punya rumah buat menyalurkan atau menuangkan pikiran mereka, gitu.			
P:	Walaupun tidak dibayar gitu?			
W:	Iya.			
P:	Sebagai seorang kontributor, seberapa penting sih penciptaan konten melalui kolaborasi antara redaksi dengan <i>citizen</i> jurnalis?			
W:	<u>Menurut saya, penting sih. Karena buat redaksinya sendiri bisa tau lingkungan sekitar yang relate sama kondisi saat ini, kan itu dari <i>citizen journalist</i> juga ya.. Jadi buat bikin konten yang menarik, diperlukan sih, kalau boleh kayak gitu.</u>	PJ 1		
P:	Jadi, redaksi tuh butuh tau keadaan saat ini , atau yang paling <i>update</i> itu melalui kolaborasi dengan <i>citizen</i> jurnalis ya?			
W:	Nah iya.			
P:	Ada gak permasalahan antara kolaborasi <i>citizen journalist</i> dengan redaksi?			
W:	Sejauh ini, saya belum tau sih mbak, belum ada.			
P:	Apa yang ingin bisa dikembangkan untuk kolaborasi antara <i>citizen journalist</i> dengan redaksi Hipwee?			
W:	Menurut saya yang tadi sih mbak, yang kayak tiap kota itu bikin acara bareng gitu.. Acara <i>offline</i>			
P:	Pernah diajak liputan bareng gak sih mbak?			
W:	Emh.... enggak sih.			
P:	Pingin gak sih mbak ada kolaborasi seperti itu?			
W:	<u>Iya. Pngen sih sekali kali gitu. Kayak misalnya live IG kayak gitu, sumbernya itu dari kontributor sendiri gitu, narasumbernya.</u>	PA 1	Menjawab sambil mengangguk	

P:	Oh... kemarin kan udah tuh. Eh belum ya?			
W:	<u>Kemarin cuma.... <i>sharing-sharing</i> aja kan, gitu. Maksudnya kayak misalnya live IG ini membahas tentang ini nih, nah pengennya narasumbernya itu dari kontributornya sendiri gitu.</u>	PJ 8		
P:	Oh full dari kontributor?			
W:	<u>Iya. Maksudnya.. ya.. diajak lagi. Biasanya kan ada moderatornya tuh, biasanya Ka Aan. Nah terus narasumbernya tuh biasanya ngambil dari redaksi Hipwee juga gitu, membahas suatu topik. Kalau bisa sih mungkin suatu hari nanti, ada lah kontributor yang diajak sebagai narasumber, gitu.</u>	PU 3		
P:	Menurut mbak, apa sih hal penting yang perlu dilakukan untuk menjaga kolaborasi antara redaksi dengan <i>citizen</i> jurnalis ini berjalan dengan baik?			
W:	Kenyamanan antara keduanya sih. Jadi kayak si <i>citizen journalist</i> -nya juga gak merasa ada keterpaksaan, terus yaa enjoy aja gitu kolaborasi sama redaksinya.			
P:	Maksudnya tapi keterpaksaan gimana ya mbak?			
W:	Maksudnya kayak dipaksa bikin konten ini nih, gitu.			
P:	Oh. Tapi emang sejauh ini pernah gak dipaksa untuk bikin konten sesuatu gitu?			
W:	Enggak. Sepenuhnya bebas sih.			
P:	Oh. Misalkan kaya sekarang nih.. ‘eh ini baru new normal, bikin, bikin konten tentang new normal dong’ gitu. Pernah gak sih mbak di grup kayak gitu?			
W:	<u>Enggak sih. Biasanya udah ada redaksi Hipwee yang bikin tentang itu, gitu. Tapi paling berupa ajakan aja gitu. Ajakan bikin artikel misalnya, tentang ini, gitu. Kalau ada yang mau, ya silahkan, gitu.</u>	PU 3 PA 3		
P:	Kalau ajakan kayak gitu, berarti kemungkinan besar di- <i>publish</i> -nya lebih besar dong ya?			
W:	Iya.			
P:	Dari redaksi pernah ngajak mba enggak?			
W:	Iya, kayak kan lagi gak bisa mudik kan kemarin. Terus, ‘ayo nih kita bikin tulisan buat yang lagi ngalamin atau mau kasih semangat buat yang lebaran atau ramadhannya			

	diperantauan, jauh dari keluarga' gitu. Dan akhirnya banyak juga yang bikin tulisan kayak gitu.			
P:	Abis itu di <i>publish</i> di <i>websitenya</i> Hipwee gitu ya?			
W:	Iya.			
P:	Apakah ini jadi kelebihan kolaborasi antara redaksi sama <i>citizen journalist</i> ?			
W:	Bisa jadi sih mbak. Soalnya dengan adanya kolaborasi ini, situasi yang tadinya ya menyedihkan gitu, bisa jadi lebih berwarna, gitu kan.		Menjawab sambil mengangguk	
P:	Jadi menciptakan artikelnya beragam gitu ya mbak?			
W:	Iya.			
P:	Ada kekurangannya gak mbak? Dari kolaborasi antara redaksi sama <i>citizen journalist</i> ini? Apakah jadi kayak bersaing dengan redaksi Hipwee-nya?			
W:	Engga sih.			
P:	Maksudnya siapa ta... jadi kayak.. kok banyaknya punya redaksi sih yang di <i>publish</i> , gitu. Kok saya sebagai <i>citizen journalist</i> , gak pernah di <i>publish</i> , gitu.			
W:	<u>Enggak sih. Karena ya balik lagi seperti tadi. Kalau misalnya artikelnya sesuai standar atau aturan di Hipwee, pasti di <i>publish</i> sih.</u>	PU 3		
P:	Mbak masih suka bingung gak sih sama kode etik jurnalistik atau sama idealnya penulisan jurnalistik tuh kayak apa?			
W:	Iya sih. Masih suka bingung.			
P:	Terus apa solusinya?			
W:	Solusinya mungkin dengan adanya kelas menulis tadi ya			
P:	Oh jadi belajar dari kelas menulis itu?			
W:	Iya. Atau bisa cari tau sendiri, gitu.			
P:	Apa harapan terhadap kolaborasi antara redaksi atau jurnalis profesional dengan <i>citizen journalist</i> ?			
W:	<u>Iya, harapannya bisa memberikan dampak positif bagi setiap yang membacanya, atau</u>	MO 2	Menjawab	

	<u>yang menerima beritanya, gitu.</u>		sambil mengangguk	
P:	Pernah ada kolaborasi menulis bareng gak sih mbak antara jurnalis redaksi dengan <i>citizen journalist</i> atau dengan anggota Hipwee?			
W:	Paling yang dari buku itu sih mbak. Setau saya ada juga yang dari jurnalis Hipwee ikut dalam penulisan itu, menjadi bagian dari buku itu. Jadi dalam buku itu, ada tulisan kontributor, ada tulisan redaksi Hipweenya juga. Kalau redaksinya sendiri, sedikit sih, paling satu orang gitu.			
P:	Oke, selesai mbak. Makasih banyak ya mbak Widi.			
W:	Hehehe iya sama-sama mbak. Maaf juga kalau misalnya penjelasannya kurang atau gimana gitu. Lancar yaa mbaknya buat tesisnya. Semoga cepat lulus			
P:	Aamiin. Doakan ya mbak, semoga aku bisa lulus, semester ini aku bisa cepet-cepet sidang hehe			
W:	Aamiin. Hehehe			

Naskah Wawancara 5

Peneliti : Nadya Ariesta Komala Dewi (P)
 Informan : Leonita – Kontributor Hipwee (L)
 Tanggal : 1 Juni 2020
 Media : Zoom

Wawancara		Kode	Catatan Jawaban Informan	Catatan Lapangan
P:	Jadi Mbak Leo, aku pertama mau tahu dulu nih latar belakangnya Mbak Leo. Jadi Mbak Leo ini sekarang umurnya berapa, domisili di mana, terus profesinya apa.			Video dinyalakan sehingga bisa membaca ekspresi informan
L:	Oke, jadi namaku Leonita Saputri. Umurku sekarang 28 tahun. Domisiliku untuk domisili kerja sih di Jakarta ya, ngekos di Jakarta. Tapi kalau rumah di Pandeglang, di Banten. Iya. Dan aku sekarang kerja di salah satu stasiun TV swasta di Jakarta, di GTV, bagian <i>marketing communication</i> . Itu tuh ngurusin <i>event-event off air</i> -nya di GTV dan aku bagian urus <i>budgeting</i> -nya.			
P:	Mbak kan sekarang menjadi kontributor di Hipwee ya? Berarti kan <i>citizen journalist</i> nih. Aku mau nanya, menurut Mbak tuh <i>citizen journalist</i> itu apa sih Mbak?			
L:	<u><i>Citizen journalist</i> tuh orang-orang yang berkecimpung di dunia jurnalistik tapi bukan kayak jurnalis profesional, tapi kayak warga biasa gitu yang kayak cuman mau nulis, atau pengen kasih informasi, kayak gitu aja sih menurutku.</u>	CJ 6		
P:	Iya. Jadi berkecimpung di dunia jurnalistik tapi sebagai warga biasa yang ingin membagikan informasi ya?			

L:	Iya.			
P:	Kenapa tertarik buat jadi <i>citizen journalist</i> ?			
L:	<u>Karena aku punya hobi nulis ya, dan nulis tuh salah satu <i>healing stress</i>. Dan akhirnya ketemu sama <i>platform</i> Hipwee. Terus iseng nulis dan ternyata, ternyata ini ya, bisa ke-<i>publish</i> dan lumayan banyak <i>share</i>-nya, ya udah jadi ketagihan, gitu.</u>	CJ 1		
P:	Udah berapa lama Mbak jadi <i>citizen journalist</i> ?			
L:	Aku kalau aktif nulis dan aku <i>share</i> di sosmed tuh, sekitar dua tahunan ini.			
P:	Oh jadi dua tahun itu di Hipwee aja atau di luar Hipwee?			
L:	<u>Dua tahun tuh banyak, kayak di <i>blog</i>, aku bikin <i>blog</i>, terus aku bikin <i>wattpad</i>, aku bikin, aku <i>share</i> tulisan di <i>instagram</i>. Terus bikin tulisan juga di <i>instagram</i>, di <i>Menjadi Manusia</i> juga aku aktif nulis di situ, lumayan aktif nulis di situ. Tapi yang paling serih sih di Hipwee.</u>	CJ 1	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Tapi emang <i>background</i> -nya penulis Mbak, atau gimana?			
L:	Enggak, nulis tuh kayak cuman hobi aja.			
P:	Oh, jadi emang nggak ada <i>background</i> penulis gitu nggak ada ya? Maksud aku apakah untuk nulis novel atau nulis apa itu nggak ada ya?			
L:	Enggak, aku lebih suka nulis puisi sih. Kayak puisi, terus kayak narasi, kayak gitu. Belum sampai ke novel.			
P:	Jadi, berarti emang udah jadi penulis dua tahun? Maksud aku selain nulis jurnalistik itu, nulis yang lain tuh juga udah dua tahun ya Mbak?			
L:	Kalau nulis itu udah dari SMP. Suka nulis dari SMP. Cuman kalau yang di- <i>publish</i> , baru-baru ini aja.			
P:	Biasanya topik apa Mbak yang ditulis?			
L:	Kalau aku lebih banyak tentang hubungan tentang kehidupan, kayak yah gitu-gitu aja sih. Puisi sih, aku lebih sering ke nulis puisi.			
P:	Tapi kalau misalkan di Hipwee sendiri biasanya nulis apa Mbak?			
L:	<u>Aku di Hipwee sering nulis puisi, terus sering nulis tentang konten hubungan, terus konten <i>motivasi</i>..</u>	CJ 1 PU 2		

P:	Kenapa milih topik hubungan, puisi, sama motivasi?			
L:	Karena sukanya nulisnya itu. Kayak ajang curhat terselubung gitu, bener nggak sih.			
P:	Oh, karena berdasarkan pengalaman pribadi gitu ya?			
L:	Iya, kayak curhat terselubung lah, tapi di- <i>share</i> .			
P:	Jadi curhatnya ke semua orang.			
L:	Iya, curhatnya ke semua orang, dibaca lagi sama semua orang.			
P:	Nah, berarti kan Mbak udah dua tahun ya nulis topik tersebut, menurut pendapat Mbak sendiri, kualitas dari tulisan Mbak tuh bagaimana? Udah oke atau masih belum, atau gimana?			
L:	<u>Belum, belum. Belum terlalu oke. Kalau oke sih, nggak tahu ya. Itu kan pendapat yang membaca mungkin ya. Cuman aku sendiri sih ngerasanya kayak, kadang kalau <i>stuck</i> tuh kadang tulisannya tuh nggak berkembang, kosakatanya nggak terlalu banyak. Cuman kalau aku lihat <i>shares</i>-nya di Hipwee tuh kayak lumayan banyak, gitu, kadang.. ya Alhamdulillah kalau misalnya banyak menginspirasi juga. Walaupun kadang ngerasanya kayak.. kayaknya ini belum terlalu oke gitu. Masih harus banyak belajar.</u>	CJ 3		
P:	Kalau dari segi kuantitasnya Mbak, udah berapa banyak sih tulisan yang ditulis atau artikel yang dibuat gitu?			
L:	Kayaknya lebih, kayaknya dua puluhan deh. Aku nggak ngitungin sih, kayaknya udah dua puluhan lebih gitu.			
P:	Oh, itu di- <i>publish</i> semua Mbak?			
L:	Alhamdulillah ke- <i>publish</i> semua itu di Hipwee.		Menjawab sambil mengangguk	
P:	Wah. Keren keren. Berarti sebetulnya udah bagus dong bisa di- <i>publish</i> semua?			
L:	<u>Gitu ya? Karena kadang aku mikir, kayaknya ini Hipwee di-<i>publish</i> semua deh kalau yang nulis, kayak gitu kadang ngerasa kayak gitu, gitu. Apa diseleksi dulu.</u>	PA 3		
P:	Dapat <i>feedback</i> gitu nggak sih? Maksudnya, pas nulis gitu langsung <i>publish</i> atau harus ada revisi dulu?			

L:	Oh enggak, kadang aku nulis pagi nih, aku kirim ke mereka pagi. Kadang siang atau sorenya tuh langsung <i>publish</i> . Tapi kadang dua hari, kadang sehari, kayak gitu.			
P:	Maksud aku kayak, misalkan Mbak ngirim, terus dari pihak Hipwee-nya tuh ngasih revisi gitu kayak “Tolong kata-katanya diperbaiki” atau apa.			
L:	Nggak.			
P:	Oh, enggak ya? Berarti emang udah bagus dong ya.			
L:	<u>Nggak ngerti deh. Apa mereka yang ngerevisi ya. Kayaknya mereka yang revisi deh itu ya. Karena kadang nih judulnya aku bikin kayak gimana, tapi sama mereka direvisi. Kayak diperbagus gitu lah judulnya. Jadi kadang cuma beda judulnya doang sama mereka, diganti judul.</u>	PU 3 PA 3		
P:	Oh tapi isinya?			
L:	Sama. Isinya tetep sama.			
P:	Emm, gitu. Apa sih kelebihan dari seorang <i>citizen journalist</i> menurut Mbak?			
L:	Kelebihan kayak gimana nih?			
P:	Kan kalau jurnalis profesional kan emang punya <i>deadline</i> gitu ya. Tapi kalau <i>citizen journalist</i> kan mungkin enggak, gitu. Mungkin ada kelebihan lain gitu sebagai seorang <i>citizen journalist</i> menurut Mbak?			
L:	<u>Kalau dari aku sih, kayaknya lebih bebas aja ya mau nentuin kontennya. Kayak kita mau nulis apa, kita mau <i>sharing</i> tentang hal apa, yang penting masih dalam koridor kepenulisan yang baik ya kita bebas mau nulis apa pun, mau <i>share</i> apapun kayak gitu. Jadi nggak terpatok sama satu tema atau apa, gitu sih menurut aku. Lebih kreatif aja. Dan kayaknya kita nggak kepatok <i>deadline</i> ya. Kayak kita tuh lebih bebas aja untuk nentuin kapan tulisan kita beres, untuk kirimnya, untuk hal-hal seperti itu sih lebih bebas</u>	PU 3 PA 3		
P:	Oke. Kalau kekurangannya apa nih yang Mbak rasain sebagai seorang <i>citizen journalist</i> ? Apakah misalkan susah nih dapet sumbernya atau bingung, maksudnya masih ngerasa kurang pengalaman atau ya itu, karena mungkin bingung mau nulis apa atau gimana, gitu. Yang mbak rasain aja sih.			

L:	Yaa.. Kalau sebagai <i>citizen journalist</i> tuh kadang kalau udah kena <i>writer block</i> ya. Kalau udah buntu gitu nyari ide. <u>Writer block tuh kayak udah mulai buntu. Buntu nih mau <i>sharing</i> apa, buntu mau nulis apa, mau kasih informasi apa tuh kayak kadang, kan kayak gitu ya.</u> <u>Kadang <i>mood</i>-nya kan nggak selalu bagus untuk kita <i>share</i> tulisan, untuk kita <i>share</i> apapun, gitu.</u> Kayak gitu sih kadang. Kalau misal jurnalis asli kan kayak loe mau punya, loe mau lagi males nulis, loe mau lagi nggak <i>mood</i> nulis, ya harus nulis kan kalau jurnalis yang aslinya. Tapi kalau kita tuh kadang, ya kalau buntu ya nggak akan nulis. Nggak akan <i>share</i> apapun, gitu sih paling.	CJ 4	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Kalau sumber gitu.. susah nggak Mbak nyari narasumber atau ya yang kayak gitu, itu susah nggak sih sebagai seorang <i>citizen journalist</i> ?			
L:	<u>Kalau aku kan kebetulan, karena nulisnya kan nulis kayak narasi gitu kan. Nggak perlu harus tentang informasi orang lain kayak gitu, nggak sulit. Karena kan aku nulis kayak nulis tentang diri sendiri gitu kan, walaupun ya kadang inspirasinya dapet dari curhatan orang lain, atau apapun.</u> Kalau aku sih enggak.. kecuali ya kalau misalnya dia bikin kontennya tentang berita, atau tentang <i>tips</i> atau apa gitu mungkin susah kali ya, kadang susah.	CJ 4	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Tapi aku mau nanya deh. Apakah <i>citizen journalist</i> itu emang pengalamannya gak banyak ya Mbak? Maksudku kan kalau jurnalis profesional kan biasanya pengalamannya udah banyak ya. Jadi gampang aja gitu buat nulis. Kalau <i>citizen journalist</i> , apakah kebalikannya gitu?			
L:	Tergantung apakah dia sudah berpengalaman atau belum.			
P:	Kalau Mbak sendiri ngerasanya gimana? Pengalaman nulisnya			
L:	Kalau aku sih, belum lah, belum. Masih merasa belum berpengalaman.			
P:	Oh... Mbak, aku mau nanya. Mbak Leo ini jadi <i>citizen journalist</i> di Hipwee aja atau ada di media <i>online</i> lainnya?			
L:	Aku nulis di <i>platform</i> menjadimanusia.id juga, nulis di Hipwee juga.			
P:	Berarti cuman di situ aja ya? Nggak ada di media <i>online</i> lainnya.			
L:	Iya. Nggak ada sih sejauh ini.			
P:	Kenapa milih jadi <i>citizen journalist</i> di Hipwee?			

L:	<u>Karena dulu tuh melihat Hipwee tuh kayak ini ya.. kontennya bagus-bagus, dan positif, kayak gitu. Terus nggak sengaja ngeliat, terus iseng. Dan mereka kan nampung kayak karya puisi, kayak narasi, kayak gitu gitu kan. Terus aku iseng nulis, eh ternyata di-publish sama mereka. Ya udah. Akhirnya keterusan.</u>	KB 1 KB 2		
P:	Apa <i>benefit</i> jadi kontributor di Hipwee Mbak? Sebutannya kontributor kan ya?			
L:	<u>Iya, kontributor. <i>Benefit</i>-nya, ya lumayanlah <i>benefit</i>-nya. Kalau misalnya nih mereka ngadain kompetisi nulis, kayak gitu. Ngadain kompetisi nulis dengan tema tertentu, kalau misalnya menang ya dapat uang, kayak gitu. Terus dapet <i>merchandise</i> dan aku kemarin juga sempet bikin buku sama mereka tuh, yang LDR Survival Kit tuh. Itu juga menang dan akhirnya dibukuin tulisannya.</u>	PU 4	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Kalau kompetisi menulis lainnya gitu selain yang kemarin buku, pernah ikutan lagi nggak?			
L:	Kayaknya lebih sering di Hipwee ya ngikut kompetisinya.			
P:	Iya, maksud aku yang di Hipwee selain yang LDR, pernah ikut kompetisi menulis lainnya nggak?			
L:	<u>Pernah sih, pernah. Yang LDR, terus yang, apa ya waktu itu temanya. Apa ya, aku lupa deh. Ada beberapa tema, dan kemarin itu ikut juga tema yang Ramadan di Perantauan, itu juga ikut. Tapi nggak menang juara satu, hanya menang masuk juara favorit ya.. sampe 20 gitu. Nggak menang juara 1. Terus... pernah jadi kontributor terbaik juga. Bulan apa ya waktu itu, lupa.</u>	PU 4		
P:	Itu kalau jadi kontributor terbaik dapet apa Mbak? Dapet hadiah gitu nggak?			
L:	Iya, dapet hadiah. Dapet <i>merchandise</i> juga dari mereka. Ya lumayan, iseng-iseng berhadiah.			
P:	Selain kompetisi gitu, ada <i>benefit</i> lainnya nggak jadi kontributor di Hipwee?			
L:	<u>Kadang sih kalau mereka ngajak kolaborasi, kayak untuk, kemarin aku bikin video untuk yang <i>campaign</i> corona itu ya.. Kasih semangat corona itu juga mereka ngajakin untuk kolaborasi dan kirim video kan akhirnya. Dan itu dapet <i>fee</i> juga sih, lumayan, dikasih <i>fee</i> sama mereka.</u>	KB 1 KB 2		
P:	Jadi pas kolaborasi bikin video itu ternyata dapet <i>fee</i> ?			

L:	Iya, kukira nggak, kukira kan hanya bikin video biasa kan, nggak akan dapet kayak gitu. Ternyata dapet kayak gitu, dikasih sama mereka.			
P:	Kan Mbak ini jadi kontributor di Hipwee, berarti masuk di Hipwee <i>Community</i> , gitu ya? Nah menurut Mbak tuh Hipwee <i>Community</i> tuh apa sih Mbak?			
L:	<u>Iya.. Hipwee <i>Community</i> tuh kumpulan para penulis dan kontributor-kontributor di Hipwee, jadi dijadikan dalam satu wadah, jadi mereka tuh diklasifikasikannya per kota. Jadi Hipwee <i>Community</i> Jakarta, Hipwee <i>Community</i> Bandung, gitu. Supaya lebih, kayak lebih mengakrabkan diri aja sih, kayak gitu.</u>	UGC 1 UGC 2 UGC 3	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Itu kumpulan penulis dan kontributor Hipwee yang diklasifikasikan berdasarkan daerahnya. Itu semua ada <i>whatsapp group</i> -nya gitu ya Mbak?			
L:	Ada, ada. Ada Hipwee <i>Community</i> yang general, dan ada Hipwee <i>Community</i> yang per kota gitu.			
P:	Oh, ada yang general sama yang per kota. Mbak gabung ke mana?			
L:	Aku dulu ikut yang di <i>general</i> .			
P:	Ikut yang kota juga?			
L:	Enggak. Dulu pernah sempat ikut, tapi aku <i>left group</i> gitu. Terlalu banyak <i>group</i> .			
P:	Dulu masuknya regional mana Mbak?			
L:	Jakarta, aku ikut yang Hipwee <i>Community</i> Jakarta.			
P:	Oh, berarti emang itu isinya kumpulan penulis dan kontributor Hipwee-nya aja gitu ya?			
L:	Iya.			
P:	Yang masuk ke Hipwee <i>Community</i> itu harus nulis Mbak?			
L:	<u>Enggak. Nggak harus nulis, banyak yang baru mau belajar nulis juga, malah kadang mereka belum pernah nulis sama sekali tapi pengen gabung gitu kan, belajar. Kayak gitu kan. Karena di Hipwee <i>Community</i> tuh sering ada kayak seminar <i>online</i>, kayak gitu. Kayak seminar <i>online</i> untuk mereka-mereka yang mau nulis. Jadi tuh sering kita ngadainnya di situ.</u>	PU 1 PU 3 PA 1 PA 3		
P:	Oh, belum nulis itu bisa gabung di Hipwee <i>Community</i> ya?			

L:	Iya, bisa.			
P:	Tapi dia nggak sebutannya kontributor?			
L:	Enggak. Jadi itu tuh kayak campuran aja gitu, orang yang para kontributor tetapnya dan orang-orang yang pengen nulis, kayak gitu.			
P:	Dia emang nggak semuanya kontributor?			
L:	Enggak.			
P:	Mbak, apa sih manfaat jadi kontributor di Hipwee?			
L:	<u>Banyak sih, kalau menurutku kayak, Hipwee tuh tempat untuk berkreasi, tempat untuk menunjukkan karya. Kita kayak bisa <i>share</i> karya, kita juga bisa banyak melihat karya orang lain juga, banyak belajar dari situ. Jadi kayak kalau misalnya para penulis awal yang masih belum pede untuk nulis, kayak gitu, bisa nyoba nulis di sini. Nanti juga kalau misalnya nggak di-accept sama mereka tuh, dapat <i>review</i>. Dan kalau misalnya karya kita bagus, kita dapat <i>reward</i>. Terus ketemu sama orang-orang baru, kenal sama orang-orang baru yang satu hobi, hobi nulis, kayak gitu sih, banyak manfaatnya.</u>	PU 3 PA 3		
P:	Itu berarti di Hipwee <i>Community</i> itu isinya orang-orang yang suka nulis ya Mbak?			
L:	Iya. Orang-orang yang suka nulis dan mau belajar nulis.			
P:	Kelebihan jadi kontributor di Hipwee itu apa sih Mbak?			
L:	Kayaknya kalau jadi kontributor tuh tulisannya kayak lebih didahulukan gitu mungkin ya.. untuk di- <i>publish</i> . Kayaknya sih kayak gitu ya. Terus kalau di Hipwee tuh serunya kita bisa liat pencapaian <i>share</i> tulisan kita ya. Di Hipwee kan, mereka ada <i>ranking</i> -nya, ada <i>ranking</i> tulisan juga. Jadi kita tahu nih tulisan kita jangkauan <i>share</i> -nya udah di- <i>share</i> berapa orang.. kayak gitu. Kalau di tempat lain kan nggak ketahuan tuh, ini tulisannya udah dibaca sama berapa orang, tulisannya udah di- <i>share</i> sama berapa orang, nggak tahu. Tapi kalau di Hipwee tuh ada keterangan seperti itunya.		Menjawab sambil mengangguk	
P:	Kalau aku boleh tahu, Mbak <i>ranking</i> berapa?			
L:	Dulu, dulu aku masih seratu besar tuh. Tapi sekarang udah, karena udah mulai jarang nulis, kemarin terakhir 117 apa 116 gitu. Banyak banget yang bagus.			

