



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM RAPPLER INDONESIA

2.1 Profil Rappler Indonesia

2.1.1 Profil Rappler

Rappler merupakan jaringan berita sosial asal Filipina yang berorientasi kepada kebaikan dan perubahan sosial. Rappler sendiri berasal dari kata “*rap*” yang berarti mendiskusikan, dan “*ripple*” yang berarti membuat gelombang (Ressa, 2015, para. 2).

Rappler tercipta dari pemikiran Maria Ressa, Beth Frondoso, dan Glenda Gloria di akhir tahun 2010 silam tentang bagaimana perubahan televisi di era partisipasi, di mana media tidak lagi memberitakan secara satu arah. Selain itu, hal-hal besar yang menjadi perhatian mereka adalah seperti partisipasi warga dalam jurnalisme, bagaimana hal tersebut bisa menguatkan demokrasi dan digunakan untuk tujuan yang baik dan lebih besar, dan tentunya, akan seperti apa jurnalisme berubah.

Ada tiga perusahaan yang mendukung terciptanya media ini, yakni Newsbreak, Hatchd, dan Dolphin Fire. Bersama tim Maria, tiga perusahaan tersebut membantu terealisikannya ide Rappler secara matang dari segi bisnis, *crowdsourcing*, dan jurnalistik.

Rappler mengklaim menjunjung tinggi nilai kunci mereka, yakni supremasi kebebasan editorial. Rappler dimulai dengan laman media sosial Facebook bernama MovePH. Kemudian, lahir situs Rappler.com pada 1 Januari 2012 dalam versi *beta*, yang kemudian diresmikan pada acara #MoveManila di Far East University pada 12 Januari 2012. Kelahiran situs itu pula menjadi tanda kelahiran Rappler. Sedangkan MovePH terus berlanjut, menjadi sebuah wadah bagi warga untuk

berdiskusi dan mencari solusi atas isu-isu nyata, seperti pendidikan, pemerintahan, perubahan iklim, gender, kesehatan, dan bencana alam.

“Studi mengatakan bahwa 80% keputusan orang diambil berdasarkan apa yang mereka rasakan. Ahli saraf pun mengatakan, melabeli perasaan membantu meningkatkan kemampuan kita untuk memiliki alasan,” (Ressa, 2015, para. 8). Maka dari itu, keistimewaan Rappler pun tercipta, yakni *moodmeter*, atau pengukur perasaan.

Moodmeter merupakan sebuah inovasi di mana pembaca bisa memilih reaksi atau perasaan apa yang dirasakan setelah membaca berita pada Rappler.com. Selain itu, pembaca juga bisa melihat bagaimana pembaca lain bereaksi terhadap berita tersebut. Reaksi atau perasaan yang ditawarkan untuk pembaca adalah senang, terinspirasi, sedih, takut, marah, terhibur, terganggu, dan tidak peduli.

Pada bagian bawah beranda situs, Rappler juga menampilkan navigasi perasaan pembaca pada 10 artikel yang paling banyak direspon. Pada navigasi yang sama, Rappler menyimpulkan perasaan apa yang umumnya dirasakan pembaca pada pemberitaan mereka di hari tersebut. Inovasi ini menghasilkan medali perunggu kategori Brand Experience pada Boomerang Awards 2012.

Dan untuk merealisasikan tujuan Rappler terhadap kebaikan dan perubahan sosial, Rappler bekerja sama dengan Kantor PBB Untuk Program Pembangunan PBB (UNDP – United Nations Development Programme) dalam Social Good Summit, sebuah seminar dan diskusi tahunan mengenai kehidupan sosial global, di Indonesia dan Filipina untuk pelaksanaan di tahun 2015 dan 2016 (Lubis, 2016, para. 18, para. 23).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.1.2 Profil Rappler Indonesia

Gambar 2.1 Logo Rappler Indonesia



(Sumber: Rappler Indonesia/*watermark wRap*)

Rappler melakukan ekspansi ke Indonesia pada akhir tahun 2014, dan mulai beroperasi secara penuh di bawah kepemimpinan Natashya Gutierrez sebagai kepala biro Rappler Indonesia pada tahun 2015. Natashya sendiri merupakan salah satu dari 12 orang pertama dari Rappler, dan ia dipercaya memimpin birokrasi Rappler cabang Indonesia untuk membawa budaya kerja dan pelajaran dari Filipina ke Indonesia, dan juga menyesuaikannya. Sedangkan Uni Lubis, mantan pimpinan redaksi Viva.com dan stasiun televisi ANTV, ditunjuk sebagai redaktur pelaksana Rappler Indonesia (Rappler.com, 2015).

