

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Berawal dari permasalahan yang dilihat oleh Singgih Susilo Kartono ia merasa kurangnya penggunaan bambu di Indonesia. Hal tersebut ia sadari saat Craig Calfee dari Amerika, membuat sepeda alami yang terbuat dari bambu di luar negeri. Ini memotivasi Singgih, untuk mengolah bambu menjadi sepeda di desanya yang berada di kabupaten Temanggung, Jawa Tengah. Dari situ perlahan ia mulai mengembangkan dan memperkenalkan penggunaan bambu yang selama ini hanya dipandang sebelah mata di Indonesia melalui komunitas Spedagi khususnya Spedagi Movement.

Spedagi Movement lahir dari kekhawatiran Singgih terhadap desa yang perlahan mulai kehilangan pemikir kreatifnya dan penggunaan sumber daya lokal alami seperti bambu yang kurang maksimal. Spedagi juga membuat sebuah tempat bernama Spedagi Lab yang dibangun atas dukungan Pertamina. Spedagi Lab kini sering dijadikan sebagai tempat untuk melakukan kegiatan *workshop*. Keberadaan komunitas ini juga pada akhirnya mendorong minat masyarakat setempat untuk mulai lebih memanfaatkan dan melestarikan bambu di kehidupan sehari-hari.

Dibantu oleh kaum muda di dusun Ngadiprono dan Tim Spedagi Movement, akhirnya terbentuklah revitalisasi desa dalam bentuk proyek pasar alami dengan tujuan utama adalah pembangunan desa berbasis potensi lokal yang mendorong ekonomi masyarakat sekitar desa Ngadiprono kecamatan Kedu dengan membuka lahan pekerjaan baru serta penggunaan bahan alami dalam bentuk pemberdayaan masyarakat bernama “Pasar Papringan”.

Bambu masih dianggap sepele oleh sebagian besar masyarakat Indonesia padahal merupakan tanaman serbaguna yang mudah ditemukan, murah, dan merupakan material ramah lingkungan. Menurut Nurcahyani

(2023), bambu merupakan tanaman serbaguna dengan banyak manfaat, karena hampir seluruh bagian bambu dapat digunakan baik dari akar, batang maupun daunnya. Di Ngadiprono bersama Spedagi Movement, bambu berhasil dimanfaatkan sebagai tanaman serbaguna secara maksimal dengan baik dan benar hingga mendatangkan kebaikan untuk warga lokal dan sekitarnya.

Berdasarkan data BPS Kabupaten Temanggung (2024), sektor pertanian merupakan mata pencaharian utama di dusun Ngadiprono, Kecamatan Kedu tempat Pasar Papringan, dengan 14.850 orang memilih bekerja pada bidang pertanian pada tahun 2017, tahun sebelum adanya Pasar Papringan. Data terakhir yang diperoleh tahun 2023 pada kecamatan Kedu menunjukkan adanya penurunan di sektor pertanian, dengan jumlah 6.216 orang bekerja pada bidang pertanian.



## Penduduk Usia 10 Tahun Keatas Menurut Mata Pencaharian PerKecamatan Di Kabupaten Temanggung 2017

*Occupation Of People Aged 10 Years And Over By Sector*

Tabel / table 3.9.1.  
Penduduk Usia 10 Tahun Keatas yang Bekerja  
Menurut Mata Pencaharian per Kecamatan  
di Kabupaten Temanggung , 2017  
*Occupation of People Aged 10 Years and Over by Sector, 2017*