P:	Tapi itu, <i>ranking</i> itu ditentukan berdasarkan apa ya?			
L:	Jumlah <i>share</i> . Jumlah <i>share</i> tulisan kamu.			
P:	Oh jadi bisa, jadi di <i>platform</i> itu bisa ketahuan <i>ranking</i> nya, misalkan aku <i>ranking</i> 30 gitu. Itu ketahuan berapa banyak <i>sharing</i> tulisannya gitu ya. Itu ditentukan dari situ?			
L:	Iya, iya. Ketahuan dari situ.			
P:	Berarti <i>ranking</i> ditentukan dari jumlah <i>share</i> tulisan ya. <i>Reward</i> -nya apa?			
L:	<u><i>Reward</i>-nya kalau misalnya di bulan itu tulisan kita banyak di-<i>share</i>, kayak misalnya tulisan kita di-<i>share</i> sampe seratus ribu <i>share</i>, itu kita bisa jadi kontributor terbaik di bulan itu. Aku waktu itu pernah, waktu jadi kontributor terbaik tuh <i>sharing</i> tulisan aku di bulan itu tuh, hampir seratus ribu <i>share</i>.</u>	PU 4	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Wah, banyak banget sih. Berarti kan kayak ada seratus ribu, <i>share</i> itu berarti yang ngebaca ya? Atau yang membagikan?			
L:	Yang baca, terus sama dia di- <i>share</i> ke <i>platform</i> kayak twitter, kayak facebook. Jadi abis dia baca, dia <i>share</i> ke sosmed gitu.			
P:	Tapi yang ngebaca gitu bisa kebaca nggak, maksudnya jumlah pembaca di artikel Mbak itu bisa kebaca nggak, bisa kelihatan nggak jumlahnya berapa? Misalkan dia nggak nge- <i>share</i> tapi dia cuman membaca, nah jumlah orang yang membaca itu bisa, Mbak bisa tahu nggak?			
L:	Kalau yang nge- <i>share</i> tuh udah pasti baca ya kayaknya. Aku nggak tahu deh kalau misalnya sistem yang bacanya itu, aku nggak tahu. Cuman kalau <i>share</i> tuh, kayak gitu sih setahu aku. Coba nanti kamu tanya sama Arin deh, kalau sistemnya kayak gitu tuh gimana maksudnya. Aku juga nggak tahu soalnya.			
P:	Nggak, maksud aku, apakah di <i>platform</i> itu bisa kelihatan, oh jumlah pembaca 3000 tapi yang nge- <i>share</i> 100, gitu.			
L:	Oh, kalau yang pembaca sih aku kurang tahu ya. Cuman kalau yang <i>shares</i> tuh kelihatan disamping artiklenya tuh.. jumlah <i>shares</i> tulisan ini tuh berapa.			
P:	Kekurangan jadi kontributor di Hipwee itu apa sih Mbak?			
L:	<u>Kadang, kalau misalnya aku baca, aku ngeklik <i>link</i> tulisanku, kalau dibuka <i>by web</i> di</u>	MO 4	Menjawab sambil	

	<u>handphone</u> tuh masih banyak iklan-iklan gitu lah. Jadi kadang ketika baca tuh kepotong gitu lo, tulisannya tuh kepotong sama iklan, kayak gitu. Kepotong sama iklan. Jadi bacanya tuh kayak nggak terlalu enak gitu, kayak nggak nurut, gitu. Kayak nggak runtun, gitu lo. Tapi karena aku punya aplikasinya, kalau baca <i>by</i> aplikasi tuh rapi, bagus gitu lo. Bentuk tulisannya tuh bagus. Tapi kalau baca dari <i>web</i> biasa, kalau <i>web</i> biasa dari <i>handphone</i> tuh kurang bagus tampilannya. Gitu doang sih.		mengangguk	
L:	Iya, cuman tampilan itu aja tulisannya.			
P:	Oke. Kalau menurut Mbak, ada nggak sih permasalahan ketika menjadi kontributor di Hipwee?			
L:	Nggak ada sih sejauh ini tuh, nggak ada permasalahan apa-apa. Masih menyenangkan.			
P:	Ada harapan nggak Mbak buat, sebagai kontributor di Hipwee?			
L:	<u>Harapannya, semoga bisa lebih berkembang lagi sih, kayak konten-kontennya lebih variatif, terus lebih sering bikin kompetisi nulis, kayak gitu. Terus banyak kolaborasi sama <i>brand-brand</i>, gitu. Jadi kayak lebih banyak aja nanti jangkauan pembacanya. Jangkauan penikmat <i>platform</i> mereka jadi lebih banyak.</u>	MO 2		
P:	Iya Mbak, jadi Mbak kalo nulis kan jadi banyak yang baca.			
L:	Iya, jadi banyak yang baca.			
P:	Jadi sebetulnya dengan dibaca orang aja itu udah cukup gitu?			
L:	Iya. Dibaca aja udah cukup, apalagi di- <i>share</i> . Kalau di- <i>share</i> tuh kayak, ibaratnya kayak “Wah berarti tulisan aku menginspirasi orang lain untuk nge- <i>share</i> ”.			
P:	Oh, gitu. Berarti nggak perlu ada <i>fee</i> gitu atau kayak <i>reward</i> lainnya gitu?			
L:	<u>Harusnya sih ada ya. Misalnya nih <i>share</i> tulisanku tuh sudah lebih dari 10.000 <i>share</i>, bolehlah dikasih <i>fee</i> atau apa gitu. Karena kadang kan yang dapet <i>fee</i> itu hanya yang kontributor terbaik aja, kontributor terbaik tiap bulan gitu kan. Padahal kan banyak yang tulisannya sudah di-<i>share</i> puluhan ribu gitu, cuman nggak dapet <i>fee</i>, kayak gitu. Pengennya kayak gitu sih, kalau bisa.</u>	PU 4	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Tapi emang kalau jadi kontributor terbaik itu dapetnya apa aja sih Mbak? Kan Mbak udah			

	pernah tuh.			
L:	Waktu itu aku dapet <i>merchandise</i> . Kayak aku dapet kaos, dapet <i>tumbler</i> , dapet bantal, dapet <i>notes</i> , <i>note book</i> gitu buat nulis.			
P:	Jadi dapet <i>merchandise</i> -nya Hipwee gitu ya? Tapi nggak ada <i>fee</i> ?			
L:	<u>Kalau seinget aku sih enggak ada uang. Aku dapet uangnya tuh dari yang pas aku nulis buku. Itu dapet <i>fee</i> bukunya, dan yang pas aku bikin video tuh baru dapet <i>fee</i>.</u>	PU 4		
P:	Mbak tahu nggak sih sebetulnya komposisi penulisan konten, antara kontributor dan jurnalisnya Hipwee itu seperti apa antara jurnalis Hipwee-nya dengan <i>citizen journalist</i> -nya, gitu? Lebih banyak yang mana nih penulisan kontennya?			
L:	Oh, kayaknya sih dari penulisnya ya. Si tim Hipwee-nya itu cuma untuk editor aja, kayak jadi editor. Kalau misalnya tulisannya, konten-kontennya, kayak dari kita.			
P:	Oh, tapi Mbak tahu nggak sih, bisa membedakan nggak mana tulisan si jurnalisnya Hipwee sama tulisan dari <i>citizen journalist</i> . Itu di Hipwee tuh kelihatan nggak sih?			
L:	<u>Kelihatan. Kan mereka juga punya penulis sendiri ya, Arin. Arin kan sering nulis juga kan, Arin sering nulis di Hipwee. Terus yang sekarang tuh, Anjani siapa gitu, itu juga sering nulis di Hipwee.</u>	PJ 8		
P:	Nah itu Mbak bisa bedain nggak?			
L:	Ada. Kan setiap tulisan ada namanya, ada nama penulisnya.			
P:	Iya, cuman maksud aku, apakah nama penulisnya itu tuh, Mbak langsung tahu “Oh ini punya Hipwee, oh ini ternyata kontributor lain”, gitu. Kebaca nggak?		Menjawab sambil mengangguk	
L:	Kebaca. Kalau misalnya kita udah terbiasa, kalau misalnya kita udah jadi kontributor udah lumayan lama, pasti tahu kalau ini nih yang nulis timnya Hipwee, kalau ini yang nulis nih kontributor lain. Kita tahu.			
P:	Oh, jadi penulisnya itu diketahui berdasarkan nama?			
L:	Iya.			
P:	Kalau Mbak lihat sendiri, itu kebanyakan punya Hipwee atau kontributor?			
L:	<u>Balance. Cuman kalau misalnya di <i>Instagram</i> tuh, yang aku liat ya yang sekarang,</u>	KB 1		

	<u>Instagramnya Hipweenya, kan kita ada dua <i>instagram</i> tuh. <i>Instagram</i> Hipwee-nya sama <i>Instagram</i> Hipwee <i>Community</i>-nya. Kalau dulu tuh di <i>Instagram</i> Hipwee-nya, masih ada tuh sering tulisan kita dijadiin <i>quotes</i> gitu di situ. Cuman kalau sekarang, aku lebih sering ngeliat yang dijadiin <i>quotes</i> tuh tulisan-tulisan para penulisnya si Hipwee-nya aja. Jadi tulisan yang dari para kontributor yang lain tuh lebih fokus di Hipwee <i>Community</i>. Sering ditulisnya <i>dipost</i>-nya di Hipwee <i>Community</i>. Itu sih yang sekarang aku liat perbedaannya.</u>	KB 2		
P:	Oh, jadi sosmed Hipwee <i>Official</i> itu diisi sama jurnalis Hipwee. Tapi kalau yang <i>Community</i> ya kontributor, gitu?			
L:	Iya. Kalau dulu kan kontributor juga tulisannya, <i>quotes-quotes</i> tulisannya tuh masih muncul juga Hipwee yang di Hipwee <i>Official</i> . Cuman sekarang kayak udah jarang, malah kayak nggak muncul lagi gitu. Dan tulisan yang <i>quotes-quotes</i> nya tuh dari para penulis resminya mereka.		Menjawab sambil mengangguk	
P:	Kalau menurut Mbak.. itu lebih baik atau justru malah jadi kurang baik?			
L:	<u>Kalau menurutku sih kayak kurang aja gitu, kayak yang biasanya tulisan para kontributor juga masih bisa muncul di Hipwee <i>Official</i>, karena jangkauan si Hipwee <i>Official</i> nih lebih banyak dibanding Hipwee <i>Community</i>. <i>Followers</i>-nya juga lebih banyak yang Hipwee <i>Official</i> dibanding Hipwee <i>Community</i>. Jadi kayak kurang aja gitu, nanti tulisan kita kayak kurang <i>ter-ekspose</i> aja gitu kalau misalnya nggak di-<i>post</i> di Hipwee <i>Official</i>-nya. Menurut aku sih gitu.</u>	PA 1		
P:	Oh, gitu. Jadi kalau bisa kayak dulu lagi gitu ya Mbak?			
L:	Iya, kalau bisa.			
P:	Nah, Mbak menurut Mbak selama ini tuh kolaborasi antara <i>citizen journalist</i> , Mbak sebagai kontributor, dengan jurnalis resminya Hipwee itu seperti apa sih?			
L:	<u>Kalau misalnya interaksi sih, para penulis yang di Hipwee-nya tuh kayak jadi editor kita sih. Mereka tuh kayak jadi mentor dan editor tulisan kita. Jadi kalau misalnya tulisan kita kayak ada salah ketik atau apa, itu mereka yang proses <i>editing</i>-nya, sampai di-<i>publish</i>, itu mereka. Cuman ya pasti tulisan-tulisan mereka tuh pasti lebih baguslah dibanding kita. Maksudnya lebih variatif dibanding kita.</u>	KB 1 KB 2		

P:	Kalau menurut Mbak, kolaborasi antara <i>citizen journalist</i> dengan media <i>online</i> itu gimana sih?			
L:	<u>Bagus banget dan sangat membantu juga untuk para <i>citizen journalist</i> yang baru berani berkarya, kayak gitu. Media <i>online</i> tuh sangat sangat membantu mereka untuk mem-<i>publish</i> karya, untuk bikin mereka lebih percaya diri nih kalau misalnya satu udah ke-<i>publish</i> nih, jadi kayak motivasi “Ah gua akan nulis lagi deh. Ah gua akan nulis lagi” gitu. Sangat sangat membantu media <i>online</i> tuh, jadi wadah buat kita sebagai <i>citizen journalist</i>.</u>	CJ 1 CJ 2 CJ 7	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Ini maksudnya selain jadi editor, berarti Hipwee-nya itu jadi wadah gitu?			
L:	Iya. Jadi <i>platform</i> -nya lah, <i>platform</i> penghubung.			
P:	Nah sejauh ini, setahu Mbak, gimana sih keterlibatan anggota Hipwee <i>Community</i> dalam penulisan konten?			
L:	Sangat terlibat ya menurutku, kayak konten-konten Hipwee tuh jadi lebih variatif dengan adanya berbagai macam tulisan dari kita. Kan kita nggak hanya melulu nulis tentang hubungan, kita nggak hanya melulu nulis tentang <i>tips</i> , banyak banget ide-ide yang kita tuangkan di Hipwee, dan itu tuh bikin kayak kontennya tuh jadi lebih berwarna aja.			
P:	Berarti emang sangat dilibatkan gitu ya?			
L:	<u>Iya, sangat-sangat dilibatkan. Kadang mereka kan bikin tema gitu, bikin tema tertentu, untuk misalnya bulan ini, untuk apa, untuk kompetisi kayak misalnya LDR, atau kayak menjaga jarak, atau kemarin apa gitu Ramadan di Perantauan, kayak gitu. Konten-konten positif kayak gitu.</u>	PU 4	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Itu tiap bulan Mbak?			
L:	Iya, tiap bulan. Tiap bulan terus kalau ada momen tertentu pasti mereka bikin konten dengan tema tertentu. Sering kok kayak gitu.			
P:	Itu biasanya temanya mereka yang nentuin, atau gimana?			
L:	Iya, mereka. Tim Hipwee-nya yang nentuin. Kita tinggal ngikutin <i>rules</i> -nya aja, harus nulis apa, harus nulis apa, kayak gitu.			
P:	Biasanya <i>rules</i> -nya sama atau beda-beda, Mbak?			

L:	<u>Biasanya sih sama, misalnya nih kayak kontennya tentang LDR nih, temanya tentang LDR, ya kamu bisa nulis tentang <i>tips</i> biar LDR-nya awet, atau kamu bisa nulis narasi tentang cerita LDR kamu, atau kamu bisa nulis apapun. Nulis artikel tentang LDR atau apa, kayak gitu sih biasanya.</u>	PU 4		
P:	Oh jadi cuman topiknya aja yang diganti-ganti tapi <i>rules</i> -nya sama?			
L:	Iya. <i>Rules</i> -nya tetep sama.			
P:	Mbak, sebagai anggota, maksudnya kontributor juga, itu tuh dapet kebebasan untuk milih konten nggak sih, maksudnya mau nulis apa gitu atau gimana?			
L:	Bebas kok, kita bebas mau nulis kayak, misalnya nih minggu ini aku cuman lagi pengen <i>publish</i> puisi. Ya udah, nulis puisi. Kalau misalnya aku minggu ini pengen <i>share tips skincare</i> , ya udah nulis aja. Masalah itu akan ke- <i>publish</i> atau enggak, Tim Hipwee yang menentukan, tulisan ini layak <i>publish</i> atau enggak.			
P:	Menurut Mbak, apa dampak dari kebebasan ini? Maksudnya kan berarti kan terserah ya mau nulisnya apa aja gitu..			
L:	Ya... jadi bikin kita jadi lebih kreatif, jadi kayak kita pasti punya ide-ide lain untuk nulis gitu, jadi kayak nggak terpatok hanya dalam satu konten, nggak terpatok hanya dalam satu tema untuk menulis. Kita lebih banyak berkarya dengan lebih variatif lagi, gitu sih.			
P:	Jadi nggak terpatok di satu ide aja gitu ya atau satu tema tertentu?			
L:	Iya, iya.			
P:	Nah Mbak aku mau nanya. Apakah Mbak sebagai kontributor itu diajak berdiskusi gitu sama tim Hipwee-nya untuk pengembangan konten?			
L:	<u>Kalau nulis tuh enggak ya. Karena kadang kalau misalnya udah <i>share</i>, udah kirim tulisan, udah langsung <i>publish</i>, gitu. Tanpa mereka diskusi ke kita, “Eh ini kurang ini, eh itu kurang itu” Kalau misalnya tulisan enggak. Tapi kalau misalnya kayak kemaren bikin konten video, itu diskusi, <i>discuss</i>. Mereka minta aku untuk, “Minta tolong bikin video dong yang tentang kasih semangat untuk para masyarakat untuk kuat ngehadepin pandemi ini”, kayak gitu. Terus mereka <i>discuss</i> untuk bikin video tentang <i>hoax</i> apa yang menyebar selama corona ini, gitu, <i>discuss</i>-nya kayak gitu.</u>	PU 3 PA 3		

P:	Oh, gitu. Tapi nggak pernah diajak, maksudnya kayak “Eh ini konten yang hubungan enaknya bulan ini bahasnya khusus LDR aja ya” atau gimana gitu? Atau misalkan kayak, “Kita mau bikin tema baru nih, menurut kalian sebagai kontributor, oke nggak?” gitu. Nggak pernah ya Mbak?			
L:	Nah kayaknya mereka <i>discuss</i> di <i>group</i> , dan aku tuh udah <i>left group</i> udah lumayan lama. Feeling-ku <i>discuss</i> ya.			
P:	Berarti sekarang nggak gabung ke grup WA apapun?			
L:	Enggak. Aku nggak gabung di grup WA-nya lagi.			
P:	Berarti nggak ikut kelas menulis <i>online</i> itu?			
L:	Enggak. Aku udah jarang ikut kelas nulisnya.			
P:	Oh, gitu. Jadi dapet info tentang Hipwee-nya dari mana?			
L:	Tahu info apanya nih? Kayak ada kompetisi atau apa gitu ya?			
P:	Iya, he’eh.			
L:	Dari <i>instagram</i> -nya. Terus mereka sering <i>email</i> ketika ada info tentang kompetisi atau apa. Jadi dari <i>email</i> dan sosmed sih. Yang paling penting dari <i>instagram</i> -nya mereka.			
P:	Oke. Maksudnya <i>instagram</i> apa nih, Hipwee atau Hipwee <i>Community</i> ?			
L:	Dua-duanya. Tapi yang paling ini sih, Hipwee-nya ya, Hipwee <i>Official</i> -nya.			
P:	Mbak, kenapa nggak ikut kelas menulis <i>online</i> ? Pernah coba ikut nggak?			
L:	<u>Pernah, waktu itu pernah ikut, awal banget ikut grup itu ya itu, ikut kelas menulis <i>online</i>. Dari situ kan kebentuk tuh grupnya. Kebentuk grupnya, anggota grupnya banyak banget. Cuman karena aku kebanyakan grup, dan di grup itu kayak terlalu sering bahas hal-hal yang nggak terlalu penting gitu, kayak sering bahas hal-hal yang bukan tentang penulis gitu, terus males. Ya udah gua jadinya <i>left</i>.</u>	KB 1 PA 1 PU 3	Menjawab sambil mengganggu	
P:	Tapi menurut Mbak ini kelas menulis <i>online</i> -nya tuh gimana sih?			
L:	Bagus kok kelas menulis <i>online</i> -nya. Kadang bikin kelas menulis <i>online</i> -nya di grup <i>whatsapp</i> kayak gitu. Jadi banyak tahu tentang gimana sih cara nentuin tema yang menarik tuh apa, gimana biar tulisannya tuh banyak dibaca, gimana biar tulisannya tuh kayak			

	menarik gitu. Banyak ilmunya. Tapi Aku lebih sering ikut yang di <i>Live Instagram</i> . Aku lebih sering ikut yang di situ sekarang ketimbang yang di grup.			
P:	Kekurangannya dari kelas menulis <i>online</i> ini apa? Efektif nggak sih?			
L:	Ya efektif-efektif aja sebenarnya. Cuma karena sekarang lebih sukanya di <i>Instagram</i> , liat <i>Live</i> langsung... Ya udah, jadi nggak terlalu ikut yang <i>by whatsapp</i> lagi.			
P:	Karena lebih interaktifkah atau bagaimana yang di <i>Instagram</i> ?			
L:	Iya, lebih interaktif yang itu, yang di <i>Live Instagram</i> .			
P:	Kalau yang di WA grup kenapa Mbak?			
L:	Ya nggak kenapa-apa.			
P:	Apa jadi kayak tiba-tiba banyak <i>chat</i> -nya gitu, jadi kayak...			
L:	<u>Iya, iya. Kayak gitu sih, jadi kayak lebih banyak <i>chat</i>-nya, terus kadang skip gitu kan. Harus scroll dari atas lagi gitu. Dan kadang ketika udah beres, grupnya tuh kayak jadi ya udah nggak bahas apa-apa lagi. Jadi malah kadang bahas yang lain, kayak hal-hal yang tidak terkait dengan kepenulisan. Jadi makanya, ya udah deh mending nonton <i>Live Instagram</i>-nya aja, kalau misalnya lagi ada kelas nulis.</u>	UGC 1 UGC 3	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Mbak, ada nggak sih pengembangan dan penghargaan yang diberikan ke anggota <i>Hipwee Community</i> oleh tim <i>Hipwee</i> -nya?			
L:	Kalau penghargaan sih, ya paling dari itu aja kali ya, ketika kita jadi kontributor terbaik, penghargaannya paling dari situ aja. Dan ketika kita menang kompetisi, kayak gitu. Dan ketika jumlah <i>share</i> kita banyak, itu mereka akan kirim <i>email</i> kayak “Selamat artikel kamu sudah mencapai sepuluh ribu <i>share</i> ”, misalnya kayak gitu.			
P:	Kalau dari segi pengembangannya ada nggak yang dikasih?			
L:	Mereka sering ngadain jumpa, ketemu, kopi darat gitu sama kontributor. Jadi kadang sering kumpul bareng kayak gitu kan, sering ketemu, terus paling <i>sharing-sharing</i> kayak gitu. Cuma aku belum pernah yang kayak gitu, ketemu sama mereka kayak gitu.			
P:	Berarti ada <i>meet up</i> yaa.. <i>Meet up</i> -nya isinya apa Mbak?			
L:	Karena aku belum pernah ikut <i>meet up</i> , kayaknya sih ketemu aja ya, ngobrol, <i>sharing</i> , kayak			

	gitu paling.			
P:	Karena belum pernah, nggak pernah denger ceritanya juga ya?			
L:	<u>Iya. Dan belum pernah ikut juga. Kemarin juga ada <i>meet up</i> virtual gitu kan <i>by Zoom</i>, aku juga nggak ikut.</u>	PU 3 PA 3	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Oh, ada <i>meet up by Zoom</i> juga ya?			
L:	Iya, kemarin ada. Cuman aku nggak ikut karena aku lagi ngapain, gitu. Jadi nggak bisa ikut <i>meet up</i> virtual.			
P:	<i>Meet up</i> virtual itu harus daftar dulu yaa?			
L:	Waktu itu kayaknya sih daftar dulu deh kalau nggak salah.			
P:	Itu ngapain Mbak, dikasih tahu nggak “Nanti kita <i>meet up</i> virtual, akan melakukan apa”, gitu?			
L:	Dikasih tahu, cuman aku lupa, itu mereka ngapain. Kayaknya sih baca puisi deh kalo nggak salah, atau apa ya. Aku lupa, serius. Baca puisi karya sendiri kalau nggak salah. Kalau nggak salah ya, lupa aku soalnya.			
P:	Oh, jadi, berarti bukan kayak <i>talkshow-talkshow</i> ngasih tahu “Oh, cara menulis puisi yang baik seperti ini”, gitu?			
L:	Nah, kayaknya gitu deh. Kayak gitu.			
P:	Mbak, ada keterbatasan nggak sih untuk menciptakan konten bagi anggota <i>Hipwee Community</i> atau bagi kontributor gitu?			
L:	Enggak ada keterbatasan apapun. Paling keterbatasan ide dari diri sendiri.			
P:	Apakah Anggota <i>Hipwee Community</i> hanya bisa menulis, gitu? Tidak ada bentuk konten lainnya seperti video atau audio?			
L:	<u>Enggak, bikin video juga ada. Bikin video yang tentang corona. Itu aku juga bikin video. Tergantung para anggota <i>Hipwee</i> yang pusatnya gitu mau bikin konten apa, nanti kita mengikuti.</u>	KB 1 KB 2		
P:	Oh, tapi kalau video kemarin karena <i>by request</i> gitu ya? Maksud aku, kalau yang tulisan kan tulis aja gitu di website. Kalau video, <i>by request</i> dari tim <i>Hipwee</i> -nya ya?			

L:	Iya, <i>by request</i> kalau video.			
P:	Sejauh ini udah ada video apa aja Mbak?			
L:	<u>Kalau aku sendiri bikin tiga video, yang satu tuh tentang kasih semangat untuk para masyarakat menghadapi pandemi, itu juga udah ada di <i>youtube</i> videonya. Dan dua tuh tentang hoaks mengenai corona. Aku bikin tiga video sih sejauh ini.</u>	CJ 1 KB 1		
P:	Ak mau nanya deh, ada <i>tools</i> khusus nggak sih yang dikasih sama tim Hipwee untuk menunjang penciptaan konten gitu?			
L:	Enggak. <i>Tools</i> tuh kayak misalnya dipinjem camera atau apa, atau apa gitu?			
P:	Mungkin misalnya itu kayak camera. Atau misalkan terkait yang tulisan, seperti aplikasi untuk ngecek plagiarisme gitu.. ada enggak Mbak?			
L:	Oh, enggak sih. Enggak.			
P:	Kalau di <i>web</i> -nya, pas Mbak <i>input</i> itu enggak bisa ketahuan ya, plagiat atau enggak,? Misal Mbak bisa ngecek sendiri itu plagiat atau enggak, atau Mbak bisa ngecek kualitas fotonya udah bagus apa belum?			
L:	<u>Kalau ngecek kualitas fotonya bagus apa belum, mereka ngasih batasan untuk kualitas foto yang di tulisannya, maksimal tuh berapa kali berapa gitu, ukuran <i>quality</i> fotonya. Kalau misalnya di atas itu, kualitas fotonya tuh nggak akan bisa ke-<i>input</i> di <i>web</i>-nya.</u>	PU 3 PA 3		
P:	Oh, jadi kalau foto tuh bisa dicek di <i>platform</i> -nya gitu ya?			
L:	Iya, bisa. Dan kalau misalnya fotonya kurang sesuai nih sama isi tulisannya, nanti mereka bisa diedit sendiri kok. Mereka ganti fotonya. Misalkan foto yang kita sebenarnya udah <i>input</i> , ternyata nggak sesuai nih sama temanya. Nanti mereka ubah sendiri kok. Jadi emang disesuaikan sama isi kontennya		Menjawab sambil mengangguk	
P:	Menurut Mbak, redaksi Hipwee itu mendukung kegiatan dan kinerja dari anggota Hipwee <i>Community</i> nggak sih?			
L:	<u>Mendukung mendukung aja sih. Mereka juga sering ngingetin kan, misalnya kalau aku udah lama nih, aku udah lama banget nggak <i>share</i> tulisan. Aku udah lama banget nggak nulis, kayak mereka ngingetin. Mereka ngingetin <i>by email</i>, dengan <i>email</i> “Leonita ada yang</u>	KB 1 KB 2		

	<u>kangen tulisan kamu nih”, kayak gitu. Jadi mereka ngingetin aku untuk “Ayo nulis lagi, kamu udah sebulan nih nggak nulis, ayo nulis lagi”, kayak gitu. Sering diingetin kayak gitu.</u>			
P:	Oh, jadi <i>email reminder</i> -nya gitu ya?			
L:	Iya, kalau misalnya aku udah lama banget nggak nulis.			
P:	Selain kelas menulis <i>online</i> , ada lagi yang dilakukan sama redaksi untuk para kontributornya?			
L:	Selain kelas menulis <i>online</i> , ya.. kayaknya cuman itu deh. Terus kayak <i>tips-tips</i> gitu juga lebih banyak sekarang di <i>Instagram</i> sih mereka.			
P:	<i>Instagram</i> -nya mana nih Mbak? <i>Hipwee Community</i> atau official <i>Hipwee</i> ?			
L:	Yang <i>Hipwee</i> . Dan mereka itu kadang ngadain seminar-seminar kayak gitu kan.			
P:	Ngadain seminarnya di mana?			
L:	<i>by Zoom</i> kalau nggak salah			
P:	Oh, jadi ada seminar-seminar lewat <i>Zoom</i> ya selain yang lewat kelas menulis <i>online</i> ?			
L:	<u>Iya. Kemarin seminarnya itu ngundang psikolog, kayak ngundang Mas Adjie Santoso Putro tuh.. Terus ngundang Catwomanizer bahas tentang hubungan. Banyak kok Mereka ngundang orang-orang penting dan <i>influencer</i> kayak gitu untuk ngasih seminar.</u>	PU 3 PA 3	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Itu lewat <i>Zoom</i> ?			
L:	Iya, <i>by Zoom</i> . Kemarin-kemarin sih <i>by Zoom</i> .			
P:	Kalau yang <i>Instagram Lives</i> tadi?			
L:	Kadang lewat <i>Instagram Lives</i> juga mereka.			
P:	Kalau yang <i>Instagram Lives</i> itu ngundang narasumber atau tim redaksinya yang jadi narasumber?			
L:	Kadang narasumber, kadang tim redaksinya juga.			
P:	Jadi sejauh ini paling dari kelas menulis <i>online</i> , seminar lewat <i>Zoom</i> , sama <i>Instagram Lives</i> tadi ya Mbak?			
L:	Iya, dari situ.			
P:	Jadi sebetulnya kalau di <i>Hipwee</i> ini untuk penulisan konten untuk kontributor itu dilakukan			

	secara sukarela ya Mbak?			
L:	Iya.			
P:	Bener-bener nggak ada <i>fee</i> yang diberikan?			
L:	Nggak ada.			
P:	Jadi <i>fee</i> -nya itu cuman sekedar lewat kompetisi-kompetisi aja?			
L:	Iyaa.. seperti itu.			
P:	Tapi <i>so far</i> nggak masalah ya Mbak selama emang di- <i>publish</i> , karena emang pinginnya tulisannya dibaca aja gitu?			
L:	Iya. Enggak apa apa. Tapi kalau dapet <i>fee</i> kayaknya lebih bagus. Kalau misalnya <i>share</i> -nya banyak banget.			
P:	Jadi kalau menurut Mbak gimana?			
L:	Kalau dapet <i>fee</i> juga malah lebih bagus. Jadi bikin semangat.			
P:	Tapi <i>fee</i> itu untuk yang emang sudah mencapai <i>sharing</i> tertentu gitu ya Mbak?			
L:	<u>Iya, kalau misalnya nih udah sepuluh ribu <i>share</i> nih, minimal sepuluh ribu <i>share</i>-lah, dapet apa kek, gitu. Pengennya kek gitu.</u>	PU 4	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Jadi nggak yang asal yaa, bukan yang baru seratus <i>share</i> terus dapet <i>fee</i> gitu?			
L:	Nggak, harus ada angka minimal.			
P:	Mbak mau nanya, sebagai kontributor nih, seberapa penting sih menciptakan konten melalui kolaborasi antara <i>citizen journalist</i> dan jurnalis profesional gitu?			
L:	<u>Sangat penting, untuk bisa bikin sebuah konten yang berkualitas, apalagi yang sampai bisa menginspirasi orang lain tuh, penting banget. Jadi kayak tim jurnalis yang Hipwee-nya harus nentuin, kita mau bikin apa nih, jadi kita para kontributornya tinggal ngikutin, kita para kontributornya tinggal ngasih <i>feedback</i> “Nih tulisan gue, nih hasil karya gue”, kayak gitu.</u>	PJ 8 KB 2	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Kalau menurut Mbak, ada nggak sih permasalahan untuk kolaborasi antara <i>citizen journalist</i> dengan redaksinya Hipwee?			
L:	<u>Nggak ada sih, sejauh ini nggak ada. Paling cuman kalau misalnya kita sebenarnya butuh</u>	PA 1		

	<u>masukannya. Kalau misalnya ketika kita nulis, misalnya nih “kurang ini”, atau misalnya “kayaknya harus lebih baik, kayaknya lebih baik tulisannya kayak gini”, kayaknya harus ada <i>briefing</i> kayak gitu sih dari mereka. Jadi ketika kita udah beres nulis, mereka bisa <i>feedback</i> itu <i>by email</i>. Jadi nggak langsung tiba-tiba ke-<i>publish</i> gitu loh. Jadi kita itu tahu kurangnya kita tuh di mana, tulisannya ini harusnya lebih baik lagi kalau kayak gimana. Harusnya sih kayak gitu.</u>	PA 2 PA 3 PA 4		
P:	Kayak butuh report gitu ya Mbak?			
L:	Iya.			
P:	Jadi kayak misalkan udah sepuluh kali nulis gitu, terus ada <i>report</i> khususnya gitu? Atau per tulisan?			
L:	<u>Per tulisan. Jadi sebelum <i>publish</i> tuh sama mereka dikasih <i>advice</i> dulu lah, bagusnya kayak gimana, kurangnya di mana, kayak gitu.</u>	PA 3		
P:	Oh jadi maksudnya sebelum <i>publish</i> , mau itu bagus atau belum, ada <i>report</i> ?			
L:	Iya. Ada <i>discuss</i> lah sama kita, kurangnya di mana. Gitu sih.			
P:	Dikasih <i>report</i> dulu ya, udah oke apa belum?			
L:	He'em.			
P:	Kalau udah ok, ok-nya di mana.. berarti biar tahu apa yang harus ditingkatin gitu ya?			
L:	Iya, itu kayak gitu sih sebenarnya.			
P:	Soalnya kemarin tuh aku nanya ke Mbak Arin, terus kata Mbak Arin “Ya kalo udah oke sih, langsung kita <i>publish</i> aja”, gitu.			
L:	Iya, emang, emang kayak gitu.			
P:	Tapi ternyata emang tetep harus butuh ini ya Mbak, maksudnya walaupun udah oke kan kita juga perlu tahu oke-nya di mananya gitu ya. Biar nanti tulisan selanjutnya tuh nggak meraba-raba lagi gitu ya?			
L:	<u>Iya, dan kalau misalnya butuh revisi tuh, apanya yang harus direvisi, gitu ibaratnya.</u>	PA 3	Menjawab sambil mengangguk	

P:	Walaupun kesalahan minor gitu juga butuh <i>feedback</i> ? Soalnya kemarin kata Mbak Arin juga kalau cuman <i>typo-typo</i> doang, ya udah kita benerin aja, gitu.			
L:	Malah kadang nih aku ngerasa, aku <i>typo</i> gitu ya, terus aku lihat di tulisanku, nggak dibenerin <i>typo</i> -nya.			
P:	Oh iya?			
L:	Kagak dibenerin <i>typo</i> -nya, astaga.... Main <i>publish-publish</i> aja.			
P:	Tapi kalau di situ tulisannya ketahuan nggak sih editornya siapa?			
L:	Ketahuan, ada kok nama editornya.			
P:	Jadi, ternyata walaupun ada kesalahan yang minor pun tetap harus dikasih tahu ya?			
L:	Ya kalau misalnya nggak fatal-fatal banget dan mereka masih bisa revisi sih, nggak apa-apa.			
P:	Kalau menurut Mbak.. berarti yang pingin dikembangkan lagi tuh masalah diskusi sebelum <i>publish</i> -nya itu ya?			
L:	<u>Iya, pengennya lebih terbuka lah, kalau misalnya kayak gitu. Lebih ditingkatkan diskusi sebelum <i>publish</i>-nya.</u>	PA 3	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Nah, berarti kalau bisa sedikit kasih masukan, menurut Mbak, yang mau dikembangkan tuh diskusi sebelum <i>publish</i> . Lalu apa nih masukannya untuk bentuk diskusi sebelum <i>publish</i> -nya?			
L:	<u>Paling <i>by email</i> aja, gitu. Ketika kita udah kirim tulisan, dan menurut mereka misalnya nih “Kayaknya lebih bagus lo tambahin kata-kata ini deh. Kayaknya lebih bagus kalau misalnya kata-kata ini nggak usah ada”. Kayak gitu, misalnya. Atau mungkin “Kayaknya gambarnya harus loe ganti deh”, ibaratnya kayak gitu. Jadi kita tahu tulisan kita nih harusnya <u>dikembangkan seperti apa, gitu.</u></u>	PU 3 PA 3 KB 1		
P:	<i>By email</i> ya, bukan <i>by platform</i> -nya?			
L:	Enggak, mereka biasanya <i>by email</i> , apa-apa <i>by email</i> kok.			
P:	Oh bukan lewat <i>platform</i> -nya gitu ya?			
L:	Enggak.			
P:	<i>Platform</i> -nya berarti cuman buat <i>input</i> aja?			