Alasan ekspansi Rappler ke Indonesia adalah karena adanya kemiripan antara Filipina dan Indonesia dari segi masyarakat (*audience*), serta melihat kesempatan dan peran Indonesia di kawasan Asia Tenggara. Maria Ressa dalam wawancara dengan Julie Posetti (2015, para. 16-17), menyatakan bahwa pada tahun 2014, Rappler melakukan ekspansi dengan mendirikan biro di Jakarta, Indonesia yang menjadi pasar kedua bagi Rappler. Ressa mengatakan kemiripan tersebut adalah berdasarkan populasi muda dari kedua negara. Filipina memiliki 100 juta penduduk dengan usia rata-rata 23 tahun, dan Indonesia memiliki 250 juta penduduk dengan usia rata-rata 23 dan 24 tahun.

Selain itu, Jakarta merupakan salah satu kota teratas pengakses Twitter, sehingga Ressa menilai, hal ini bisa dimanfaatkan untuk mengembangkan Rappler. Pasalnya, bagi Ressa, banyak yang bisa dilakukan dengan dan dari media sosial.

Kehadiran Rappler di Indonesia tidak hanya memperluas *audience*, namun juga untuk memberikan pengaruh yang lebih luas di kawasan Asia Tenggara. Ressa mengungkapkan, jika Indonesia bersin, maka se-Asia Tenggara akan tertular flu. Ia menganggap Indonesia merupakan salah satu negara influential di Asia Tenggara (Tegos, 2015, para.9).

Dengan pertimbangan tersebut, maka berdirilah Rappler Indonesia. Kini, Rappler Indonesia dimotori oleh 14 orang pekerja editorial serta satu pekerja bagian finansial.

Rappler Indonesia sendiri memiliki konten yang tidak jauh berbeda dari Rappler Filipina, namun beberapa disesuaikan dengan situasi dan kondisi di Indonesia. Konten di Rappler Indonesia juga menggunakan Bahasa Indonesia, dengan satu rubrik khusus berbahasa Inggris berjudul '*EnglishEdition*'. Rappler mengutamakan konten yang mengarah kepada kebaikan sosial, kualitas di atas kuantitas, serta video di tiap peristiwa atau kejadian.

Kantor Rappler Indonesia beralamat di Rasuna Office Park, Blok QO – 02 Lantai UG, Kompleks Apartemen Taman Rasuna, Jl. H. Rasuna Said, Kuningan, Jakarta Selatan. Selain laman berita yang bisa diakses di Rappler.com/Indonesia, Rappler Indonesia bisa diakses di media sosial Twitter, Facebook, dan Instagram dengan nama @RapplerID. Untuk surel, dapat dikirim ke redaksi@rappler.com

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.1.3 Visi dan Misi Rappler Indonesia

Sejalan dengan visi dan misi Rappler Filipina, Rappler Indonesia juga memiliki visi dan misi sebagai berikut;

Visi

Jaringan berita sosial dengan jurnalisme tanpa kompromi yang diharapkan dapat menginspirasi percakapan yang bermutu dan memicu keinginan untuk perubahan.

Misi

Menghasilkan berita dan cerita yang menginspirasi keikutsertaan komunitas, dan secara digital mendorong aksi perubahan sosial secara nyata.

2.1.4 Rubrik dalam Rappler Indonesia

Tabel 2.1 Rubrik dalam Rappler Indonesia

Nama Rubrik	Keterangan
<i>Top Story</i>	Ditampilkan pada bagian atas laman, dan merupakan artikel yang paling banyak diakses pembaca.
Berita	Merupakan analisis kejadian dan berita terkini. Terdiri dari lima sub-rubrik, yakni Nasional, Dunia, Hiburan, Bisnis, dan Sains dan Tekno.
Olahraga	Berita olahraga seputar Indonesia dan dunia.
Data dan Fakta	Berisi infografis, lini masa (<i>timeline</i>), data dan pemaparan fakta mengenai peristiwa tertentu.
Video	Berisi video mengenai peristiwa, liputan, dan hal tertentu.
Opini	Kolom penulisan berisi pendapat pakar, pengamat, pelaku, dan pembawa ide perubahan mengenai fenomena tertentu.
Gaya Hidup	Mengenai gaya hidup, kuliner, tren, <i>event</i> , dan inspirasi terkini.
Liputan Khusus	Berisi artikel liputan secara mendalam.