Kecamatan District	Mata Pencaharian Livelihood				
	Pertanian Agriculture	Industri Industry	Bangunan Building	Perdagangan Trade	
1	2	3	4	5	
1. Parakan	8408	1757	1 813	7 366	
2. Kledung	11561	361	260	1 350	
3. Bansari	11663	204	321	931	
4. Bulu	20518	490	1 394	2 702	
5. Temanggung	7233	3625	2 388	10 460	
6. Tlogomulyo	10995	264	514	990	
7. Tembarak	11847	532	629	1 668	
8. Selopampang	8274	286	299	1 228	
9. Kranggan	12211	4176	1 558	4 055	
10. Pringsurat	11803	5848	1 146	4 816	
11. Kaloran	15333	2217	816	2 646	
12. Kandangan	13031	2736	1 736	3 865	
13. Kedu	14850	3842	2 973	4 407	
14. Ngadirejo	18992	748	995	5 533	
15. Jumo	10433	588	676	1 966	
16. Gemawang	12629	981	772	1 961	
17. Candiroto	12979	376	483	1 940	
18. Bejen	8100	109	242	957	
19. Tretep	11249	30	105	345	
20. Wonobojo	13086	142	450	999	
Jumlah	2017	245 195	29 312	19 570	60 185
	2016	241 525	28 874	19 276	59 285
	2015	238 857	28 506	19 038	58 580
	2014	236 198	28 141	18 799	57 880
	2013 *)	233 553	27 778	18 564	57 183

Sumber Data : Badan Pusat Statistik Kabupaten Temanggung (Hasil Proyeksi Penduduk BPS RI )

Source :BPS - Statistics of Temanggung Regency

Keterangan : \*) Revisi data tahun lalu

60 | Statistik Kabupaten Temanggung 2018

### Gambar 1.1 Data pekerjaan warga desa diatas 10 tahun tahun 2017

Sumber: Dinas kependudukan dan pencatatan sipil Kabupaten Temanggung (2025)

**Tabel/ Table : 3.9.1**  
**Jumlah Penduduk Berdasarkan Pekerjaan per Kecamatan**  
**di Kabupaten Temanggung, 2023**  
*Number of Populations based on Occupation sorted by District in Temanggung Regency, 2023*

Kecamatan / District	Pekerjaan / Occupation				
	Perdagangan/ Trade	Pendidikan/ Education	Hiburan/ Entertainment	Industri/ Industry	Jasa/ Services
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1. Parakan	2 634	307	5	4 102	3 230
2. Kledung	1 561	270	3	2 843	2 002
3. Bansari	7 852	1 198	40	12 146	9 963
4. Buku	2 734	395	24	7 909	8 038
5. Temanggung	2 128	318	5	6 471	3 192
6. Tlogomulyo	3 466	326	4	4 845	6 073
7. Tembarak	4 494	500	11	6 913	7 059
8. Selopampang	6 631	629	28	5 077	6 885
9. Kranggan	7 074	529	14	4 847	5 014
10. Pringsurat	2 184	308	17	2 620	2 195
11. Kaloran	498	127	2	489	620
12. Kandangan	3 823	274	3	2 544	1 468
13. Kedu	2 835	384	14	7 720	5 190
14. Ngadirejo	717	106	7	1 273	1 225
15. Jumo	1 319	137	7	2 127	617
16. Gemawang	879	164	2	3 702	1 027
17. Candiroto	1 428	116	3	1 885	759
18. Bejen	861	123	2	2 174	1 881
19. Tretjep	2 868	186	1	1 584	1 003
20. Wonoboyo	1 742	162	2	2 298	1 222
Jumlah / Total 2023	57 728	6 559	194	83 569	68 663

Sumber Data : Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Temanggung  
 Source : Department of Population and Civil Registration of Temanggung Regency