L:	<i>Input</i> tulisan.			
P:	Oh, <i>platform</i> tuh cuman buat <i>input</i> tulisan. Oh berarti nggak ada informasi trackingnya seperti “Oh ini udah revisi sekali”.			
L:	<u>Kalau di <i>platform</i>-nya, ketahuan sih. Kayak misalnya nih, aku udah kirim tulisan, di situ nanti ada keterangan “<i>in moderation</i>”, kayak gitu. Nanti kalau misalnya udah <i>publish</i>, ada tulisan “<i>published</i>”, gitu.</u>	UGC 1		
P:	Tapi waktunya kelihatan nggak Mbak, misalkan <i>in moderation</i> tuh tanggal berapa, <i>publish</i> tanggal berapa, itu ketahuan nggak?			
L:	Eenggak. Nggak ada tanggalnya.			
P:	Oh, jadi nggak tahu juga ya? Jadi Mbak tahu <i>publish</i> -nya darimana?			
L:	Di <i>email</i> , mereka akan <i>email</i> .			
P:	Tapi kalau di <i>platform</i> -nya sendiri berarti belum serinci itu ya? Maksud aku kayak <i>tracking</i> oh ini <i>in moderation</i> tanggal berapa.			
L:	<u>Eenggak, nggak ada tanggalnya. Kita tahu artikel kita udah <i>publish</i> tetep <i>by email</i>, mereka akan <i>email</i> kalau artikel kita udah <i>publish</i>.</u>	UGC 1		
P:	Nah Mbak engeh nggak, tulisan yang Mbak tulis, sama yang <i>publish</i> itu bedanya di mana tuh tahu nggak?			
L:	Tahu.			
P:	Biasanya di mana, kan kata Mbak, Mbak nggak dapet <i>feedback</i> nih. Berarti kan langsung <i>publish</i> . Nah pas <i>publish</i> itu biasanya yang Mbak lihat itu bedanya di mana itu, ngeh nggak sih?			
L:	<u>Engeh. Kadang mereka merubah judul. Kadang dari judul, sama mereka diperbaiki lebih bagus, kayak gitu. Kadang dari foto, dari gambarnya, sama mereka diganti gambarnya, kayak gitu. Kadang dari <i>subtitle</i>-nya. Kan ada <i>subtitle</i>-nya. Ada <i>subtitle</i> kecilnya itu kadang sama mereka dirubah. Atau kadang dari kutipannya, kan ada kutipan juga tuh. Kadang dari kutipannya sama mereka dicari kata-kata yang lebih bagus lagi, yang di dalam tulisannya itu. Itu sih, lebih sering ngeh nya dari situ.</u>	PA 2	Menjawab sambil mengangguk	

P:	Berarti yang dirubah itu judul, foto, <i>subtitle</i> , sama kutipan?			
L:	Iya, seringnya itu.			
P:	Tapi ini tanpa konfirmasi ya Mbak? Jadi langsung di- <i>publish</i> aja gitu?			
L:	Iya, tanpa konfirmasi.			
P:	Oh, gitu. Inginnya sih yang kayak gitu juga walaupun kesalahannya kayak minor gitu pinginnya dikasih tahu juga ya Mbak?			
L:	Iya, kalau bisa.			
P:	Menurut Mbak, apa kelebihan dari kolaborasi antara redaksi Hipwee dengan <i>citizen journalist</i> ?			
L:	<u>Banyak sih kelebihannya. Jadi untuk para penulis awal, untuk para orang-orang yang belum berani <i>share</i> tulisan tuh, Hipwee ini lumayan membantu untuk kita bisa <i>share</i> karya, kayak gitu. Dan Hipwee ini <i>platform</i> yang banyak banget informasinya, variatif banget gitu informasinya. Jadi sangat-sangat membantu juga untuk kita untuk lebih kreatif. Jadi kita nggak hanya pengen nulis ini aja, kita pengen nulis yang lain juga gitu. Kayak pengen nulis tentang <i>tips</i>, pengen nulis tentang motivasi, pengen nulis tentang hubungan. Jadi banyak banget pilihan konten yang pengen kita kerjain tuh.. di sini banyak banget. Enggak hanya terpatok pada satu jenis tulisan dan satu jenis konten gitu..</u>	CJ 1 PA 1 PA 4 KB 2		
P:	Kan tulisannya Hipwee ini untuk anak muda ya Mbak, menurut Mbak udah cukup anak muda belum sih?			
L:	Udah anak muda banget.			
P:	Nah, kekurangannya apa nih Mbak dari kolaborasi antara redaksi dengan <i>citizen journalist</i> ?			
L:	<u>Ya paling kekurangannya itu doang sih yang tentang masalah <i>editing</i>, proses <i>editing</i> tulisannya itu, paling cuma dari itu doang. Dan kalau bisa sih kasih <i>reward</i> juga ketika tulisannya sudah mencapai <i>share</i> tertentu. Itu aja.</u>	PU 3	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Oh kalau dari segi <i>platform</i> -nya Hipwee, itu ada yang perlu diperbaiki nggak, entah dari <i>website</i> -nya atau?			
L:	Iya, <i>website</i> -nya tuh yang iklannya tuh kalau bisa ya ditata lebih rapi lah. Karena ibaratnya			

	kalau kita bener-bener baca dari <i>web handphone</i> , itu bener-bener tidak indah banget. Maksudnya nggak enak gitu lo diliatnya tuh.. enggak runut tulisannya.			
P:	Oh <i>web handphone</i> ya bukan <i>web PC</i> ya?			
L:	<i>Web PC</i> juga sama aja, kecuali <i>web PC</i> kamu tuh udah kamu <i>adblock</i> . Iklan-iklannya tuh udah kamu pasang <i>adblock</i> , itu baru enak diliatnya. Kalau nggak kamu pasang <i>adblock</i> tuh muncul semua tuh iklan-iklan kayak gitunya.			
P:	Berarti emang <i>template</i> -nya yang perlu diperbaikiin ya?			
L:	Iya, <i>template</i> -nya sih.			
P:	Ada lagi nggak Mbak kalau dari yang UGC-nya yang bagian Hipwee <i>Community</i> -nya, ada yang perlu diperbaikiin nggak?			
L:	<u>Nggak ada sih, kalau misalnya dari situnya ya, kalau misalnya dari Hipwee <i>Community</i>-nya. Cuma kadang mereka tuh ada tulisan <i>ranking</i>, <i>ranking</i> per minggu. Itu tuh kadang aku nggak ngerti tuh cara bacanya tuh gimana gitu lo. <i>Ranking</i>-nya tuh kayak, nanti kamu lihat deh, nanti aku kasih liat deh itu. Cara baca <i>ranking</i> per minggunya itu kadang aku masih belum ngerti cara baca <i>ranking</i>-nya.</u>	UGC 2 PU 4		
P:	Oh, kalau masalah <i>tracking</i> -annya udah oke ya Mbak?			
L:	Ya, masalah <i>trackingan</i> juga.			
P:	Kenapa tuh?			
L:	<u>Iya paling itu ya masalah <i>tracking</i>. <i>Tracking</i>-nya harus ada tanggal-tanggalnya juga sih menurut aku. Kayak ini nih di-<i>input</i> tanggal berapa, terus di <i>moderation</i> tuh dari tanggal berapa sampe tanggal berapa, dan <i>publish</i> tuh dari tanggal berapa, kayak gitu aja sih.</u>	PU 3 PA 3	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Jadi biar kelihatan waktunya gitu ya?			
L:	Iya.			
P:	Tapi jarang eror kan ya Mbak?			
L:	Jarang sih.			
P:	Apa sih harapan Mbak untuk kolaborasi antara Hipwee dengan <i>citizen journalist</i> ?			
L:	Harapannya ya semoga kolaborasinya tetep bisa berlanjut, dan lebih banyak lagi kompetisi-			

	kompetisi yang mereka adain, dan <i>reward-reward</i> yang mereka kasih untuk kita. <i>Reward</i> dari semua hasil karya tuh kadang ya butuh diapresiasi juga, kayak gitu. Dan banyak bikin kayak seminar-seminar juga sama para <i>influencer</i> juga, kayak gitu.			
P:	Kalau Mbak sendiri pribadi pengennya seminar apa gitu, yang belum pernah ada setahu Mbak?			
L:	<u>Kayaknya udah ada semua sih. Cuman kayak lebih sering aja gitu bikin seminarnya, kayak tentang kesehatan mental, kayak tentang perempuan, kayak tentang <i>parenting</i>. Mereka udah banyak banget sih seminarnya juga.</u>	PU 3 PA 3		
P:	Tapi harus lebih sering aja gitu ya?			
L:	Iya.			
P:	Makasih banyak yaa, Mbak.			
L:	Iya, sama-sama.			

Naskah Wawancara 6

Peneliti : Nadya Ariesta Komala Dewi (P)
 Informan : Ria – Kontributor Hipwee (L)
 Tanggal : 1 Juni 2020
 Media : Zoom

Wawancara		Kode	Catatan Jawaban Informan	Catatan Lapangan
P:	Hallo Mbak.. aku mau nanya dulu nih latar belakangnya Mbak Ria. Boleh disebutin nama, umur, terus domisili, sama pekerjaan?			Video dinyalakan sehingga bisa membaca ekspresi informan
R:	Iya. Namaku Ria Zuhairia. umur aku 31. Domisilinya di Jakarta. Aku kerja di Kementerian Kelautan.			
P:	Oh oke. Mbak ini kan sebagai seorang <i>citizen journalist</i> ya? Menurut Mbak <i>citizen journalist</i> itu apa sih Mbak?			
R:	<u>Kalau menurut aku itu kayak jurnalis tapi yang nggak harus ada pendidikan jurnalis. Jadi kan setiap orang itu kayak punya pemikiran, punya cara untuk menyampaikan informasi sesuai <i>style</i>-nya dia gitu ya. Kalau misalkan jurnalis yang profesi itu kan, dia ada <i>guide</i>-nya kan, harus gini gini gini. Tapi kalau <i>citizen journalist</i> itu kayak kita, menyampaikan apa yang ada di pemikiran kita tapi tentunya nggak mengenyampingkan fakta gitu. Jadi kayaknya lebih luwes dan luas aja cakupannya.</u>	CJ 1 CJ 5 PJ 7 PJ 8		
P:	Oh jadi yang bisa menyampaikan informasi gitu ya Mbak? Tanpa menyampingkan fakta.			
R:	Iya.. Kalau jurnalis itu kan ada tuntutan masing masing dari setiap lembaga beritanya, atau			

	media ininya kan. Kalau <i>citizen journalist</i> ini kan karena kita yang mau menyampaikan berita apa, menyampaikan informasi apa, jadi nggak terbatas gitu apa yang mau kita sampaiin.			
P:	Kenapa Mbak tertarik buat jadi seorang <i>citizen journalist</i> ?			
R:	Jadi dari dulu aku tuh pengen kayak pengen deh nulis.. tapi kenapa sih orang itu kalau nulis, dia itu harus jurnalis dulu baru bisa nulis. Jadi mau nulis di media mana, harus punya buku dulu. Ya emang sih aku nggak terlalu mendalami, tapi banyak yang bilang kalau bikin tulisan itu ya karena dia udah ada <i>background</i> -nyaa. Oh ini orang udah terpercaya jadi dia boleh nulis di kolom berita, Kayak gitu ya. Terus topik topiknya yang kayak gitu.. Sebelum ada Kompasiana itu kan juga terbatas banget gitu orang mau nulis apa gitu kan. Jadi yang ada ya paling Kompas, Republika, dan itu juga tulisannya menurut aku kayak kaku, lebih ngebahas kayak politik, pemerintahan, negara, gitu. Kalau yang tulisan artikel tertentu adanya kita bacanya ke majalah kayak majalah remaja atau majalah apa lah yang ringan ringan, majalah tertentu. Kalau mau yang berat berat ada sih, kalau misalnya mau yang ringan ringan sebenarnya ada kayak di koran koran gitu tapi itu kan yang nulis jurnalis koran tersebut gitu kan. Kayak gitu sih. <u>Ya emang aku pengen nulis. Terus dari dulu kan dari kecil aku tuh suka kayak bikin bikin cerpen, jadi kayak temen temenku itu aku tulis misalnya si A sama si ini jadian, gini gini gini. Sampai akhirnya mereka baca, sampai akhirnya mereka jadian beneran gitu. Kayak gitu sih. Suka iseng iseng bikin itu. Sampai akhirnya ada wadah wadah Kompasiana gitu, terus tahun 2015 aku baru gabung Hipwee.</u>	CJ 1	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Oh berarti awalnya itu karena suka menulis ya makanya jadi <i>citizen journalist</i> ... oke. Udah berapa lama Mbak jadi <i>citizen journalist</i> ?			
R:	Mmm kalau diitung sama yang di Kompasiana itu mulai 2013 ya. 7 tahun.			
P:	Oh berarti awalnya itu di Kompasiana dulu ya?			
R:	Iya tapi di Kompas cuman beberapa aja sih tulisannya. Nggak banyak. Soalnya kan apa sih kayak cakupan eh pembaca Kompas kan kurang banyak menjangkau sih menurutku. Mmm			

	kayak anak anak muda “ah apa sih Kompasiana”, ada sih yang baca, cuman kayaknya jarang ya yang sampai tertarik buka Kompasiana, baca baca.			
P:	Oh jadi awalnya di Kompasiana dulu baru abis itu ke Hipwee?			
R:	He eh.			
P:	Berarti udah 7 tahun jadi penulis? Maksudnya sebelum jadi <i>citizen journalist</i> apakah sudah pernah nulis yang lain?			
R:	Nggak. Paling ya kayak cuman buat pribadi aja, nulis nulis iseng gitu. Kalau yang dibaca banyak orang ya baru 2013 itu sih.			
P:	Mulai suka nulisnya kapan?			
R:	Dari SD aku suka bikin kayak cerpen buat temen temenku, temen temen ngajiku. Namanya siapa, mereka aku masuk masukin aja gitu nama namanya. Terus setiap ngaji tuh ada yang nanya “mana cerita baru?”. Jadi semangat aja sih bikin cerita apa.			
P:	Biasanya topik apa sih Mbak yang ditulis?			
R:	Kalau dari dulu sih aku lebih ke <i>romance</i> ya. Mmm kayak hubungan.			
P:	Berarti kalau di Hipwee biasanya nulis topik tentang hubungan ya?			
R:	He eh hehehe			
P:	Ada topik lain nggak selain hubungan?			
R:	<u>Waktu itu di Hipwee aku nulis <i>review</i> drama korea gitu sama selain itu ada berita terkini tentang apa itu aku tulis juga. Tapi itu kayak jarang banget sih.. lebih banyak yang tentang hubungan. Aku lebih sering nulis tentang hubungan.</u>	CJ 8		
P:	Kenapa Mbak milih untuk nulis topik tentang hubungan?			
R:	Idenya kayak lancar aja gitu kalau nulis tentang hubungan. Jari tuh kayak udah ngetik sendiri gitu kalau hubungan hehehe.			
P:	Karena emang suka sama topiknya berarti?			
R:	Kayaknya sih gitu ya.			
P:	Apa pendapat Mbak terhadap kualitas tulisan Mbak sendiri?			

R:	Aduh aku malu. Gimana ya... <u>Kalau aku ngerasanya udah lumayan ya untuk yang di hubungan. Cuma kalau untuk yang di topik lain itu emang harus digali banget karena aku pernah kayak nulis tentang kucing, yang <i>share</i> cuman 7 orang. Nulis tentang apa gitu ya <i>share</i> cuman 100 orang. Waktu itu yang agak banyak aku nulis <i>review</i> tentang drakor aku <i>ngereview</i> drakor Goblin, tapi aku tekankan di porsi dia jomblo. Mmm pokoknya kalau jomblo jangan gini gini, liat tuh si Goblin gini gini. Jadi kayak gitu. Itu kayak aku mampu disitu. Tapi kalau untuk di tulisan lain itu aku masih harus banyak belajar.</u>	CK 2 CJ 8		
P:	<i>Explore</i> topik lainnya gitu ya?			
R:	Iya. Jadi aku sebenarnya pengen banget nulis tentang ulasan <i>travel</i> . <i>Travel</i> kemana lalalala. Tapi begitu bikin.. kok kayaknya nggak seru, kok dibacanya nggak menarik. Pengen sih sebenarnya, masih belajar sih itu yang <i>travel</i> .			
P:	Berarti kalau beda topik, beda cara penulisan juga ya?			
R:	He eh. Kayaknya <i>mood</i> -nya juga lain sih ininya.			
P:	Kalau secara kuantitasnya gimana Mbak? Selama ini sudah berapa banyak yang ditulis?			
R:	Banyak ya. Aku nggak ngitungin berapa banyaknya. Tapi itu yang aku rasain banget itu di Hipwee. Aku yang nulis tadinya dari yang nge- <i>share</i> cuman 2 orang sampai kayak grafiknya naik.. 2,4,10, ratusan, ribuan. Jadi kalau nulis berapa banyak nggak tahu sih. Itu kalau nulis juga tergantung <i>mood</i> ya. Terus kan Hipwee suka bikin acara kontes menulis gitu kan, terus aku “ah topiknya kayaknya aku yakin aku bisa nih gitu. Jadi aku nulis dan ternyata masuk, menang di salah satu yang ini. Jadi kalau yang misalnya kira kira ‘ah kayaknya topiknya kurang’, aku cobain juga tapi biasanya sih ya lewat aja, nggak menang. Cuma misalnya kalau aku udah yakin banget biasanya menang sih. Alhamdulillah kayak gitu.		Menjawab sambil mengangguk	
P:	Menang apa Mbak kalau boleh tahu?			
R:	<u>Aku beberapa kali ya, jadi kalau tulisan di Hipwee... waktu itu aku pernah kayak juara favorit, atau juara 3 atau juara berapa. Hadiahnya juga beda beda, tergantung kompetisinya</u>	KB 1		

	<u>gitu. Kompetisinya tentang apa. Terakhir itu aku menang itu nulis tentang les apa sih.. Jadi itu kerja sama Hipwee sama Filipina. Pokoknya acara dari Filipina kan. Jadi dia ada bikin di JCC itu ada pameran pendidikan nah disitu ada Filipina juga. Nah disitu khusus ngebahas si acaranya Filipina gitu, si acara itu. Nah yang harus dimasukin waktu itu Maskapai Filipina, apa namanya ya. Sama lembaga kursus Bahasa Inggris di Filipina. 2 poin itu yang harus dimasukin. Nah aku bikin, aku dapet juara. Jadi yang juara 1,2 itu dikasih kursus langsung ke Filipina. Kalau aku juara 3, dapet <i>power bank</i>, apa lagi ya, dapet <i>hampers</i> gitu isinya <i>power bank</i>, macem macem. Terus kalau yang dari Hipweenya biasanya dapet kaos, <i>sticker</i> Hipwee, sama <i>tumbler</i>.</u>	KB 2 PA 1 PA 2 PU 4		
P:	Oh jadi <i>merchandise</i> gitu ya?			
R:	He eh.			
P:	Mbak tahu nggak udah berapa artikel yang udah diposting di Hipwee yang Mbak tulis?			
R:	<u>Kalau di <i>webnya</i> Hipwee kan semua yang ditulis itu pasti diposting sama Hipwee gitu. Tapi aku juga nggak tahu sih. Cuma yang masuk <i>Facebook</i> Hipwee itu kan nggak semuanya ya. Kan ada yang ditampilkan di <i>Facebook</i>-nya Hipwee kan. Nah aku sekali sih dapet tulisan aku masuk ke <i>Facebook</i>-nya Hipwee.</u>	PU 3 PA 3		
P:	Kalau sejauh ini sudah berapa artikel kira kira yang Mbak tulis? 30? 40?			
R:	Lebih kayaknya mungkin. Aku enggak inget heheh..			
P:	Apakah semua yang ditulis itu pasti di- <i>publish</i> ya sama Hipweenya?			
R:	<u>He eh. Tapi biasanya kalau ada yang artikelnya itu kurang apa, dibalikin gitu. Aku pernah, artikelku dibalikin gitu. Kan aku bikinnya narasi, dibalikin. Katanya, ini baiknya dibikin format <i>listicle</i> aja. Oh yaudah aku ubah formatnya.</u>	PU 3 PA 3		
P:	Oh kalau abis diperbaiki, udah sesuai sama revisinya itu pasti diterbitin ya?			
R:	<u>He eh. Terus biasanya dari Hipweenya kan ada <i>editor</i> sendiri. Tapi kita biasanya nggak dikasih tau artikel kita itu diedit. Tapi pas di-<i>publish</i> kan keliatan. Jadi biasanya yang diubah itu judul sih.. yang direvisi gitu. Kalau isinya.. paling ya kata kata dikit. Terus aku nggak</u>	PJ 2 PJ 5	Menjawab sambil mengangguk	

	<u>ngerti ya.. waktu itu apa emang tulisannya udah sesuai atau <i>editornya</i> lagi kelewat, itu sama sekali <i>nggak</i> direvisi. Jadi aku <i>ngeliat</i> judulnya masih sama kan walaupun aku <i>nggak save</i> tulisan aku sendiri cuman kan aku <i>inget</i> aku kasih judul apa. Kok ini <i>nggak</i> ada perubahannya sama sekali, langsung <i>publish</i>.</u>	PA 1 PA 3		
P:	Berarti mungkin emang udah bagus kali Mbak hehehe.			
R:	Mungkin sih <i>nggak</i> tau juga.			
P:	Menurut Mbak, apa sih kelebihan seorang <i>citizen journalist</i> ?			
R:	<u>Kelebihannya kayak yang di awal tadi ya, lebih bebas.. Udah gitu kan tanggung jawab pribadi kan bukan redaksi. Kalau jurnalis professional, tanggung jawab redaksinya kan. Kalau <i>citizen journalist</i> kan kita yang nulis, kita yang salah. Kalau kita salah ngasih info ya kita yang bakalan dimaki maki, kita sendiri yang bakal langsung kena sasarannya makanya lebih ati ati karena <i>nggak</i> ada yang ngontrol selain kita sendiri. Jadi lebih enak sih menurutku karena ngontrolnya dari diri kita sendiri.</u>	CJ 5		
P:	Bebas gitu?			
R:	He eh. Kan itu kan juga tanggung jawab... mmm udah gitu kan tanggung jawab pribadi kan bukan redaksi. Kalau ada jurnalis yang gimana gimana kan yang tanggung jawab redaksinya kan. Kalau ini kan kita yang nulis, kita yang salah. Kalau kita salah ngasih info ya kita yang bakalan dimaki maki, kita sendiri yang bakal langsung kena sasarannya makanya lebih ati ati karena <i>nggak</i> ada yang ngontrol selain kita sendiri. Jadi itu lebih enak sih menurutku karena ngontrolnya dari diri kita sendiri.			
P:	Termasuk <i>deadline</i> -nya juga ya?			
R:	Iya.. karena <i>nggak</i> ada <i>deadline</i> sama sekali kan. Mau <i>nggak</i> nulis berbulan bulan ya terserah.. Mau datengnya lagi pas setahun.. <i>nggak</i> pernah nulis.. masih diterima.		Menjawab sambil mengangguk	
P:	Kalau kekurangan <i>citizen journalist</i> apa nih Mbak?			
R:	<u>Menurut aku... enaknyanya kan kalau yang jurnalis <i>professional</i> itu dipandu langsung ya.</u>	PJ 2		

	<u>Maksudnya ini kayak Hipwee juga ada yang suka mandu, <i>guide</i> buat nulis lalala gitu kan, tulisan <i>online</i>. Cuma kan untuk orang-orang yang lebih suka di-<i>guide</i> langsung gitu tatap muka, itu lebih enak kayak langsung, di-<i>guide</i> langsung daripada yang kalau nulis sendiri tanpa ada <i>editor</i>, tanpa ada yang ngedampingin langsung.</u>	PJ 4 PJ 8		
P:	Maksudnya kalau jurnalis aslinya kan dia bisa langsung di- <i>guide</i> sama <i>editornya</i> nih tapi kalau <i>citizen journalist</i> itu harus ada waktu gitu ya Mbak?			
R:	<u>Iya kan. Hipwee memfasilitasi kelas itu cuman karena itu <i>online</i> tetep aja kayak kurang. Kan kita pengennya kayak “ini tulisan kita.. bedah dong tulisan gue apa sih salahnya”. Kalau di Hipwee kan paling dikasih tau, terus mau nanya apa gitu. Sebenarnya lebih pengen ke langsung.. si <i>editor</i>-nya ngeliat nih tulisan lu bagusya begini gini. Kalau langsung kan gitu.. kalau jurnalis <i>professional</i> kan langsung dipandu <i>editornya</i> kalau kurang kurang apa gitu.</u>	KB 1 KB 2 PA 1	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Berarti emang jarang dikasih <i>feedback</i> gitu ya mbak tulisannya?			
R:	<u>Iya. Jadi kalau untuk <i>feedback</i>.. kayaknya hampir nggak ada tapi paling cuman di tulisannya itu keliatan ini tulisan siapa, terus <i>editor</i> siapa gitu. Maksudnya kalau kita nggak jeli, kita nggak tahu salahnya, kurangnya bagian mana gitu. Jadi walaupun udah ada kelas <i>online</i> tentang menulis tapi kalau kita sendiri nggak jeli sama tulisan awal kita gimana dan tulisan hasil editannya gimana, kita kan tetep nggak ngerti, ini gimana sih sebenarnya. Gitu sih.</u>	PA 1 PA 3	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Jadi mungkin jarang dikasih <i>feedback</i> karena udah bagus kali Mbak jadi yaudah hehe			
R:	Nggak juga sih. Kayaknya itu berlaku ke semuanya ya. Maksudnya belum ada sampai sekarang, belum ada sesi bedah tulisan langsung. Jadi ambil contoh tulisan siapa dibedah gitu, belum pernah ada.			
P:	Oh jadi belum pernah ada kayak misalnya <i>anonym</i> siapa gitu, terus coba kalian cek ini salahnya dimana. Itu nggak ada ya?			
R:	Belum ada. Terus belum pernah juga salah satu tulisan kita dibahas, itu belum ada.			
P:	Mbak mau nanya deh. Mbak jadi <i>citizen journalist</i> di Hipwee aja atau di media lain juga?			

