



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

Dilansir dari Rappler.com, skripsi Candy (2006), dan informasi yang penulis dapatkan dari tim Rappler Indonesia selama penulis melakukan kerja magang, Rappler Indonesia merupakan jaringan berita sosial yang berasal dari Filipina dengan nama Rappler.

Pembuatan Rappler berawal pada akhir 2010 dengan imajinasi Maria Ressa serta Beth Frondoso tentang bagaimana televisi akan berubah dalam era partisipasi. Kata Rappler sendiri berasal dari kombinasi “rap” yang berarti untuk berdikusi dan “ripple” yang artinya membuat gelombang.

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

Rappler, yang bercita-cita menjadi respons generasi masa kini terhadap masalah-masalah masyarakat, pada dasarnya adalah jaringan berita sosial dengan berita-berita yang menginspirasi keterlibatan komunitas dan aksi digital demi mewujudkan perubahan sosial. Media daring ini adalah perwujudan kolaborasi tanpa batas yang dimungkinkan teknologi baru dan dihubungkan media sosial.

Rappler, yang berawal sebagai laman Facebook bernama MovePH, merilis situs Rappler.com pada 1 Januari 2012. MovePH sendiri terus beroperasi sebagai divisi yang melibatkan warga untuk mencari solusi nyata atas isu-isu *developmental* melalui penggunaan media.

Media yang banyak memanfaatkan media sosial dan multimedia dalam menyajikan produk jurnalistiknya ini juga meyakini emosi memiliki kekuatan. Untuk itu, Rappler memiliki *moodmeter* di setiap artikelnya.

Moodmeter merupakan sebuah inovasi yang membuat 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 ditanggapi. 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.

2.1.2 Profil Rappler Indonesia

Rappler memutuskan melakukan ekspansi ke Indonesia karena kemiripan Filipina dan Indonesia dalam hal institusi pemerintahan yang lemah, penetrasi Internet yang cukup baik, dan masyarakat yang ingin membuat perubahan sehingga Rappler Filipina berpandangan Rappler juga bisa berkembang di Indonesia (Candy, 2016)

Rappler melakukan ekspansi ke Indonesia pada pertengahan 2014 dengan kepala biro Jet Damazo-Santos. Pada 2015, kepala biro digantikan dengan Natashya Gutierrez dan Rappler Indonesia beroperasi secara penuh di bawah kepemimpinannya. 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.

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 Go-Work Co-Working Space UOB Plaza, Lt. 9. Jl. M.H. Thamrin No.10, Jakarta Pusat. 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

Gambar 2.1 Logo Rappler Indonesia



(Sumber: Rappler.id)

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 banyak diakses oleh 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.

Buletin	Berisi jadwal acara, kesempatan beasiswa, dan lainnya, yang publik kirimkan kepada Rappler Indonesia untuk dipublikasikan.
<i>English Edition</i>	Berisi artikel versi Bahasa Inggris mengenai peristiwa di Indonesia dan dunia.
Ayo Indonesia	Berisi artikel yang mengangkat isu kemanusiaan untuk menginspirasi masyarakat Indonesia secara luas.

(Sumber: Rappler Indonesia)

Rubrik Ayo Indonesia dikelola Abdul Qowi Bastian sebagai editor yang juga sekaligus pembimbing lapangan dari penulis. Rubrik tersebut memuat berbagai artikel yang menceritakan kehidupan, mimpi, kesulitan, kebahagiaan, dan cerita lainnya dari masyarakat Indonesia. Tujuan dari rubrik tersebut adalah untuk menginspirasi masyarakat Indonesia secara luas.

