BAB III
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam proses praktik kerja magang di Spedagi, pemagang ditempatkan di bawah naungan Departemen Research and Development (RnD) sebagai divisi dokumentasi dan publikasi pada aktivitas pelibatan komunitas atau *community engagement*. Aktivitas magang ini dilakukan dalam jangka waktu 3 bulan, terhitung dari tanggal 24 September 2025 hingga 23 Desember 2025, sesuai dengan kontrak kerja magang bersama Spedagi. Sebagai *intern*, pemagang dibimbing dan diberikan arahan tugas secara langsung oleh Wening Lastri, selaku *supervisor* sekaligus Project Manager Pasar Papringan selama dilaksanakannya praktik kerja magang di departemen RnD Spedagi.

Tugas dan tanggung jawab utama yang dilakukan dalam praktik kerja magang di departemen RnD Spedagi adalah perancangan aktivitas yang melibatkan komunitas di Dusun Ngadiprono. Departemen RnD berusaha untuk menelisik lebih dalam makna 'revitalisasi desa' yang berusaha menghidupkan kembali nilai-nilai lokal di Dusun Ngadiprono. Aktivitas revitalisasi desa dalam hal ini bukan hanya dilakukan dalam gelaran pasar, tetapi juga berusaha dilahirkan kembali melalui kegiatan lain yang melibatkan warga dengan tetap berfokus pada pelestarian nilai lokal. Aktivitas *community engagement* yang diusung dalam konteks ini menyasar pada generasi muda di Dusun Ngadiprono dengan berusaha untuk mengenalkan potensi atau nilai lokal desa yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Melihat adanya isu regenerasi petani yang terjadi di Dusun Ngadiprono, maka pengenalan nilai lokal mengenai tanaman, salah satunya TOGA menjadi penting bagi generasi muda, terkhususnya anak-anak. Sebagai bagian dari divisi dokumentasi, pemagang memiliki tugas dan tanggung jawab dalam mendokumentasikan seluruh rangkaian kegiatan yang dilakukan, mulai dari persiapan acara hingga penutupan. Selain itu, pemagang juga berperan dalam mempublikasikan seluruh rangkaian acara melalui pembuatan konten publikasi yang mencakup rilis pers untuk disebarkan ke

media lokal, 1 konten foto naratif yang dikemas dengan gaya berita, dan 1 konten video *recap* dari seluruh rangkaian acara yang dikemas dengan lebih singkat.

Aktivitas *community engagement* di bawah naungan departemen RnD yang dipimpin oleh Wening Lastri memiliki pembagian tugas magang yang terbagi menjadi 4 divisi berbeda.

Gambar 3. 1. Struktur pembagian tugas dalam aktivitas magang *community engagement*

Sumber: Olahan Data Pemagang (2025)

Berdasarkan gambar 3.1. di atas, dapat dilihat bahwa aktivitas *community engagement* merupakan salah satu upaya dari departemen RnD di bawah pimpinan Wening Lastri yang berusaha untuk dapat memberdayakan masyarakat dan melibatkan mereka sebagai partisipan aktif di luar isu gelaran Pasar Papringan. Seluruh divisi yang tergabung dalam perancangan aktivitas *community engagement* ini memiliki tujuan utama dalam melibatkan komunitas muda, yaitu anak-anak TK-SD di Dusun Ngadiprono dalam pengenalan TOGA. Praktik magang *community engagement* yang dilakukan adalah perancangan acara bernama CAPLOK (Bocah Paham Lokal). CAPLOK merupakan sebuah acara yang berusaha untuk memperkenalkan kekayaan lokal (pengenalan TOGA) yang ada di lingkungan sekitar bagi generasi muda (anak-anak TK-SD) di Dusun Ngadiprono. Kegiatan ini berusaha mengajak anak-anak sebagai *agent of change* sekaligus *target of change* untuk melestarikan

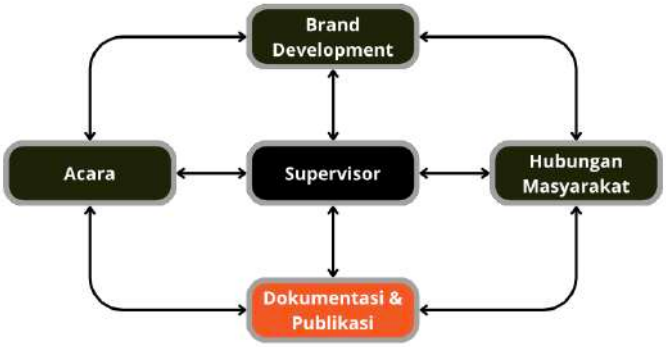
pengetahuan lokal, yaitu TOGA. Acara ini diinisiasi oleh seluruh pemagang yang terlibat dalam 1 kelompok yang kemudian terbagi ke dalam empat bidang tugas berbeda sesuai dengan keahlian dan fokus masing-masing anggota tim, yaitu:

1. **Hubungan Masyarakat *(Public Relations)***, dipegang oleh Mayang Cerana Nababan yang berperan dalam membangun relasi sekaligus sebagai narahubung bagi beberapa pihak yang terlibat selama rangkaian acara. Dalam hal ini, Mayang berperan sebagai penghubung narasumber, yaitu Pak Hendro dan Pak Harun (dua petani muda di Dusun Ngadiprono yang akan terlibat dalam rangkaian acara pengenalan TOGA), serta Ibu Ela, selaku koordinator anak-anak di Dusun Ngadiprono.
2. **Dokumentasi dan Publikasi**, dipegang oleh Vanessa yang berfokus pada aktivitas pendokumentasian dan publikasi seluruh kegiatan CAPLOK. Divisi dokumentasi dan publikasi memiliki peran penting dalam menyebarluaskan informasi, terkhususnya mengenai aktivitas pengenalan TOGA sebagai salah satu kegiatan yang berusaha menghidupkan kembali nilai lokal dengan pendekatan kreatif bagi generasi muda yang tentu sejalan dengan tujuan Spedagi dalam konteks revitalisasi desa.
3. **Acara (*Event Management*)**, dipegang oleh Daniel yang bertanggung jawab pada perencanaan dan pelaksanaan kegiatan secara teknis, mulai dari perancangan konsep acara, rangkaian kegiatan, pembuatan *rundown*, persiapan perlengkapan, hingga koordinasi pelaksanaan di lapangan.
4. ***Brand Development***, dipegang oleh Imelda Silviana yang berperan dalam mengumpulkan seluruh informasi mengenai TOGA yang terdapat di Dusun Ngadiprono. Informasi ini akan berguna dalam pembuatan *flashcard* yang berisikan informasi tentang TOGA dan manfaatnya.

Melalui pembagian peran yang terstruktur, praktik kerja magang *community engagement* di Spedagi tidak hanya berfokus pada pelaksanaan kegiatan, tetapi juga mengedepankan proses kolaborasi dan komunikasi efektif antar tim. Dalam praktik kerja magang ini, tim secara bersama memiliki luaran produk berupa *flashcard* pengenalan TOGA yang akan disumbangkan bagi

anak-anak di Dusun Ngadiprono dengan tujuan agar program dan pengetahuan yang diberikan dapat terus dilanjutkan dan memberdayakan warga desa.

Dalam proses perancangan acara CAPLOK yang dilakukan, seluruh anggota yang terbagi dalam 4 divisi saling berkoordinasi satu sama lain dalam mencapai tujuan strategis. Koordinasi yang dilakukan berlangsung dengan proses komunikasi yang terbuka, di mana setiap *update* dan evaluasi kegiatan dilakukan dengan proses diskusi yang melibatkan seluruh anggota tim. Seluruh proses koordinasi dan diskusi pemagang dalam tim juga turut melibatkan *supervisor*, yaitu Wening Lastri yang berperan dalam mengarahkan tim secara keseluruhan, memberikan masukan dari program yang hendak dirancang, dan pengambilan keputusan akhir terkait kegiatan yang dilaksanakan.