R:	Sekarang di Hipwee aja sih.			
P:	Oh emang cuman jadi <i>kontributor</i> di Hipwee aja ya?			
R:	Iya. Paling kalau nulis pernah sekali atau berapa kali... di <i>web</i> komunitas aku.			
P:	Ooo... bukan di media lain ya?			
R:	Bukan.			
P:	Kenapa Mbak milih buat jadi <i>citizen journalist</i> di Hipwee?			
R:	<u>Karena Hipwee itu bahasanya aku banget. Aku ngerasa ih kok gaya bicara di tulisan-tulisan Hipwee itu aku banget. Jadi aku ngerasa lebih ngerasa <i>attach</i> sama Hipwee karena gaya tulisannya itu aku banget.</u>	KB 1 KB 2		
P:	Ngerasa sesuai sama Hipweenya ya?			
R:	He eh.			
P:	Menurut Mbak apa sih <i>benefit</i> menjadi kontributor di Hipwee?			
R:	<u>Benefitnya itu banyak sih. Tulisan kan jadi keasah ya. Maksudnya karena ada wadahnya, terus walaupun nggak ada kontes apa tapi kayak ‘uh gue kemarin dapetnya cuman segini nih yang <i>share</i>, berarti coba lagi ah’, ‘Ini <i>stylenya</i> kayak gimana ya, nulisnya gimana ya’ biar dapet feelnya gitu kan. Apalagi kalau misalnya yang <i>share</i> itu banyak itu jadi makin ngeliat lagi, makin keasah. Jadinya makin sering nulis, makin keasah tulisannya. Udah gitu dipandu juga sama <i>editor</i>-nya Hipwee yang <i>online</i> gitu. Misalnya Cara Bikin Judul yang baik. Gitu.</u>	KB 1 KB 2 PA 3	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Nah Mbak mau nanya deh, apa sih Hipwee <i>community</i> itu?			
R:	Hipwee <i>community</i> itu komunitas penulisnya Hipwee. Jadi itu isinya penulis penulisnya Hipwee. Penulisnya Hipwee itu ada disitu semua, terus dibikin nama wadahnya itu Hipwee <i>community</i> .			
P:	Apa manfaat menjadi anggota Hipwee <i>community</i> ini Mbak?			
R:	<u>Manfaatnya banyak sih. Jadi selain yang dapet kesempatan buat belajar <i>online</i> tentang tulis menulis, terus kalau misalkan ada acara apa.. Hipwee diundang, terus tim Hipweenya misalkan mereka nggak bisa dateng atau emang itu yang diundang buat kontributor-nya,</u>	PA 1 PA 2 PA 4		

	<u>ditanyain, ini ada yang bisa dateng nggak ke acara ini? Misalnya ini acaranya buat Hipwee buat 2 atau 5 orang. Jadi dilempar di group siapa yang bisa. Jadi kita nanti dapet manfaat juga dari acara itu.</u>			
P:	Oh jadi dapet kesempatan buat liputan langsung ya Mbak?			
R:	Kadang liputan, kadang emang hadir aja. Cukup menghadiri tapi kan kayak misalkan <i>launching</i> produk. Terus ada beberapa kali <i>premier</i> film, siapa yang bisa dateng. Jadi ada yang cuman hiburan, ada yang emang kita kesana itu untuk nulis. Kayak waktu itu <i>launching</i> HP Oppo berapa ya.. F11 kalau nggak salah. Jadi kita dateng hampir 20 orang terus kita disuruh nulis. Nanti semua yang datang, nulis tentang si HP itu.. dan akhirnya yaudah.. begitu selesai acara, masing masing nulis. Waktu itu deadline-nya dikasih 2 hari apa ya dari acara itu. Terus kalau misalnya nulis itu dikasih uang dari nggak tau ya dari Hipweenya atau Opponya. Aku nggak ngerti. Pokoknya itu dapet uang. Jadi kalau nggak nulis nggak dapet uang. Jadi kayak penggantian ongkos transportasi ke acara itu lah intinya.			
P:	Nah kelebihannya itu apa sih Mbak jadi kontributor atau anggota di Hipwee <i>community</i> ?			
R:	<u>Kelebihannya karena nggak terbatas waktu nulisnya.. Terus di Hipwee <i>community</i> itu kan ada <i>group</i>nya sendiri.. Nah disitu juga isinya ada beberapa <i>editor</i>, terus penulis lainnya juga. Kan di Hipwee masing masing ada jenisnya sendiri ya, penulis ini, penulis itu. Itu juga nggak terbatas waktu. Misalnya kelas menulis <i>onlinenya</i> udah nih Jumat kemarin tapi kita hari ini mau nulis dan ternyata kita.. stuck dibagian tertentu, nah kita bisa nanya tuh di <i>group</i>. “Kak kalau ini, begini nggak sih?” Ntar siapa yang ada disitu, biasanya langsung <i>nge-guide</i>. “oh kamu baiknya gini aja.” Seperti itu. Jadi bisa langsung nanya kapan aja.</u>	CJ 2 CJ 4 CJ 7		
P:	Jadi di dalam WA <i>group</i> nya itu ada jurnalis resminya Hipwee yang bisa ditanya tanya gitu ya?			
R:	He eh.			
P:	Kalau kekurangannya apa nih Mbak jadi anggota Hipwee <i>community</i> ?			
R:	<u>Kurang banyak kelas <i>offline</i>. Waktu itu kan katanya mau ada kelas <i>offline</i> gitu, diajarin</u>	PU 3		

	<u>langsung sama siapa. Jadi kayak <i>workshop</i> gitu. Idenya sih udah ada tapi sampai sekarang sih belum ada realisasinya. Tapi aku pengennya sih ada kelas <i>offlinenya</i> gitu kan, bukan hanya kelas <i>online</i>.</u>	PA 3		
P:	Waktu itu bilangny mau ada kelas <i>offline</i> tapi belum jadi ya Mbak?			
R:	<u>Iya. Waktu itu katanya mau ada. Kan di akhir tahun 2018 itu dikasih tahu 100 <i>kontributor</i> terbaik. Nah terus katanya si 100 ini disuruh isi form gitu kan, <i>google form</i>. Isinya kayak nama, alamat, usia, dsb, kira kira kalau mau <i>workshop</i> bersedia apa enggak. Maksudnya ada pertanyaan kayak gitu tapi ya itu akhirnya hanya bikin <i>form</i> aja sih belum terrealisasi sampai sekarang. Padahal aku pengen banget itu.</u>	PU 4	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Kelas <i>workshop</i> gitu ya tapi belum ada?			
R:	<u>Iya. Waktu itu sempet ada <i>meet up Hipwee community</i> tapi waktu itu dibarengin sama acaranya <i>launching</i> buku LDR.. Itu kan isinya juga ada tulisan aku. Nah aku nggak tahu kan konsepnya. Aku pikir setelah acara itu ada <i>workshop</i> atau gimana tapi ternyata itu lebih kayak kita nonton <i>launching</i> bukunya, terus lebih kayak lihat <i>talk show</i>. Karena kan aku pikir “<i>meet up</i>”, bayangkanku itu kayak kita ngobrol satu sama lain atau apa gitu</u>	PU 3 PA 3	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Jadi pengennya <i>meet up</i> khusus <i>kontributor</i> gitu Mbak? Tapi itu belum ada ya?			
R:	Belum ada. Yang tadi aku bilang, <i>workshop</i> itu kan belum ada.			
P:	Oke. Mbak pernah negrasain permasalahan nggak saat menjadi <i>kontributor</i> atau anggota di Hipwee? Misalkan ada masalah “kok aku udah nulis tapi kok nggak <i>dipublish</i> ” atau apa.			
R:	<u>Itu nggak kejadian ke aku tapi temen aku pernah kayak gitu. Waktu itu aku pernah sih 2 minggu lebih. Biasanya 3 harian udah masuk kan. Terus aku nanya kan ada di Hipwee <i>community</i> itu yang ngurus masalah itu, namanya Aan. Jadi misalnya kok belum <i>publish</i>, hubungi Aan itu gitu. Terus aku waktu itu 2 minggu lebih lah. Terus aku bilang, kok tulisan aku belum <i>dipublish</i> ya? Terus dicek sama dia ternyata tulisan lagi numpuk karena tulisan lagi banyak banget, <i>editornya</i> kurang gitu. Akhirnya nggak lama muncul. Tapi ada temenku yang dia nulis, katanya nggak <i>dipublish publish</i>. Dia nulis lagi masih nggak <i>dipublish</i> juga.</u>	PA 1 PA 2	Menjawab sambil mengangguk	

	<u>Dia bilang ke Aan, katanya akan dipublish segera sampai akhirnya dia kesel sendiri gitu, terus akhirnya dia nggak nulis lagi di Hipwee. Aku juga nggak ngerti pas dia nanya lagi ke Aan, katanya Aannya minta nanya link-nya lagi, masih nanya lagi. Akhirnya dia jadi kesel sendiri gitu. Mungkin ya emang ada kejadian-kejadian kayak gitu tapi di aku sendiri kejadiannya baru sekali doang dan selesai. Kalau temenku tuh nggak, sayangnya.</u>			
P:	Oh mungkin ada artikel yang terlewat gitu mungkin ya Mbak?			
R:	He eh.			
P:	Kalau pas <i>submit</i> gitu pernah terjadi masalah nggak sih?			
R:	<u>Kalau kayak gitu biasanya di gambar. Aku juga suka kesel gambarnya sih. Misalnya gambarnya nggak boleh lebih dari berapa gitu kapasitasnya.. Udah dikecilin, <i>compressed</i> seapa gitu, eh tulisannya ‘masih gambar anda terlalu besar’. Besar gimana orang cuman tinggal ratusan kb doang kok masih terlalu besar. Kadang nanyain kok gini ya. Biasanya sih rata rata permasalahannya itu sih pas mau <i>submit</i>. Tapi sekarang aku udah nggak nemu lagi sih orang-orang pada nanyain itu. Aku juga semenjak yang tulisan itu juga aku belum nulis lagi. Jadi belum buka lagi aplikasinya kayak apa sekarang.</u>	PU 3 PA 3		
P:	Terus kalau ada permasalahan kayak tadi Mbak, ternyata ada artikel yang terlewat atau ternyata <i>submit</i> gambar di Hipwee tidak diterima, itu biasanya apa yang dilakukan sebagai solusinya?			
R:	<u>Kita sih ngasih tahu di <i>group</i> ini nggak bisa. Terus ya “oh ya nanti kita tanyain teknisnya ya”. Nggak lama dicoba lagi, bisa. Gitu sih. Jadi kayak kita nanyain dulu. Tapi kalau yang temenku itu yang dia artikelnya nggak masuk itu dia waktu itu katanya kan... mmm.. dia kan emang <i>kontributor</i> aktif banget. Pokoknya di situ hobinya menang kontes menulis lah. Jadi dia kesel gitu begitu dia artikelnya udah banyak banget ditulis, nggak ada yang <i>dipublish</i> satupun, terus karena pas ditanyain ke Hipweenya ternyata malah ditanyain lagi, apa nama ininya, apa judulnya, itu akhirnya permasalahan itu nggak terselesaikan karena temenku akhirnya keburu kesel, dia udah nggak mau jawab lagi pas ditanyain gitu dia udah</u>	KB 1 KB 2 PA 1 PA 2		

	<u>nggak mau, udah terlanjur kesel. Jadi kalau menurutku itu nggak terselesaikan sih.</u>			
P:	Jadi biasanya tuh kalau ngasih tahu di <i>group</i> WA? Pernah <i>personal chat</i> nggak Mbak?			
R:	<u>Personal kalau yang kayak gitu karena kan kalau nanyain doang di <i>group</i> takutnya kelewat, nggak kebaca, walaupun ngetag orangnya. Terus kan <i>group</i>nya lumayan agak aktif ya jadi kalau misalnya ada apa gitu, rame.. tapi kalau giliran kosong ya bisa berhari hari nggak ada yang <i>chat</i>. Biasanya kalau ada 1 yang memulai apa, banyak langsung yang nimpalin ini. Udah disaranin sih kalau ada permasalahan apa langsung <i>chat</i> ke Aan itu. Jadi ya.. aku juga nggak ngerti waktu itu mungkin lagi padet banget atau apa.. jadi dari si Aannya juga kelewat apa gimana tulisan-tulisan temenku itu. Mungkin belum disampein ke <i>editornya</i> atau gimana akhirnya temenku udah keburu kesel. Nggak tahu.</u>	PA 1	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Harapan Mbak sendiri sebagai kontributor dan anggota <i>Hipwee community</i> ini apa?			
R:	<u>Aku pengennya yang pertama, aku pengennya segera terealisasi si <i>meet up offlinenya</i>, <i>workshopnya</i>. Terus pengennya <i>Hipwee</i> tetep ada sampai beberapa tahun. Atau mungkin makin gede.. Waktu itu saking senengnya aku <i>share</i> menang apa. Temen temenku pada nanya, “<i>Hipwee</i> apaan sih?” karena masih banyak yang nggak tahu ternyata. Jadi pengennya itu <i>Hipwee</i> lebih gede. Jadi kayak biar “oh Ria di <i>Hipwee</i>, oh kereeen” hehehe. Karena temen temen kantorku nggak ada yang tahu <i>Hipwee</i> itu apa. Pengennya sih dia lebih gede, lebih dikenal.</u>	PA 3 PU 3		
P:	Jadi emang lebih dikenal gitu ya? Oke. berarti sama tadi ya <i>system review</i> -nya diperbaiki ya biar nggak ada artikel yang terlewat?			
R:	He eh.			
P:	Nah Mbak sendiri tahu nggak sih komposisi penulisan artikel di <i>Hipwee</i> itu gimana antara yang jurnalis <i>Hipwee</i> sama <i>citizen journalistnya</i> ?			
R:	Nggak tahu.			
P:	Maksudnya Mbak tahu nggak mana yang lebih banyak artikel mereka atau artikel <i>citizen</i> ?			
R:	<u>Kalau itu kayaknya sih kalau si jurnalis <i>Hipweenya</i> itu kayaknya mereka punya <i>target</i></u>	PA 1		

	<u>mungkin 1 minggu 1 atau 2 artikel. Kayaknya gitu. Soalnya aku suka lihat ini ada tulisan baru dari si ini gitu. Tapi kalau yang kontributor Hipweenya sendiri kan tergantung seberapa aktifnya kita. Jadi bisa aja lebih banyak tulisan kita daripada penulis Hipweenya langsung gitu kan. Tapi bisa jadi lebih banyak mereka. Karena kita bisa berbulan bulan atau setahunan nggak nulis sama sekali. Aku sih nggak pernah nanya. Cuma sepertinya sih ada ya target tulisan berapa artikel perminggu karena aku selalu ngelihat pasti ada tulisan baru dari jurnalisnya Hipwee.</u>	PU 1		
P:	Mbak bisa bedain nggak di artikel itu yang nulis jurnalisnya Hipwee atau kontributor? Itu keliatan nggak sih Mbak?			
R:	<u>Kalau tulisannya itu.. kalau menurut aku ya hampir sama aja.. Jadi kalau aku, karena udah tahu 'oh ini nama penulis Hipweenya. Oh ini tulisannya dia'. Karena udah tahu nama nama orangnya, jadi bisa ngebedain. Tapi aku pernah baca itu.. siapa ya namanya, itu bener-bener tulisannya itu kayak penulis Hipweenya langsung padahal dia kontributor. Kayak cara penyampaiannya menarik banget kayak penulis <i>professional</i>.</u>	PU 2 PU 3		
P:	Jadi tulisan jurnalis sama kontributor itu nggak ketahuan ya bedanya dimana kecuali namanya?			
R:	Iya kalau menurut aku. Karena gaya bahasanya sama ya, jadi nggak terlalu kerasa bedanya sama yang nulis kontributor. Tapi paling ada yang biasanya yang kuat itu sih di <i>travel</i> itu si penulisnya itu namanya Septian Bayu kalau nggak salah.. Itu tulisannya bener bener kuat banget. Kan biasanya kontributor itu kalau nulis ketara. Cuma dari gaya tulisannya itu kuat banget si Septian itu, ketara banget kalau dia penulis Hipweenya. Cuma kalau yang lain menurut aku hampir sama aja.		Menjawab sambil mengangguk	
P:	Dia jurnalis Hipweenya?			
R:	<u>He eh. Jadi kalau baru baca aja udah ketara banget kalau di penulis Hipwee karena artikel-artikel <i>travel</i> yang lain banyak juga yang masuk dari <i>kontributor</i> itu nggak terlalu sekuat itu penyampaiannya. Nah Septian itu khas banget, ketara banget kualitasnya</u>	PA 1	Menjawab sambil mengangguk	

P:	Jadi keliatan banget ciri khasnya ya? Maksudnya kayak penyanyi itu kan keliatan ini suaranya si A. itu sama juga ya?			
R:	He eh.			
P:	Nah Mbak, Hipwee ini kan kolaborasi ya antara jurnalis <i>professional</i> dengan <i>citizen journalist</i> . Tapi aku nanya secara umum dulu ya. Kalau menurut Mbak kolaborasi antara <i>citizen journalist</i> dengan media <i>online</i> itu seperti apa sih secara umum?			
R:	Kalau untuk sekarang ini secara umum itu sudah bagus banget ya karena udah banyak banget media yang ngasih ruang untuk <i>citizen journalist</i> kan, jadi kolaborasinya udah bagus banget sih. Hampir semua media... pokoknya media media yang aku tahu itu sekarang punya wadah buat <i>netizen journalist</i> gitu.			
P:	Nah kalau pendapat Mbak, kolaborasi antara <i>citizen journalist</i> dengan Hipwee sendiri gimana?			
R:	<u>Sama Hipwee itu menurut aku juga udah lumayan bagus... Cuma kan ya namanya orang kan nggak ada puasnya ya. Tetep aja ada yang dipengenin dari Hipwee gitu kan. Tapi kalau ngelihat dari seberapa besar yang udah Hipwee kasih ke kita itu ya udah lumayan banget sih. Tapi kan orang tergantung juga ya, ada yang penulis yang nyarinya materi itu nggak ada di Hipwee karena Hipwee kan nggak berbayar kan, dia lebih ke penghargaan bentuk lain. Tapi kalau misalkan nyarinya yang berbayar antara Hipwee dan penulis ya kurang gitu kan. Tapi kalau aku pribadi karena aku nggak nyari itu ya menurut aku udah bagus. Cuma ya paling ininya sih kalau misalkan agak sayang aja gitu waktu itu udah digembar gemborin mau ada <i>workshop</i> tapi 2 tahun berlalu sampai sekarang belum ada. Lah kenapa sih udah disebut sebut gitu.. kan jadi pengen, kan jadi nunggu gitu, ini mana nih.</u>	KB 1 KB 2	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Menurut pendapat Mbak kan sebagai <i>citizen journalist</i> ini Mbak berpartisipasi nih dalam penulisan konten di Hipwee, nah pendapat Mbak sendiri bagaimana dalam hal tersebut?			
R:	Oh.. pendapatku.. aku seneng sih bisa terlibat banyak.. di <i>webnya</i> Hipwee itu ada kanal khusus, kalau misalnya kita mau tulisannya narasi, itu udah ada <i>templatnya</i> udah disediakan			

	semua, udah ada, dan kita tinggal masuk masukin aja dan itu bikin lebih efektif aja sih nulisnya.			
P:	Oh jadi emang udah wadahnya yang oke ya Mbak? Maksudnya kalau nulis narasi udah ada <i>templat</i> nya, mau nulis <i>listicle</i> udah ada <i>templat</i> nya, gitu?			
R:	<u>Iya jadi kita tinggal nulis aja disitu. Kalau yang <i>listicle</i> itu juga kan ada poin poinnya, kita tinggal masukin misalnya poin kedua apa, kalau mau nambahin sampai berapa poinnya. Jadi tinggal klik klik, ntar kita tinggal panjangin aja.</u>	UGC 1	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Kalau di Hipwee itu kontributor cuman berkontribusi lewat penulisan tulisan aja ya? Apakah ada bentuk lainnya? Misalnya <i>audio</i> atau <i>video</i> ?			
R:	<u>Kayaknya cuman tulisan aja ya. Paling kalau untuk video itu bukan buat konten sih... Jadi paling kayak acara Hipwee ulang tahun atau apa gitu gitu doang. Ngucapin selamat ulang tahun buat Hipwee lewat video. Gitu doang. Bukan buat konten.</u>	UGC 2	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Apakah sebagai anggota Hipwee ini atau kontributor, dapat kesempatan milih konten sesuai minat masing masing nggak?			
R:	Iyaa..			
P:	Jadi bisa nulis sesuai yang disukai gitu ya? Atau ada keharusan gitu atau gimana?			
R:	<u>Nggak sih nggak ada keharusan. Tapi biasanya <i>editor-editor</i> Hipwee tuh suka bilang di <i>group</i>, “ayok dong yang lain cobain ini nih...” kayaknya ada yang dia nulisnya di topik ini dulu. Coba dong digali topik yang lain, tulisan yang lain. Paling gitu gitu sih, disemangatin buat nulis topik lain gitu, tipe lain.</u>	PA 1 PA 2		
P:	Nah kalau menurut Mbak karena Mbak dapat kesempatan buat nulis sesuai kesukaan.. dampaknya apa sih menurut Mbak?			
R:	Dampak positifnya itu nulisnya tuh lebih gampang kan karena apa yang kita tahu, apa yang kita pengen tulis, bisa langsung ditulis. Itu positifnya. Jadi yaudah nggak pake mikir lagi, langsung nulis aja gitu, kata kata udah langsung ngalir sendiri, jari udah ngetik sendiri. Tapi karena nggak ada keharusan... kalau nggak nantangin diri sendiri ya bakalan jagonya cuman			

	di bagian itu doang sih gitu karena kan jadi nggak nyobain yang lain. Jadi ya karena nggak nantangin diri sendiri jadi ya cuman suka suka kita gitu.			
P:	Sebagai <i>kontributor</i> , Mbak suka diajak Hipwee nggak sih untuk pengembangan konten? Misalnya mereka nanya pendapat atau gimana?			
R:	<u>Mmm pendapat, kayaknya pernah ada ya. Waktu itu pernah Mbak Nendra itu dateng kan ke Jakarta, “eh aku dateng nih ke Jakarta, ayok dong yang bisa ngumpul, ngumpul” gitu kan. Nah ngobrol lah disitu. Kira kira Hipwee bagusnya dikembangin kayak apa ya.. Pokoknya sempet ngobrol ngobrol santai gitu nanyain masukan masing-masing gitu kan kalau untuk konten Hipwee baiknya kayak gimana. Tapi menurutku kayaknya terakhir itu sih.. waktu Mbak Nendra dateng itu. 2017 akhir atau 2018 awal. Seingetku. Aku juga agak agak lupa. Selebihnya kayaknya belum ada lagi.</u>	PA 1 PA 2	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Bagaimana pengembangan dan penghargaan yang diberikan kepada anggota Hipwee <i>community</i> oleh redaksi Hipwee?			
R:	<u>Kalau bentuk pengembangan itu yang nulis <i>online</i> itu ya. Jadi di Hipwee itu kan setiap Jumat apa Kamis ya ada kelas menulis <i>online</i> gitu. Jadi di <i>group</i> itu kadang-kadang emang ada yang <i>editor</i> yang udah ada disitu atau <i>editor</i> yang belum ada disitu dimasukin kesitu, terus ditanya-tanyain kan. Misalnya dia kasih penjabaran panjang lalalala, yok siapa yang mau nanya. Jadi kayak gitu pengembangan ke kitanya bentuknya kayak gitu dari Hipwee. Terus kalau untuk penghargaan ya <i>merchandise</i> itu sih. Misalkan kontributor terbaik bulan apa, kontributor yang menang kontes juga dapet <i>merchandise</i> juga gitu sih. Tapi kalau yang kontributor bulanan itu yang kayak dia seberapa aktifnya dia atau tulisan dia seberapa kuat. Misalnya bulan ini dia nulis ada artikelnya yang melejit sampai puluhan ribu yang <i>share</i>, nah itu biasanya dia masuk di kontributor bulan itu, kontributor terbaik bulan itu.</u>	PA 1 PA 3		
P:	Nah ada keterbatasan nggak untuk penciptaan konten atau aturan dari Hipwee untuk Hipwee <i>community</i> ?			
R:	Oh untuk menciptakan konten? Mmm nggak ada sih. Semua itu dikembalikan ke masing			

	masing. Nggak ada dibatesin apa apa.			
P:	Oh jadi nggak ada <i>rules</i> -nya gitu Mbak?			
R:	Nggak ada disuruh yang begini begini. Kita kan istilahnya penulis lepas ya.. kok diatur atur sih. Kan kita suka suka kita, kan kita jualan nggak dibayar.			
P:	Jadi emang nggak ada aturannya gitu ya?			
R:	Nggak. Ya paling nggak boleh yang kayak SARA, nggak boleh <i>hate speech</i> . Pernah kayak diinformin untuk jangan bikin yang kayak ujaran kebencian di artikel.			
P:	Nah ada ada nggak sih Mbak <i>tools</i> khusus yang diberikan ke anggota Hipwee untuk menunjang penciptaan konten gitu? Misalkan ini kalau mau cek <i>plagiarism</i> , kita kasih khusus disini ya, ini <i>link</i> nya, ceknya disini ya atau semacam itu sih Mbak. Atau kalau mau cari gambar yang bagus coba di <i>link</i> ini.			
R:	<u>Jadi kalau gambar gambar itu kita dikasih <i>link web web</i>, nama <i>web</i> penyedia gambar gratis gitu kan. Kalian jangan ngambil gambar dari Google. Gambarnya kan bisa dicari di webi ini. Webnya dikasih tahu ada 6 atau 7 <i>web</i> gitu penyedia gambar gratis. Itu bisa download disitu. Paling dikasih tahu kayak gitu sih. Soalnya kan kalau dari Google bisa jadi ada <i>copyright</i> kan karena punya orang gitu. Tapi kalau yang cek <i>plagiarism</i> itu nggak sih kayaknya nggak ada.</u>	PU 3 PA 3		
P:	Mmm nah selanjutnya nih Mbak, bagaimana redaksi Hipwee mendukung kinerja dari anggota Hipwee <i>community</i> ?			
R:	Ya dari kelas kelas <i>online</i> itu sih paling, yang rutin tiap hari Jumat. Eh tapi sekarang Kamis deh.. Jam 4 sore ada di <i>group</i> .			
P:	Itu setiap minggu rutin ada atau gimana Mbak?			
R:	Setiap minggu rutin. Tapi kayak sempet ada beberapa kali kayak diliburin dulu gitu kelas <i>onlinenya</i> . Tapi aku lupa berapa kali.			
P:	Mbak ada ketua Hipwee <i>community</i> nggak sih?			
R:	Setahuku nggak ada ya. Setahuku ya. Kalaupun ada susunannya juga aku nggak tahu			

	susunannya kayak gimana.			
P:	Jadi nggak ada ketuanya ya? Nah itu WA groupnya itu ada berapa sih Mbak? Ada yang regional juga nggak?			
R:	Sebentar aku cek. Kalau aku, seingetku itu aku masuk di 2 <i>group</i> WA. Satunya itu kontributor Hipwee, kayaknya ini yang se Indonesia gitu. Nah satunya lagi itu kontributor Jabodetabek.			
P:	Grup kontributor Jabodetabek itu juga nggak ada ketuanya ya?			
R:	<u>Nggak ada. Itu <i>group</i> juga hampir nggak ada komunikasi sih disitu. Paling kalau misalnya ada acara yang emang adanya di sekitaran Jakarta nah itu baru ada komunikasi disitu. Misalnya ada yang bisa dateng nggak lalalala. Tapi kalau yang kelas menulis <i>online</i> itu adanya di grup kontributor Hipwee yang isinya anak anak nasional.</u>	PA 2		
P:	Jadi sebetulnya penulisan atau pembuatan konten di Hipwee ini dilakukan secara sukarela ya?			
R:	He eh.			
P:	Nggak ada fee yang dikasih ya? Belum pernah ada?			
R:	<u>Kalau aku waktu itu pernah ditawarkan jadi pengganti jurnalis Hipwee. Jadi waktu itu kan penulis Hipweenya lagi nggak bisa dateng sama sekali, nah aku diminta dateng ke salah satu acara, terus aku nulis artikel dan aku kasih artikelku, maksudnya itu acaranya kayak gimana terus dibilang ini nanti tulisannya bakal disempurnain lagi sama <i>editor</i>, tapi kita minta ijin ya tulisan ini atas nama penulis kita gitu. Terus dikasih uang sih.</u>	PA 1 PA 2	Menjawab sambil mengganggu	
P:	Ooo gitu. di Hipwee sendiri itu ada <i>system</i> poin nggak sih Mbak?			
R:	Poin ada ya. Ada <i>ranking</i> gitu. Sebentar ya. Aku boleh <i>share screen</i> nggak? Aku coba buka <i>web</i> Hipwee ya bentar. Biar mungkin bisa dilihat langsung isinya. Eh kenapa daritadi nggak kepikiran ya hehe.			
P:	Iya aku kan juga bukan kontributor jadinya nggak tahu dalemnya kayak gimana. Walaupun aku juga nulis belum tentu keluar deh isinya hahaha.			

R:	Oke. Nih jadi bentuknya gini tampilan <i>webnya</i> . Maksudnya kalau udah masuk, tampilan awalnya tuh kayak gini.			
P:	Waww banyak sekali <i>share</i> an postnya hahaha.			
R:	<u>Ini tapi aku rangking 311. Jauh. Udah nggak pernah nulis. Kalau sekarang ditampilin yang <i>weekly</i> nya siapa, bulanannya, tahunannya, siapa yang urutan 1. Nah ini yang tadi.. total aku tulisannya. Kok banyak ya hahaha aku juga baru lihat. Ini yang item item ini masih draft. Kan keliatan tuh. Ini yang udah ini <i>publish</i>, nih bentuknya yang udah... Jadi kadang aku tuh ada.. tulisan yang aku udah tulis, terus abis itu tuh aku kayak kelupaan, akhirnya aku tinggal dan akhirnya nggak aku lanjutin lagi soalnya aku nggak ngerti gimana mau ngelanjutinya gitu hahaha. Jadi draft doang... ini <i>listicle</i>.</u>	PU 4		
P:	Status itu maksudnya draft atau <i>publish</i> gitu ya? Itu 27 artikel ya?			
R:	Iya. Nah ini tulisanku yang paling banyak di <i>share</i> ... nih yang ini. Jadi hasil <i>sharenya</i> tuh keliatan disini.			
P:	Oh... waww...			
R:	<u>Jadi kita bisa lihat. Jadi pertama kan ngasih tahu di email, di gmailnya itu masuk “Hai Ria, artikelmumu sudah terbit”. Jadi pertama <i>email</i>-nya tentang artikel udah terbit. Terus kedua, artikel nembus 100 gitu, terus artikel nembus 1.000, terus artikel nembus 5.000 gitu sih. Itu biasanya dapet notifikasinya dari <i>email</i>.</u>	PU 4	Menjawab sambil mengangguk	
P:	1.000, 5.000, sama 10.000 ya?			
R:	<u>He eh. Tapi kayaknya diatas 10.000 tuh setiap berapa lagi, dia notifikasi lagi gitu, jadi udah berapa udah berapa. Jadi waktu itu pas aku udah 11 ribu atau berapa itu.. dapet <i>update</i>-annya lagi dari <i>email</i> Hipwee.</u>	PU 4		
P:	Oh informasinya lewat gmail ya bukan lewat <i>dashboard</i> tadi ya?			
R:	Kalau di itu nggak ada deh. Bentar. Jadi kalau kita mau lihat udah berapa banyak di <i>share</i> , kita buka tulisan kita dulu...			
P:	OOh ini ada narasi juga ya?			

R:	He eh. Iya ini yang narasi. Kan yang sebelumnya yang <i>listicle</i> . Ini yang narasi. Nah yang <i>listicle</i> aku.. kayaknya banyaknya ini deh yang <i>dishare</i> ... ini... jadi ini ada 7ribuan yang <i>ngeshare</i> . Eh kok ini tampilannya begini ya? Kayaknya ini lagi bermasalah kali ya. Biasanya ini tuh tulisannya bold gitu. Ini kayaknya lagi bermasalah.		Menjawab sambil tertawa	
P:	Berarti disini di tulisan <i>author</i> -nya itu... itu tanda <i>checklist</i> itu maksudnya apa ya?			
R:	Verifikasi kali ya. <i>Verified confirm</i> , aku juga nggak tahu nih maksudnya apa hahaha			
P:	Soalnya aku ngelihat kok itu ada tulisan <i>checklist</i> -nya itu berarti maksudnya apa ya? Hahaha			
R:	<u>Ya aku juga nggak tahu apa ya soalnya kayaknya aku nggak ada konfirmasi disuruh ngapain ngapain biar dapet centang itu sih. Centang kuning. Eh kenapa nggak centang biru hahaha. Nah ini yang tadi aku bilang aku nulis bahasa dari Filipina itu. Ini kan padahal <i>sharenya</i> cuman 9, cuman kan aku nggak ngerti ya.. yang nilai kan langsung dari jurinya ya.. jadi dapet juara 3.</u>	PU 4		
P:	Oh gitu. Kalau <i>share</i> ini maksudnya di- <i>share</i> di <i>social media</i> ya Mbak?			
R:	Kayaknya ini berapa orang <i>ngeshare</i> tulisannya itu kan. Kalau disini kan nggak ketahuan ya.. maksudnya <i>sharenya</i> berapa... siapa aja yang <i>ngeshare</i> , <i>ngesharenya</i> kemana, ini kan nggak kelihatan kan. Cuma waktu itu karena artikel ini pernah muncul di FB, itu kan di FB kelihatan kan berapa yang <i>ngeshare</i> gitu, nah aku ngeliat juga akhirnya.. Jadi di-FB berapa orang yang <i>ngeshare</i> itu kegabung semua disini.			
P:	Oh... jadi emang ini tuh jumlah <i>share</i> di <i>social media</i> ? <i>Facebook</i> , <i>Twitter</i> , <i>Line</i> , <i>whatsapp</i> , gitu ya?			
R:	Iya iya. Eh cuman kalau <i>whatsapp</i> gimana nge- <i>track</i> -nya, nggak tahu deh.			
P:	Oke. Paling nggak <i>Facebook</i> , <i>Twitter</i> , sama <i>Line</i> ya?			
R:	<u>He eh. Sebentar aku kasih lihat. Nih kalau mau nulis, tampilannya gini. Nah ini gambarnya ini yang suka bermasalah. Kan disini tulisannya minimal segini. Udah dikeciliiin, masih dibilang kegedean. Disini ada keterangannya gitu, ‘gambar anda terlalu besar, mohon jadikan segini’.</u> Padahal udah kecil banget gimana mau ngecilinnya.	PU 3	Menjawab sambil mengangguk	

P:	Hahaha... oh berarti kita juga harus ngasih sumber gambarnya dari mana itu juga ya?			
R:	He eh he eh. Sumber <i>web</i> -nya gambarnya dari mana.			
P:	Kita bisa milih temanya juga? Eh ini maksudnya temanya itu topiknya ya?			
R:	<u>Kayakn tulisan kita itu tentang apa. Kayaknya sih. Jadi misalnya kayak hubungan, aku tulis aja tentang hubungan. Atau misalnya tentang remaja, aku tag lagi remaja. Pokoknya yang gitu gitu aja aku tambah tambahin gitu. Cuma kalau untuk kita nulisnya tentang apa gitu itu nanti <i>editor</i>-nya yang pilihin masuknya... Kita nggak bisa milih tulisan kita ke kanal bagian hubungan, <i>tips</i>, <i>feature</i>, aplikasi, itu nggak bisa milih. Jadi kita nulis aja, nanti <i>editornya</i> yang masukin tulisan kita itu masuknya apa gitu.</u>	PU 3 PA 3		
P:	Lebih cocok ke tema yang mana gitu ya?			
R:	He eh.			
P:	Kalau yang pilihan <i>editor</i> ini, yang nulisnya <i>kontributornya</i> semua ya?			
R:	<u>Ini kayaknya pilihan <i>editor</i>. Jadi ini ada tulisan yang emang tulisan-tulisan Hipwee yang harus dibaca sama kontributor-nya gitu. Cara-cara menulis. Terus sama tulisan tulisan kontributor yang memang disukai dan direkomendasikan <i>editor</i> yang dibaca sama orang orang.</u>	PA 2		
P:	Oh... oke. Ternyata dalamnya kontributor gitu ya. Kalau yang kolom <i>community</i> itu berarti tulisannya komunitas semua ya?			
R:	Iya ini isinya..			
P:	Mbak juga pernah jadi yang kontributor terbaik?			
R:	<u>Kontributor terbaik itu aku pernah sekali. Tapi aku itu kan orangnya agak agak males nulis ya. Jadi kalau lagi pengen nulis, nulis lagi. Tapi kalau enggak ya enggak. Jadi suka ilang sih.. Dapat kontributor terbaik itu juga kayaknya karena tulisan yang Goblin tadi itu.. saking banyaknya. Terus kan itu juga beberapa tulisan dibarengin sama yang Goblin itu, jadi mungkin akhirnya kayak jumlah <i>share</i> tulisan meningkat. Mungkin gitu makanya dibilang kontributor terbaik.</u>	PU 4	Menjawab sambil mengangguk	

P:	Kalau menurut Mbak sendiri sebagai kontributor seberapa penting sih penulisan konten melalui kolaborasi antara Hipwee dengan <i>citizen journalist</i> ?			
R:	<u>Aku bingung kalau ditanya penting apa enggak. Kan itu kayak balik lagi ke orangnya masing-masing ya.. penting apa enggak. Kalau ditanya menyenangkan apa enggak..ya menyenangkan. Tapi kalau ditanya penting apa enggak, aku nggak ngerti sih harus jawab apa hahaha penting apa enggak.</u>	PA 1		
P:	Tapi sejauh ini kolaborasi sama Hipweenya oke oke aja ya?			
R:	He eh.			
P:	Oke. Pernah ada permasalahan nggak Mbak selama kolaborasi dengan Hipweenya ini untuk nulis di media <i>online</i> di Hipwee?			
R:	Mmm permasalahan nggak ada ya. Nggak ada sih.			
P:	Kalau sama jurnalis <i>professional</i> Hipweenya pernah ada permasalahan gitu nggak sih Mbak?			
R:	Nggak ada. Kayaknya aku anaknya baik baik dan mereka baik baik juga hahahaha.			
P:	Hahaha... misalnya kayak “kok kalian nulisnya kayak gini sih?” atau gimana gitu atau dapat kritik dari mereka?			
R:	Mmm... nggak sih. Sejauh yang aku tahu di <i>group</i> nggak pernah ada dan aku pribadi juga nggak pernah ngalamin itu. Cuma mungkin kalau dia nulisnya melenceng, pasti kan pas dibalikin artikelnya dikasih tahu tulisanmu terlalu gini, nggak bisa diterbitin karena gini.			
P:	Kalau menurut Mbak apa yang bisa dikembangkan lagi untuk kolaborasi antara <i>citizen journalist</i> dengan jurnalisnya Hipwee?			
R:	<u>Ya mungkin itu ya <i>in-house training</i>nya itu sih yang lebih dikembangkan... maksudnya kan dari <i>in-house training</i> kan jadi tahu kemampuan. Kayak misalnya sekarang nih aku ngukur kemampuan diriku, nggak ada ukurannya kan sebenarnya. Jadi kayak aku ngukur, aku udah bagus kok. Tapi kan mungkin kalau pas di <i>in-house training</i> itu ternyata nggak kayak gitu. Jadi kan lebih tahu. Jadi akan lebih kelihatan setelah di <i>in-house training</i> itu kalau menurut</u>	PU 3 PA 3		

	<u>aku.</u>			
P:	Maksudnya butuh <i>one on one discussion</i> gitu ya? Diskusinya satu persatu?			
R:	<u>Jadi kan kalau misalnya dari <i>workshop</i> itu kan kita bakal tahu titik lemahnya kita di penulisan itu yang mana. Jadi maksudnya kolaborasi sama si jurnalisnya tuh kita jadi ngerti. Oh kayaknya gue tuh lebih bisa belajar banyak sama si A karena begini. Jadi kan dari hasil <i>workshop</i> itu nanti ketahuan gitu yaa... Butuh pengembangan apa antara <i>kontributor</i> sama jurnalis Hipweenya. Kalau menurut aku sih begitu.</u>	PU 3 PA 3		
P:	Mbak udah pernah nyoba belum kayak <i>WA editor in-house</i> -nya Hipwee, kayak “Kak ini aku nulis gini, menurut kakak udah oke apa belum?” pernah nyoba nggak?			
R:	<u>Belum sih. Belum pernah. Aku soalnya kayak gimana ya... ngerasanya ini orang bakal terbebani nggak ya kalau aku tiba tiba nanya misalnya “kak aku minta tulisanku dibedah” gimana gitu kan. Kan bisa jadi itu emang dari <i>jobdescnya</i>. Cuma kan kalau ternyata itu bukan bagian dari <i>jobdescnya</i> kan jadinya kayak membebani si penulisnya itu.. Makanya sejauh ini masih yang umum aja, belum pernah berani untuk nanya langsung sih.</u>	PA 1		
P:	Oh makanya mungkin kalau bisa nanti 3 atau 6 bulan sekali gitu ada <i>in-house training</i> yang emang ditujukan untuk itu ya buat diskusi itu.			
R:	Setahun sekali juga nggak papa kok hehehe.			
P:	Biar tahu perkembangannya ya? Siapa tahu emang Mbak cocok juga selain menulis hubungan, nulis yang lain. Gitu ya?			
R:	<u>Iya... sebenarnya sampai mana gitu kan. Terus mungkin kayak sampai sekarang aku ngerti nih aku kurangnya disini disini, cuman kan begitu ada training, <i>workshop</i>, pasti kan lebih jelas lagi kan sebenarnya, karena lebih detail lagi jadi bisa tahu poin-poin yang sebelumnya mungkin aku nggak pernah tahu.</u>	PA 3	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Kalau menurut Mbak sejauh ini kolaborasi antara <i>citizen journalist</i> dengan penulisnya Hipwee sendiri itu kelebihanannya dimana?			
R:	Kelebihannya.. karena orangnya juga masih pada muda muda, jadi kayak lebih akrab kan di			

	<i>group</i> itu kayak nggak ada <i>senior</i> atau gimana. Jadi kita nanya ngalir. Enak gitu, nggak sungkan. Maksudnya kalau nanya di <i>group</i> nggak sungkan. Kan aku sendiri waktu itu pernah main ke Jogja, terus aku lari bareng sama salah satu <i>community</i> managernya gitu saking kayak udah kenal gitu.			
P:	Jadi emang keakrabannya itu berasa banget ya? Jadi akrab banget gitu ya Mbak?			
R:	Iya iya.			
P:	Kalau kekurangannya kolaborasi antara <i>citizen journalist</i> dengan penulisnya Hipwee sendiri itu apa nih Mbak?			
R:	<u>Nah itu... mmm tapi ya karena nggak tahu sebenarnya <i>jobdescnya editor</i> Hipwee itu apa.. jadi kayak mau nanya tentang tulisan takutnya kebablasan. Maksudnya itu <i>jobdescnya dia untuk community</i> itu nggak sejauh itu sebenarnya. Mungkin kalau ada penjabaran <i>editor ini tugasnya</i> itu sampai sejauh ini loh, jadi kalau mau nanya tuh enak karena itu masih <i>jobdescnya dia</i>. Jadinya kita mau nanya nggak bakal jadi kayak ngebebanin orang gitu.</u>	PA 1 PU 3 PA 3		
P:	Oh jadi kayak merasa sungkan untuk nanya nanya ya?			
R:	<u>Iya nanya secara pribadi. Karena kan biasanya nanya di umum doang kan di <i>chat group</i> kan. Paling yang “ah Kak aku puyeng nih nggak bisa nulis lagi, kok ini mau nulis begini kok jadi gimana ya”. Maksudnya pertanyaannya yang umum-umum gitu, nggak pertanyaan <i>detail</i>, nggak bisa, nggak tahu apakah itu boleh. Nanya kalau kita ngasih artikel, terus dibedah apakah boleh. Karena aku juga nggak pernah nanyain apakah itu boleh apa enggak.</u>	CJ 8	Menjawab sambil mengangguk	
P:	Jadi harapannya apa nih Mbak terkait hal tersebut?			
R:	Pengennya aku sih kita dapet gambaran jelas tugas <i>editor</i> itu apa. Jadi dari kita tahu tugas <i>editor</i> itu apa.. jadi walaupun misalnya kelas <i>offline</i> nggak ada, belum bisa dilakukan, bisa nanya secara pribadi gitu. Jadi kita bisa tahu kita bisa nanya sejauh apa untuk tulisan kita sendiri. Gitu.			
P:	Oh jadi maksudnya ada <i>coaching clinic</i> gitu kali ya?			
R:	He eh.			

P:	Ada lagi Mbak harapannya buat kolaborasi dengan si penulis Hipwee atau jurnalis Hipweenya?			
R:	Sebenarnya aku tuh pengen ada dari Hipwee itu ngasih lomba tapi lombanya itu untuk si <i>editor</i> sama untuk <i>kontributor</i> gitu. Pengen ada kayak gitu juga.			
P:	Maksudnya gimana Mbak?			
R:	Jadi ini cuman ideku aja sih. Jadi maksudnya si penulis Hipwee itu... ikutan lomba menulis Hipwee juga. Jadi keliatan nanti siapa yang menang. Jadi kayak... aku kayak penasaran aja sih kalau misalnya penulisnya itu terjun juga.			
P:	Jadi emang lomba menulis artikel gitu ya Mbak?			
R:	He eh. Tapi kompetisinya antara <i>kontributor</i> sama penulis Hipweenya langsung. Bisa nggak sih? Hahaha.			
P:	Aku juga nggak tahu haha.			
R:	<u>Kalau <i>offline</i> pasti bisa sih kayaknya. Maksudnya kan bisa langsung. Waktu itu aja juga dari kantor pernah dikasih <i>workshop</i> jurnalistik penulisan naskah apa gitu namanya. Nah itu kita langsung dikasih waktu 15 menit, terus nulis apa. Abis itu si bapak yang ngajarannya itu langsung ngebedah tulisan kita masing masing. Oh ini bagus nih poinnya gini gini. Pengen juga sih ada kayak gitu. Jadi waktu itu kan katanya Hipwee mau ngundang Dee Lestari atau Pidi Baiq. Aku kan jadi penasaran. Kayaknya kalau misalkan Pidi Baiq atau Dee Lestari ngasih ginian, terus <i>editor</i> Hipweenya ikutan juga disitu. Jadinya kita kayak ngebedah tulisan bukan cuman tulisan kita doang tapi tulisan <i>editornya</i> juga dibedah kan.</u>	PA 1 PA 2		
P:	Oh yayaya paham. Wah aku dapet banyak info nih dari Mbak Ria. Terima kasih banyak.			
R:	Iya sama sama.			

Axial Coding

Aspek	Andre	Arin	Rozi	Widi	Leonita	Ria
Media Online	Jadi... Hipwee ini sendiri awalnya... di 2014 itu semacam sosial media. Jadi kayak media tapi <i>homeless</i> gitu. <i>homeless</i> media. Semua memang mulainyadapet <i>source user</i> nya dari sosial media, gitu. Tapi terus kemudian berkembang jadi media <i>online</i> . Jadi kita sebelumnya yang gak punya struktur redaksi... editor dan penulis, semuanya konten <i>creator</i> , sekarang kita punya editor dan penulis. Jadi ada redaksinya khusus. Terus bisnisnya media ini ya memang bikin konten, bikin konten itu untuk dapet <i>user</i> terus dengan kita punya audience itu, <i>user</i> itu, kita mulai dapet margin dari menjual konten.. <i>branded</i> . Itu, awalnya itu. Selain itu ada juga kita bisnisnya dari ads yang bener-bener display ads gitu loh. Banner yang ada di website, atau banner yang ada di google, gitu-gitu. Itu bisnis kita sampai situ sih. Kalau ngomongin dapet duitnya dari mana		Aku mengambil <i>term</i> yang dulu sempet dipake sama salah satu temen Hipwee juga. Yang sekarang lagi kuliah di luar negeri. Dia dulu menyebut Hipwee sebagai social news site, emh... mungkin aku sependapat sama dia. Karena emang kalau dibilang Hipwee ini media <i>online</i> yang isinya jurnalis banget, yang emang <i>pure feature</i> atau <i>hard news</i> , engga, kita memang gak seperti itu. Cuman kita memberitakan <i>hard news</i> dan <i>feature news</i> , tapi sebagai porsi kita emang kita ingin menysasar anak muda. Makanya kalau melihat Hipwee, kebanyakan artikel kita emang isinya <i>tips</i> sama yang berhubungan dengan <i>lifestyle</i> . Ya kenapa begitu? karena emang <i>audience</i> kita anak muda milenials emh... usia 18 – 24 tahun, dan memang pada <i>range</i> usia segitu topik-topik seputar <i>lifestyle</i> dan apa namanya, <i>tips</i> , terus sukses karir, motivasi, hubungan, itu yang dicari, ya emang berarti kita emang fokusnya disitu.			

Media Online	<p>Konten itu sebenarnya ini sih, kebanyakan memang gratis. Tapi ada juga beberapa bisnis model yang, selain dia menyediakan konten gratis, dia juga menyediakan konten berbayar yang mungkin istilahnya premium atau kontek eksklusif. Itu yang mungkin bisa dibayar orang dengan banyak model gitu. Misalnya bisa bayar <i>subscription</i> nya, kayak yang dilakuin sama Kompas Fiber itu kan. Kita langganan supaya bisa akses Kompas Fiber itu. Atau beli putus gitu, tiap edisi, dijual gitu. Bisa juga. Kayak Nasional Geographic gitu misalnya, atau Jakarta Post. Ada juga yang gitu. Tapi karena <i>goal</i> nya kita bisa... gimana caranya kita dapet <i>user</i> sebanyak-banyaknya jadi konten itu kita biarkan gratis... supaya nanti ketika kita punya banyak <i>user</i>, ada <i>brand</i> yang bisa bayar konten buat mereka gitu. Dan akhirnya <i>brand</i> dan pengiklan ini nanti yang akan bayar itu buat <i>user</i>, gitu</p>	<p>Kalau aku pribadi, media <i>online</i> itu ada banyak jenisnya kan memang. Ada media <i>online</i> yang memang berbasis jurnalistik, berita <i>news</i>, kayak Detik, Kompas, itu memang <i>basic</i> mereka dalam mengerjakan artikel-artikel berbasis jurnalistik. Ada juga media <i>online</i> yang memang fokusnya ke <i>lifestyle</i>, kayak Hipwee. Kalau aku... ibaratkan, Hipwee ini kayak majalah sebetulnya. Jaman dulu kan ada 2 jenis berita yang kita tangkap waktu sebelum ada media <i>online</i>. Pertama, koran, yang isinya berita <i>hard news</i>, yang kedua ada tabloid atau majalah yang isinya bukan berita <i>hard news</i>, isinya soal <i>lifestyle</i>. Nah kalau diibaratkan dengan itu, Hipwee itu lebih kesana, daripada yang <i>hard news</i> seperti koran tadi.</p>			
Media Online	<p>Ya... Bisa dibilang kayak gitu. Tapi bisa juga dibalik. Jadi kita ngeliat pasar dulu, ngeliat <i>user</i>, ada kebutuhan apa, ada <i>trend</i> apa yang mereka lakuin. Mungkin mereka gak sadar gitu ketika mereka kok seringnya pake web, mereka gak pegang data dan lain-lain. Ketika mereka baca lewat <i>mobile</i> seringnya gitu kan, mereka juga gak tahu</p>	<p>Pertama, jelas karena kita ngangkatnya dari perspektif anak muda, bahkan kemarin kita, yang tahun lalu, yang waktu rame pemilu, semua media ngangkat berita politik soal pemilu. Ya entah dari kubu 01 atau dari kubu 02. Semua media ngangkat itu. Nah Hipwee sebagai medianya anak muda, kita mau</p>			

	<p>kalau sebenarnya mereka juga di <i>tracking</i> juga <i>behavior</i> nya mereka. Jadi sebenarnya <i>base</i> nya adalah kebutuhannya mereka dari <i>experience</i> nya mereka gimana, yang paling sering mereka lakukan apa, yang paling membuat mereka lama buat baca, balik lagi buat baca apa, dari situ kita kita bikin perubahan-perubahan itu, jadi emang orientasinya ke pasar sih. Jadi pasar dulu, ada kebutuhan apa, ada aspirasi apa, itu nanti kita coba munculin lewat produk atau pengembangan-pengembangan kita, gitu.</p>		<p>gak mau tetep ngangkat itu dong, karena <i>range</i> usia pembaca Hipwee adalah <i>range</i> usia orang-orang yang memang sudah masuk usia untuk punya hak pilih pada saat itu. Yang membedakan adalah, Hipwee mengambil <i>angle</i> tulisan, cerita dan beritanya itu emang bener-bener fokusnya dari anak muda. Kita nyoba wawancara temen-temen anak muda yang emang baru pertama kali nyoblos, itu salah satu contoh bentuk kontennya. Kita juga nyoba bikin <i>angle</i> soal pemilu di mata anak muda seperti apa, tokoh-tokoh ini di mata anak muda itu seperti apa, kayak gimana. Jadi kalau pertanyaannya adalah apa yang membedakan, aku bisa bilang kalau yang bedakan adalah satu perspektifnya. Kita perspektifnya bener-bener anak muda banget sih. Mulai dari segi pilihan bahasa sampai pilihan <i>angle</i> dengan <i>audience</i> kita yang memang anak muda.</p>			
Media Online	<p>Kita berusaha ngikutin <i>trend</i> tapi juga menyesuaikan dengan <i>user</i> kita sih. <i>User</i> kita sebenarnya suka gak dengan tipe konten gitu. Jadi makanya kita punya RND buat nyoba, ngetes beberapa produk. Misalnya kita mau tahu <i>podcast</i> itu, bisa gak masuk ke <i>user</i> kita, <i>user</i> kita suka gak sih ke tipe</p>		<p>Yang pertama itu. Yang kedua bentuk pengemasan beritanya. Kalau media yang lain, aku berani bilang kalau Hipwee adalah salah satu media di Indonesia pertama yang mempopulerkan bentuk tulisan <i>listicle</i>. Jadi kan kalau jaman dulu bentuk tulisan itu bentuknya naratif, dan</p>			

	<p>kayak gini. Terus kita mungkin bikin beberapa episode, kita promosiin, tapi misalnya ketika diresponnya kurang bagus, kita evaluasi lagi, coba format baru, gitu. Nah jadi... emang tetep lagi ketika ada perubahan, ada <i>update update</i> teknologi, format platform itu, kita balikin lagi ke <i>user</i> kita. Nah apakah mereka udah siap atau mereka suka atau engga, gitu. Jadi kita berusaha tetep up to date, tapi juga kita tetep memperhatikan kebutuhan <i>user</i> gitu.</p>	<p>isinya <i>opinion based</i>. Kalau di Hipwee kita bentuknya dari awal emang kita pengen bentuknya <i>listicle</i>, kayak 6 hal yang bikin hubunganmu awet sama pasangan atau 12 hal yang bisa kamu lakukan untuk mencoba mencari pekerjaan baru, misalkan. Ya... itu. Jadi kalau ini, yang pertama adalah perspektif kita sebagai anak muda, yang kedua adalah bentuk tulisannya yang memang kebanyakan dari Hipwee itu <i>listicle</i>. Itu sih 2 hal yang menurutku itu hal pokok yang menjadi pembeda Hipwee dengan media yang lain. Meskipun ya gak semua bentuk tulisan kita <i>listicle</i>. Tetapi aku berani bilang kalau Hipwee itu salah satu pioner media di Indonesia yang bikin tulisan dalam bentuk <i>listicle</i> ini jadi populer di masa-masa sekarang.</p>			
--	--	--	--	--	--

Media Online	<p>Kalau hipwee, menurutku.. diawal dulu, di 2014 yang bikin kita... jadi tumbuhnya cepet banget, karena konten-konten kita sih. Emh... konten-konten hubungan sih. Kita ngomongin <i>relationship</i>, tapi dengan <i>angle</i> anak muda gitu. gak yang menggurui gitu-gitu. Jadi kalau anak-anak editorial hipwee bilang itu kita memposisikan diri jadi kayak kakak perempuan gitu, dari segi judul, jadi cara kita bikin tulisannya, itu kita memposisikan diri jadi kakak perempuan yang sebenarnya lebih tau dari kita, tapi juga sebenarnya gak tau-tau amat, tapi kita membatasi diri juga gak pengen sok tau gitu. mungkin itu yang bikin orang jadi <i>related</i> gitu sama konten-konten kita, karena ya udah, ya itu emang yang mereka rasakan. Cuma kayak tercermin aja sih sebenarnya kan, ketika baca konten kita.</p>	<p>He'em. Kalau dari gaya bahasa emang kita menyesuaikan anak muda ya. Maksudnya beneran ingin mengusahakan gaya bahasa kita ini seenak dan senyaman mungkin untuk dibaca sama anak muda. Nah, kalau dibilang gaya bahasanya Hipwee gak baku, bisa jadi iya. Tapi kita tetep menjaga kata-kata, maksudnya di Hipwee kita tetep menjaga kata-kata itu harus ada di KBBI biar tetap ada kebakuan dalam penulisan kita. Cuman kita lebih fleksibel, misal daripada kita menulis kata 'tidak' kita lebih memilih buat nulis 'enggak'. Ada beberapa kata yang emang kita memilih untuk sesuai anak muda di zaman kita. Secara komunikasi, kata 'enggak' ini yang lebih masuk. Ya udah kita pake itu secara gaya bahasa ya.</p>			
Media Online	<p>Kalau dari data kita sih <i>user</i> yang baca dikita dari 17 sampai 35 tahun itu ada. Cuman kita emang memutuskan untuk fokus di yang usia 18 sampai 25. Untuk segmentasi pasar kita. Kalau kita ngomongin tahun ini, berarti itu masuk antara millennial, sama gen Z juga.</p>	<p>Tetap acuan kita adalah EBI atau Ejaan Bahasa Indonesia. Cuman dari segi kepenulisannya, kita tetep harus mempertimbangkan formula apakah ini enak dibaca anak muda atau tidak, dan misalkan konten-konten hiburan, apakah konten hiburan yang kayak gini, kita pake, kita sisipin full bahasa dengan kata-kata baku, itu enak apa enggak, di konten</p>			

			<p><i>feature</i> ini pake kata yang gak baku sama sekali enak apa engga, itu tetep jadi pertimbangan utama sih. Jadi pertimbangan utamanya emang gak bisa kita lihat dari satu keutuhan itu. Keutuhan kita adalah tetep kita pake KBBI, kita tetep pake EBI atau Ejaan Bahasa Indonesia, cuman diperkanal pengembangannya kita lebih fleksibel.</p>			
--	--	--	--	--	--	--

Aspek	Andre	Arin	Rozi	Widi	Leonita	Ria
Professional Journalism			Sebenarnya gak harus sih. Kalau ngomongin tulisan <i>in-house</i> itu gak harus <i>listicle</i> . Cuma emang kita seringnya ngeluarin <i>listicle</i> . Kita punya banyak kanal dan tiap kanal punya pengembangan tulisannya masing-masing, yang diserahkan pada editornya. Kalau bentuk kriteria penulisannya apa aja, jelas ya harus faktual yang pertama, cek <i>source</i> , segala macam, itu harus dilakukan; baik dari level penulis, maupun level editor. Terus kita harus bener-bener paham perspektif anak muda. Jadi gak masalah kita bahas konten yang berat, kayak politik atau bahkan teknologi yang di Indonesia bahkan belum masuk gitu. Misalkan kayak mobil terbang atau mobil tanpa sopir yang tesla bikin.. atau mungkin kayak teknologi robotik juga masih asing.. atau terhadap pemilu.. Misal anak muda kita banyak dirantau, mahasiswa rantauan, itu susah kalau mau nyoblos. Itu kan berarti salah satu keresahan.. terhadap sistem pemilu kita. Terus kalau mau mengangkat keresahan itu, gak apa-apa, karena itu keresahannya berdasarkan dari anak muda. Jadi kita gak <i>pure</i> beneran bahas politik yang ini... misalkan apa ya, 'Jokowi janjikan ini saat menang jadi presiden' atau 'Prabowo akan melakukan ini saat jadi presiden' kita gak angkat artikel kayak gitu, tapi beneran ngangkat yang perspektifnya dari sudut pandang anak muda. Kayak kesusahan pemilu saat mereka jadi anak rantau, segala macam, gitu-gitu sih.			
Professional Journalism			Kalau secara luas, kita agak susah melihat perkanal. Soalnya emang ada kanal-kanal yang responnya beneran positif banget, ada yang emang kanal-kanal yang kok gini, kenapa jadi bahas ini, kenapa jadi ini. Karena emang <i>audience</i> kita tuh beragam. Dulu waktu pertama kali kita bikin kanal showbizz, itu banyak <i>audience</i> banyak pembaca kita yang... ngapain sih pada bahas artis.			
Professional Journalism			He'em he'em he'em. Kita sempet berubah, kita sempet mengubah <i>style</i> tulisan pada media 2016. Waktu itu kita bikin tulisan yang emang... ya udah kita bikin konten yang panjang banget, sampai kita... sempet coba			

		<p>paginasi. Paginasi itu konten yang next gitu loh, <i>next page, next page</i>. Dulu kita sempet coba itu di beberapa bulan. Tapi... kita gak trail di beberapa kanal itu selama beberapa minggu. Kenapa kita coba itu? Karena emang pada masa itu media-media udah mulai gitu juga. Kita ngecek media-media yang lain kok pada banyak yang mulai paginasi, pada banyak mulai ini. Kalau paginasi kan emang itu... sangat signifikan buat ningkatin <i>traffic</i>, karena emang orang kalau itu mau baca, mereka harus klik terus kan, <i>next next</i> terus. Nah, kita coba meng-trail itu selama 1 atau selama 2 minggu di beberapa kanal, emh... itu keliatan banget kalau <i>feedback</i> nya negatif. Dari <i>audience</i>. Ya artikel ini page kedua dan ketiganya dibaca, tapi... gak sebanding dengan kedudukan <i>audience</i>. Hipwee kan punya Hipwee <i>community</i>, di Hipwee <i>community</i>, kita bener-bener sebisa mungkin mendengarkan.. aspirasi mereka. Mereka pengennya Hipwee kok bahas ini, Hipwee kenapa gak bahas ini, eh kenapa kok... waktu itu kenapa kok banyak yang nanya, kenapa kok kita bikin paginasi. Nah, dari situ kita bisa ngeliat kalau... ‘oh banyak pembaca yang gak suka’ ‘banyak member kita yang gak suka kalau kita pake kolom paginasi’, ya udah kita hilangkan...ya udah kita balik lagi deh, kita gak usah paginasi lagi. Bahkan sampai sekarang kita gak pake paginasi. Ya sejak itu sih...sejak emang ada masukan dari <i>audience</i>, dari temen-temen <i>community</i>.</p>			
Professional Journalism		<p>Aku bisa bilang kalau salah satu hal yang patut dibanggakan oleh Hipwee itu... timnya. Maksudnya, secara <i>human resources</i> nya. Aku mengenal beberapa orang ya, karena udah lama juga sih kan di media. Aku mengenal beberapa orang dan... mereka punya potensi tinggi di Hipwee ya. Di Hipwee mereka punya potensi tinggi dan mereka beneran bisa mengembangkan dirinya. Secara ide, secara kreatifitas, secara penulisan, secara kepekaan mereka terhadap emh kebutuhan <i>audience</i>. Aku berani bilang kalau apa yang membedakan, satu, orangnya <i>human resources</i> nya, gimana cara kita nyeleksi orang dan gimana cara kita meningkatkan kualitas orangnya. Lalu kedua, yang membedakan dan menurutku patut</p>			

		<p>dibanggakan adalah kepekaan... kamu selaku tim di Hipwee, mau itu editorial, tim sosial media, tim finansial, tim grafik, segala macam, semua tim di Hipwee, itu kita udah terbiasa... melihat sesuatu berdasarkan kepekaan anak muda. Jadi asumsiya adalah kayak waktu kita pernah bikin <i>campaign</i> waktu 17an, aku lupa tahun berapa, itu banyak media yang emang ngangkat <i>campaign</i> kemerdekaan tapi fokusnya adalah ya udah kita kita ini saat kemerdekaan 17 agustusan kita harus <i>happy happy</i> dan kita harus yang positif positif aja di hari ini. Tapi ada juga banyak media, bahkan bukan media sih. Banyak banget temen-temen anak muda di media sosialnya, mereka menyuarakan kalau Indonesia ini merdeka. Ya. Tapi, masih banyak yang perlu diperbaiki. Contoh, sistem pendidikan, sistem kesehatan, terus kemerdekaan dan kebebasan berekspresi, itu banyak banget waktu itu temen-temen yang... mengubah konten itu. Dari situ, karena kepekaan kita udah terlatih ya, dari situ kita bikin <i>campaign</i> Merdeka Tapi. Menurutmu Indonesia ini merdeka, iya. Tapi apa nih. Dan itu sebenarnya kan kalau kita bikin ini <i>campaign</i> yang serius, bisa aja ya. Kayak beberapa media yang emang fokusnya <i>news related</i>, itu mereka bikin kayak... ya Indonesia merdeka tapi kasus HAM masih banyak, merdeka tapi ketimpangan ekonomi masih banyak. Tapi di Hipwee kita bisa bikin merdeka tapi ini lebih sesuai dengan anak muda. Contoh waktu itu, salah satu <i>user</i> kita, kita kan bikin ini sebagai <i>campaign</i> di GC. Ada yang nulis, merdeka tapi mau ngelamar anak orang masih ditanyain kerja, masih ditanyain punya rumah atau enggak, merdeka tapi mau lulus aja mesti nunggu 3 bulan buat ketemu dosen pembimbing. Ya itu kan memberikan saran yang.. apa ya... ya, anak muda banget.</p>			
--	--	---	--	--	--

Aspek	Andre	Arin	Rozi	Widi	Leonita	Ria
<i>Citizen journalism</i>	Yaa pada awalnya sih kita sebenarnya, ketika bikin Hipwee <i>community</i> itu pengen supaya ada lebih banyak orang yang menulis gitu... Nah terus pada akhirnya ketika itu efeknya adalah.. salah satunya tadi.. banyak orang yang akhirnya juga selain ikut menulis, tapi juga ikut membaca gitu, nah itu salah satu keuntungannya sih. Kalau strategi sebenarnya waktu itu.. jujur.. karena emang kita kekurangan penulis nih, kekurangan penulis dan jumlah tulisan kita segitu tuh gak cukup untuk kita.. dan waktu itu karena kita gak punya investor, gak punya apa-apa, akhirnya kita membuka diri aja lah, kita punya <i>user</i> loyal yang sebenarnya		Aku pribadi mengartikan jurnalis, atau <i>citizen journalism</i> sebagai ya pemberitaan jurnalis, produk jurnalistik yang emang diproduksi mereka sebagai <i>citizen</i> , sebagai warga.. Menurut ku ini sangat bagus... misalkan ada kasus seperti pemilu atau pernikahan unik di daerah Salatiga misalkan, ini contoh aja ya.. Ada pernikahan unik, konsepnya unik menarik di daerah Salatiga, sementara <i>Hipwee</i> tidak ada, tidak punya <i>resource</i> ke sana, kita tidak punya orang yang ada di Salatiga, atau bisa kita kirim ke Salatiga untuk ngeliput. Nah temen-temen dari <i>community</i> , tempat temen-temen <i>citizen journalist</i> itu mereka bisa mengulik itu, sesuai dengan adat mereka, pokoknya sesuai dengan letak geografis mereka yang lebih lokal, karena lebih lokal, kontennya pasti akan lebih ngena dan punya kedekatan dengan antara mereka yang bikin konten dan konten yang dibuat, itu ada			

	<p>mereka selalu ngirimin ke kita tulisan, akhirnya kita buka aja sih pintunya buat mereka buat ikut masuk dan ikut menulis juga gitu... Tapi ternyata efeknya itu juga, menambah jumlah pembaca kita pada akhirnya, makanya sampai sekarang Hipwee <i>community</i> itu di-<i>treatment</i>-nya cukup spesial, dibikin jadi prioritas gitu, kita selalu <i>engage</i> sama mereka, interaksi sama mereka, selalu ngasih mereka pelatihan, ada kelas menulis <i>online</i> gratis terus, yang ada <i>event</i> regional kita juga pasti bikin gitu..</p>	<p>kedekatannya, ada relasinya.. Mereka punya ikatan yang kuat gitu lho antara yang bikin konten dengan apa yang dibikin itu.. Nah dari situ aku melihat itu sebagai hal yang positif.. Bisa ya, karena kita kan saling melengkapi gitu lho, kalau untuk yang skalanya nasional atau regional yang pas ada konten, pas temen-temen <i>Hipwee</i> kita bisa langsung datengin ke sana, ya kita bikin sendiri.. Tapi kalau misalkan daerahnya jauh yang kita gak bisa akses sendiri, temen-temen <i>community</i> ini bener-bener serasa bisa saling melengkapi gitu.</p>			
--	--	---	--	--	--

Aspek	Andre	Arin	Rozi	Widi	Leonita	Ria
User-generated Content		Kalau kontributor itu baru ada di tahun 2016. Opini pembaca ngirim tulisan ke kita, terus kita posting buat mereka, gitu. Karena <i>audience</i> nya besar, gitu, kita bikin <i>platform user</i> bisa nulis langsung sendiri, login... <i>sign up</i> , terus emh bisa nulis langsung, terus nerbitin sendiri, gitu.				
User-generated Content		Jadi.... dulu itu kan Hipwee pertama kali.. tahun 2014. Nah, 2014, 2015 itu kita belum ada sistem UGC, <i>User Generated Content</i> . Nah tapi di tahun 2015 itu, ada banyak banget teman-teman dari luar Hipwee, dari luar <i>in-house</i> , yang ingin mengirimkan tulisan ke kami. Jadi Mbak Ernia tadi, menggagas suatu sistem yang bikin teman-teman di luar Hipwee itu bisa ngumpulin artikel ke kita. Nah itu.... sistemnya itu namanya <i>User Generated Content</i> , dan digagas sama Mbak Ernia tadi.				

Aspek	Andre	Arin	Rozi	Widi	Leonita	Ria
Produsage		Yaa pada awalnya sih kita sebenarnya, ketika bikin Hipwee <i>community</i> itu pengen supaya ada lebih banyak orang yang menulis gitu... Nah terus pada akhirnya ketika itu efeknya adalah.. salah satunya tadi.. banyak orang yang akhirnya juga selain ikut menulis, tapi juga ikut membaca gitu, nah itu salah satu keuntungannya sih. Kalau strategi sebenarnya waktu itu.. jujur.. karena emang kita kekurangan penulis nih, kekurangan penulis dan jumlah tulisan kita segitu tuh gak cukup untuk kita..	Ya dari awal aku masuk Hipwee, aku melihat salah satu yang membedakan Hipwee dengan media lain ya <i>community</i> nya. Temen-temen komunitasnya. Di media lain, iya, secara angka <i>in-house</i> , terus secara konten mereka yang mereka tawarkan itu emang tinggi. Emang lebih banyak yang lebih bagus bahkan. Secara angka daripada Hipwee. Cuman, mereka tidak punya kedekatan baik secara fisik ataupun emosional kepada pembacanya. Nah di Hipwee kita punya wadahnya, yaitu di Hipwee <i>community</i> . Makanya			

		<p>dan waktu itu karena kita gak punya investor, gak punya apa-apa, akhirnya kita membuka diri aja lah, kita punya <i>user</i> loyal yang sebenarnya mereka selalu ngirimin ke kita tulisan, akhirnya kita buka aja sih pintunya buat mereka buat ikut masuk dan ikut menulis juga gitu... Tapi ternyata efeknya itu juga, menambah jumlah pembaca kita pada akhirnya, makanya sampai sekarang Hipwee <i>community</i> itu di-<i>treatment</i>-nya cukup spesial, dibikin jadi prioritas gitu, kita selalu <i>engage</i> sama mereka, interaksi sama mereka, selalu ngasih mereka pelatihan, ada kelas menulis <i>online</i> gratis terus, yang ada <i>event</i> regional kita juga pasti bikin gitu..</p>	<p>waktu beberapa kali aku pernah diminta temen-temen, sebelum masa corona dan covid dan PSBB ini, beberapa kali aku pernah diminta temen-temen <i>community</i> untuk ngisi kelas, apa namanya, mereka bikin kayak kelas <i>online</i>, kelas menulis kah, atau Hipwee <i>meet up</i>, waktu itu acaranya. Aku beberapa kali pernah diminta ngisi disitu. Nah aku sangat <i>impress</i> dengan <i>community</i> nya Hipwee karena mereka punya <i>resource</i> yang bagus. Maksudnya mereka punya pemikiran mereka banyak yang kritis, terus dari temen-temen <i>community</i> juga banyak kok temen-temen <i>community</i> yang pada akhirnya bisa nulis dan mengeluarkan bukunya sendiri, menerbitkan bukunya sendiri. Terus, kita jadi sama-sama belajar gitu. Temen-temen <i>community</i> belajar ke Hipwee gimana sih cara nulis yang baik dan peka terhadap kebutuhan anak muda, di Hipwee sendiri kita belajar apa sih yang kalian butuhin sebenarnya. Dari situ kita bisa mengembangkan kanal, ngembangin konten, ngembangin <i>ideation</i>, ngembangin <i>campaign</i>, ngembangin program-program Hipwee. Jadi bisa dibilang, kalau Hipwee dan Hipwee <i>community</i> itu 2 hal yang gak bisa</p>			
--	--	--	---	--	--	--

			dipisahkan sih sejauh ini.			
		<p>Oh... Jadi Hipwee <i>Community</i> itu komunitas yang di dalamnya isinya itu adalah teman-teman kontributor kita. Jadi teman-teman se Indonesia, teman-teman yang nulis di Hipwee itu kita satuin dalam satu komunitas, namanya Hipwee <i>Community</i>, gitu sih mbak. Kita berdiri dari tahun 2015, itu pertama kali didirikan, Hipwee <i>Community</i>. Dan sekarang... kalau gak salah sih udah... 9 ribuan gitu deh mbak anggota dari Hipwee <i>Community</i>.</p>	<p>He em, kalau dikasih kesempatan, kita bebas sih.. Kita membebaskan setahuku di <i>community</i> kita membebaskan mereka menulis apa asal sesuai dengan <i>guidelines Hipwee</i>, kalau gak salah <i>guidelines</i>-nya simpel kok, kita gak usah nulis soal SARA, kita juga tidak boleh menulis yang ada hubungannya dengan afiliasi partai politik tertentu... tidak diizinkan sama negara, sama apa lagi ya, sama nulis yang emang isi artikelnya <i>hate speech</i>, itu kita gak boleh, setahuku cuman itu... Selebihnya, temen-temen <i>community</i> bisa <i>explore ideas</i> segala mereka, sebebas mereka, yang mereka bisa tuliskan.. cuman pada akhirnya akan ada moderator yang menyortir, "eh tulisanmu boleh tayang asal ditambahin ini", "eh tulisanmu asal ini gak usah ya, kita <i>take out</i> karena segini", jatuhnya kan itu, cuman sepengetahuanku, moderator tidak punya hak untuk mengedit total tulisan, mereka cuma punya hak untuk ngasih <i>feedback</i> aja ke temen-temen penulis.. Jadi kalau misalnya kontributor menerima dan oke, "ih masukannya bagus, tak revisi dulu ya, nanti bisa kalian tayangin <i>its fine</i>", kalau misalkan mereka nangkapnya dengan, "kenapa</p>			

			kamu gak pengen, gak bisa nerbitin tulisanku as it is gitu lho", maksudnya kayak, "ya ini karyaku, ini tulisanku, ya udah terbitin aja, suka-suka aku dong mau nulis kayak gimana", ya kalau itu gak sesuai dengan <i>guidelines community</i> kita, ya tetep kita gak bisa, kita akan bilang kalau kita gak bisa menerbitkan ini karena ini sih, gitu...			
--	--	--	---	--	--	--

Aspek	Andr e	Arin	Rozi	Widi	Leonita	Ria
Kolaborasi			Nah temen-temen dari <i>community</i> , tempat temen-temen <i>citizen journalist</i> itu mereka bisa			

		<p>mengulik itu, sesuai dengan adat mereka, pokoknya sesuai dengan letak geografis mereka yang lebih lokal, karena lebih lokal, kontennya pasti akan lebih ngena dan punya kedekatan dengan antara mereka yang bikin konten dan konten yang dibuat, itu ada kedekatannya, ada relasinya.. Mereka punya ikatan yang kuat gitu lho antara yang bikin konten dengan apa yang dibikin itu.. Nah dari situ aku melihat itu sebagai hal yang positif.. Bisa ya, karena kita kan saling melengkapi gitu lho, kalau untuk yang skalanya nasional atau regional yang pas ada konten, pas temen-temen <i>Hipwee</i> kita bisa langsung datengin ke sana, ya kita bikin sendiri.. Tapi kalau misalkan daerahnya jauh yang kita gak bisa akses sendiri, temen-temen <i>community</i> ini bener-bener serasa bisa saling melengkapi gitu. Cuman aku gak tau di media lain ya, tapi kalau di <i>Hipwee</i> beruntungnya kita punya temen-temen komunitas yang</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>emang hobinya menulis, ngerti apa cara penulisan dan Arin sebagai <i>community manager</i> juga ada Flo dan Aan itu bisa sangat membantu temen-temen komunitas untuk saling bantu pengerjaan kontennya, ngecek apakah konten ini layak terbit atau nggak, kesalahan mereka di mana, kalau kemarin udah ngobrol sama Arin, kita punya apa ya, <i>flow</i> yang bisa dibilang cukup edukatif untuk temen-temen komunitas.. Ketika kamu <i>submit</i> artikel, <i>submit</i> konten akan masuk ke tahap <i>review</i>.. Di tahap <i>review</i> ini, kita punya moderator yang tugasnya memoderasi konten ini, apakah konten ini layak tayang atau tidak.. Kalau layak tayang, dengan revisi apa, apa yang kita revisi, terus kalau misalkan gak layak tayang, kenapa ini tidak bisa kita tayangkan.. Itu kita jelaskan ke, kita kirim email dan kita jelaskan ke temen-temen komunitas, jadi mereka bisa belajar, "oh artikel ini gak tayang karena ini", misalkan</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>karena mereka menyelipkan backlink atau menyelipkan produk yang tidak sesuai dengan <i>guidelines Hipwee</i>, misalkan gak sesuai dengan standar komunitas kita.. Misalkan lagi di beberapa kasus masih banyak temen-temen <i>community</i> yang cara penulisannya kurang runtut atau mungkin dari segi ide bagus tapi dari segi eksekusi masih banyak tidak sesuai dengan kepekaan norma sosial.. misalkan nulis yang tentang yang berbau seksual, terus menulis soal konten-konten yang melanggar hukum, itu kan kita gak bisa menerbitkan... Kita beri <i>feedback</i> ke mereka, "kontenmu gak kami terbitkan karena ini, kalau emang masih atau kalau emang ingin menerbitkan konten di <i>Hipwee</i>, kamu bisa melakukan ini ini", selalu ada revisinya di situ.. Itu aku yang salut dari temen-temen <i>community</i> sih, dari temen-temennya <i>Hipwee</i> yang megang temen-temen <i>community</i> aku bener-bener salut sama mereka</p>			
--	--	--	--	--	--

			<p>karena ini sudah kita lakukan dari dulu, kita sudah membentuk karakter komunitas kita.. Jadi ya tugas yang berat ini untuk membimbing satu per satu, karena harus ngasih <i>feedback</i> 1-1 tiap artikel yang di-<i>submit</i>.. Ini sudah dijalankan dengan baik, jadi ya apa yang ditayangkan di <i>Hipwee</i> dan artikel <i>community</i> yang ditayangkan di <i>Hipwee</i> bisa dibilang memenuhi standar dari editorial sih.. Gak jauh beda lah standarnya dengan editorial..</p>			
Kolaborasi			<p>Ehm, kuantitas.. aku kurang tau sih maksudnya.. kalau dari yang <i>submit</i> di temen-temen <i>community</i> aku kurang tau karena aku gak pegang datanya langsung, cuman sejauh ini yang ku tau.. udah lumayan banyak sih sehari... Karena setahuku ya, kita punya limit,sehari kita nayangin berapa artikel untuk temen-temen <i>Hipwee Community</i>.. Nah faktanya, sehari itu kita pasti bisa naikin artikel segitu, jumlahnya segitu.. Berarti kan emang banyak konten, secara kuantitas yang</p>			

			masuk...			
Kolaborasi			<p>Kalau secara besar kolaborasinya sejauh yang kutahu ini bisa jadi punya potensi untuk menjadi simbiosis mutualisme karena media butuh konten yang kadang media sendiri gak bisa <i>provide</i>, kayak yang kubilang tadi, konten-konten yang sifatnya sangat-sangat lokal atau mungkin konten-konten yang media gak punya <i>resource</i> untuk masuk ke dalamnya dan juga temen-temen <i>citizen journalist</i> banyak yang dari mereka yang sebenarnya butuh platform untuk mengunggah tulisan mereka biar apa yang mereka tulis dibaca oleh lebih banyak orang lagi.. Ini bisa jadi simbiosis mutualisme asal kedua belah pihak bisa saling menjaga plus minus hubungannya.. Ini kan kita kalau ngomongin <i>citizen journalism</i> secara luas, ada beberapa hal yang patut dijadikan <i>concern</i> pertama soal kualitas tulisan dari temen-temen yang emang kalau mereka <i>background</i>-nya bukan</p>			

		<p>jurnalis atau tidak punya <i>background</i> kepenulisan, kualitas tulisannya jelas di bawah temen-temen yang emang berkarir di dunia kepenulisan atau jurnalis kan, itu pertama... Kedua soal ketepatan isi, ketepatan konten.. Bisa jadi mereka ngeliput itu dari sudut pandang mereka, sebagai contoh kalau gak salah waktu itu sempet viral berita soal pasien <i>Covid</i> yang gak mau dibawa ambulans sama petugas, tapi ketika di-<i>crosscheck</i> faktanya dia belum positif tapi masih reaktif aja, belum ada tes yang dia positif, belum ada tes yang bilang kalau, "lu beneran positif", gitu lho.. Jadi itu kan kalau gak ada standar <i>check and recheck</i> lagi, ini bisa jadi berbahaya karena bisa jadi, bisa ada misinformasi kan...</p>			
Kolaborasi		<p>Kalau di <i>Hipwee</i> sendiri, seperti yang aku bilang tadi kan, kita, audiens kita temen-temen <i>community</i> itu memang kita <i>encourage</i> untuk menulis apa yang sebenarnya dekat dengan</p>			

		<p>mereka, dan kita beberapa kali bikin <i>campaign</i> kan soal apa yang dekat dengan mereka.. Nah beruntungnya di <i>Hipwee Community</i>, gak banyak temen-temen <i>community</i> yang nulis soal hal-hal <i>up to date</i>, maksudnya yang ada di dekat mereka, contohnya kayak gak banyak temen-temen <i>community</i> yang nulis soal kasus penambahan kasus <i>Covid</i> di daerah mereka atau gak banyak temen-temen <i>community</i> yang nulis soal di daerah A ada kasus apa, tapi karena <i>Hipwee</i> adalah media yang berbasis <i>style</i> anak muda.. jatuhnya temen-temen <i>community</i> banyak yang menulis soal topik-topik yang berbau hubungan, motivasi, hiburan, <i>tips</i>, yang emang sesuai dengan kanalnya <i>Hipwee</i>, dan emang pembaca <i>Hipwee</i> kan kita banyaknya dari kanal-kanal itu ya.. Jadi ya banyak pembaca <i>Hipwee</i> yang emang kalau pengen nulis di komunitas itu nulisnya soal itu.. Nah kalau nulisnya soal hubungan, terus</p>			
--	--	---	--	--	--

			<p>motivasi, segala macam, itu kan asalnya dari dalam diri mereka sendiri.. apa yang mereka alami, pengalaman mereka seperti ini, ya mereka tuliskan sebagai buah tulisan mereka... Kalau ini kan kualitas dan kebenarannya lebih mudah untuk dijaga daripada kalau kalau temen-temen <i>community</i> nulis soal kasus A dari kota A misalkan.. ada kasus di kota A, ada apa di kota A, itu kan lebih susah kita <i>crosscheck</i>-nya.. Ya beruntungnya temen-temen <i>community</i> gak kayak gitu sih, gak banyak tulisan seperti itu..</p>		
Kolaborasi				<p>Kalau misalnya <i>benefit</i> berupa uang itu belum ada, cuma jadi tulisan kita itu lebih dikenal banyak orang gitu.. karena saat ini, Hipwee juga bisa dibilang salah satu perusahaan <i>website</i> yang besar juga kan, jadi kayak kita nulis, di-<i>publish</i>, terus banyak yang</p>	

				baca, banyak yang <i>share</i> , yang kayak gitu ada kepuasan tersendiri... Bahkan sampai saya kan ada yang nawarin job dari Hipwee juga gitu..		
Kolaborasi				Menurut saya Hipwee itu kayak rumah gitu, rumah bagi orang-orang yang ingin belajar menulis, orang-orang yang ingin mengekspresikan perasaannya melalui tulisan gitu.. Jadi <i>benefit</i> -nya mungkin ada perasaan lega gitu, punya rumah buat yaa meluangkan pikiran, ide-ide gitu..		
Kolaborasi					Karena dulu tuh melihat Hipwee tuh kayak ini ya.. kontennya bagus-bagus, dan positif, kayak gitu. Terus nggak sengaja ngeliat, terus iseng.	

					Dan mereka kan nampung kayak karya puisi, kayak narasi, kayak gitu gitu kan. Terus aku iseng nulis, eh ternyata di-publish sama mereka. Ya udah. Akhirnya keterusan.	
Kolaborasi					Kalau misalnya interaksi sih, para penulis yang di Hipwee-nya tuh kayak jadi editor kita sih. Mereka tuh kayak jadi mentor dan editor tulisan kita. Jadi kalau misalnya tulisan kita kayak ada salah ketik atau apa, itu mereka yang proses editing-nya, sampai di-publish, itu mereka. Cuman ya pasti tulisan-tulisan mereka tuh pasti lebih baguslah dibanding kita.	

					Maksudnya lebih variatif dibanding kita.	
Kolaborasi						Karena Hipwee itu bahasanya aku banget. Aku ngerasa ih kok gaya bicara di tulisan-tulisan Hipwee itu aku banget. Jadi aku ngerasa lebih ngerasa <i>attach</i> sama Hipwee karena gaya tulisannya itu aku banget.
Kolaborasi						Sama Hipwee itu menurut aku juga udah lumayan bagus... Cuma kan ya namanya orang kan nggak ada puasannya ya. Tetep aja ada yang dipengenin dari Hipwee gitu kan. Tapi kalau ngelihat dari seberapa besar yang udah Hipwee kasih ke kita itu ya

						<p>udah lumayan banget sih. Tapi kan orang tergantung juga ya, ada yang penulis yang nyarinya materi itu nggak ada di Hipwee karena Hipwee kan nggak berbayar kan, dia lebih ke penghargaan bentuk lain. Tapi kalau misalkan nyarinya yang berbayar antara Hipwee dan penulis ya kurang gitu kan. Tapi kalau aku pribadi karena aku nggak nyari itu ya menurut aku udah bagus. Cuma ya paling ininya sih kalau misalkan agak sayang aja gitu waktu itu udah digembar gemborin mau ada <i>workshop</i> tapi 2 tahun berlalu</p>
--	--	--	--	--	--	--

						sampai sekarang belum ada. Lah kenapa sih udah disebut sebut gitu.. kan jadi pengen, kan jadi nunggu gitu, ini mana nih.
--	--	--	--	--	--	--

Aspek	Andre	Arin	Rozi	Widi	Leonita	Ria
<i>Pro-Am Model</i>	<p>Hmm.. ya membantu banget sih, ya kayak yang tadi lu bilang, ketika riset, kita juga melibatin komunitas gitu, kita tanya langsung ke mereka, atau kita juga <i>take notes</i> kalau mereka juga ngasih kritik atau saran ke kita gitu, ketika menemukan sesuatu yang ehm.. mungkin antara itu bagus, atau jelek, atau mereka gak suka, atau mereka marah, marah karena fitur tertentu hilang gitu gitu, itu selalu kita dengerin sih.. Jadi itu jadi <i>feedback</i> kita..</p>					
<i>Pro-Am Model</i>	<p>Selain itu ya kita ini sih, ngembangin sesuai kebutuhan mereka, passion mereka, jadi <i>Hipwee community</i> kan</p>					

<p>kebanyakan ada orang-orang yang kerjanya <i>freelance</i> atau mereka juga penulis, punya blog sendiri, dan mereka pasti punya tulisan-tulisan dengan kategori tertentu yang menarik gitu kayak mereka ada yang sering nulis tentang <i>make-up</i> gitu, kecantikan, <i>style</i>, gitu gitu.. Ada juga yang nulis tentang travel, ada yang nulis tentang <i>parenting</i>, nah kita buat komunitas-komunitas khusus, terus ketika tulisan mereka bagus, kita bisa sambungin mereka dengan, misalnya brand atau bisnis yang membutuhkan mereka, gitu.. Jadi sekarang malah arahnya lebih ke <i>influencer management</i> gitu.. Jadi kan membantu mereka juga buat akhirnya bisa di-</p>				
--	--	--	--	--

	<p><i>reach</i> sama orang-orang yang butuh mereka buat nulis, atau butuh mereka buat <i>promote</i> sosial media yang mereka, gitu.. Atau bikin komunitas, bikin <i>event offline</i> yang pengen di-<i>review</i> sama mereka gitu..</p>					
Pro-Am Model	<p><i>Branded content</i> nggak, sekarang kita kerjain sendiri semuanya kalau <i>branded content</i>..</p>					
Pro-Am Model		<p>Emh... eh sorry sorry. Moderator itu jadi kalau di Hipwee, sebelum artikel dari kontributor itu terbit, itu yang <i>handle</i> moderator dulu. Jadi moderator ini kayak filter pertama nih yang <i>nge-treatment</i> artikel dari temen-temen kontributor. Jadi tugasnya moderator itu kayak untuk ngecek</p>				

		plagiasi, ada typo atau engga, terus ada unsur promosi atau menyinggung SARA atau engga. Kayak gitu sih mbak. Udah ngecek layak terbit atau belum, istilahnya.				
<i>Pro-Am Model</i>		Enggak sih. Jadi mereka bisa nanya langsung. Bisa lewat email atau DM instagram itu. Jadi itu sih. Jadi kedekatannya sih menurutku, yang mungkin gak dipunyai sama media-media lain yang punya <i>community</i> . Terus juga partisipasinya sih. Jadi kita gak cuman... mengajak mereka untuk menulis digital, tapi... ya itu tadi, kalau misal ada event <i>offline</i> kita				

		<p>ajakin. Terus... bahkan dulu juga sempet kita ngajaki satu kontributor untuk jadi narasumber di kelas menulis <i>online</i> kita gitu, selain buat latihan... jadi tempat mereka untuk lebih percaya diri juga gitu untuk <i>sharing-sharing</i> soal kepenulisan, gitu.</p>				
<i>Pro-Am Model</i>		<p>Tapi juga kita, kita kan pernah ngadain semacam kompetisi menulis bareng satu <i>brand</i> kosmetik ya mbak. Itu gak apa-apa sih maksudnya mereka <i>submit</i> satu <i>brand</i> itu, soalnya kan ketentuannya emang harus itu ya.</p>				
<i>Pro-Am Model</i>		<p>Oh iya. Konten-konten video juga sih mbak. Jadi beberapa kali kita juga berpartisipasi dalam</p>				

		konten videonya Hipwee, kayak kemarin tuh yang Hipwee bikin video soal peluk jauh teman-teman di luar sana yang terdampak covid, itu ada beberapa anak kontributor yang ikutan ngisi juga.				
<i>Pro-Am Model</i>			Dulu kita sempat coba itu di beberapa bulan. Tapi... kita gak trail di beberapa kanal itu selama beberapa minggu. Kenapa kita coba itu? Karena emang pada masa itu media-media udah mulai gitu juga. Kita ngecek media-media yang lain kok pada banyak yang mulai paginasi, pada banyak mulai ini. Kalau paginasi kan emang itu... sangat signifikan buat			

			<p>ningkatin <i>traffic</i>, karena emang orang kalau itu mau baca, mereka harus klik terus kan, <i>next next</i> terus. Nah, kita coba meng-trail itu selama 1 atau selama 2 minggu di beberapa kanal, emh... itu kelihatan banget kalau <i>feedback</i> nya negatif. Dari <i>audience</i>. Ya artikel ini page kedua dan ketiganya dibaca, tapi... gak sebanding dengan kedudukan <i>audience</i>. Hipwee kan punya Hipwee <i>community</i>, di Hipwee <i>community</i>, kita bener-bener sebisa mungkin mendengarkan.. aspirasi mereka. Mereka pengennya Hipwee kok bahas ini, Hipwee kenapa gak bahas ini, eh</p>			
--	--	--	---	--	--	--

			<p>kenapa kok... waktu itu kenapa kok banyak yang nanya, kenapa kok kita bikin paginasi. Nah, dari situ kita bisa ngeliat kalau... 'oh banyak pembaca yang gak suka' 'banyak member kita yang gak suka kalau kita pake kolom paginasi', ya udah kita hilangkan...ya udah kita balik lagi deh, kita gak usah paginasi lagi. Bahkan sampai sekarang kita gak pake paginasi. Ya sejak itu sih...sejak emang ada masukan dari <i>audience</i>, dari temen-temen <i>community</i>.</p>			
<i>Pro-Am Model</i>			<p>Ya. Maksudnya kan, gak tidak gak dekat lagi dengan isu-isu anak muda sekarang. Hidup dunianya</p>			

			<p>sudah berbeda. Kayak aku dari masuk Hipwee, dari jaman baru lulus kuliah, masih belum punya banyak pengalaman, sampe sekarang udah nikah dan punya anak, itu kan bener-bener dunia yang sangat berbeda ya. Dari sudut pandang, sudut pandangnya juga berbeda gitu kan. Ini yang menurutku di Hipwee ini yang perlu beneran diperhatikan. Bisa jadi yang dilakukan adalah regenerasi konten, regenerasi pola pikir, karena emang kita terus harus ngikutin apa yang ada di eranya anak muda jaman sekarang kan. Bahkan kalau sekarang eranya</p>			
--	--	--	--	--	--	--

			<p>tiktok nih, banyak anak muda yang fokus di sosial medianya tiktok. Tapi di Hipwee sendiri, gak banyak temen-temen yang ngerti, gak usah ngerti deh, bahkan pake tiktok. Itu kan menurutku salah satu kekurangan yang perlu kita benahi. Jadi ya <i>resource</i> Hipwee ini memang beneran butuh dimudahkan lagi. Caranya gimana ya, bisa jadi peremajaan konten, bisa jadi peremajaan asupan bacaan, asupan trend yang sesuai dengan anak muda. Makanya kita beberapa kali tiap bulan bahkan, tiap periode kita bikin <i>meet up</i> di Hipwee <i>community</i>. Kita</p>		
--	--	--	--	--	--

			<p>juga ada program magang dimana kita bisa lebih dekat lagi nih anak magang kita. Kan anak yang emang masih hidup di bangku kuliah, karena mereka masih kuliah, berarti perspektif mereka masih perspektif anak muda. Itu yang beneran kita coba untuk gali 'eh kalau misalkan aku bikin konten gini dianak muda gimana?' 'kamu sebagai anak muda setuju gak kalau misalkan kita bikin kontennya seperti ini'. Itu kita di Hipwee emang beneran sangat ada hubungan baik antara kita di tim editorial dengan mahasiswa-mahasiswa lain. Itu salah satu yang</p>			
--	--	--	---	--	--	--

			sekarang, yang bahkan sering banget kita coba, supaya kita bisa berpikiran sesuai dengan anak muda jaman sekarang.			
<i>Pro-Am Model</i>			Nah, proporsi tepatnya aku kurang tau juga sih, soalnya aku gak ikut membagi ya waktu itu, antara temen-temen <i>in-house</i> sama temen-temen <i>community</i> , tapi salah satu yang bisa kita, yang bisa aku bilang adalah kenapa kita tetep memperbanyak artikel <i>in-house</i> ? ya karena untuk menjaga pembaca kita, maksudnya pembaca kita terbiasa dengan artikel-artikel <i>in-house</i> dengan kualitas seperti itu			

			<p>kita gak pengen audiens ter-<i>distract</i> dengan konten yang sebenarnya bagus. Tapi kan setahuku sejauh ini ya temen-temen <i>community</i> itu memilih tema untuk ditulis itu masih banyak yang temanya adalah seputar hubungan, seputar motivasi, yaa seputar 2 tema besar itu lah.. Ya alasannya ya karena temen-temen <i>community</i> kita adalah temen-temen yang usianya muda, jadi ya emang itu yang dekat dengan mereka, ya itu yang mereka tulis... Jadi ya karena kontennya banyak yang seperti itu, jadi kita putuskan kita tetep butuh konten <i>in-house</i> yang banyak...</p>			
--	--	--	--	--	--	--

<p><i>Pro-Am Model</i></p>			<p>Hmm kalau pada saat itu, pada saat kelas menulisnya aku bilang ini nggak, karena pada saat kelas menulis itu kita gak ada intensi untuk, "ya udah kita belajar untuk ngembangin konten lagi dari segi ini", itu kita gak ada intensi sama sekali untuk itu... Cuman kalau segi ngobrol dengan temen-temen <i>community</i> kita belajar sesuatu, itu ya.. Dari segi pengembangan konten kita lakukan itu kan kita sekarang ada, kita kan punya temen-temen <i>community manager</i>, kita punya temen-temen <i>community executive</i>, mereka yang lebih dekat sama temen-temen</p>		
----------------------------	--	--	---	--	--