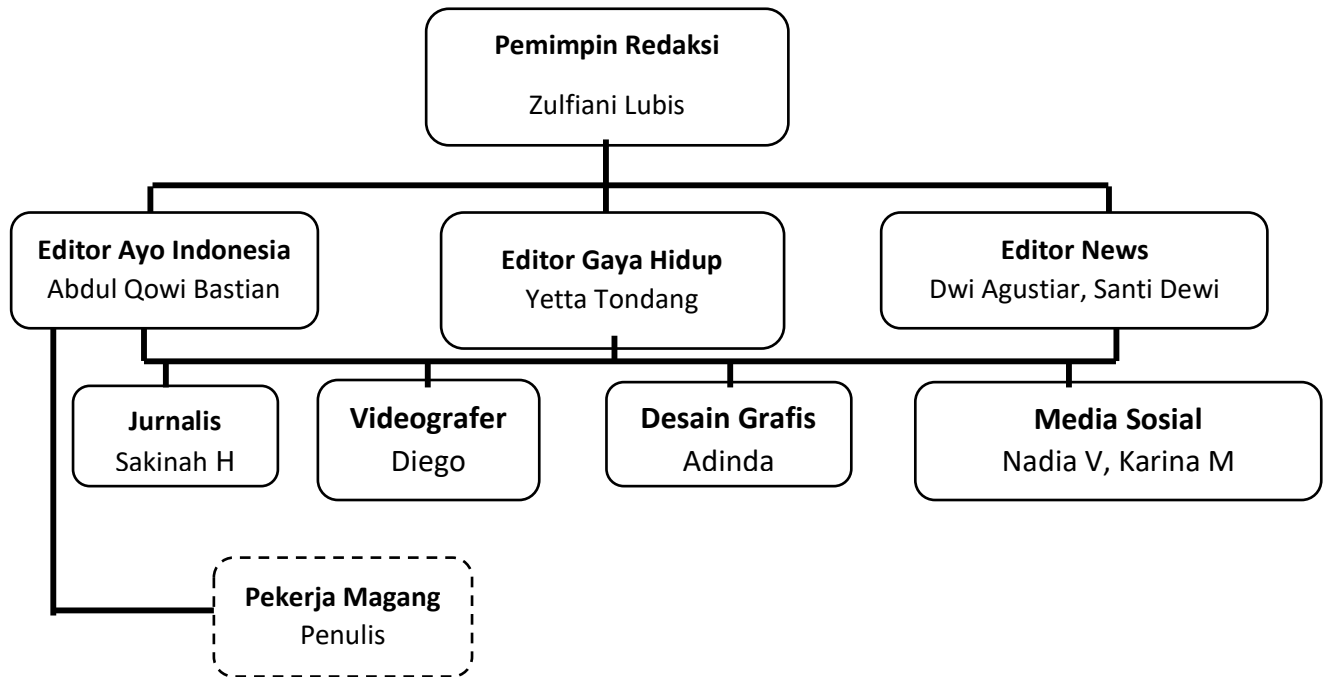
Artikel untuk rubrik Ayo Indonesia didapatkan dari reporter yang bertugas meliput untuk daerah Jabodetabek, dan dari kontributor Rappler Indonesia untuk meliput di luar daerah Jabodetabek, seperti Bandung dan Yogyakarta.

Penulis melakukan kerja magang dalam rubrik Ayo Indonesia dan Gaya Hidup di Rappler Indonesia. Dalam rubrik Ayo Indonesia, penulis melakukan perencanaan peliputan, meliput, dan menghasilkan karya jurnalistik yang diharapkan dapat menginspirasi. Untuk divisi Gaya Hidup, penulis hanya sebagai reporter bantuan jika diminta oleh editor Gaya Hidup yaitu Yetta Tondang untuk mengerjakan artikel ataupun melakukan peliputan.

Perencanaan peliputan kedua divisi dilakukan pada rapat redaksi yang dilaksanakan setiap hari senin. Namun, tidak menutup kemungkinan untuk menginformasikan peliputan di luar hari Senin. Hal tersebut dikarenakan undangan liputan yang bisa datang kapan saja.

2.1.5 Struktur Organisasi Rappler Indonesia

Gambar 2.2 Struktur Organisasi (Redaksi) Rappler Indonesia



(Catatan: Struktur diatas berlaku saat penulis melakukan kerja magang)

Pemimpin Redaksi	: Zulfiani Lubis
Editor Berita	: Dwi Agustiar, Santi Dewi
Editor Gaya Hidup	: Yetta Tondang
Editor Ayo Indonesia	: Abdul Qowi Bastian
Jurnalis	: Sakinah H
Media Sosial	: Nadia V, Karina M
Desain Grafis	: Adinda
Videografer	: Diego

Tabel 2.2 Uraian Tugas Tiap Posisi dalam Rappler Indonesia

Posisi	Tugas
Kepala Biro	Sebagai kepala Rappler cabang Indonesia dari segi perusahaan dan membuat kebijakan editorial.
Pemimpin Redaksi	Memimpin redaksi dan mengelola Rappler Indonesia dari segi editorial.
Editor	Menyunting dan menentukan kelayakan berita yang akan dipublikasikan.
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.

2.2 Ruang Lingkup Divisi Ayo Indonesia

Penulis melakukan kerja magang di divisi Ayo Indonesia. Ruang lingkup divisi Ayo Indonesia adalah melakukan perencanaan peliputan, meliput, dan menghasilkan karya jurnalistik berupa *human interest feature*. Perencanaan peliputan dibuat saat rapat redaksi mingguan yang dilaksanakan setiap hari Senin di kantor Rappler Indonesia.

Hari dan jam kerja di Rappler Indonesia disesuaikan dengan jadwal peliputan yang sudah dibuat saat rapat dan bersifat fleksibel. Selain itu, tidak ada target untuk mempublikasi artikel per hari, karena Rappler Indonesia mengutamakan kualitas dibandingkan kuantitas.