66 | Statistik Kabupaten Temanggung

**Tabel/Table 3.9.1**  
**Lanjutan/ Continued**

Kecamatan / District	Pekerjaan / Occupation				
	Kesehatan / Healthy	Pemerintahan/ Government	Pertanian/ Agriculture	Transportasi/ Transportation	Pelajar dan Mahasiswa / Student
(1)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)
1. Parakan	96	650	15 932	185	4 767
2. Kledung	36	398	7 821	195	4 929
3. Bansari	376	2 790	2 405	532	14 987
4. Buku	81	649	4 548	473	6 882
5. Temanggung	48	660	10 344	327	3 719
6. Tlogomulyo	60	631	9 322	459	3 691
7. Tembarak	113	961	8 926	495	4 669
8. Selopampang	165	653	4 781	505	9 014
9. Kranggan	99	664	13 433	410	10 270
10. Pringsurat	58	439	8 083	205	2 948
11. Kaloran	11	222	10 437	36	1 515
12. Kandangan	83	481	9 698	209	4 593
13. Kedu	66	986	6 216	394	5 450
14. Ngadirejo	16	271	8 136	94	1 305
15. Jumo	16	303	5 962	77	2 605
16. Gemawang	29	235	8 979	48	4 358
17. Candiroto	31	217	11 368	119	2 437
18. Bejen	35	257	4 742	113	2 122
19. Tretjep	19	304	10 378	136	2 571
20. Wonoboyo	27	446	12 481	156	2 164
Jumlah / Total 2023	1 465	12 217	173 992	5 168	94 996

Sumber Data : Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Temanggung  
 Source : Department of Population and Civil Registration of Temanggung Regency

**Gambar 1.2 Data pekerjaan warga desa diatas 10 tahun tahun 2023**

Sumber: Dinas kependudukan dan pencatatan sipil Kabupaten Temanggung (2025)

Walaupun mengalami penurunan, sektor pertanian tetap merupakan mata pencaharian utama warga Ngadiprono. Penurunan ini diakibatkan oleh generasi muda yang melihat pertanian sebagai pekerjaan yang tidak menarik dan pekerjaan dengan tenaga besar namun pendapatannya tidak sebanding dengan usaha yang dikeluarkan (Oktaviani & Rozci, 2024). Semenjak adanya komunitas Spedagi dan Pasar Papringan dibuka tahun 2017, sektor industri dan jasa mulai menunjukkan tingkat kenaikan karena adanya aktivitas ekonomi baru berbasis kerajinan serta olahan seperti pengolahan makanan, minuman menggunakan sumber daya dan bahan lokal.

Pasar Papringan juga mendorong pertumbuhan sektor industri dan jasa berbasis kerajinan. Hal ini membuat pekerjaan sektor industri mengalami kenaikan sebesar 100,94% dari tahun 2017 ke tahun 2023, lebih dari 2 kali lipat dalam waktu 2017-2023. Kenaikan ini menunjukkan adanya perubahan pola dalam ekonomi masyarakat dari awalnya pertanian kini mulai berpindah ke pengembangan industri rumahan dan jasa kreatif menggunakan bahan lokal salah satunya adalah pembuatan kerajinan dari bambu. Di Ngadiprono, pengrajin menggunakan bambu sebagai material untuk industri olahan kerajinan yang dikembangkan bersama Spedagi.

Aktivitas kerajinan bambu ini turut menyumbang pertumbuhan angka ekonomi di Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) karena masuk dalam sektor industri pengolahan kecil.



**Gambar 1.3 Data statistik 3 lapangan usaha penyumbang terbesar tahun 2023**

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Temanggung (2023)

Pertumbuhan PDRB sektor industri khususnya di Ngadiprono menunjukkan bahwa program revitalisasi desa melalui Pasar Papingan dengan memanfaatkan bahan lokal seperti bambu dapat mendorong nilai ekonomi masyarakat lokal. Di Ngadiprono sendiri, sektor industri dan jasa kebanyakan menggunakan bambu sebagai material utamanya. Bambu digunakan untuk membuat berbagai jenis kerajinan yang nantinya akan dijual dalam atau luar Pasar Papingan. Berkat Spedagi yang memberikan pelatihan untuk pengrajin lokal di Ngadiprono, keragaman variasi kerajinan yang ada di Ngadiprono pun meningkat. Seperti munculnya vas bunga dan keranjang dari bambu serta pemahaman mendalam untuk membuat mainan jaman dulu seperti *othok-othok*, kitiran bambu, gasing, dan lainnya.