<i>The wRap</i>	Berita pilihan Rappler tiap harinya yang dirangkum menjadi artikel per hari.
Ayo Indonesia	Ruang jurnalisme warga dari Rappler Indonesia. Ayo Indonesia merupakan MovePH versi Indonesia.
<i>English Edition</i>	Berisi artikel versi Bahasa Inggris mengenai peristiwa di Indonesia dan dunia.
Buletin	Berisi jadwal acara, kesempatan beasiswa, dan lainnya, yang publik kirimkan kepada Rappler Indonesia untuk dipublikasikan.

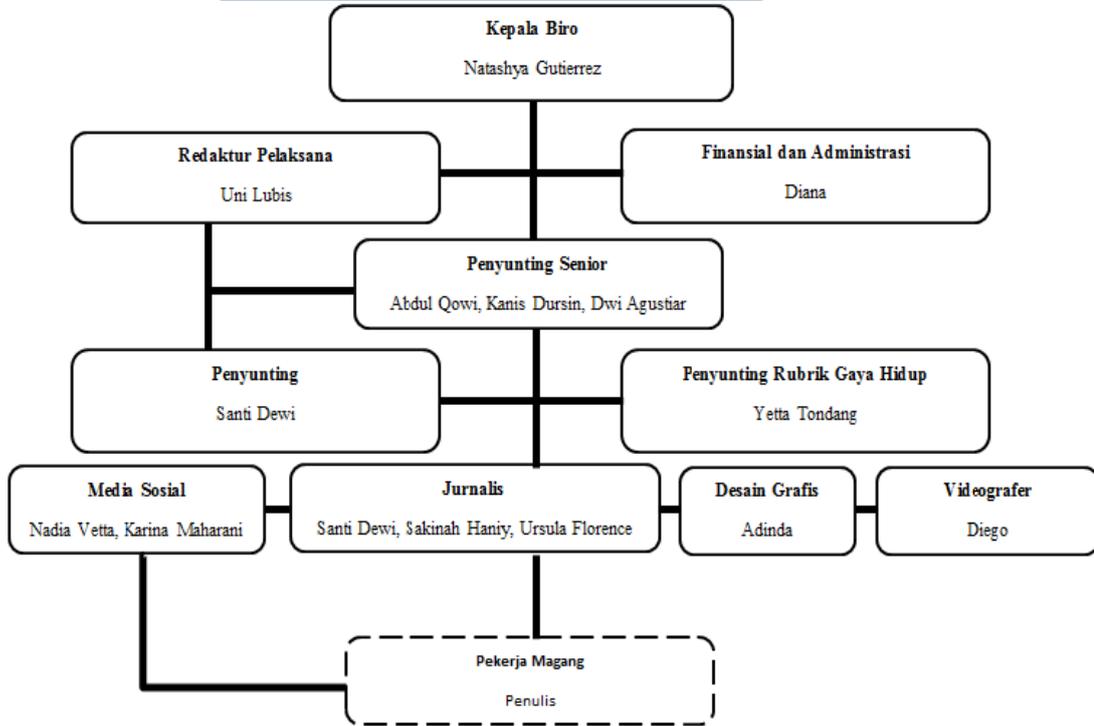
(Sumber: Rappler.com/Indonesia)

Rappler Indonesia juga kerap membuat laman khusus jika ada acara publik yang besar. Pada kompetisi Olimpiade Rio de Janeiro 2016, Rappler Indonesia membuat laman khusus berita seputar Olimpiade Rio 2016 yang bisa diakses di Rappler.com/Indonesia/Olimpiade-Rio-2016. Dan untuk pelaksanaan Pilkada 2017, Rappler Indonesia juga menyediakan laman khusus Pilkada 2017 yang bisa diakses di Rappler.com/Indonesia/Pilkada/2017.

UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

2.1.5 Struktur Organisasi Rappler Indonesia

Gambar 2.2 Struktur Organisasi Rappler Indonesia



(Sumber: Rappler Indonesia)