Gambar 3. 2. Bagan alur koordinasi dalam aktivitas magang *community engagement*

Sumber: Olahan Data Pemagang (2025)

Berdasarkan gambar 3.2. di atas, dapat dilihat bahwa alur koordinasi yang dilakukan pada dasarnya melibatkan komunikasi terbuka dan diskusi kolaboratif yang menekankan pada pola hubungan kerja yang saling terhubung. Dalam alur koordinasi yang digambarkan, *supervisor* berada di pusat karena memegang peranan utama sebagai pemberi arahan kepada 4 anggota tim lain yang juga saling berkoordinasi satu sama lain. Koordinasi dalam tim juga biasanya dilakukan dalam sebuah *WhatsApp Group* sebagai media komunikasi internal untuk mendiskusikan beberapa hal teknis dan keputusan bersama terkait acara. Selama berada di Tangerang, tim melakukan koordinasi dengan menyelenggarakan *meeting online* sebanyak 2x, yaitu pada 24 Oktober 2025 untuk memantapkan konsep acara, dan pada 8 November 2025 sebelum

keberangkatan ke-2 untuk memastikan kembali beberapa hal yang perlu disepakati terkait konsep acara. Selama di Ngadiprono, koordinasi dilakukan dengan diskusi bersama antar anggota tim serta *supervisor*.

Dengan alur koordinasi yang saling terhubung satu sama lain, seluruh anggota tim dapat bekerja secara bersama serta memahami kebutuhan kegiatan dengan lebih menyeluruh. Seluruh proses pengambilan keputusan juga dilakukan dengan lebih musyawarah dan berdasarkan pada diskusi bersama yang telah disepakati. Seluruh *progress* dari setiap tugas yang dikerjakan kemudian dilaporkan kepada *supervisor* agar setiap kinerja dan peran oleh masing-masing anggota dapat terlihat dengan jelas dan berjalan sebagaimana mestinya.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama berlangsungnya praktik kerja magang yang dimulai dari tanggal 24 September hingga terpenuhinya jam kerja magang selama 640 jam, pemagang telah melakukan berbagai jenis pekerjaan mulai dari tugas dan tanggung jawab utama sebagai divisi dokumentasi dan publikasi hingga menyelesaikan beberapa pekerjaan tambahan. Seluruh tugas dan tanggung jawab yang dilakukan pemagang tentunya sudah melalui pengawasan dan arahan langsung dari *supervisor*. Seluruh tugas dan tanggung jawab yang dilakukan tentu membutuhkan kemampuan dan pengetahuan dasar mengenai komunikasi, terutama berkaitan dengan perancangan acara berbasis pelibatan komunitas serta pembuatan luaran publikasi berupa konten dan rilis pers.

3.2.1 Strategi *Community Engagement*

Dalam upaya untuk menjawab permasalahan mengenai isu regenerasi petani di Dusun Ngadiprono, serta kaitannya untuk menghidupkan kembali nilai lokal desa melalui partisipasi aktif masyarakat, maka aktivitas utama dari kegiatan magang yang dilakukan adalah merancang program *community engagement*. Program pelibatan komunitas ini menekankan pada kolaborasi, partisipasi aktif, dan

pemberdayaan masyarakat dalam rangka mengelola potensi desa secara mandiri. Salah satu aspek utama yang perlu ditekankan dalam perancangan program *community engagement* adalah keterlibatan masyarakat sebagai aktor utama (*agent of change*) sekaligus target utama (*target of change*) dalam menjawab permasalahan yang ada di komunitas tersebut seperti yang dijelaskan oleh Gamble dan Weil (1995), dikutip dari Ohmer et al. (2022, p. 352). Dalam hal ini, maka program yang dirancang berusaha untuk melibatkan komunitas, yaitu generasi muda di Dusun Ngadiprono yang diyakini dapat menjadi *agent* sekaligus *target of change* yang mampu menjawab permasalahan isu regenerasi petani.

Salah satu konsep penting dalam perancangan program *community engagement* adalah dengan melihat tingkat partisipasi masyarakat dalam International Association for Public Participation (IAP2).

	Inform	Consult	Involve	Collaborate	Empower
PUBLIC PARTICIPATION GOAL	To provide the public with balanced and objective information to assist them in understanding the problem, alternatives, opportunities and/or solutions	To obtain public feedback on analysis, alternatives or decisions	To work directly with the public throughout the process to ensure that public concerns and aspirations are consistently understood and considered	To partner with the public in each aspect of the decision including the development of alternatives and the identification of the preferred solution	To place final decision-making in the hands of the public
PROMISE TO THE PUBLIC	We will keep you informed.	We will keep you informed, listen to and acknowledge concerns and aspirations, and provide feedback on how public input influenced that decision. We will seek your feedback on drafts and proposals.	We will work with you to ensure that your concerns and aspirations are directly reflected in the alternatives developed and provide feedback on how public input influenced the decision.	We will look to you for direct advice and innovation in formulating solutions and incorporate your advice and recommendations into the decision to the maximum extent possible.	We will implement what you decide.

Gambar 3. 3. Spektrum Partisipasi Publik dalam IAP2

Sumber: Moore et al. (2016, p. 7)

Berdasarkan gambar 3.3. di atas, terdapat 5 tingkatan partisipasi dalam program *community engagement* seperti yang dijelaskan oleh Moore et al. (2016, p. 7), yaitu *inform, consult, involve, collaborate,* dan *empower*. Dalam proses magang, program dirancang untuk memenuhi kelima tingkatan, di mana:

1. Program harus dapat menjadi sarana yang baik untuk menyampaikan informasi mengenai pentingnya pengenalan nilai lokal kepada generasi muda.
2. Program dirancang dengan mengutamakan masukan dan arahan dari beberapa pihak, yaitu warga lokal dan *supervisor* yang memahami kondisi lapangan.
3. Program dirancang untuk melibatkan masyarakat sebagai pihak yang secara bersama terlibat dalam proses nyata.
4. Program harus berkolaborasi dengan masyarakat dalam pengambilan keputusan dan identifikasi solusi.
5. Program harus memberdayakan dengan pengambilan keputusan berada ditangan masyarakat.

Dalam mencapai kelima tingkatan partisipasi, seluruh proses perancangan program *community engagement* melibatkan 2 petani lokal Dusun Ngadiprono, yaitu Pak Harun dan Pak Hendro yang secara aktif juga terlibat dalam rangkaian acara, penentuan jenis TOGA yang hendak dipilih, informasi mengenai manfaatnya, hingga pengambilan keputusan mengenai jenis tanaman apa yang cocok sebagai *souvenir* sebagai langkah awal bagi anak-anak untuk belajar merawat tanaman.

Program dirancang melalui beberapa proses sesuai dengan konsep *community engagement* yang dijelaskan oleh Moore et al. (2016, p. 7), yaitu:

1. Secara proaktif mencari tahu nilai-nilai, keprihatinan, dan aspirasi komunitas. Dalam hal ini, pemagang bersama dengan tim melakukan observasi lapangan secara bersama pada *onsite* 1 (24 september – 3 Oktober). Observasi ini dilakukan untuk memetakan isu dan permasalahan yang dialami warga Dusun Ngadiprono. Melalui hasil observasi, didapati adanya itu regenerasi petani yang juga menjadi keprihatinan oleh Spedagi untuk bisa menghidupkan nilai lokal masyarakat melalui isu pertanian.