Salah satu komitmen yang juga merupakan visi dari Spedagi adalah dapat mewujudkan keseimbangan desa dan kota termasuk dalam hal ekonomi, sosial dan lingkungan pada masyarakat di desa Temanggung terutama Ngadiprono adalah dengan membuat kegiatan yang dapat mendukung terwujudnya hal tersebut seperti adanya Pasar Papingan. Dalam proses kegiatan ini tentunya Spedagi membutuhkan komunikasi yang

baik dan efektif agar tujuan mereka tercapai bersama warga desa. Program revitalisasi desa, Pasar Papringan yang sudah berjalan hingga kini merupakan bukti keberhasilan dari komunikasi Spedagi dan warga di desa Temanggung khususnya Ngadiprono guna mewujudkan visi keseimbangan ekonomi dengan menciptakan proyek revitalisasi desa di daerah tersebut.

Tak hanya keberhasilan pendekatannya dengan masyarakat Ngadiprono dan membantu mereka mendorong ekonomi daerahnya, namun juga pada sisi publikasi Spedagi dan Pasar Papringan berhasil membangun citra baik yang membuat jumlah pengunjung yang datang ke Pasar Papringan tiap tahunnya semakin bertambah. Kenaikan jumlah pengunjung yang datang ke Pasar Papringan merupakan keberhasilan dari publikasi seperti dokumentasi foto atau video yang diunggah ke media sosial Pasar Papringan dan Spedagi. Penggunaan media sosial sebagai sarana untuk menaikkan jumlah pengunjung di Pasar Papringan sejalan dengan teori pengaruh media massa.

Menurut Nur (2021) media massa dapat mempengaruhi tiga aspek yaitu yang pertama dapat mengubah aspek kognitif atau pengetahuan seperti misalnya dari tidak tahu menjadi tahu. Kemudian yang kedua, aspek afektif atau perasaan yang artinya tidak suka menjadi suka. Dan yang ketiga adalah aspek konatif atau *behavioral* yang dapat mengubah sikap, nilai, dan perilaku. Pengaruh media massa dalam konteks ini adalah pengunjung Pasar Papringan dapat meningkat dikarenakan telah terpengaruhi media massa yang dilihatnya. Hal ini membuat pengunjung dari tidak tahu menjadi tahu, setelah tahu memunculkan adanya rasa tertarik dan kemudian mampu membuat pengunjung mengubah perilakunya yaitu melihat dari media kemudian langsung datang ke Pasar Papringan. Dalam hal ini, media massa yang digunakan adalah media sosial berupa Instagram.

Spedagi sebagai pihak pengelola media sosial, tentunya ingin membuat citra yang baik untuk Pasar Papringan agar dapat menarik perhatian dan membuat orang agar mengubah perspektifnya terhadap desa menjadi lebih baik. Tak hanya itu publikasi gelaran pasar melalui media sosial Instagram

Pasar Papringan, Spedagi Lab dan Spedagi Movement dapat mempengaruhi perilaku orang yang melihatnya dengan berkunjung langsung ke Pasar Papringan. Hal ini terbukti berhasil dengan skala pengunjung yang terus meningkat tahun 2025.



**REKAP SEDERHANA JUMLAH KUNJUNGAN**  
**PASAR PAPRINGAN NGADIPRONO**  
 Tahun 2022 - 2025  
 Gelaran 1 - 60

12-Jan-25	Gelaran 55	2800
26-Jan-25	Gelaran 56	3800
16-Feb-25	Gelaran 57	3685
6-Apr-25	Gelaran 58	4000
27-Apr-25	Gelaran 59	3711
11-May-25	Gelaran 60	4500

*keterangan:*  
 jumlah pengunjung yang tertera belum menggambarkan kondisi lapangan secara keseluruhan,  
 tetapi berdasarkan jumlah yang tercatat pada tally counter selama gelaran berlangsung.

**Gambar 1.4 Daftar pengunjung Pasar Papringan 2025**

Sumber: Pasar Papringan, Rekap Sederhana Jumlah Kunjungan (2025)

Hasil di atas menunjukkan pada data terakhir diadakan gelaran pasar yaitu pada tanggal 11 Mei 2025 tercatat sebanyak 4500 orang yang data ke Pasar Papringan. Kenaikan jumlah pengunjung ini juga merupakan dampak dari sosial media terutama Instagram karena pada H-7 sampai hari gelaran, akun Instagram Pasar Papringan terus melakukan kolaborasi dengan akun @behindthepasarpapringan dengan mempublikasikan berbagai video atau foto berkaitan dengan persiapan gelaran pasar yang akan terjadi pada 11 Mei 2025. Berbagai reaksi ditunjukkan melalui kolom komentar dan jumlah pembagian konten.

Ini merupakan salah satu bukti nyata bahwa dokumentasi yang kemudian dipublikasikan melalui media sosial dapat memberikan dampak nyata. Bagaimana dokumentasi pada media sosial dapat menjadi suatu wadah untuk menyebarkan informasi hingga dapat mempengaruhi orang datang berkunjung ke Pasar Papringan yang membuat penulis tertarik untuk melakukan kegiatan magang di Spedagi, lebih tepatnya di Spedagi

Movement. Kegiatan magang yang dilakukan pada Spedagi Movement berhubungan dengan dokumentasi informasi seputar kegiatan kerajinan dan pengrajin di dusun Ngadiprono. Kegiatan magang di Spedagi Movement menawarkan kesempatan untuk mengasah keterampilan komunikasi dengan visual dokumentasi melalui media sosial.

Kegiatan dokumentasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi atau data dengan berbentuk seperti buku, dokumen, arsip, tulisan angka maupun gambar yang dibuat menyerupai laporan lengkap dengan keterangan atau penjelasan kata-kata di dalamnya yang dapat mendukung kejelasan dalam pengumpulan informasi atau data (Fathurrochman et al., 2024).

Dokumentasi adalah suatu pengolahan atau pengumpulan data dalam bidang pengetahuan dapat berbentuk gambar, kutipan, dan bahan referensi lain yang dapat dijadikan sebagai pengumpulan bukti dan keterangan dalam suatu pengumpulan data (KBBI). Menurut KBBI seseorang yang melakukan kegiatan dokumentasi disebut sebagai pendokumentasi. Jadi dokumentasi merupakan suatu kegiatan untuk mengumpulkan data agar dapat dijadikan bukti keterangan dalam bentuk tulisan, gambar, buku dan lainnya. Kegiatan dokumentasi juga adalah kegiatan mengumpulkan dokumen sebagai sarana bertukar informasi dari pendokumentasi ke pembaca atau orang yang melihat hasil dokumentasinya (Doermann et al., 1998).

Fungsi utama dokumentasi kerajinan di dusun Ngadiprono untuk media sosial Spedagi tentu sangat penting untuk melestarikan kegiatan kerajinan terutama kerajinan bambu dan pengrajin yang ada di Ngadiprono. Hasil dari dokumentasi berupa foto dan video kerajinan beserta dengan deskripsinya ini nantinya akan diunggah ke media sosial Instagram akun Spedagi Lab sebagai sarana untuk bertukar informasi seputar kerajinan di Ngadiprono dari penglihatan pendokumentasi lalu ditransfer melalui dokumentasi yang telah dilakukan dan diunggah ke media sosial agar dilihat oleh *followers* dari akun @spedagilab.