Kepala Biro : Natashya Gutierrez

Redaktur Pelaksana : Uni Lubis

Finansial dan Administrasi : Diana

Penyunting Senior : Abdul Qowi, Kanis Dursin, Dwi Agustiar

Penyunting : Santi Dewi

Penyunting Rubrik Gaya Hidup : Yetta Tondang

Jurnalis : Santi Dewi, Sakinah Haniy, Ursula Florence

Media Sosial : Nadia Vetta, Karina Maharani

Desain Grafis : Adinda

Videografer : Diego

Tabel 2.2 Uraian Tugas Tiap Posisi dalam Rappler Indonesia

Posisi	Tugas
Kepala Biro	Membuat keputusan editorial dan Rappler cabang Indonesia segi perusahaan, memimpin rapat editorial, dan membuat kebijakan editorial.
Redaktur Pelaksana	Mengelola Rappler Indonesia dari segi editorial.
Finansial dan Administrasi	Mengelola finansial dan administrasi perusahaan.
Penyunting Senior	Menyunting, menentukan kelayakan, dan memberikan tugas untuk jurnalis untuk meliput atau memproduksi berita.
Penyunting	Menyunting dan menentukan kelayakan berita yang akan dipublikasikan.
Penyunting Rubrik Gaya Hidup	Menyunting dan menentukan kelayakan berita khusus rubrik Gaya Hidup
Jurnalis	Meliput, memproduksi, dan melaporkan berita.
Media Sosial	Mengelola akun media sosial Rappler Indonesia.
Desain Grafis	Membuat desain dan infografis untuk artikel terkait.
Videografer	Memproduksi video jurnalistik dan meliput bersama jurnalis ke lapangan.

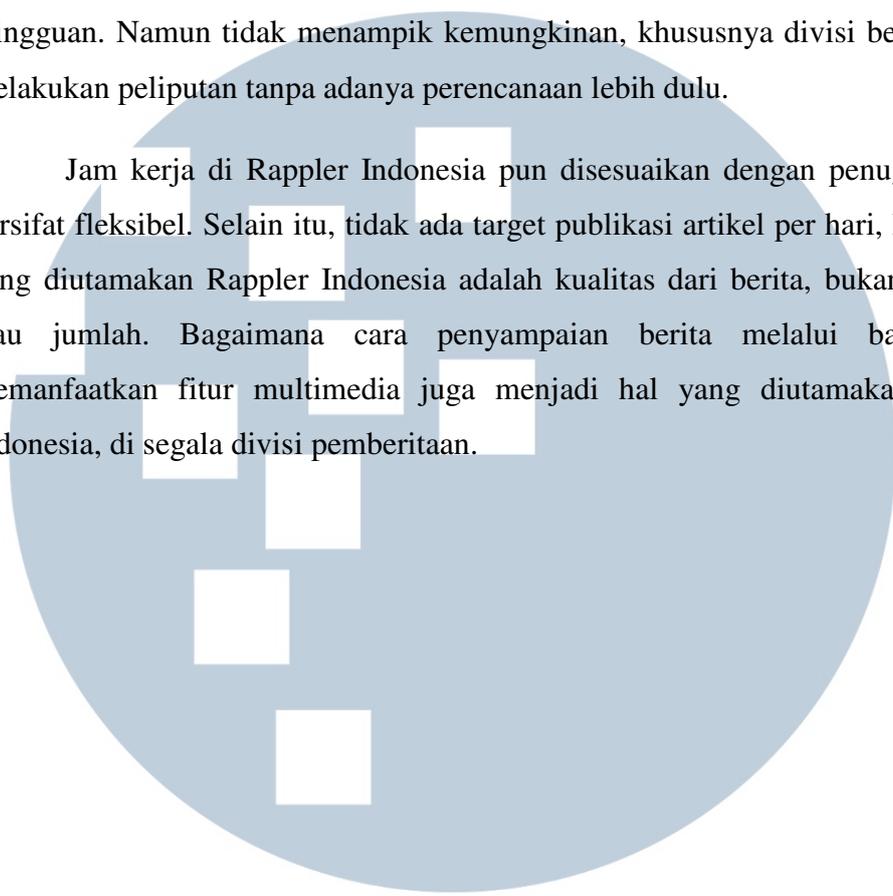
(Sumber: Rappler Indonesia)

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Penulis melakukan kerja magang dalam divisi olahraga dan berita atau *news* di Rappler Indonesia. Ruang lingkup divisi olahraga adalah melakukan perencanaan peliputan, meliput, dan menghasilkan karya jurnalistik multimedia dalam hal olahraga. Menonton langsung kompetisi atau pertandingan juga menjadi bagian dalam pekerjaan di divisi ini. Sedangkan ruang lingkup divisi berita atau *news* adalah perencanaan peliputan, meliput, dan menghasilkan karya jurnalistik multimedia dalam hal berita nasional.

Perencanaan peliputan untuk kedua divisi dilakukan pada rapat editorial mingguan. Namun tidak menampik kemungkinan, khususnya divisi berita, untuk melakukan peliputan tanpa adanya perencanaan lebih dulu.

Jam kerja di Rappler Indonesia pun disesuaikan dengan penugasan, dan bersifat fleksibel. Selain itu, tidak ada target publikasi artikel per hari, karena apa yang diutamakan Rappler Indonesia adalah kualitas dari berita, bukan kuantitas atau jumlah. Bagaimana cara penyampaian berita melalui bahasa dan memanfaatkan fitur multimedia juga menjadi hal yang diutamakan Rappler Indonesia, di segala divisi pemberitaan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA