

## ABSTRAK

Listikel merupakan salah satu bentuk sajian produk jurnalistik yang tengah menjadi tren di media *online*. Bentuk artikel ini unik dan singkat dengan menyajikan tulisan dalam poin-poin tertentu. Pengaplikasian sajian ini ditemukan di berbagai portal media di Indonesia, salah satunya Hipwee. Hipwee merupakan media *online* yang masih baru, namun memiliki perkembangan yang diklam tercepat dibandingkan media-media sebelumnya. Fenomena ini menjadi alasan peneliti untuk melihat bagaimana diferensiasi strategi yang digunakan media Hipwee dalam mengembangkan sajian konten listikel dibandingkan dengan kompetitornya. Penelitian ini berusaha untuk memetakan posisi sajian listikel Hipwee dalam persaingan. Juga menjelaskan diferensiasi dan strategi yang digunakan pada sajian listikel di media Hipwee. Adapun metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan perpaduan teknik analisis isi dan multidimensional scalling digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan posisi koordinat Hipwee terhadap seluruh atribut produk listikel yang diuji berada di dimensi IV dengan nilai dimensi positif dan negatif. Ini menjadikannya memiliki kecenderungan unggul pada aspek volume dan *main focus area*. Hipwee memang memiliki diferensiasi bila dibandingkan dengan media kompetitornya, namun tidak terlalu menonjol. Hipwee menduduki peringkat kedua unggul setelah IDN Times dan memiliki karakter yang mirip dengan Popbela.

*Kata Kunci : listikel; atribut produk; strategi diferensiasi*

## **ABSTRAK**

*Listikel is a form of journalistic product that is becoming a trend in online media. This article is unique and short by presenting the writing in certain points. The application of this dish is found on various media portals in Indonesia, one of which is Hipwee. Hipwee is an online media that is still new, but has the fastest development compared to the previous media. This phenomenon is the reason for researchers to see how the strategy differentiation used by Hipwee media in developing listicle content with compared to its competitors. This study seeks to determine the position of competition in the list of competition. It also explains the differentiation and strategies used in presenting listicles in the Hipwee media. The quantitative descriptive research method with a combination of content analysis techniques and multidimensional scaling is used in this study. The results showed Hipwee's position coordinates for all attributes of the tested listicle products was in dimension IV with positive and negative dimension values. It has a tendency to the aspect of volume and the main focus areas. Hipwee has differentiation with other media and not prominent. Hipwee is ranked second after IDN Times and has similar character to Popbela.*

*Keywords: listicle; product attributes; differentiation strategy*