Selain itu, suatu foto atau video yang sudah diunggah ke media sosial tidak akan rusak atau terhapus jejaknya, melalui sistem media sosial Instagram sebagai sistem pencarian efektifnya dan dalam bentuk foto dan video yang menjadi wadah utama dokumentasinya. Hasil dari dokumentasi yang sudah diunggah ke media sosial dan dilihat oleh pengikut akun @spedagilab ini termasuk dalam konsep ilmu komunikasi visual yaitu penyebaran pesan yang hanya dapat ditangkap menggunakan indra penglihatan dengan menggunakan media visual seperti tulisan, foto, atau video.

Tak hanya itu penerapan ilmu produksi media juga diterapkan saat melakukan tugas magang dengan membuat *timeline* untuk jadwal konten visual yang akan diunggah ke media sosial. *Copywriting* juga digunakan untuk membuat *caption* pada konten agar dapat menjelaskan sekaligus memberikan pengetahuan kepada orang yang melihat konten tersebut.

Komunikasi visual adalah semua bentuk pesan yang dapat dirangsang oleh indera penglihatan yang dipahami oleh manusia yang melihatnya (Lester, 2006). Machin (2014) juga dalam bukunya berjudul “*Visual Communication*” menjelaskan bahwa komunikasi visual juga adalah hasil dari penggunaan sumber daya visual dengan tujuan utamanya untuk menyampaikan dan mengkomunikasikan pesan, nilai, gagasan, bentuk atau makna budaya ke orang lain yang melihatnya (Sukirno, 2020). Bentuk visual juga harus dikemas dalam bentuk yang menarik agar orang pun merasa tertarik melihatnya. Tak hanya bentuk secara visual namun diperlukan juga penyampaian pesan yang jelas dan tidak ambigu, maka dari itu deskripsi atau *caption* pada tiap unggahan di media sosial diperlukan untuk memperjelas pesan yang ingin disampaikan.

*Copywriting* adalah seni menyampaikan pesan berbentuk verbal ke *target audience* (Parwati, 2024). Penggunaan *copywriting* sangat berdampak pada konten yang akan diproduksi dan kemudian dipublikasi. *Caption* adalah deskripsi singkat yang menyertai gambar atau ilustrasi biasanya

bertujuan untuk memberikan informasi menggunakan penulisan yang singkat dan menarik tapi informatif (Massa et al., 2021). *Caption* pada konten visual berupa foto dan video harus singkat dan menarik namun tetap harus dapat memberikan informasi baru ke orang yang melihatnya.

Produksi media merupakan proses membuat, menyunting, dan menyebarkan hasilnya melalui berbagai bentuk jenis media (Hudaya & Rachmawati, 2024). Dalam produksi media terdapat tahap-tahap yang harus dikerjakan secara berurutan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Dalam hal ini penulis menggunakan media sosial dan menggunakan tiga tahapan dalam produksi media. Hal ini dilakukan agar proses pembuatan produksi konten berjalan sesuai waktu, dengan membuat *timeline* konten. Di dalam *timeline* yang telah dibuat berisi juga *caption* yang akan digunakan pada tiap konten. Tabel *timeline* dan *caption* digabung agar memudahkan tugas dan pengecekan yang akan dilakukan oleh *supervisor*. Setelah tahap produksi dan pembuatan *caption* sudah disetujui maka baru bisa dipublikasi ke media sosial.

Penulis dalam hal ini memiliki peran sebagai seorang pendokumentasi yang bertugas mengabadikan dan mengambil foto dan video yang berhubungan dengan aktivitas kerajinan dan pengrajin di dusun Ngadiprono kemudian menyebarkannya dalam bentuk dokumentasi ke media sosial sebagai sarana persebaran informasi dan mendorong minat orang agar berkunjung ke Pasar Papringan Ngadiprono. Kegiatan dokumentasi dilakukan dari bulan April hingga Mei 2025 dengan bantuan dari koordinator Pasar Papringan yang sekaligus menjadi tempat tinggal selama kegiatan magang.

Dengan adanya bantuan dari koordinator dalam pasar, proses kegiatan magang bagian dokumentasi di Spedagi Lab berjalan dengan cukup baik karena informasi yang didapatkan sangat mudah aksesnya. Dengan adanya arsip dokumentasi dan publikasi ke media sosial pada kerajinan berbentuk elektronik yang tidak mudah rusak dan hilang, tentunya Spedagi Lab akan

sangat terbantu di masa mendatang jika melakukan kolaborasi atau kerjasama dengan pihak luar. Dengan arsip dokumentasi yang sudah ada dapat dengan mudah memperkenalkan kerajinan di Ngadiprono melalui akun media sosial Spedagi Lab.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Salah satu aktivitas yang wajib dilakukan sekaligus sebagai salah satu syarat kelulusan mahasiswa/i di Universitas Multimedia Nusantara adalah kegiatan magang. Kegiatan magang yang dilakukan oleh penulis sebagai pendokumentasi di Spedagi memiliki tujuan untuk membagikan dokumentasi lalu menyebarkan informasi tersebut melalui media sosial @spedagilab berhubungan seputar kerajinan yang ada di Ngadiprono. Tugas utama penulis adalah sebagai dokumentasi namun penulis juga diberi tugas untuk menggali permasalahan komunikasi internal pengrajin seperti apa yang pengrajin rasakan dan bagaimana harapan mereka kedepannya lalu melaporkan hasilnya ke Spedagi. Jika dijabarkan secara spesifik maka kegiatan magang yang dilakukan memiliki tujuan :

1. Mempertajam *hard skill* (mikro), di bidang dokumentasi, *editing* dan *copywriting*. *Copywriting* adalah suatu teknik menulis suatu naskah yang nantinya akan disebarluaskan biasanya berhubungan dengan promosi atau periklanan, namun seiring berjalannya waktu kini *copywriting* dapat digunakan dalam media sosial (Suleman, 2023). Sedangkan *editing* adalah sebuah kegiatan untuk menyusun dan mengatur materi menjadi suatu cerita melalui pengaturan dari publikasi (Lesmono & Agustina, 2023). Kegiatan yang telah dipelajari penulis adalah bagaimana untuk mengemas suatu pesan dalam bentuk visual menarik dan diperjelas dengan bentuk deskripsi singkat atau *caption* yang dapat menjelaskan visual yang ditampilkan pada media sosial @spedagilab.

2. Mengasah *soft skill* (mikro), terutama kemampuan komunikasi untuk melakukan persuasi dalam menulis *caption*, mengumpulkan data, informasi yang dibutuhkan melalui koordinator Pasar Papringan atau melakukan interaksi langsung dengan warga desa setempat. Juga kemampuan untuk mengatur waktu agar sesuai dengan ketentuan kampus. Dalam melakukan kegiatan yang berinteraksi langsung dengan warga desa diperlukan kesadaran diri untuk tetap menjaga sikap dan sopan santun, kemudian kemampuan untuk melakukan semua mandiri dan tidak terlalu bergantung pada orang lain serta mengasah kerja sama dan koordinasi dengan tim dari Spedagi. Menggali informasi seputar masalah internal pada pengrajin juga termasuk ke dalam ranah ini karena mencoba mencari tahu permasalahan melalui pertanyaan yang tidak boleh menyinggung pihak manapun dan mencoba mengkomunikasikan serta memberi saran dan solusi untuk masalah yang ditemui secara mandiri dan dibutuhkan pendekatan secara berkala serta kerja sama dari pengrajin dan tim Spedagi.
3. Memperluas *networking* (mikro), dari kegiatan magang ini mendapat banyak pengalaman dan koneksi baru yang tidak bisa didapatkan di dalam kelas, mulai dari pengalaman hidup di desa bersama warga serta mengalami secara langsung budaya warga lokal dan relasi dalam ranah pertemanan maupun pekerjaan yang lebih ke arah professional.
4. Membantu Spedagi Movement (meso), dalam penyusunan arsip dokumentasi berbentuk visual yaitu foto dan video. Dengan hasilnya berupa arsip dokumentasi kerajinan dan pengrajin bambu dusun Ngadiprono yang dapat digunakan di masa mendatang. Sekaligus membuat perancangan dan strategi komunikasi melalui pemanfaatan konten yang telah dibuat dan diunggah.

5. Mengangkat peran pengrajin bambu lokal (makro), sebagai subjek utama dokumentasi agar memperkuat nilai serta keberlanjutan warisan kerajinan lokal dari bambu yang ada di Ngadiprono sekaligus mendukung ekonomi kreatif berbasis desa melalui pemanfaatan media sosial guna memperkenalkan kerajinan dan pengrajin yang ada di Ngadiprono kepada khalayak luas.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Ketika menjalani proses kerja magang, terdapat waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang yang telah disetujui oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan pihak Spedagi.

#### **1.3.1 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Kegiatan pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan di Spedagi khususnya Spedagi Movement sebagai pendokumentasi dilakukan mulai dari April 2025 dengan total 640 jam kerja sesuai dengan ketentuan dari Panduan Magang MBKM.

#### **1.3.2 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

##### **A. Proses Pendaftaran dan Administrasi Kampus (UMN)**

- 1) Mengikuti aktivitas pembekalan dan bimbingan seputar program magang yang diikuti oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara di secara online dimulai pada 23 Januari 2025 dan kegiatan offline di kampus dari 10 Februari 2025.
- 2) Memenuhi persyaratan dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara berupa :
  - Merupakan mahasiswa/i aktif dari program S1 Universitas Multimedia Nusantara.
  - Sudah menempuh sekurang-kurangnya 110 SKS.

- Memiliki Indeks Prestasi Semester (IPS) minimal 2.50 dan terhindari dari nilai D dan E.
  - Melakukan pengisian KRS pada tanggal 23-24 Januari 2025 dengan memilih program *Humanity Project*.
- 3) Mengisi formulir registrasi pada website Kampus Merdeka UMN dengan memilih aktivitas *Humanity Project* di website [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id).
  - 4) Mengisi seluruh formulir termasuk bagian *section complete registration* di website [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id) dan mengunggah KM-01 beserta *cover letter* agar mendapatkan KM-02.
  - 5) Mengisi *daily-task supervisor* dan *advisor, counselling meeting*, dan lainnya sebagai kebutuhan dalam proses pembuatan dan pengumpulan laporan magang.

#### **B. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang**

- 1) Kegiatan magang yang dilakukan oleh pemegang memiliki posisi pada bagian pendokumentasi Spedagi Movement.
- 2) Segala data dan informasi untuk aktivitas penugasan serta kebutuhan lainnya didampingi oleh anggota tim kerja Spedagi yaitu Mbak Ika Permatahati sebagai pembimbing lapangan atau *supervisor* dan salah satu koordinator dalam Pasar Papringan yaitu Bu Otim sebagai informan untuk tugas data magang.
- 3) Segala kegiatan saat proses praktik kerja magang diawasi secara langsung oleh *supervisor* atau pembimbingan lapangan dan dosen pembimbing.

#### **C. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang**

- 1) Selama proses pembuatan hasil laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Bapak Arindra Khrisna Karamoy, S.E., M.Si., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing dan secara rutin melakukan bimbingan sebanyak 8 kali.

2) Hasil dari laporan praktik kerja magang yang sudah selesai selanjutnya akan diberikan kepada Dosen Pembimbing dan menunggu verifikasi dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

**D. Hasil dari laporan praktik kerja magang yang telah diverifikasi oleh dosen pembimbing dan Kepala Program Studi selanjutnya akan dikumpulkan melalui proses sidang.**