			<p><i>community</i> daripada editorial gitu.. Nah yang kita lakukan untuk mengembangkan kanal, mengembangkan konten adalah kita mendengar dari temen-temen <i>community executive</i> sama <i>community manager</i> tadi, jadi mereka yang akan entah itu mendata, entah itu nanyain 1-1, atau mungkin caranya waktu ada kelas menulis, ada ide bagus, mereka akan yang akan nyatet ehm, "eh kayaknya ini ide ini bagus buat dipakai, buat kita kembangin", nah mereka akan ngasih itu ke editorial... Jatuhnya di situanya sih, bukan di kelas</p>		
--	--	--	---	--	--

			menulisnya, karena kalau di kelas menulis itu murni kita ngasih informasi, kita ngasih ilmu ke mereka, bahkan jarang banget, bisa dibilang ini jarang banget kita yang belajar, mereka lebih sering nanya ke kita daripada kita nanya ke mereka di kelas menulis, kalau pas kelas menulisnya...			
<i>Pro-Am Model</i>			Ohh, sejauh ini sih setauku masih terbatas jurnalistik, cuma temanya luas, biasanya dibagi per tema.. Aku pernah ngisi soal apa namanya, produk <i>wesmen</i> di artikel pernah ngisi personal <i>branding</i> , pernah ngisi secara apa namanya, trik kepenulisan yang			

			<p>emang <i>basic</i>, ada temen-temen editor <i>tips</i> Melly tuh ngisi gimana caranya nulis artikel <i>tips</i> yang baik mbak Raisa di editor <i>Young Mom</i> dan <i>Wedding</i> dia ngisi kelas yang emang hubungannya dengan <i>Young Mom and Wedding</i>, gak harus soal kepenulisannya tapi soal ide <i>young mom and wedding</i>-nya, informasi ilmu soal itu, ya kita tetep kita ngisinya disitu sih, ngga yang selepas kelas itu terus.. Ada sih beberapa orang yang selepas kelas, karena kan kita selalu ngasih kontak ya, entah itu email atau nomor ke temen-temen <i>community</i>, jadi misalkan selesai</p>		
--	--	--	--	--	--

			<p>kelas mereka pengen nanya-nanya, ya tetep kita akan bales pada saat itu... Jadi emang apa ya, aku ngerasanya temen-temen Hipwee <i>Community</i> tuh udah jadi bagian dari <i>Hipwee</i> sih. Hipwee sekarang gak mungkin ada tanpa <i>Hipwee Community</i>, jadi perjalanan sepanjang perjalanan <i>Hipwee</i> selama 2014 sampai sekarang tuh kalau misalkan Hipwee nggak punya <i>Hipwee Community</i>, ya gak bakal bisa seperti sekarang..</p>			
<i>Pro-Am Model</i>			<p>Kalau video udah pernah. Aku lupa kalau ini. Kalau video kita pernah bikin. Jadi, kita di Hipwee, di youtube Hipwee, channelnya Hipwee di tim video,</p>			

			<p>itu kita pernah program namanya sepenggal kisah. Nah sepenggal kisah ini adalah video pendek yang ceritanya kita angkat dari ceritanya temen-temen kontributor, temen-temen <i>community</i>. Dulu tuh sesuatu yang naik banget, di tahun 2016 apa 2017 aku lupa, atau bahkan 2018 ya.. aku lupa tahunnya berapa. Itu cerita dari temen-temen <i>community</i> yang tinggal nikah, padahal udah tinggal H-3. Jadi, H-3 mau nikah, terus ternyata si cowoknya bilang 'sorry aku gak bisa nikah sama kamu, aku nikahnya sama orang ini' gitu. Iya.... cek aja itu di youtube channelnya</p>			
--	--	--	--	--	--	--

			<p>Hipwee. Ya itu salah satu video di Hipwee yang paling banyak viewnya... ya karena temanya juga sangat-sangat waw sekali ya sangat <i>shocking</i>. Itu salah satu video di Hipwee yang views nya yang paling banyak. Dan itu salah satu kolaborasi kami sama temen-temen kontributor. Tajuknya, sepenggal kisah kalau gak salah. Itu semua video sepenggal kisah itu, cerita yang kita angkat dari artikel-artikelnya <i>community</i>.</p>		
<i>Pro-Am Model</i>					<p>Nggak ada sih, sejauh ini nggak ada. Paling cuman kalau misalnya kita sebenarnya butuh masukan. Kalau misalnya ketika kita nulis, misalnya nih</p>

					<p>“kurang ini”, atau misalnya “kayaknya harus lebih baik, kayaknya lebih baik tulisannya kayak gini”, kayaknya harus ada <i>briefing</i> kayak gitu sih dari mereka. Jadi ketika kita udah beres nulis, mereka bisa <i>feedback</i> itu <i>by email</i>. Jadi nggak langsung tiba-tiba ke-<i>publish</i> gitu loh. Jadi kita itu tahu kurangnya kita tuh di mana, tulisannya ini harusnya lebih baik lagi kalau kayak gimana. Harusnya sih kayak gitu.</p>	
<i>Pro-Am Model</i>						<p>Aku beberapa kali ya, jadi kalau tulisan di Hipwee... waktu itu aku pernah kayak juara favorit, atau juara 3 atau juara berapa. Hadiyahnya juga</p>

						<p>beda beda, tergantung kompetisinya gitu. Kompetisinya tentang apa. Terakhir itu aku menang itu nulis tentang les apa sih.. Jadi itu kerja sama Hipwee sama Filipina. Pokoknya acara dari Filipina kan. Jadi dia ada bikin di JCC itu ada pameran pendidikan nah disitu ada Filipina juga. Nah disitu khusus ngebahas si acaranya Filipina gitu, si acara itu. Nah yang harus dimasukin waktu itu Maskapai Filipina, apa namanya ya. Sama lembaga kursus Bahasa Inggris di Filipina. 2 poin itu yang harus</p>
--	--	--	--	--	--	--

						<p>dimasukin. Nah aku bikin, aku dapet juara. Jadi yang juara 1,2 itu dikasih kursus langsung ke Filipina. Kalau aku juara 3, dapet <i>power bank</i>, apa lagi ya, dapet <i>hampers</i> gitu isinya <i>power bank</i>, macem macem. Terus kalau yang dari Hipweenya biasanya dapet kaos, <i>sticker</i> Hipwee, sama <i>tumbler</i>.</p>
--	--	--	--	--	--	---

Selective Coding

Aspek	Quote Information	Storyline
Media Online	<p>Jadi... Hipwee ini sendiri awalnya... di 2014 itu semacam sosial media. Jadi kayak media tapi <i>homeless</i> gitu. <i>homeless</i> media. Semua memang mulainyadapet <i>source user</i> nya dari sosial media, gitu. Tapi terus kemudian berkembang jadi media <i>online</i>. Jadi kita sebelumnya yang gak punya struktur redaksi... editor dan penulis, semuanya konten <i>creator</i>, sekarang kita punya editor dan penulis. Jadi ada redaksinya khusus. Terus bisnisnya media ini ya memang bikin konten, bikin konten itu untuk dapet <i>user</i> terus dengan kita punya audience itu, <i>user</i> itu, kita mulai dapet margin dari menjual konten.. <i>branded</i>.</p> <p>Konten itu sebenarnya ini sih, kebanyakan memang gratis. Tapi ada juga beberapa bisnis model yang, selain dia menyediakan konten gratis, dia juga menyediakan konten berbayar yang mungkin istilahnya premium atau kontek eksklusif.</p> <p>Jadi kita ngeliat pasar dulu, ngeliat user, ada kebutuhan apa, ada trend apa yang mereka lakuin. Mungkin mereka gak sadar gitu ketika mereka kok seringnya pake web, mereka gak pegang data dan lain-lain. Ketika mereka baca lewat mobile seringnya gitu kan, mereka juga gak tahu kalau sebenarnya mereka juga di tracking juga behavior nya mereka.</p> <p>Karena emang kalau dibilang Hipwee ini media <i>online</i> yang isinya jurnalis banget, yang emang <i>pure feature</i> atau <i>hard news</i>, engga, kita memang gak seperti itu. Cuman kita memberitakan <i>hard news</i> dan <i>feature news</i>, tapi sebagai porsi kita emang kita ingin menyasar anak muda.</p>	<p>Hipwee merupakan media <i>online</i> berkonsep “social news site” yang menyajikan konten dengan potensi viral tinggi di media sosial. Hipwee sendiri termasuk pada kategori media <i>online</i> yang lahir digital tanpa pernah memiliki versi cetak.</p> <p>Hipwee memiliki ciri khas tersendiri dimana hampir kebanyakan tulisan-tulisannya berupa artikel dengan tema populer yang dekat dengan kehidupan sehari-hari anak muda urban dan menggunakan jenis esai berformat “listing” yang bertaburan foto.</p> <p>Namun seiring dengan berjalannya waktu, Hipwee pun mengalami pasang surut. Sebagai media <i>online</i>, Hipwee masih memiliki kekurangan dalam penyajian artikel terkini kepada pembaca. Padahal pada media <i>online</i> penting untuk memperbaharui berita secara terus menerus.</p>

Makanya kalau melihat Hipwee, kebanyakan artikel kita emang isinya *tips* sama yang berhubungan dengan *lifestyle*. Ya kenapa begitu? karena emang *audience* kita anak muda milenials emh... usia 18 – 24 tahun, dan memang pada *range* usia segitu topik-topik seputar *lifestyle* dan apa namanya, *tips*, terus sukses karir, motivasi, hubungan, itu yang dicari, ya emang berarti kita emang fokusnya disitu.

Kalau aku pribadi, media *online* itu ada banyak jenisnya kan memang. Ada media *online* yang emang berbasis jurnalistik, berita *news*, kayak detik, kompas, itu memang *basic* mereka dalam mengerjakan artikel-artikel berbasis jurnalistik. Ada juga media *online* yang emang fokusnya ke *lifestyle*, kayak Hipwee. Kalau aku... ibaratkan, Hipwee ini kayak majalah sebetulnya. Jaman dulu kan ada 2 jenis berita yang kita tangkap waktu sebelum ada media *online*. Pertama, koran, yang isinya berita *hard news*, yang kedua ada tabloid atau majalah yang isinya bukan berita *hard news*, isinya soal *lifestyle*. Nah kalau diibaratkan dengan itu, Hipwee itu lebih kesana, daripada yang *hard news* seperti koran tadi.

Pertama, jelas karena kita ngangkatnya dari prespektif anak muda, bahkan kemarin kita, yang tahun lalu, yang waktu rame pemilu, semua media ngangkat berita politik soal pemilu. Ya entah dari kubu 01 atau dari kubu 02. Semua media ngangkat itu. Nah Hipwee sebagai medianya anak muda, kita mau gak mau tetep ngangkat itu dong, karena *range* usia pembaca Hipwee adalah *range* usia orang-orang yang memang sudah masuk usia untuk punya hak pilih pada saat itu. Yang membedakan adalah, Hipwee mengambil *angle* tulisan, cerita dan beritanya itu emang bener-bener fokusnya dari anak muda.

Yang kedua bentuk pengemasan beritanya. Kalau media yang lain, aku berani bilang kalau Hipwee adalah salah satu media di Indonesia pertama

yang mempopulerkan bentuk tulisan *listicle*. Jadi kan kalau jaman dulu bentuk tulisan itu bentuknya naratif, dan isinya *opinion based*. Kalau di Hipwee kita bentuknya dari awal emang kita pengen bentuknya *listicle*, kayak 6 hal yang bikin hubunganmu awet sama pasangan atau 12 hal yang bisa kamu lakukan untuk mencoba mencari pekerjaan baru, misalkan. Meskipun ya gak semua bentuk tulisan kita *listicle*. Tetapi aku berani bilang kalau Hipwee itu salah satu prioner media di Indonesia yang bikin tulisan dalam bentuk *listicle* ini jadi populer di masa-masa sekarang.

Kalau dari gaya bahasa emang kita menyesuaikan anak muda ya. Maksudnya beneran ingin mengusahakan gaya bahasa kita ini seenak dan senyaman mungkin untuk dibaca sama anak muda. Nah, kalau dibilang gaya bahasanya Hipwee gak baku, bisa jadi iya. Tapi kita tetep menjaga kata-kata, maksudnya di Hipwee kita tetep menjaga kata-kata itu harus ada di KBBI biar tetap ada kebakuan dalam penulisan kita. Cuman kita lebih fleksibel, misal daripada kita menulis kata ‘tidak’ kita lebih memilih buat nulis ‘enggak’. Ada beberapa kata yang emang kita memilih untuk sesuai anak muda di zaman kita. Secara komunikasi, kata ‘enggak’ ini yang lebih masuk. Ya udah kita pake itu secara gaya bahasa ya.

Tetap acuan kita adalah EBI atau Ejaan Bahasa Indonesia. Cuman.dari segi kepenulisannya, kita tetep harus mempertimbangkan formula apakah ini enak dibaca anak muda atau tidak, dan misalkan konten-konten hiburan, apakah konten hiburan yang kayak gini, kita pake, kita sisipin full bahasa dengan kata-kata baku, itu enak apa enggak, di konten *feature* ini pake kata yang gak baku sama sekali enak apa engga, itu tetep jadi pertimbangan utama sih. Jadi pertimbangan utamanya emang gak bisa kita lihat dari satu keutuhan itu. Keutuhan kita adalah tetep kita pake KBBI, kita tetep pake EBI atau Ejaan Bahasa Indonesia, cuman diperkandal pengembangannya kita lebih fleksibel.

Professional Journalism	<p>Kalau ngomongin tulisan <i>in-house</i> itu gak harus <i>listicle</i>. Cuma emang kita seringnya ngeluarin <i>listicle</i>. Kita punya banyak kanal dan tiap kanal punya pengembangan tulisannya masing-masing, yang diserahkan pada editornya. Kalau bentuk kriteria penulisannya apa aja, jelas ya harus faktual yang pertama, cek <i>source</i>, segala macam, itu harus dilakukan; baik dari level penulis, maupun level editor. Terus kita harus bener-bener paham perspektif anak muda. Jadi gak masalah kita bahas konten yang berat, kayak politik atau bahkan teknologi yang di Indonesia bahkan belum masuk gitu.</p> <p>Kalau secara luas, kita agak susah melihat perkanal. Soalnya emang ada kanal-kanal yang responnya beneran positif banget, ada yang emang kanal-kanal yang kok gini, kenapa jadi bahas ini, kenapa jadi ini. Karena emang <i>audience</i> kita tuh beragam. Dulu waktu pertama kali kita bikin kanal showbizz, itu banyak <i>audience</i> banyak pembaca kita yang... ngapain sih pada bahas artis.</p> <p>.</p> <p>Kita sempet berubah, kita sempet mengubah <i>style</i> tulisan pada media 2016. Waktu itu kita bikin tulisan yang emang... ya udah kita bikin konten yang panjang banget, sampai kita... sempet coba paginasi. Paginasi itu konten yang next gitu loh, <i>next page, next page</i>. Dulu kita sempet coba itu di beberapa bulan. Tapi... kita gak trail di beberapa kanal itu selama beberapa minggu. Kenapa kita coba itu? Karena emang pada masa itu media-media udah mulai gitu juga. Kita ngecek media-media yang lain kok pada banyak yang mulai paginasi, pada banyak mulai ini. Kalau paginasi kan emang itu... sangat signifikan buat ningkatin <i>traffic</i>, karena emang orang kalau itu mau baca, mereka harus klik terus kan, <i>next next</i> terus. Nah, kita coba meng-trail itu selama 1 atau selama 2 minggu di</p>	<p>Sebagai media <i>online</i>, Hipwee memiliki tim editorial yang bertanggung jawab dalam memproduksi berbagai artikel yang akan dipublikasikan pada website Hipwee dan media sosial Hipwee. Tim editorial ini pun juga merumuskan berbagai artikel-artikel yang layak untuk diterbitkan serta kanal-kanal yang ada di website. Namun dalam melakukan <i>professional journalism</i> di media <i>online</i>, tampaknya tidak begitu mudah. Ketika jurnalis Hipwee mencoba untuk bisa menampilkan kanal-kanal atau pun format penulisan yang sesuai dengan perkembangan jurnalisme, ternyata respon yang diberikan oleh audiens tidak sesuai dengan pandangan mereka sebagai jurnalis profesional karena media <i>online</i> memiliki karakter berbeda dengan media lainnya. Kepekaan tim <i>in-house</i> Hipwee terhadap audiens anak muda masih perlu ditingkatkan lagi.</p>

beberapa kanal, emh... itu keliatan banget kalau *feedback* nya negatif. Dari *audience*. Ya artikel ini page kedua dan ketiganya dibaca, tapi... gak sebanding dengan kedudukan *audience*. Hipwee kan punya Hipwee *community*, di Hipwee *community*, kita bener-bener sebisa mungkin mendengarkan.. aspirasi mereka. Mereka pengennya Hipwee kok bahas ini, Hipwee kenapa gak bahas ini, eh kenapa kok... waktu itu kenapa kok banyak yang nanya, kenapa kok kita bikin paginasi. Nah, dari situ kita bisa ngeliat kalau... 'oh banyak pembaca yang gak suka' 'banyak member kita yang gak suka kalau kita pake kolom paginasi', ya udah kita hilangkan...ya udah kita balik lagi deh, kita gak usah paginasi lagi. Bahkan sampai sekarang kita gak pake paginasi. Ya sejak itu sih...sejak emang ada masukan dari *audience*, dari temen-temen *community*.

Aku bisa bilang kalau salah satu hal yang patut dibanggakan oleh Hipwee itu... timnya. Maksudnya, secara *human resources* nya. Aku mengenal beberapa orang ya, karena udah lama juga sih kan di media. Aku mengenal beberapa orang dan... mereka punya potensi tinggi di Hipwee ya. Di Hipwee mereka punya potensi tinggi dan mereka beneran bisa mengembangkan dirinya. Lalu kedua, yang membedakan dan menurutku patut dibanggakan adalah kepekaan... kamu selaku tim di Hipwee, mau itu editorial, tim sosial media, tim finansial, tim grafik, segala macem, semua tim di Hipwee, itu kita udah terbiasa... melihat sesuatu berdasarkan kepekaan anak muda.. Ya. Tapi, masih banyak yang perlu diperbaiki. Contoh, sistem pendidikan, sistem kesehatan, terus kemerdekaan dan kebebasan berekspresi, itu banyak banget waktu itu temen-temen yang... mengubah konten itu. Dari situ, karena kepekaan kita udah terlatih ya, dari situ kita bikin *campaign* Merdeka Tapi di Hipwee kita bisa bikin merdeka tapi ini lebih sesuai dengan anak muda. Contoh waktu itu, salah satu *user* kita, kita kan bikin ini sebagai *campaign* di GC. Ada yang nulis, merdeka tapi mau ngelamar anak orang masih ditanyain kerja, masih

	<p>ditanyain punya rumah atau enggak, merdeka tapi mau lulus aja mesti nunggu 3 bulan buat ketemu dosen pembimbing. Ya itu kan memberikan saran yang.. apa ya... ya, anak muda banget.</p>	
<p><i>Citizen journalism</i></p>	<p>Yaa pada awalnya sih kita sebenarnya, ketika bikin Hipwee <i>community</i> itu pengen supaya ada lebih banyak orang yang menulis gitu... Nah terus pada akhirnya ketika itu efeknya adalah.. salah satunya tadi.. banyak orang yang akhirnya juga selain ikut menulis, tapi juga ikut membaca gitu, nah itu salah satu keuntungannya sih. Kalau strategi sebenarnya waktu itu.. jujur.. karena emang kita kekurangan penulis nih, kekurangan penulis dan jumlah tulisan kita segitu tuh gak cukup untuk kita.. dan waktu itu karena kita gak punya investor, gak punya apa-apa, akhirnya kita membuka diri aja lah, kita punya <i>user</i> loyal yang sebenarnya mereka selalu ngirimin ke kita tulisan, akhirnya kita buka aja sih pintunya buat mereka buat ikut masuk dan ikut menulis juga gitu... Tapi ternyata efeknya itu juga, menambah jumlah pembaca kita pada akhirnya, makanya sampai sekarang Hipwee <i>community</i> itu di-<i>treatment</i>-nya cukup spesial, dibikin jadi prioritas gitu, kita selalu <i>engage</i> sama mereka, interaksi sama mereka, selalu ngasih mereka pelatihan, ada kelas menulis <i>online</i> gratis terus, yang ada <i>event</i> regional kita juga pasti bikin gitu..</p> <p>Aku pribadi mengartikan jurnalis, atau <i>citizen journalism</i> sebagai ya pemberitaan jurnalis, produk jurnalistik yang emang diproduksi mereka sebagai <i>citizen</i>, sebagai warga.. Menurut ku ini sangat bagus... misalkan ada kasus seperti pemilu atau pernikahan unik di daerah Salatiga misalkan, ini contoh aja ya.. Ada pernikahan unik, konsepnya unik menarik di daerah Salatiga, sementara <i>Hipwee</i> tidak ada, tidak punya <i>resource</i> ke sana, kita tidak punya orang yang ada di Salatiga, atau bisa kita kirim ke Salatiga untuk ngeliput. Nah temen-temen dari <i>community</i>, tempat temen-temen <i>citizen journalist</i> itu mereka bisa mengulik itu,</p>	<p>Pada tahun 2015, Hipwee mengembangkan lagi media <i>online</i>-nya dengan memberikan kesempatan kepada audiens untuk ikut serta atau berkontribusi dalam penulisan artikel di Hipwee. Ketika Hipwee membuka kesempatan untuk praktik <i>citizen journalism</i> tersebut, responnya cukup besar karena masih sedikit media <i>online</i> khas anak muda yang memberikan kesempatan kepada pembaca untuk menulis artikel selayaknya jurnalis dalam platform media <i>online</i> profesional. Penulis amatir ini bahkan tidak diberikan imbalan apapun atas tulisan yang dikirimkannya kepada Hipwee. <i>Feedback</i> yang diberikan oleh Hipwee atas tulisan yang dikirimkan adalah kesempatan agar tulisan tersebut dapat dibaca oleh satu juta pembaca Hipwee.</p>

	<p>sesuai dengan adat mereka, pokoknya sesuai dengan letak geografis mereka yang lebih lokal, karena lebih lokal, kontennya pasti akan lebih ngena dan punya kedekatan dengan antara mereka yang bikin konten dan konten yang dibuat, itu ada kedekatannya, ada relasinya.. Mereka punya ikatan yang kuat gitu lho antara yang bikin konten dengan apa yang dibikin itu.. Nah dari situ aku melihat itu sebagai hal yang positif.. Bisa ya, karena kita kan saling melengkapi gitu lho, kalau untuk yang skalanya nasional atau regional yang pas ada konten, pas temen-temen <i>Hipwee</i> kita bisa langsung datengin ke sana, ya kita bikin sendiri.. Tapi kalau misalkan daerahnya jauh yang kita gak bisa akses sendiri, temen-temen <i>community</i> ini benar-bener serasa bisa saling melengkapi gitu.</p>	
User Generated Content (UGC)	<p>Kalau kontributor itu baru ada di tahun 2016. Opini pembaca ngirim tulisan ke kita, terus kita posting buat mereka, gitu. Karena <i>audience</i> nya besar, gitu, kita bikin <i>platform user</i> bisa nulis langsung sendiri, login... <i>sign up</i>, terus emh bisa nulis langsung, terus nerbitin sendiri, gitu.</p> <p>Jadi.... dulu itu kan Hipwee pertama kali.. tahun 2014. Nah, 2014, 2015 itu kita belum ada sistem UGC, <i>User Generated Content</i>. Nah tapi di tahun 2015 itu, ada banyak banget teman-teman dari luar Hipwee, dari luar <i>in-house</i>, yang ingin mengirimkan tulisan ke kami. Jadi Mbak Ernia tadi, menggagas suatu sistem yang bikin teman-teman di luar Hipwee itu bisa ngumpulin artikel ke kita. Nah itu.... sistemnya itu namanya <i>User Generated Content</i>, dan digagas sama Mbak Ernia tadi.</p>	<p>Hipwee melihat pada kebutuhan dan permintaan dari pembacanya untuk bisa memiliki platform khusus untuk pembaca yang ingin berkontribusi dalam penulisan artikel di Hipwee. Melalui platform ini juga pembaca akan mendapatkan <i>user experience</i> atas penulisan artikelnya di Hipwee. Lalu pada tahun 2016, akhirnya platform Hipwee <i>Community</i> terbentuk, sehingga <i>user</i> atau pembaca Hipwee dapat mengumpulkan dan <i>submit</i> artikel secara mandiri. Sayangnya, platform ini belum benar-benar memenuhi kebutuhan audiens karena hanya terbatas pada dua pilihan bentuk tulisan yaitu narasi dan <i>listicle</i>.</p>
Produsage	<p>Yaa pada awalnya sih kita sebenarnya, ketika bikin Hipwee <i>community</i> itu pengen supaya ada lebih banyak orang yang menulis gitu... Nah terus pada akhirnya ketika itu efeknya adalah.. salah satunya tadi.. banyak orang yang akhirnya juga selain ikut menulis, tapi juga ikut membaca</p>	<p>Media <i>online</i> Hipwee memang memberikan wadah kepada audiens untuk melakukan praktik <i>citizen journalism</i> di media <i>online</i> Hipwee. Praktik <i>citizen journalism</i> di media</p>

<p>gitu, nah itu salah satu keuntungannya sih. Kalau strategi sebenarnya waktu itu.. jujur.. karena emang kita kekurangan penulis nih, kekurangan penulis dan jumlah tulisan kita segitu tuh gak cukup untuk kita.. dan waktu itu karena kita gak punya investor, gak punya apa-apa, akhirnya kita membuka diri aja lah, kita punya <i>user</i> loyal yang sebenarnya mereka selalu ngirimin ke kita tulisan, akhirnya kita buka aja sih pintunya buat mereka buat ikut masuk dan ikut menulis juga gitu... Tapi ternyata efeknya itu juga, menambah jumlah pembaca kita pada akhirnya, makanya sampai sekarang Hipwee <i>community</i> itu di-<i>treatment</i>-nya cukup spesial, dibikin jadi prioritas gitu, kita selalu <i>engage</i> sama mereka, interaksi sama mereka, selalu ngasih mereka pelatihan, ada kelas menulis <i>online</i> gratis terus, yang ada <i>event</i> regional kita juga pasti bikin gitu..</p> <p>Oh... Jadi Hipwee <i>Community</i> itu komunitas yang di dalamnya isinya itu adalah teman-teman kontributor kita. Jadi teman-teman se Indonesia, teman-teman yang nulis di Hipwee itu kita satuin dalam satu komunitas, namanya Hipwee <i>Community</i>, gitu sih mbak. Kita berdiri dari tahun 2015, itu pertama kali didirikan, Hipwee <i>Community</i>. Dan sekarang... kalau gak salah sih udah... 9 ribuan gitu deh mbak anggota dari Hipwee <i>Community</i>.</p> <p>Ya dari awal aku masuk Hipwee, aku melihat salah satu yang membedakan Hipwee dengan media lain ya <i>community</i> nya. Temen-temen komunitasnya. Di media lain, iya, secara angka <i>in-house</i>, terus secara konten mereka yang mereka tawarkan itu emang tinggi. Emang lebih banyak yang lebih bagus bahkan. Secara angka daripada Hipwee. Cuma, mereka tidak punya kedekatan baik secara fisik ataupun emosional kepada pembacanya. Nah di Hipwee kita punya wadahnya, yaitu di Hipwee <i>community</i>. Makanya waktu beberapa kali aku pernah diminta temen-temen, sebelum masa corona dan covid dan PSBB ini, beberapa kali aku pernah diminta temen-temen <i>community</i> untuk ngisi</p>	<p><i>online</i> Hipwee bermacam-macam. Audiens Hipwee dapat memberikan komentar, membagikan artikel-artikel yang ada di website Hipwee dan menulis artikel di Hipwee. Khusus dalam praktik penulisan artikel, <i>praktik citizen journalism</i> tersebut akan tetap melibatkan tim profesional Hipwee sebagai editor penulisan. Setelah tulisan dinilai layak untuk dipublikasikan oleh tim profesional Hipwee, maka tim Hipwee akan mempublikasikannya di website Hipwee.</p> <p>Namun setelah dikaji kembali terkait dengan praktik <i>citizen journalism</i> yang ada di website Hipwee, maka tidak dapat dikenali secara jelas berjalannya praktik <i>citizen journalism</i> ini. Pada artikel-artikel yang ditulis di website Hipwee, partisipasi <i>citizen journalist</i> di Hipwee memang tidak terlalu terlihat secara menonjol dalam website Hipwee karena tidak adanya keterangan <i>citizen journalist</i> pada bagian atas artikel seperti yang dilakukan oleh media-media lainnya.</p> <p>Di media <i>online</i> Hipwee, proses produsage yang dilakukan oleh <i>citizen journalist</i> dilakukan pada Hipwee <i>Community</i>. Hipwee <i>Community</i> adalah platform menulis gratis berbasis <i>user-generated content</i> (UGC) untuk anak muda Indonesia yang memiliki minat dan</p>
--	--

<p>kelas, apa namanya, mereka bikin kayak kelas <i>online</i>, kelas menulis kah, atau Hipwee <i>meet up</i>, waktu itu acaranya. Aku beberapa kali pernah diminta ngisi disitu. Nah aku sangat <i>impress</i> dengan <i>community</i> nya Hipwee karena mereka punya <i>resource</i> yang bagus. Maksudnya mereka punya pemikiran mereka banyak yang kritis, terus dari temen-temen <i>community</i> juga banyak kok temen-temen <i>community</i> yang pada akhirnya bisa nulis dan mengeluarkan bukunya sendiri, menerbitkan bukunya sendiri. Terus, kita jadi sama-sama belajar gitu. Temen-temen <i>community</i> belajar ke Hipwee gimana sih cara nulis yang baik dan peka terhadap kebutuhan anak muda, di Hipwee sendiri kita belajar apa sih yang kalian butuhin sebenarnya. Dari situ kita bisa mengembangin kanal, ngembangin konten, ngembangin <i>ideation</i>, ngembangin <i>campaign</i>, ngembangin program-program Hipwee. Jadi bisa dibilang, kalau Hipwee dan Hipwee <i>community</i> itu 2 hal yang gak bisa dipisahkan sih sejauh ini.</p> <p>He em, kalau dikasih kesempatan, kita bebas sih.. Kita membebaskan setahuku di <i>community</i> kita membebaskan mereka menulis apa asal sesuai dengan <i>guidelines Hipwee</i>, kalau gak salah <i>guidelines</i>-nya simpel kok, kita gak usah nulis soal SARA, kita juga tidak boleh menulis yang ada hubungannya dengan afiliasi partai politik tertentu... tidak diizinkan sama negara, sama apa lagi ya, sama nulis yang emang isi artikelnya <i>hate speech</i>, itu kita gak boleh, setahuku cuman itu... Selebihnya, temen-temen <i>community</i> bisa <i>explore ideas</i> segila mereka, sebebas mereka, yang mereka bisa tuliskan.. cuman pada akhirnya akan ada moderator yang menyortir, "eh tulisanmu boleh tayang asal ditambahin ini", "eh tulisanmu asal ini gak usah ya, kita <i>take out</i> karena segini", jatuhnya kan itu, cuman sepengetahuanku, moderator tidak punya hak untuk mengedit total tulisan, mereka cuma punya hak untuk ngasih <i>feedback</i> aja ke temen-temen penulis.. Jadi kalau misalnya kontributor menerima dan oke, "ih masukannya bagus, tak revisi dulu ya, nanti bisa kalian tayangin <i>its fine</i>",</p>	<p>hobi di dunia tulis menulis, di mana anggota yang tergabung dapat mengirimkan tulisan dan Hipwee akan menerbitkan sehingga dapat dibaca oleh jutaan pembaca di Indonesia. Dalam menghadirkan proyek produsage di media <i>online</i> Hipwee. Hipwee cukup memperhatikan beberapa hal seperti partisipasi terbuka dengan evaluasi yang komunal, heterarki dalam pelaksanaan proyek produsage, hasil dari proyek produsage yang berkelanjutan dan penghargaan individu kepada kontributor yang terlibat dalam proyek produsage ini. Namun dalam praktiknya, masih banyak kekurangan yang terjadi sehingga pelaksanaan proyek produsage menjadi tidak maksimal.</p> <p>Sebagai bagian dari <i>citizen journalism</i>, produsage menjadi hal yang penting dan harus diperhatikan. Produsage ini dapat memacu pembuatan konten oleh pengguna dengan lebih baik dan interaktif. Hipwee <i>Community</i> sudah memiliki anggota yang banyak, namun karena kurangnya interaktifitas antara media <i>online</i> Hipwee dengan kontributor, maka menurunkan jumlah keaktifan beberapa kontributor untuk menulis di Hipwee. Padahal produsage ini sebenarnya dapat membuka jalan untuk terciptanya kolaborasi yang baik dengan jurnalis profesional Hipwee dalam pembuatan</p>
---	--