2. Memasukkan nilai-nilai, keprihatinan, dan aspirasi tersebut ke dalam proses pengambilan keputusan. Dalam hal ini, maka mulai dirancanglah program yang bertujuan untuk memperkenalkan nilai lokal kepada generasi muda di Dusun Ngadiprono. Program kemudian dirancang oleh pemagang bersama tim dan *supervisor* dengan melibatkan warga lokal untuk menentukan beberapa hal:
    - Penentuan tujuan dan tema acara: setelah melalui proses observasi isu bersama dengan *supervisor*, didapatkan tujuan program secara utama adalah untuk melibatkan komunitas muda sebagai *agent* sekaligus *target of change* dalam melestarikan pengetahuan lokal. Dengan begitu, maka program memiliki tema besar, yaitu pengenalan potensi maupun nilai lokal kepada generasi muda.
    - Penentuan fokus acara: setelah melalui proses diskusi dengan Pak Harun dan *supervisor*, pemagang dan tim menentukan fokus utama dalam acara kali ini adalah pengenalan TOGA kepada anak-anak muda. Hal ini diputuskan setelah melihat isu yang menjadi kekhawatiran utama di Dusun Ngadiprono, yaitu rendahnya keinginan generasi muda untuk menjadi petani.
    - Penentuan audiens: dengan melihat lanskap utama dari permasalahan, maka ditentukan audiens dari program ini adalah anak-anak muda, lebih tepatnya anak TK-SD yang menjadi cikal bakal utama untuk menanamkan sikap kepedulian dan pengetahuan dasar tentang TOGA sebagai potensi lokal yang patut dilestarikan.
    - Penentuan nama acara: setelah melalui proses konsultasi dengan berbagai *supervisor*, maka dirumuskanlah nama program, yaitu CAPLOK (Bocah Paham Lokal). Kata 'bocah' merepresentasikan generasi muda yang dalam kegiatan ini berperan sebagai *agent* sekaligus *target of change*, sedangkan 'paham lokal' menggambarkan tujuan besar program, yaitu

memperkuat kesadaran anak-anak akan nilai lokal. Pemilihan nama juga mempertimbangkan keberlanjutan program agar dapat digunakan pada kegiatan *community engagement* di *batch* selanjutnya.

Gambar 3. 4. Logo CAPLOK

- Penentuan logo acara: gambar 3.4. di atas menunjukkan logo program CAPLOK yang dirancang dan dirumuskan setelah melalui proses diskusi bersama. Logo berbentuk seperti Pacman yang memiliki makna tentang penyerapan informasi mengenai pengetahuan lokal dan ditambahkan aksen tradisional dari ikat kepala batik.
- Penentuan luaran karya edukasi: setelah melalui proses diskusi bersama, ditentukan *flashcard* berisikan TOGA dan manfaatnya yang akan dijadikan sebagai media edukasi sekaligus karya dari magang.
- Penentuan rangkaian acara: dalam proses *onsite* 2 (11-30 November), pemagang bersama dengan tim merumuskan rangkaian acara dari program, yaitu pembukaan MC, eksplorasi TOGA, edukasi dengan *flashcard*, *games* studi kasus, mewarnai TOGA, dan demo menanam. Rangkaian acara diusahakan dengan fokus utama pada mengedukasi anak-anak mengenai TOGA.
- Penentuan tanggal acara: tanggal acara ditentukan pada Senin, 24 November 2025 dengan memperhatikan tersedianya jadwal dari berbagai pihak yang terlibat.

- Penentuan waktu acara: dilaksanakan dari pukul 15.00-17.30 WIB (2 jam 30 menit) dengan mempertimbangkan kesediaan anak-anak dari jadwal sekolah hingga jadwal mengaji.
- Penentuan *souvenir*: dalam menentukan *souvenir*, pemagang bersama tim berkonsultasi dan melibatkan Pak Harun serta Pak Hendro. Hal ini dilakukan karena mereka merupakan pihak yang nantinya akan terlibat menjadi edukator dari pengenalan TOGA. Dengan mempertimbangkan arahan dan masukan dari kedua pihak, maka ditentukan *souvenir* berupa tanaman daun bawang dengan pot berupa bambu ampel yang disertai pula oleh keranjang bambu.

3. Membangun kemitraan berkelanjutan dengan komunitas untuk memastikan bahwa nilai-nilai lokal terus dilestarikan. Dalam hal ini, program juga turut melibatkan salah satu generasi muda lokal, yaitu Oyen, anak perempuan Pak Joko. Pelibatan ini dilakukan agar proses transfer pengetahuan tidak berhenti di tangan para pemagang, melainkan juga dapat diteruskan oleh Oyen selaku generasi muda yang berpotensi di sana. Kemudian, flashcard yang dirancang juga diserahkan ke Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ) Dusun Ngadiprono agar dapat menjadi media edukasi yang digunakan secara berkelanjutan.

3.2.2 Tugas Kerja Magang

Dengan melihat pada tujuan utama program yang berusaha untuk mengangkat pentingnya isu regenerasi petani kepada generasi muda, maka diperlukan tugas dokumentasi dan publikasi yang bertujuan untuk memperkenalkan program dan membawa pesan strategis tentang pentingnya revitalisasi nilai lokal. Hal ini kemudian menjadi tugas utama yang dilakukan pemagang, yaitu melakukan dokumentasi, baik dalam bentuk foto maupun video dari seluruh rangkaian kegiatan CAPLOK

yang dilaksanakan. Selain itu, pemagang juga bertugas dalam pembuatan materi publikasi, yaitu berupa rilis pers, 1 video *recap* di media sosial, serta 1 konten foto naratif dengan gaya berita. Konten publikasi berupa rilis pers akan dikirimkan ke media lokal untuk mendapatkan liputan, sedangkan konten video dan foto naratif akan diunggah di media sosial Instagram @behindthepapringan yang berkolaborasi dengan Instagram payung @pasarpapringan. Di sisi lain, pemagang juga turut menjalankan beberapa pekerjaan tambahan di luar tugas dan tanggung jawab utama sebagai divisi dokumentasi dan publikasi. Pekerjaan tambahan ini berkaitan dengan *event management* atau perancangan acara, di mana pemagang turut berkontribusi dalam penyumbangan ide untuk konsep, rangkaian, dan *rundown* dari aktivitas CAPLOK.

Seluruh tugas dan pekerjaan yang dilakukan pemagang tentunya memiliki hubungan dan keterkaitan dengan praktik seorang Hubungan Masyarakat (Humas) seperti yang dijelaskan oleh Johnston & Sheehan (2020) dalam bukunya berjudulkan, '*Public Relations: Theory and Practice*'. Menurut Johnston & Sheehan (2020, p. 5-7), salah satu aktivitas yang cukup sering dilakukan dan menjadi keseharian dari tugas seorang Humas adalah publikasi, salah satunya berkaitan dengan pembuatan rilis pers maupun materi publikasi lain yang diunggah di media sosial. Tugas Humas dalam publikasi bertujuan untuk memperkuat penyebaran pesan yang turut membentuk citra positif perusahaan/lembaga. Melalui penyebaran materi publikasi dengan media yang terpilih, maka seluruh kepentingan kegiatan yang dirancang dapat disebarluaskan sehingga publik dapat menjadi pihak yang terus mendapatkan informasi atau paparan pesan. Di sisi lain, tugas tambahan pemagang yang berkontribusi dalam *event management* juga menjadi salah satu tugas Humas yang berkaitan dengan persiapan, prencanaan, dan eksekusi acara untuk mencapai tujuan strategis.

Tabel 3.1 *Timeline* Kerja Magang

Tahap Pekerjaan	Rincian Aktivitas	Sept		Oktober				November				Desember			
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Dokumentasi	Melakukan dokumentasi foto selama acara berlangsung.														
	Melakukan dokumentasi video selama acara berlangsung.														
	Mengambil foto perlengkapan (*flashcard* dan *souvenir grow kit*).														
	Mengelola arsip foto dan video.														
Publikasi	Menyusun rilis pers dari rangkaian acara sebagai bahan publikasi untuk media lokal.														
	Membuat konten publikasi berupa foto naratif lengkap dengan teks yang dikemas seperti pemberitaan tentang acara.														
	Membuat video *recap* kegiatan.														
Pekerjaan Lainnya															
Perancangan Acara	Membantu merancang konsep kegiatan CAPLOK.														
	Membantu menyusun rangkaian kegiatan acara utama.														
	Membantu menyusun *rundown*.														
	Mempersiapkan *souvenir grow kit*.														
Membuat desain dan merapikan *layout flashcard*.															

Sumber: Olahan Data Pemagang (2025)

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Tabel 3.1 di atas merangkum sekaligus menjabarkan tugas utama dan aktivitas pemagang selama dilaksanakannya praktik kerja magang di Spedagi. Dapat dilihat bahwa tugas utama pemagang sebagai divisi dokumentasi dan publikasi terletak pada pendokumentasian dan pembuatan konten publikasi. Di samping itu, pemagang juga turut membantu dan berkontribusi dalam proses perancangan acara, mulai dari perancangan konsep kegiatan secara bersama, menyusun rangkaian kegiatan acara, *rundown*, hingga persiapan *souvenir*. Selain itu, pemagang juga memiliki tugas lain di luar perancangan acara, yaitu pembuatan desain *flashcard* dan merapikan *layout* untuk siap cetak.

3.2.3 Uraian Kerja Magang

Seluruh tugas dan kerja magang yang tertera pada tabel 3.1. diuraikan dengan penjelasan yang lebih detail untuk mendeskripsikan peran dan tanggung jawab pemagang selama dilaksanakannya praktik kerja magang di Spedagi. Uraian kerja mencakup rangkaian aktivitas yang dilakukan secara terstruktur, mulai dari tugas utama sebagai divisi dokumentasi dan publikasi hingga pekerjaan tambahan berupa perancangan acara dan pembuatan desain *flashcard* dalam menunjang kelancaran acara CAPLOK di bawah naungan departemen RnD. Uraian penjelasan mengenai setiap aktivitas akan dijelaskan dengan lebih detail pada pembahasan berikutnya guna memberikan pemahaman yang meyeluruh terkait peran pemagang selama praktik kerja magang berlangsung.

3.2.3.1 Dokumentasi

Salah satu hal penting yang perlu dilakukan sebagai sebuah bukti dan arsip bahwa kegiatan telah terlaksana dengan baik adalah melalui dokumentasi yang mencakup keseluruhan rangkaian acara, mulai dari persiapan, rangkaian kegiatan, hingga penutupan. Secara umum, serangkaian aktivitas yang mencakup

pengumpulan, pengolahan, penyeleksian, dan penyimpanan berbagai bentuk informasi dapat diartikan sebagai bentuk dokumentasi, baik itu secara tulisan, rekaman suara, video, foto, maupun bentuk lain yang memuat informasi penting tentang suatu peristiwa (Ayumsari, 2022, p. 64). Dokumentasi merupakan sesuatu yang menggambarkan tentang sebuah proses, sedangkan dokumen merupakan objek yang dijadikan bukti atas sebuah peristiwa yang pernah terjadi (Yudhawasthi, 2023, p. 47).

Dalam pelaksanaan kegiatan CAPLOK, fungsi dokumentasi menjadi hal yang penting dilakukan untuk mengabadikan keseluruhan rangkaian acara yang dilakukan. Melalui dokumentasi, seluruh aktivitas mulai dari persiapan acara, rangkaian kegiatan, dan penutupan dapat menjadi bukti yang terarsip dengan baik.

Hasil dokumentasi ini tidak hanya menjadi arsip internal, tetapi juga berperan sebagai bahan utama dalam penyusunan konten publikasi, baik untuk kebutuhan rilis pers, media sosial, maupun laporan kegiatan. Oleh karena itu, dokumentasi menjadi fondasi penting dalam mengkomunikasikan nilai, manfaat, dan dampak kegiatan kepada publik. Menurut Yudhawasthi (2023, p. 55) dokumentasi dapat diyakini sebagai sebuah proses untuk menyampaikan pesan atau makna dari sebuah objek yang dapat dimanfaatkan bagi generasi selanjutnya. Dalam hal ini, proses dokumentasi dapat dikatakan sebagai salah satu upaya pemagang dalam merancang pesan strategis yang hendak disampaikan.

Begitu pula dengan aktivitas dokumentasi yang dilakukan pemagang, di mana beberapa foto maupun video yang diambil berusaha untuk menggambarkan sebuah pesan, misalnya dalam menyampaikan pesan bahwa acara terlaksana dengan baik yang melibatkan anak-anak TK-SD Dusun Ngadiprono sebagai *agent* dan *target of change*, maka diberikan foto bersama seluruh tim

dengan anak-anak yang memegang *souvenir grow kit.* Kemudian dalam menyampaikan pesan terkait isu regenasi petani, pemagang mendokumentasikan Pak Harun sebagai bentuk representasi dari petani muda generasi terakhir di Dusun Ngadiprono. Melalui hal tersebut, maka dapat dikatakan bahwa aktivitas pendokumentasian ini bukan hanya sekedar pengambilan foto dan video, melainkan juga sebuah proses yang berusaha mendeskripsikan pesan strategis yang ingin disampaikan pemagang. Seluruh dokumentasi yang diambil berusaha untuk menyampaikan pesan strategis yang diangkat dari aktivitas yang dilakukan, bahwa melalui kegiatan kecil seperti pengenalan TOGA dapat menjadi langkah yang berdampak besar dalam pelestarian nilai lokal kepada generasi muda.

Sebagian besar proses dokumentasi yang dilakukan dalam aktivitas magang ini diambil dalam format *portrait* yang dapat lebih disesuaikan untuk kebutuhan publikasi digital, terutama pada *platform* media sosial sehingga akan lebih efektif jika seluruh konten disampailan secara vertikal dengan tampilan yang lebih *mobile-friendly*. Sebagai sebuah aset visual, format *portrait* dapat diolah dengan lebih mudah karena lebih sesuai dengan tampilan media sosial yang menjadi salah satu media utama dalam publikasi konten yang dilakukan. Meskipun begitu, beberapa dokumentasi juga diambil dalam format *landscape* yang lebih sesuai untuk digunakan sebagai aset foto bagi keperluan rilis pers yang mayoritas disajikan dalam media web sehingga bentuk *landscape* akan lebih cocok digunakan.

Seluruh aktivitas dokumentasi, baik dalam bentuk pengambilan foto, video, dan pengarsipan dokumen yang dilakukan pemagang meliputi beberapa bagian proses yang selanjutnya dijelaskan dengan lebih terstruktur, sebagai berikut.

A. Melakukan Dokumentasi Foto Selama Acara Berlangsung

Salah satu aktivitas utama dalam divisi dokumentasi dan publikasi adalah melakukan pengambilan foto selama kegiatan berlangsung. Pengambilan foto ini dilakukan selama rangkaian acara berlangsung mulai dari perencanaan atau persiapan acara hingga penutupan acara. Dokumentasi dilakukan untuk mengabadikan beberapa momen yang menggambarkan antusiasme anak-anak dan keseruan rangkaian kegiatan pengenalan TOGA, mulai dari antusiasme anak-anak, interaksi mereka dengan pembawa acara selama aktivitas berlangsung, hingga rangkaian kegiatan yang dijalankan sampai pada foto bersama di sesi penutupan.

Berbagai foto yang diambil oleh pemagang selama proses dokumentasi keseluruhan rangkaian acara digunakan sebagai bukti dan arsip visual yang sekaligus akan digunakan dalam membuat sebuah konten publikasi. Seluruh foto yang diambil dipastikan oleh pemagang telah memiliki komposisi yang baik, mulai dari pencahayaan, kejelasan, maupun sudut pengambilan yang tepat. Hal terpenting yang dinilai pemagang dalam proses dokumentasi foto ini adalah kesesuaian foto dalam mendeskripsikan pesan yang ingin disampaikan. Melalui proses kurasi yang dilakukan, maka hasil foto selama rangkaian acara dapat digunakan sebagai aset visual, baik itu untuk untuk keperluan laporan, publikasi di media sosial, hingga perlengkapan materi rilis pers yang dirancang.

Dalam aktivitas pendokumentasian, pemagang menyusun beberapa *list* foto yang diambil, meliputi berbagai aktivitas selama rangkaian acara berlangsung, yaitu:

- Persiapan awal: mendokumentasikan tim bersama dengan Pak Harun sembari mengeksplor TOGA di depan rumah Pak Harun sekaligus untuk mencatat informasi dan *list* TOGA yang dicantumkan dalam *flashcard.*
- Persiapan sebelum hari acara: mendokumentasikan proses diskusi dan *briefing* bersama dengan Pak Hendro dan Pak Harun, selaku narasumber yang akan mendampingi anak-anak mengenali TOGA.
- Persiapan acara: mendokumentasikan proses pemindahan perlengkapan *souvenir grow kit* dari rumah Pak Hendro ke lokasi dilakukannya demo menanam. Beberapa aktivitas seperti penempelan stiker pada media pot bambu ampel dan keranjang anyaman bambu juga turut didokumentasikan sebagai aset dan bukti bahwa seluruh perlengkapan telah dipersiapkan.
- Rangkaian kegiatan: dokumentasi juga dilakukan selama rangkaian kegiatan berlangsung, seperti pembukaan oleh MC, antusiasme anak-anak selama rangkaian acara, kegiatan anak-anak selama jalan mengelilingi area pasar dan taman TOGA, proses edukasi *flashcard* oleh setiap pendamping, kemeriahan *games* studi kasus, keseriusan anak-anak dalam mewarnai TOGA, dan demo menanam tanaman dari pemberian *souvenir*.
- Penutupan acara yang mencakup foto bersama dengan anak-anak, narasumber, seluruh panitia yang tergabung, dan disertai dengan *souvenir grow kit*.

Gambar 3. 5. Dokumentasi foto selama rangkaian acara CAPLOK pengenalan TOGA berlangsung bersama anak-anak di Dusun Ngadiprono

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Gambar 3.5. di atas merupakan beberapa foto dokumentasi yang diambil oleh pemagang mulai dari proses *briefing* bersama narasumber hingga seluruh rangkaian acara berlangsung.

B. Melakukan Dokumentasi Video Selama Acara Berlangsung

Selain melakukan dokumentasi dalam bentuk foto, pemagang juga bertugas dalam melakukan dokumentasi dalam bentuk video selama rangkaian acara berlangsung. Dokumentasi yang disajikan dalam bentuk video memberikan nilai lebih berupa suara dan visual yang bergerak sehingga keseruan, antusiasme, dan momen dari seluruh rangkaian kegiatan dapat tergambarkan dengan lebih hidup dan nyata. Beberapa momen keseruan anak-anak, antusiasme mereka selama pengenalan TOGA, interaksi mereka dengan pembawa acara (Delbert Go dan Angel), bermain studi kasus untuk mendapatkan hadiah, keseriusan selama sesi mewarnai, hingga keseruan menanam tanaman onclang/daun bawang, semuanya terdokumentasikan dalam bentuk potongan video singkat. Adanya elemen suara dan gerak yang tidak dimiliki foto membuat video mampu menggambarkan suasana acara dengan lebih meriah dan ekspresif.

Pengambilan *shoot* video menjadi salah satu hal yang juga penting untuk dipertimbangkan. Sari & Abdullah (2020, p. 419) dalam jurnalnya menyatakan bahwa tipe *shoot* dalam pengambilan video menjadi salah satu faktor penting yang menekankan pemaknaan pesan dan detail informasi yang ingin disampaikan. Tipe *shoot* yang diambil masing-masing menggambarkan maksud dan tujuan pengemasan pesan yang berbeda. Dalam proses magang ini, pemagang menerapkan beberapa tipe *shoot* untuk memberikan penekanan pada maksud dan tujuan pesan yang ingin disampailkan seperti yang dijelaskan oleh Sari & Abdullah (2020, p. 419-420), yaitu:

- *Medium Shoot* (MS) = yaitu pengambilan video mulai dari kepala hingga pinggang untuk menampilkan detail

objek. Dalam hal ini, pemagang mengambil beberapa video *Medium Shoot* yang menampilkan antusiasme anak-anak, terutama ketika melakukan demo menanam. Beberapa di antaranya menampilkan ekspresi senyum anak-anak yang menggambarkan bahwa acara berlangsung dengan meriah dan anak-anak mengikutinya dengan semangat dari awal hingga akhir.

Gambar 3. 6. Tangkapan layar dari video untuk *Medium Shoot* (MS)

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

- *Full Shoot* (FS) = yaitu pengambilan video secara penuh dari kepala hingga kaki yang memperlihatkan objek beserta dengan latar belakang untuk memperjelas konteks. Dalam hal ini, pemagang mengambil beberapa video dengan teknik *Full Shoot* untuk menggambarkan antusiasme anak-anak dengan lebih jelas, misalnya ketika anak-anak berjalan sambil mengeksplor, saling bercerita antar teman, proses edukasi bersama, dan sebagainya yang menggambarkan keseruan acara dengan lebih menyeluruh.

Gambar 3. 7. Tangkapan layar dari video untuk *Full Shoot* (FS)

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

- *Long Shoot* (LS) = yaitu pengambilan video dengan *angle* yang lebih luas menampilkan lebih banyak objek dengan latar belakang lebih luas. Dalam hal ini, pemagang mengambil beberapa video dengan teknik *Long Shoot* yang lebih menekankan pada keseruan acara, bukan pada objek.

Gambar 3. 8. Tangkapan layar dari video untuk *Long Shoot* (LS)

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Seluruh hasil dokumentasi video yang telah diabadikan oleh pemagang kemudian akan dikumpulkan dan disimpan sebagai aset dalam pembuatan salah satu konten publikasi, yaitu berupa video *recap*. Adanya dokumentasi dalam bentuk audio-visual ini menjadi pelengkap dari aktivitas publikasi yang berusaha menyampaikan informasi dengan pengemasan pesan yang lebih hidup dan komunikatif.

C. Mengambil Foto Perlengkapan (*Flashcard* dan *Souvenir Grow Kit*)

Selain mendokumentasikan kegiatan utama dan jalannya acara, pemagang juga bertugas mengambil dokumentasi foto terkait perlengkapan yang digunakan dalam kegiatan CAPLOK. Perlengkapan ini mencakup flashcard sebagai luaran karya dari tim dan *souvenir grow kit* yang terdiri dari pot bambu ampel, keranjang bambu, dan bibit tanaman onclang atau daun bawang.

Flashcard digunakan sebagai media edukasi bagi anak-anak di Dusun Ngadiprono untuk memperkenalkan TOGA dan manfaatnya bagi kehidupan sehari-hari. *Flashcard* kemudian didokumentasikan sebagai aset visual sekaligus bukti dari luaran karya yang telah dibuat oleh tim dalam rangka pengenalan TOGA bagi anak-anak. Dokumentasi *flashcard* dalam bentuk foto ini akan berguna bagi kebutuhan laporan maupun konten publikasi. Sementara itu, *souvenir grow kit* yang terdiri dari pot bambu ampel, keranjang bambu, dan bibit tanaman onclang atau daun bawang juga turut didokumentasikan dalam bentuk foto sebagai bagian dari kelengkapan acara. Penggunaan pot bambu ampel dikarenakan memiliki ukuran besar dan ruas yang pendek sehingga cocok sebagai media tanam sekaligus membawa nilai lokal, di mana penggunaan bambu juga hadir dalam kehidupan sehari-hari warga. Kemudian tas anyaman bambu digunakan sebagai media yang memudahkan anak-anak untuk membawa pot dan tanaman. Proses dokumentasi ini dilakukan sebagai bentuk aset kegiatan yang menunjukkan penerapan nilai lokal dalam rancangan acara.

Gambar 3. 9. Dokumentasi foto perlengkapan dalam rangkaian acara: tampilan *flashcard* depan dan belakang, serta *souvenir grow kit* tanaman onclang

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Gambar 3.9. di atas menunjukkan dokumentasi tampilan *flashcard* sekaligus *souvenir grow kit* yang digunakan sebagai pelengkap dan aset pendukung dari rangkaian acara CAPLOK pengenalan TOGA bagi anak-anak di Dusun Ngadiprono.

D. Mengelola Arsip Foto dan Video

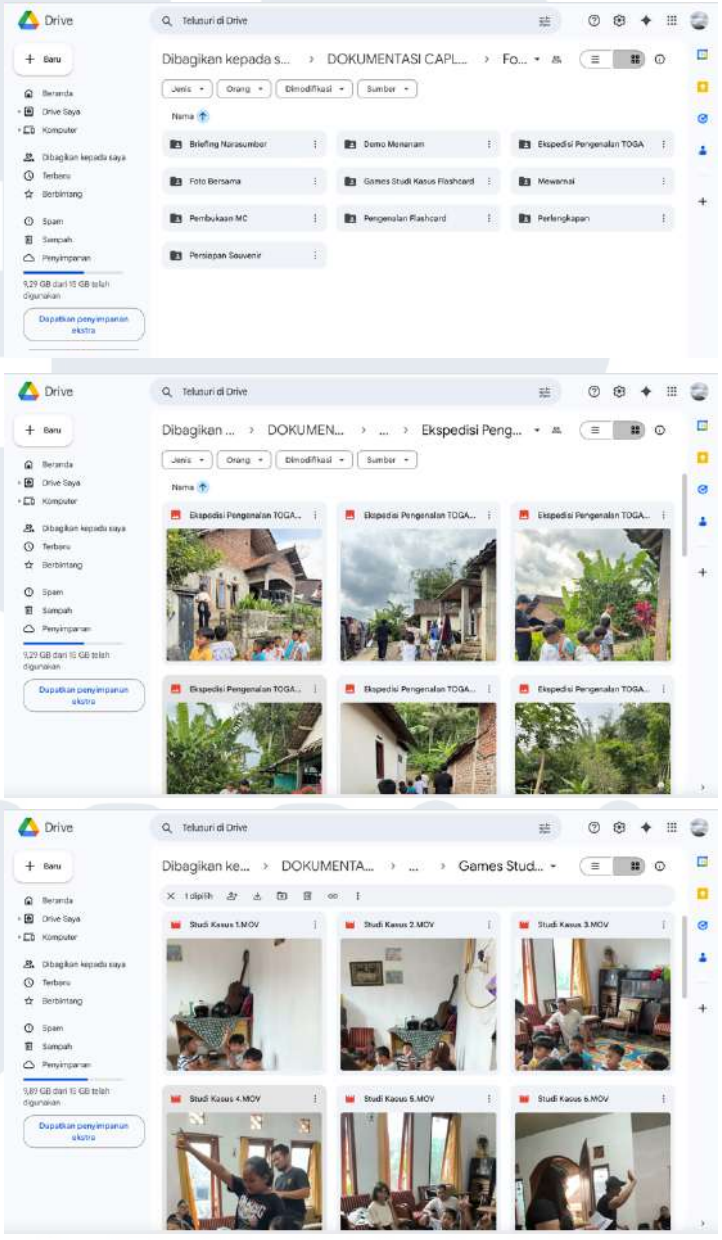
Setelah proses dokumentasi selesai dilakukan, pemagang juga bertanggung jawab dalam mengelola dan

menyusun seluruh arsip foto maupun video ke dalam *drive* yang dapat diakses secara bersama oleh semua anggota tim, termasuk *supervisor*. Proses pengelolaan arsip foto dan video dilakukan agar seluruh dokumentasi yang dilakukan dapat tersimpan dalam file yang mudah ditemukan dan tersusun dengan rapi. Hal ini sejalan dengan yang dijelaskan oleh Fathurrahman (2018, p. 220) dalam jurnalnya, bahwa arsip memiliki fungsi penting sebagai sumber informasi yang terpercaya mengenai sebuah kegiatan. Pembuatan arsip yang rapi dan terstruktur secara sistematis akan mempermudah proses komunikasi dan membantu memperlancar dalam penggunaannya untuk kemudian hari (Fathurrahman, 2018, p. 221-222).

Dalam melakukan pengarsipan, pemagang menggunakan *drive* sebagai tempat penyimpanan arsip secara digital yang dapat diakses bersama oleh seluruh tim. Proses pengarsipan seluruh dokumentasi baik foto maupun video meliputi beberapa tahapan, di antaranya:

- Seluruh dokumentasi (foto maupun video) yang terdapat dalam berkas galeri *handphone* kemudian diunggah satu persatu pada *file drive* yang dapat diakses bersama.
- File kemudian dikelompokan dalam dua folder yang membedakannya berdasarkan dua kategori utama, yaitu foto dan video.
- Masing-masing *folder* foto maupun video kemudian dibagi lagi ke dalam beberapa folder yang memisahkan setiap rangkaian kegiatan. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pencarian foto dan video berdasarkan rangkaian acara tertentu.

- Masing-masing *file* foto maupun video kemudian diberikan penamaan yang mendeskripsikan rangkaian acara secara terstruktur sehingga proses pencarian di kemudian hari dapat lebih mudah dilakukan.



Gambar 3. 10. Arsip dokumentasi (foto dan video) kegiatan CAPLOK pada *drive* yang telah tersusun rapi

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Gambar 3.10. di atas menunjukkan kumpulan *file drive* yang telah tersusun rapi sebagai media arsip dari setiap

dokumentasi mengenai kegiatan CAPLOK yang telah berlangsung.

Melalui aktivitas dokumentasi dan pengarsipan yang dilakukan, pemagang mempelajari bahwa kedua aktivitas (dokumentasi dan pengarsipan) bukan hanya sekedar pengambilan gambar maupun video yang kemudian disusun dalam *folder* yang rapi, melainkan juga sebuah upaya dari pengelolaan informasi yang berguna untuk masa depan. Pemagang menyadari bahwa proses dokumentasi yang baik adalah mampu menangkap nilai dan proses dari kegiatan secara utuh sehingga mampu mendeskripsikan pesan strategis yang hendak disampaikan kepada publik. Di sisi lain, pemagang juga mempelajari pentingnya pengelolaan arsip foto dan video yang rapi sebagai aset yang berguna bagi lembaga jika akan menggunakannya di masa yang akan datang. Pemagang juga memastikan bahwa seluruh dokumentasi foto dan video tetap dapat diakses dengan mudah dan selalu tersedia bagi tim internal maupun untuk keperluan eksternal, contohnya seperti publikasi. Melalui aktivitas ini, pemagang dapat memahami bahwa dokumentasi menjadi tugas penting yang mendukung praktik komunikasi dan keberlanjutan program, salah satunya mengenai pengenalan TOGA bagi anak-anak di Dusun Ngadiprono.

3.2.3.2 Publikasi

Tugas dan tanggung jawab utama berikutnya yang harus dilakukan pemagang adalah pembuatan materi publikasi dari seluruh kegiatan yang telah dilaksanakan. Aktivitas publikasi dalam konteks ilmu komunikasi menjadi salah satu kegiatan yang penting untuk dilakukan karena bertujuan menyebarkan

informasi kepada publik secara terencana dan strategis. Manafe & Ardeana (2022, p. 80), dalam jurnalnya menyatakan bahwa aktivitas publikasi termasuk ke dalam salah satu unsur utama strategi hubungan masyarakat yang dikemukakan oleh Harris & Whalen (2006) melalui konsep PENCILS (*Publications, Events, News, Community Involvement, Information or Image, Lobbying and negotiation, Social Responsibility*). Salah satu aspek yang tertera dalam konsep PENCILS adalah publikasi, di mana tugas seorang humas salah satunya ialah merancang materi yang kemudian disebarkan bagi publik melalui berbagai media untuk mendapatkan umpan balik yang positif mengenai informasi yang disampaikan. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Apuke (2018, p. 33), bahwa publikasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari praktik humas karena fungsi utamanya adalah menciptakan paparan melalui media dan meningkatkan pemahaman publik terhadap sebuah kegiatan atau isu tertentu.

Johnston & Sheehan (2020, p. 5-7), juga menambahkan bahwa salah satu tugas profesional seorang humas adalah pembuatan rilis pers maupun konten publikasi di media sosial. Kegiatan ini dilakukan dalam upaya untuk menginformasikan, mengedukasi, dan mempromosikan sebuah kepentingan atau isu yang hendak diangkat kepada publik dengan lebih luas.

Dalam praktik kerja magang ini, aktivitas publikasi memegang peranan yang cukup penting untuk mengomunikasikan maksud dan tujuan dari pelaksanaan aktivitas CAPLOK yang dilakukan. Aktivitas publikasi yang dilakukan pemagang lebih dari sekedar menginformasikan rangkaian kegiatan, tetapi juga menyuarakan isu tentang regenerasi petani yang semakin melemah di Dusun Ngadiprono sehingga pengenalan TOGA kepada generasi muda menjadi langkah kecil yang diharapkan membawa dampak besar bagi pelestarian nilai

dan pengetahuan akan potensi lokal. Pesan mengenai pemberdayaan generasi muda untuk kembali melihat potensi desa mereka dalam upaya menghidupkan kembali desa menjadi sebuah hal yang harus digaungkan kepada publik. Dengan memanfaatkan media lokal dan media sosial dalam menyalurkan pesan yang berusaha diangkat dari kegiatan CAPLOK, publik diharapkan dapat memahami urgensi atas isu regenerasi dan revitalisasi desa yang terus digiatkan oleh Spedagi. Dengan begitu, maka seluruh inisiatif kecil yang berangkat dari Spedagi untuk merevitalisasi desa dalam berbagai aspek pelibatan komunitas dapat diketahui oleh publik secara luas sehingga mampu membangun kesadaran kolektif.

Dalam praktik kerja magang bersama Spedagi, pemagang melakukan beberapa tugas yang berkaitan dengan aktivitas publikasi selama kegiatan CAPLOK berlangsung, di antaranya adalah:

A. Menyusun Rilis Pers sebagai Bahan Publikasi untuk Media Lokal

Salah satu tugas utama pemagang dalam aktivitas publikasi adalah menyusun rilis pers mengenai kegiatan CAPLOK. Jika melihat kembali ke dalam aktivitas strategi humas yang dilakukan berdasarkan konsep PENCILS oleh Harris & Whalen (2006) sebagaimana dijelaskan dalam Manafe & Ardeana (2022, p. 80), pembuatan rilis pers merupakan salah satu bagian dari aktivitas *creating news*. Hal ini didasari oleh pekerjaan utama seorang humas yang sebagian besar berkaitan dengan menulis, tidak terkecuali materi publikasi.

Gambar 3.9. di bawah ini memperlihatkan 2 halaman dari hasil rilis pers yang dirancang oleh pemagang. Rilis pers

yang dirancang pemagang merupakan salah satu dari 3 konten yang dipublikasikan. Rilis pers ini dibuat dalam waktu 1x24 jam, tepatnya sesaat setelah acara selesai dilaksanakan. Pengerjaan dalam waktu yang singkat ini dikarenakan adanya tuntutan tenggat waktu yang diberikan untuk pengiriman rilis pers kepada rekan media. Hal ini dilakukan agar berita yang disampaikan masih relevan dalam jangka waktu yang tidak terlalu lama dan peluang untuk dipublikasikan oleh media menjadi lebih optimal.

Rilis pers yang dirancang mencakup beberapa isi:

- Logo UMN, Spedagi, Pasar Papringan, dan CAPLOK.
- Judul
- Paragraf 1: *lead* yang berisikan informasi 5W.
- Paragraf 2-5: isi yang menjelaskan bagian *how*, yaitu bagaimana acara dilaksanakan.
- Paragraf 6: *quote* dari Pak Hendro.
- Paragraf 7: penutup.
- Kontak narahubung dan tentang program SII.

SIARAN PERS

Untuk segera dipublikasikan

CAPLOK Jadikan Pengenalan TOGA sebagai Jalan Pelestarian Pengetahuan Tanaman pada Generasi Muda di Dusun Ngadiprono

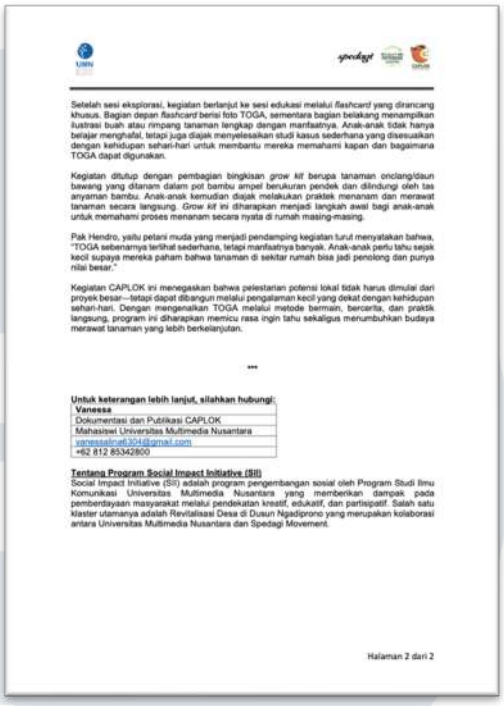
Temanggung, 24 November 2025—Empat mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) melaksanakan kegiatan pengenalan Tanaman Obat Keluarga (TOGA) bertajuk **CAPLOK (Bocah Paham Lokal)** di Dusun Ngadiprono, Temanggung, sebagai bagian dari program Social Impact Initiative (SII) yang berkolaborasi dengan Spedagi Movement dan Pasar Papringan. Kegiatan ini diikuti 18 anak TK–SD dan bertujuan memperkenalkan potensi lokal serta menumbuhkan kesadaran regenerasi petani melalui pembelajaran yang interaktif dan berbasis komunitas.

Anak-anak Dusun Ngadiprono bersama para pendamping dan tim CAPLOK menunjukkan hasil kegiatan pengenalan TOGA serta *grow kit* tanaman yang mereka bawa pulang sebagai bagian dari edukasi potensi lokal desa.

Program CAPLOK dirancang sebagai kegiatan berbasis pelibatan komunitas, di mana anak-anak ditempatkan sebagai *agent of change* sekaligus *target of change* dalam upaya pelestarian dan regenerasi pengetahuan mengenai TOGA. Kegiatan ini berangkat dari isu utama di Dusun Ngadiprono terkait kekhawatiran terhadap hilangnya regenerasi petani—mengingat Pak Harun diketahui sebagai generasi terakhir petani di dusun ini. Hal ini mendorong pentunya pengenalan tanaman lokal sejak dini agar anak-anak mampu memahami nilai, manfaat, serta potensi TOGA bagi kehidupan mereka di masa depan.

Dalam kegiatan ini, anak-anak dibimbing oleh Pak Harun dan Pak Hendro, petani muda Dusun Ngadiprono. Rangkaian acara dilaksanakan dengan pendekatan kreatif, di mana 2 kelompok anak-anak diajak berkeliling mengenali jenis-jenis TOGA di taman depan rumah serta di sepanjang jalur Pasar Papringan. Selama kegiatan, anak-anak diperkenalkan pada beragam tanaman lokal mulai dari jahe, kunyit, sereh, daun talas, hingga suweg dengan "kekuatan super" untuk menjelaskan manfaat tanaman secara menyenangkan dan mudah dipahami.

Halaman 1 dari 2



Setelah sesi eksplorasi, kegiatan berlanjut ke sesi edukasi melalui *flashcard* yang dirancang khusus. Bagian depan *flashcard* berisi foto TOGA, sementara bagian belakang menampilkan ilustrasi buah atau rimpang tanaman lengkap dengan manfaatnya. Anak-anak tidak hanya belajar menghafal, tetapi juga diajak menyelesaikan studi kasus sederhana yang disesuaikan dengan kehidupan sehari-hari untuk membantu mereka memahami kapan dan bagaimana TOGA dapat digunakan.