	<p>kalau misalkan mereka nangkapnya dengan, "kenapa kamu gak pengen, gak bisa nerbitin tulisanku as it is gitu lho", maksudnya kayak, "ya ini karyaku, ini tulisanku, ya udah terbitin aja, suka-suka aku dong mau nulis kayak gimana", ya kalau itu gak sesuai dengan <i>guidelines community</i> kita, ya tetep kita gak bisa, kita akan bilang kalau kita gak bisa menerbitkan ini karena ini sih, gitu...</p>	<p>konten, khususnya konten tulisan di website Hipwee. Partisipasi dalam proyek produsage ini juga sebenarnya dapat ditingkatkan lagi, namun keterbatasan pada platform dan minimnya pilihan dalam pembuatan konten menjadikan proyek produsage ini kurang berkembang. Kontributor Hipwee memiliki penghalang untuk dapat membuat konten tulisan yang bagus.</p>
Kolaborasi	<p>Nah temen-temen dari <i>community</i>, tempat temen-temen <i>citizen journalist</i> itu mereka bisa mengulik itu, sesuai dengan adat mereka, pokoknya sesuai dengan letak geografis mereka yang lebih lokal, karena lebih lokal, kontennya pasti akan lebih ngena dan punya kedekatan dengan antara mereka yang bikin konten dan konten yang dibuat, itu ada kedekatannya, ada relasinya.. Mereka punya ikatan yang kuat gitu lho antara yang bikin konten dengan apa yang dibikin itu.. Nah dari situ aku melihat itu sebagai hal yang positif.. Bisa ya, karena kita kan saling melengkapi gitu lho, kalau untuk yang skalanya nasional atau regional yang pas ada konten, pas temen-temen <i>Hipwee</i> kita bisa langsung datengin ke sana, ya kita bikin sendiri.. Tapi kalau misalkan daerahnya jauh yang kita gak bisa akses sendiri, temen-temen <i>community</i> ini bener-bener serasa bisa saling melengkapi gitu. Cuman aku gak tau di media lain ya, tapi kalau di <i>Hipwee</i> beruntungnya kita punya temen-temen komunitas yang emang hobinya menulis, ngerti apa cara penulisan dan Arin sebagai <i>community manager</i> juga ada Flo dan Aan itu bisa sangat membantu temen-temen komunitas untuk saling bantu pengerjaan kontennya, ngecek apakah konten ini layak terbit atau nggak, kesalahan mereka di mana, kalau kemarin udah ngobrol sama Arin, kita punya apa ya, <i>flow</i> yang bisa dibilang cukup edukatif untuk temen-temen komunitas.. Ketika kamu</p>	<p>Di sisi lain, sebenarnya Hipwee menyadari bahwa kolaborasi antara <i>citizen journalist</i> dan Hipwee sebagai media <i>online</i> merupakan hal yang penting dan berpotensi untuk menjadi bentuk simbiosis mutualisme. Kolaborasi yang dilakukan oleh Hipwee dengan kontributor Hipwee merupakan kolaborasi yang seharusnya bersifat <i>win-win</i>, namun dalam praktiknya masih terdapat kekurangan dari kedua belah pihak sehingga kolaborasi tidak berjalan secara maksimal. Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan, terlihat bahwa terdapat beberapa hal yang masih kurang antara lain kurangnya interaksi yang terjalin antara jurnalis profesional Hipwee dengan <i>citizen journalist</i> Hipwee dan kurangnya <i>tools-tools</i> yang dapat membantu peningkatan kolaborasi antara jurnalis profesional dan jurnalis amatir di Hipwee. Kolaborasi ini memiliki hubungan yang saling ketergantungan satu sama lain,</p>

<p><i>submit</i> artikel, <i>submit</i> konten akan masuk ke tahap <i>review</i>.. Di tahap <i>review</i> ini, kita punya moderator yang tugasnya memoderasi konten ini, apakah konten ini layak tayang atau tidak.. Kalau layak tayang, dengan revisi apa, apa yang kita revisi, terus kalau misalkan gak layak tayang, kenapa ini tidak bisa kita tayangkan.. Itu kita jelaskan ke, kita kirim email dan kita jelaskan ke temen-temen komunitas, jadi mereka bisa belajar, "oh artikel ini gak tayang karena ini", misalkan karena mereka menyelipkan backlink atau menyelipkan produk yang tidak sesuai dengan <i>guidelines Hipwee</i>, misalkan gak sesuai dengan standar komunitas kita.. Misalkan lagi di beberapa kasus masih banyak temen-temen <i>community</i> yang cara penulisannya kurang runtut atau mungkin dari segi ide bagus tapi dari segi eksekusi masih banyak tidak sesuai dengan kepekaan norma sosial.. misalkan nulis yang tentang yang berbau seksual, terus menulis soal konten-konten yang melanggar hukum, itu kan kita gak bisa menerbitkan... Kita beri <i>feedback</i> ke mereka, "kontenmu gak kami terbitkan karena ini, kalau emang masih atau kalau emang ingin menerbitkan konten di <i>Hipwee</i>, kamu bisa melakukan ini ini", selalu ada revisinya di situ.. Itu aku yang salut dari temen-temen <i>community</i> sih, dari temen-temennya <i>Hipwee</i> yang megang temen-temen <i>community</i> aku bener-bener salut sama mereka karena ini sudah kita lakukan dari dulu, kita sudah membentuk karakter komunitas kita.. Jadi ya tugas yang berat ini untuk membimbing satu per satu, karena harus ngasih <i>feedback</i> 1-1 tiap artikel yang di-<i>submit</i>.. Ini sudah dijalankan dengan baik, jadi ya apa yang ditayangkan di <i>Hipwee</i> dan artikel <i>community</i> yang ditayangkan di <i>Hipwee</i> bisa dibilang memenuhi standar dari editorial sih.. Gak jauh beda lah standarnya dengan editorial..</p> <p>Ehm, kuantitas.. aku kurang tau sih maksudnya.. kalau dari yang <i>submit</i> di temen-temen <i>community</i> aku kurang tau karena aku gak pegang datanya langsung, cuman sejauh ini yang ku tau.. udah lumayan banyak sih</p>	<p>sehingga ketika kolaborasi tidak memberikan peningkatan pada satu pihak, akan mempengaruhi pihak lainnya. Ketika kolaborasi hanya menguntungkan pihak <i>Hipwee</i> maka pihak kontributor tidak akan memberikan perilaku aktif atau merespon baik kolaborasi yang ada.</p>
---	--

	<p>sehari... Karena setahuku ya, kita punya limit, sehari kita nayangin berapa artikel untuk temen-temen <i>Hipwee Community</i>.. Nah faktanya, sehari itu kita pasti bisa naikin artikel segitu, jumlahnya segitu.. Berarti kan emang banyak konten, secara kuantitas yang masuk...</p> <p>Kalau secara besar kolaborasinya sejauh yang kutahu ini bisa jadi punya potensi untuk menjadi simbiosis mutualisme karena media butuh konten yang kadang media sendiri gak bisa <i>provide</i>, kayak yang kubilang tadi, konten-konten yang sifatnya sangat-sangat lokal atau mungkin konten-konten yang media gak punya <i>resource</i> untuk masuk ke dalamnya dan juga temen-temen <i>citizen journalist</i> banyak yang dari mereka yang sebenarnya butuh platform untuk mengunggah tulisan mereka biar apa yang mereka tulis dibaca oleh lebih banyak orang lagi.. Ini bisa jadi simbiosis mutualisme asal kedua belah pihak bisa saling menjaga plus minus hubungannya.. Ini kan kita kalau ngomongin <i>citizen journalism</i> secara luas, ada beberapa hal yang patut dijadikan <i>concern</i> pertama soal kualitas tulisan dari temen-temen yang emang kalau mereka background-nya bukan jurnalis atau tidak punya <i>background</i> kepenulisan, kualitas tulisannya jelas di bawah temen-temen yang emang berkarir di dunia kepenulisan atau jurnalis kan, itu pertama... Kedua soal ketepatan isi, ketepatan konten.. Bisa jadi mereka ngeliput itu dari sudut pandang mereka, sebagai contoh kalau gak salah waktu itu sempet viral berita soal pasien <i>Covid</i> yang gak mau dibawa ambulans sama petugas, tapi ketika di-<i>crosscheck</i> faktanya dia belum positif tapi masih reaktif aja, belum ada tes yang dia positif, belum ada tes yang bilang kalau, "lu beneran positif", gitu lho.. Jadi itu kan kalau gak ada standar <i>check and recheck</i> lagi, ini bisa jadi berbahaya karena bisa jadi, bisa ada misinformasi kan...</p> <p>Kalau di <i>Hipwee</i> sendiri, seperti yang aku bilang tadi kan, kita, audiens kita temen-temen <i>community</i> itu memang kita <i>encourage</i> untuk menulis</p>	
--	--	--

apa yang sebenarnya dekat dengan mereka, dan kita beberapa kali bikin *campaign* kan soal apa yang dekat dengan mereka.. Nah beruntungnya di *Hipwee Community*, gak banyak temen-temen *community* yang nulis soal hal-hal *up to date*, maksudnya yang ada di dekat mereka, contohnya kayak gak banyak temen-temen *community* yang nulis soal kasus penambahan kasus *Covid* di daerah mereka atau gak banyak temen-temen *community* yang nulis soal di daerah A ada kasus apa, tapi karena *Hipwee* adalah media yang berbasis *style* anak muda.. jatuhnya temen-temen *community* banyak yang menulis soal topik-topik yang berbau hubungan, motivasi, hiburan, *tips*, yang emang sesuai dengan kanalnya *Hipwee*, dan emang pembaca *Hipwee* kan kita banyaknya dari kanal-kanal itu ya.. Jadi ya banyak pembaca *Hipwee* yang emang kalau pengen nulis di komunitas itu nulisnya soal itu.. Nah kalau nulisnya soal hubungan, terus motivasi, segala macem, itu kan asalnya dari dalam diri mereka sendiri.. apa yang mereka alami, pengalaman mereka seperti ini, ya mereka tuliskan sebagai buah tulisan mereka... Kalau ini kan kualitas dan kebenarannya lebih mudah untuk dijaga daripada kalau kalau temen-temen *community* nulis soal kasus A dari kota A misalkan.. ada kasus di kota A, ada apa di kota A, itu kan lebih susah kita *crosscheck*-nya.. Ya beruntungnya temen-temen *community* gak kayak gitu sih, gak banyak tulisan seperti itu..

Kalau misalnya *benefit* berupa uang itu belum ada, cuma jadi tulisan kita itu lebih dikenal banyak orang gitu.. karena saat ini, *Hipwee* juga bisa dibbilang salah satu perusahaan *website* yang besar juga kan, jadi kayak kita nulis, di-*publish*, terus banyak yang baca, banyak yang *share*, yang kayak gitu ada kepuasan tersendiri... Bahkan sampai saya kan ada yang nawarin job dari *Hipwee* juga gitu..

Menurut saya *Hipwee* itu kayak rumah gitu, rumah bagi orang-orang yang ingin belajar menulis, orang-orang yang ingin mengekspresikan

<p>perasaannya melalui tulisan gitu.. Jadi <i>benefit</i>-nya mungkin ada perasaan lega gitu, punya rumah buat yaa meluangkan pikiran, ide-ide gitu..</p> <p>Karena dulu tuh melihat Hipwee tuh kayak ini ya.. kontennya bagus-bagus, dan positif, kayak gitu. Terus nggak sengaja ngeliat, terus iseng. Dan mereka kan nampung kayak karya puisi, kayak narasi, kayak gitu gitu kan. Terus aku iseng nulis, eh ternyata di-publish sama mereka. Ya udah. Akhirnya keterusan.</p> <p>Kalau misalnya interaksi sih, para penulis yang di Hipwee-nya tuh kayak jadi editor kita sih. Mereka tuh kayak jadi mentor dan editor tulisan kita. Jadi kalau misalnya tulisan kita kayak ada salah ketik atau apa, itu mereka yang proses editing-nya, sampai di-publish, itu mereka. Cuma ya pasti tulisan-tulisan mereka tuh pasti lebih baguslah dibanding kita. Maksudnya lebih variatif dibanding kita.</p> <p>Karena Hipwee itu bahasanya aku banget. Aku ngerasa ih kok gaya bicara di tulisan-tulisan Hipwee itu aku banget. Jadi aku ngerasa lebih ngerasa <i>attach</i> sama Hipwee karena gaya tulisannya itu aku banget.</p> <p>Sama Hipwee itu menurut aku juga udah lumayan bagus... Cuma kan ya namanya orang kan nggak ada puasnya ya. Tetep aja ada yang dipengenin dari Hipwee gitu kan. Tapi kalau ngelihat dari seberapa besar yang udah Hipwee kasih ke kita itu ya udah lumayan banget sih. Tapi kan orang tergantung juga ya, ada yang penulis yang nyarinya materi itu nggak ada di Hipwee karena Hipwee kan nggak berbayar kan, dia lebih ke penghargaan bentuk lain. Tapi kalau misalkan nyarinya yang berbayar antara Hipwee dan penulis ya kurang gitu kan. Tapi kalau aku pribadi karena aku nggak nyari itu ya menurut aku udah bagus. Cuma ya paling ininya sih kalau misalkan agak sayang aja gitu waktu itu udah digembar</p>	
---	--

	<p>gemborin mau ada <i>workshop</i> tapi 2 tahun berlalu sampai sekarang belum ada. Lah kenapa sih udah disebut sebut gitu.. kan jadi pengen, kan jadi nunggu gitu, ini mana nih.</p>	
<p><i>Pro-Am Model</i></p>	<p>Hmm.. ya membantu banget sih, ya kayak yang tadi lu bilang, ketika riset, kita juga melibatin komunitas gitu, kita tanya langsung ke mereka, atau kita juga <i>take notes</i> kalau mereka juga ngasih kritik atau saran ke kita gitu, ketika menemukan sesuatu yang ehm.. mungkin antara itu bagus, atau jelek, atau mereka gak suka, atau mereka marah, marah karena fitur tertentu hilang gitu gitu, itu selalu kita dengerin sih.. Jadi itu jadi <i>feedback</i> kita..</p> <p>Selain itu ya kita ini sih, ngembangin sesuai kebutuhan mereka, passion mereka, jadi Hipwee <i>community</i> kan kebanyakan ada orang-orang yang kerjanya <i>freelance</i> atau mereka juga penulis, punya blog sendiri, dan mereka pasti punya tulisan-tulisan dengan kategori tertentu yang menarik gitu kayak mereka ada yang sering nulis tentang <i>make-up</i> gitu, kecantikan, <i>style</i>, gitu gitu.. Ada juga yang nulis tentang travel, ada yang nulis tentang <i>parenting</i>, nah kita buat komunitas-komunitas khusus, terus ketika tulisan mereka bagus, kita bisa sambungin mereka dengan, misalnya brand atau bisnis yang membutuhkan mereka, gitu.. Jadi sekarang malah arahnya lebih ke <i>influencer management</i> gitu.. Jadi kan membantu mereka juga buat akhirnya bisa di-<i>reach</i> sama orang-orang yang butuh mereka buat nulis, atau butuh mereka buat <i>promote</i> sosial media yang mereka, gitu.. Atau bikin komunitas, bikin <i>event offline</i> yang pengen di-<i>review</i> sama mereka gitu..</p> <p><i>Branded content</i> nggak, sekarang kita kerjain sendiri semuanya kalau <i>branded content</i>..</p> <p>Emh... eh sorry sorry. Moderator itu jadi kalau di Hipwee, sebelum artikel</p>	<p>Bentuk kolaborasi Hipwee dan kontributor Hipwee antara lain pembuatan konten tulisan dan video, pengembangan kanal dan konten Hipwee, pembelajaran menulis di kegiatan <i>online</i> dan <i>offline</i> serta penyebaran informasi kepada masyarakat terhadap Hipwee. Namun kolaborasi-kolaborasi ini masih memiliki kekurangan dalam pelaksanaannya. Pada pembuatan konten tulisan dan video, masih terdapat kekurangan seperti kurang adanya <i>feedback</i> dalam proses moderasi dari tim Hipwee atas konten tulisan yang sudah dikirimkan oleh kontributor Hipwee. Lalu pada pengembangan kanal dan konten Hipwee terdapat kekurangan seperti rendahnya partisipasi dari kontributor dalam membantu untuk mengembangkan kanal dan konten Hipwee. Kontributor berpartisipasi pasif dalam mengisi survey atau kuisisioner dari tim Hipwee. Selanjutnya pada pembelajaran menulis di kegiatan <i>online</i> dan <i>offline</i>, terdapat kekurangan seperti belum adanya fasilitas yang memadai atau menunjang pembelajaran dari tim Hipwee. Padahal fasilitas-fasilitas seperti informasi pengecekan plagiarisme, workshop <i>offline</i>, dll merupakan hal yang dibutuhkan kontributor dan dapat menunjang pembelajaran</p>

<p>dari kontributor itu terbit, itu yang <i>handle</i> moderator dulu. Jadi moderator ini kayak filter pertama nih yang nge-<i>treatment</i> artikel dari temen-temen kontributor. Jadi tugasnya moderator itu kayak untuk ngecek plagiasi, ada typo atau engga, terus ada unsur promosi atau menyinggung SARA atau engga. Kayak gitu sih mbak. Udah ngecek layak terbit atau belum, istilahnya.</p> <p>Enggak sih. Jadi mereka bisa nanya langsung. Bisa lewat email atau DM instagram itu. Jadi itu sih. Jadi kedekatannya sih menurutku, yang mungkin gak dipunyai sama media-media lain yang punya <i>community</i>. Terus juga partisipasinya sih. Jadi kita gak cuman... mengajak mereka untuk menulis digital, tapi... ya itu tadi, kalau misal ada event <i>offline</i> kita ajakin. Terus... bahkan dulu juga sempet kita ngajaki satu kontributor untuk jadi narasumber di kelas menulis <i>online</i> kita gitu, selain buat latihan... jadi tempat mereka untuk lebih percaya diri juga gitu untuk <i>sharing-sharing</i> soal kepenulisan, gitu.</p> <p>Tapi juga kita, kita kan pernah ngadain semacam kompetisi menulis bareng satu <i>brand</i> kosmetik ya mbak. Itu gak apa-apa sih maksudnya mereka <i>submit</i> satu <i>brand</i> itu, soalnya kan ketentuannya emang harus itu ya.</p> <p>Oh iya. Konten-konten video juga sih mbak. Jadi beberapa kali kita juga berpartisipasi dalam konten videonya Hipwee, kayak kemarin tuh yang Hipwee bikin video soal peluk jauh teman-teman di luar sana yang terdampak covid, itu ada beberapa anak kontributor yang ikutan ngisi juga.</p> <p>Dulu kita sempet coba itu di beberapa bulan. Tapi... kita gak trail di beberapa kanal itu selama beberapa minggu. Kenapa kita coba itu?</p>	<p>menulis. Terakhir pada penyebaran informasi kepada masyarakat terhadap Hipwee terdapat kekurangan seperti kurangnya kesadaran dan perhatian untuk menjaga nama baik <i>brand</i> Hipwee dari kontributor. Beberapa kontributor belum benar-benar merasa bagian dari Hipwee sehingga tidak merasa bertanggung jawab menjaga nama baik <i>brand</i> Hipwee. Padahal seharusnya hal ini juga menjadi perhatian bagi Hipwee dan kontributor Hipwee. Kolaborasi antara Hipwee dan Hipwee <i>Community</i> telah berjalan selama 5 tahun. Namun kolaborasi ini harus terus dikembangkan oleh Hipwee dan Hipwee <i>Community</i> sehingga memiliki hubungan jangka pendek dan jangka panjang yang positif bagi kedua belah pihak.</p>
--	---

Karena emang pada masa itu media-media udah mulai gitu juga. Kita ngecek media-media yang lain kok pada banyak yang mulai paginasi, pada banyak mulai ini. Kalau paginasi kan emang itu... sangat signifikan buat ningkatin *traffic*, karena emang orang kalau itu mau baca, mereka harus klik terus kan, *next next* terus. Nah, kita coba meng-trail itu selama 1 atau selama 2 minggu di beberapa kanal, emh... itu keliatan banget kalau *feedback* nya negatif. Dari *audience*. Ya artikel ini page kedua dan ketiganya dibaca, tapi... gak sebanding dengan kedudukan *audience*. Hipwee kan punya Hipwee *community*, di Hipwee *community*, kita bener-bener sebisa mungkin mendengarkan.. aspirasi mereka. Mereka pengennya Hipwee kok bahas ini, Hipwee kenapa gak bahas ini, eh kenapa kok... waktu itu kenapa kok banyak yang nanya, kenapa kok kita bikin paginasi. Nah, dari situ kita bisa ngeliat kalau... ‘oh banyak pembaca yang gak suka’ ‘banyak member kita yang gak suka kalau kita pake kolom paginasi’, ya udah kita hilangkan...ya udah kita balik lagi deh, kita gak usah paginasi lagi. Bahkan sampai sekarang kita gak pake paginasi. Ya sejak itu sih...sejak emang ada masukan dari *audience*, dari temen-temen

Ya. Maksudnya kan, gak tidak gak dekat lagi dengan isu-isu anak muda sekarang. Hidup dunianya sudah berbeda. Kayak aku dari masuk Hipwee, dari jaman baru lulus kuliah, masih belum punya banyak pengalaman, sampe sekarang udah nikah dan punya anak, itu kan bener-bener dunia yang sangat berbeda ya. Dari sudut pandang, sudut pandangnya juga berbeda gitu kan. Ini yang menurutku di Hipwee ini yang perlu beneran diperhatikan. Bisa jadi yang dilakukan adalah regenerasi konten, regenerasi pola pikir, karena emang kita terus harus ngikutin apa yang ada di eranya anak muda jaman sekarang kan. Bahkan kalau sekarang eranya tiktok nih, banyak anak muda yang fokus di sosial medianya tiktok. Tapi di Hipwee sendiri, gak banyak temen-temen yang ngerti, gak usah ngerti

deh, bahkan pake tiktok. Itu kan menurutku salah satu kekurangan yang perlu kita benahi. Jadi ya *resource* Hipwee ini memang beneran butuh dimudahkan lagi. Caranya gimana ya, bisa jadi peremajaan konten, bisa jadi peremajaan asupan bacaan, asupan trend yang sesuai dengan anak muda. Makanya kita beberapa kali tiap bulan bahkan, tiap periode kita bikin *meet up* di Hipwee *community*. Kita juga ada program magang dimana kita bisa lebih dekat lagi nih anak magang kita. Kan anak yang emang masih hidup di bangku kuliah, karena mereka masih kuliah, berarti perspektif mereka masih perspektif anak muda. Itu yang beneran kita coba untuk gali ‘eh kalau misalkan aku bikin konten gini dianak muda gimana?’ ‘kamu sebagai anak muda setuju gak kalau misalkan kita bikin kontennya seperti ini’. Itu kita di Hipwee emang beneran sangat ada hubungan baik antara kita di tim editorial dengan mahasiswa-mahasiswa lain. Itu salah satu yang sekarang, yang bahkan sering banget kita coba, supaya kita bisa berpikiran sesuai dengan anak muda jaman sekarang.

Nah, proporsi tepatnya aku kurang tau juga sih, soalnya aku gak ikut membagi ya waktu itu, antara temen-temen *in-house* sama temen-temen *community*, tapi salah satu yang bisa kita, yang bisa aku bilang adalah kenapa kita tetep memperbanyak artikel *in-house*? ya karena untuk menjaga pembaca kita, maksudnya pembaca kita terbiasa dengan artikel-artikel *in-house* dengan kualitas seperti itu kita gak pengen audiens *ter-distract* dengan konten yang sebenarnya bagus. Tapi kan setahuku sejauh ini ya temen-temen *community* itu memilih tema untuk ditulis itu masih banyak yang temanya adalah seputar hubungan, seputar motivasi, yaa seputar 2 tema besar itu lah.. Ya alasannya ya karena temen-temen *community* kita adalah temen-temen yang usianya muda, jadi ya emang itu yang dekat dengan mereka, ya itu yang mereka tulis... Jadi ya karena kontennya banyak yang seperti itu, jadi kita putuskan kita tetep butuh konten *in-house* yang banyak...

	<p>Hmm kalau pada saat itu, pada saat kelas menulisnya aku bilang ini nggak, karena pada saat kelas menulis itu kita gak ada intensi untuk, "ya udah kita belajar untuk ngembangin konten lagi dari segi ini", itu kita gak ada intensi sama sekali untuk itu... Cuman kalau segi ngobrol dengan temen-temen <i>community</i> kita belajar sesuatu, itu ya.. Dari segi pengembangan konten kita lakukan itu kan kita sekarang ada, kita kan punya temen-temen <i>community manager</i>, kita punya temen-temen <i>community executive</i>, mereka yang lebih dekat sama temen-temen <i>community</i> daripada editorial gitu.. Nah yang kita lakukan untuk mengembangkan kanal, mengembangkan konten adalah kita mendengar dari temen-temen <i>community executive</i> sama <i>community manager</i> tadi, jadi mereka yang akan entah itu mendata, entah itu nanyain 1-1, atau mungkin caranya waktu ada kelas menulis, ada ide bagus, mereka akan yang akan nyatet ehm, "eh kayaknya ini ide ini bagus buat dipakai, buat kita kembangin", nah mereka akan ngasih itu ke editorial... Jatuhnya di situnya sih, bukan di kelas menulisnya, karena kalau di kelas menulis itu murni kita ngasih informasi, kita ngasih ilmu ke mereka, bahkan jarang banget, bisa dibilang ini jarang banget kita yang belajar, mereka lebih sering nanya ke kita daripada kita nanya ke mereka di kelas menulis, kalau pas kelas menulisnya...</p> <p>Ohh, sejauh ini sih setauku masih terbatas jurnalistik, cuma temanya luas, biasanya dibagi per tema.. Aku pernah ngisi soal apa namanya, produk <i>wesmen</i> di artikel pernah ngisi personal <i>branding</i>, pernah ngisi secara apa namanya, trik kepenulisan yang emang <i>basic</i>, ada temen-temen editor <i>tips</i> Melly tuh ngisi gimana caranya nulis artikel <i>tips</i> yang baik mbak Raisa di editor <i>Young Mom</i> dan <i>Wedding</i> dia ngisi kelas yang emang hubungannya dengan <i>Young Mom</i> and <i>Wedding</i>, gak harus soal kepenulisannya tapi soal</p>	
--	---	--

ide *young mom* and *wedding*-nya, informasi ilmu soal itu, ya kita tetep kita ngisinya disitu sih, ngga yang selepas kelas itu terus.. Ada sih beberapa orang yang selepas kelas, karena kan kita selalu ngasih kontak ya, entah itu email atau nomor ke temen-temen *community*, jadi misalkan selesai kelas mereka pengen nanya-nanya, ya tetep kita akan bales pada saat itu... Jadi emang apa ya, aku ngerasanya temen-temen Hipwee *Community* tuh udah jadi bagian dari *Hipwee* sih. Hipwee sekarang gak mungkin ada tanpa *Hipwee Community*, jadi perjalanan sepanjang perjalanan *Hipwee* selama 2014 sampai sekarang tuh kalau misalkan Hipwee nggak punya *Hipwee Community*, ya gak bakal bisa seperti sekarang..

Kalau video udah pernah. Aku lupa kalau ini. Kalau video kita pernah bikin. Jadi, kita di Hipwee, di youtube Hipwee, channelnya Hipwee di tim video, itu kita pernah program namanya sepenggal kisah. Nah sepenggal kisah ini adalah video pendek yang ceritanya kita angkat dari ceritanya temen-temen kontributor, temen-temen *community*. Dulu tuh sesuatu yang naik banget, di tahun 2016 apa 2017 aku lupa, atau bahkan 2018 ya.. aku lupa tahunnya berapa. Itu cerita dari temen-temen *community* yang tinggal nikah, padahal udah tinggal H-3. Jadi, H-3 mau nikah, terus ternyata si cowoknya bilang 'sorry aku gak bisa nikah sama kamu, aku nikahnya sama orang ini' gitu. Iya.... cek aja itu di youtube channelnya Hipwee. Ya itu salah satu video di Hipwee yang paling banyak viewnya... ya karena temanya juga sangat-sangat waw sekali ya sangat *shocking*. Itu salah satu video di Hipwee yang views nya yang paling banyak. Dan itu salah satu kolaborasi kami sama temen-temen kontributor. Tajuknya, sepenggal kisah kalau gak salah. Itu semua video sepenggal kisah itu, cerita yang kita angkat dari artikel-artikelnya *community*.

Nggak ada sih, sejauh ini nggak ada. Paling cuman kalau misalnya kita

	<p>sebenarnya butuh masukan. Kalau misalnya ketika kita nulis, misalnya nih “kurang ini”, atau misalnya “kayaknya harus lebih baik, kayaknya lebih baik tulisannya kayak gini”, kayaknya harus ada <i>briefing</i> kayak gitu sih dari mereka. Jadi ketika kita udah beres nulis, mereka bisa <i>feedback</i> itu <i>by email</i>. Jadi nggak langsung tiba-tiba ke-<i>publish</i> gitu loh. Jadi kita itu tahu kurangnya kita tuh di mana, tulisannya ini harusnya lebih baik lagi kalau kayak gimana. Harusnya sih kayak gitu.</p> <p>Aku beberapa kali ya, jadi kalau tulisan di Hipwee... waktu itu aku pernah kayak juara favorit, atau juara 3 atau juara berapa. Hadiahnya juga beda beda, tergantung kompetisinya gitu. Kompetisinya tentang apa. Terakhir itu aku menang itu nulis tentang les apa sih.. Jadi itu kerja sama Hipwee sama Filipina. Pokoknya acara dari Filipina kan. Jadi dia ada bikin di JCC itu ada pameran pendidikan nah disitu ada Filipina juga. Nah disitu khusus ngebahas si acaranya Filipina gitu, si acara itu. Nah yang harus dimasukin waktu itu Maskapai Filipina, apa namanya ya. Sama lembaga kursus Bahasa Inggris di Filipina. 2 poin itu yang harus</p>	
--	--	--

Dokumentasi Wawancara



Wawancara dengan Arin –
Divisi *Community (Community Strategic)*



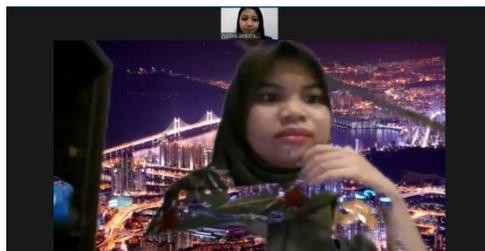
Wawancara dengan Rozi –
Divisi *Editorial – Editor*



Widi – Kontributor Hipwee



Leonita – Kontributor Hipwee



Ria – Kontributor Hipwee