Kegiatan ditutup dengan pembagian bingkisan *grow kit* berupa tanaman onclang/daun bawang yang ditanam dalam pot bambu ampel berukuran pendek dan dilindungi oleh tas anyaman bambu. Anak-anak kemudian diajak melakukan praktek menanam dan merawat tanaman secara langsung. *Grow kit* ini diharapkan menjadi langkah awal bagi anak-anak untuk memahami proses menanam secara nyata di rumah masing-masing.

Pak Hendro, yaitu petani muda yang menjadi pendamping kegiatan turut menyatakan bahwa, "TOGA sebenarnya terlihat sederhana, tetapi manfaatnya banyak. Anak-anak perlu tahu sejak kecil supaya mereka paham bahwa tanaman di sekitar rumah bisa jadi penolong dan punya nilai besar."

Kegiatan CAPLOK ini menegaskan bahwa pelestarian potensi lokal tidak harus dimulai dari proyek besar—tetapi dapat dibangun melalui pengalaman kecil yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Dengan mengenalkan TOGA melalui metode bermain, bercerita, dan praktik langsung, program ini diharapkan memicu rasa ingin tahu sekaligus menumbuhkan budaya merawat tanaman yang lebih berkelanjutan.

***

Untuk keterangan lebih lanjut, silahkan hubungi:

Vanessa
Dokumentasi dan Publikasi CAPLOK
Mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara
vanessaline6304@gmail.com
+62 812 85342800

Tentang Program Social Impact Initiative (SII)

Social Impact Initiative (SII) adalah program pengembangan sosial oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang memberikan dampak pada pemberdayaan masyarakat melalui pendekatan kreatif, edukatif, dan partisipatif. Salah satu klaster utamanya adalah Revitalisasi Desa di Dusun Ngadiprono yang merupakan kolaborasi antara Universitas Multimedia Nusantara dan Spedagi Movement.

Halaman 2 dari 2

Gambar 3. 11. Rilis pers yang dibuat pemagang dalam publikasi aktivitas CAPLOK pengenalan TOGA pada anak-anak di Dusun Ngadiprono

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Dalam menyusun rilis pers, pemagang mengikuti kaidah penulisan yang baik dan benar seperti dikutip dari Wilcox et al. (2015, p. 391-392) yang mencakup:

- Pemagang menggunakan *single spacing* (1.0) sehingga tulisan disajikan dengan lebih padat dan maksimal 2 halaman.
- Pemagang menggunakan pendekatan piramida terbalik dalam menuliskan isi rilis pers, di mana paragraf awal berisikan informasi penting dan diikuti dengan paragraf seterusnya berisikan informasi pendukung. Paragraf awal ini biasanya dikenal dengan sebutan *lead* yang berisikan penjelasan 5W (*what, who, where, when, why*) dari rangkaian kegiatan.

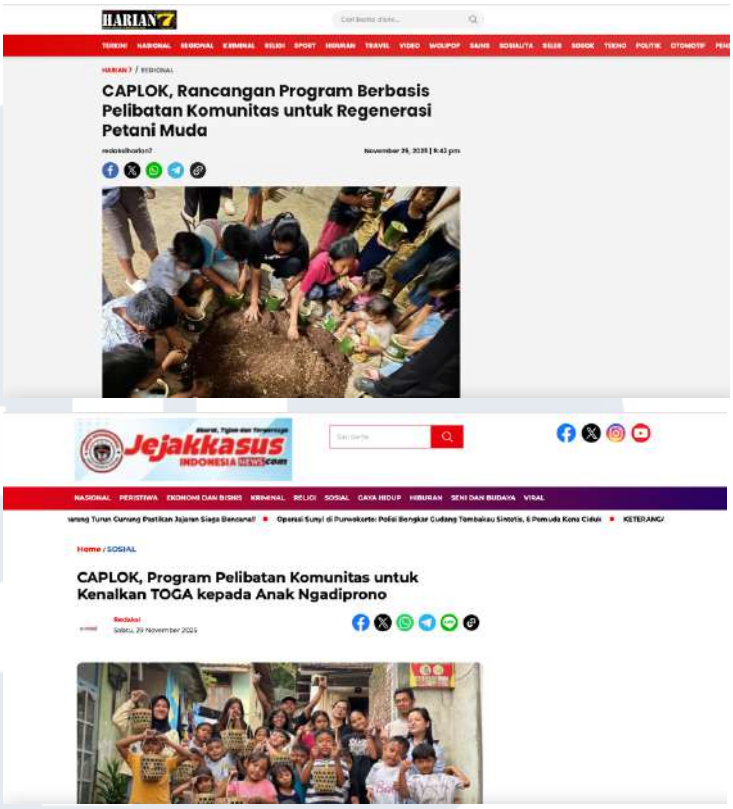
- Pemagang juga turut mencantumkan beberapa logo di bagian *header* sebagai identitas. Beberapa logo yang dicantumkan adalah Universitas Multimedia Nusantara (UMN), Spedagi, Pasar Papringan, dan logo CAPLOK (nama kegiatan *community engagement*).
- Mencantumkan judul atau *headline* yang singkat dan menarik.
- Menuliskan kota asal dan tanggal dibuatnya rilis pers pada awal paragraf pertama.
- Isi rilis pers dari tiap paragraf sudah mencantumkan dua hingga tiga kalimat saja sehingga informasi yang disampaikan optimal dan tidak terlihat begitu padat.
- Pemagang juga tidak lupa turut memberikan paragraf khusus untuk *quote* yang mempertegas pesan. *Quote* yang digunakan dalam rilis pers yang dibuat berasal dari Pak Hendro, selaku petani muda Dusun Ngadiprono yang turut menjadi pendamping dalam pengenalan TOGA.
- Rilis pers juga ditutup dengan informasi kontak yang dapat dihubungi, seperti nama, nomor *handphone*, dan alamat e-mail, serta informasi mengenai profil organisasi, yang dalam hal ini pemagang mencantumkan informasi mengenai kegiatan program SII.

Dalam pembuatan rilis pers, pemagang juga melalui beberapa tahap yang harus dilalui, mulai dari perancangan hingga rilis pers siap disebarkan ke media. Beberapa detail prosesnya adalah sebagai berikut:

- Merancang *template* dan *draft* awal berisikan poin penting yang ingin dijabarkan dalam rilis pers sesaat setelah kegiatan selesai.

- Selanjutnya dimulai proses pembuatan rilis pers dengan menggunakan teknik gaya penulisan piramida terbalik disertai dengan beberapa poin penting lain seperti yang dijabarkan sebelumnya.
- Dokumen dari rilis pers yang sudah ditulis kemudian diserahkan kepada *supervisor*, yaitu Wening Lastri, untuk mendapatkan masukan dan revisi apabila ada.
- Pemberian revisi dan masukan dari *supervisor* kemudian segera diperbaiki oleh pemagang sekaligus memastikan bahwa seluruh elemen pendukung rilis pers, salah satunya foto, sudah tersedia.
- Dokumen final yang sudah direvisi kemudian diverifikasi kembali oleh *supervisor* sampai seluruh narasi sesuai dengan pesan yang berusaha disampaikan.
- Rilis pers yang dinyatakan final kemudian siap dikirimkan kepada media lokal melalui perantara Mbak Ika agar mendapatkan liputan. Pengiriman dokumen kepada Mbak Ika harus dilakukan dalam waktu maksimal 1×24 jam setelah acara berlangsung.

Sebagai hasilnya, didapatkan 3 media lokal yang meliput rilis pers dari kegiatan CAPLOK yang dilakukan. Media tersebut adalah temanggungnews.com, harian7.com, dan jejakkasusindonesianews.com.



Gambar 3. 12. Publikasi rilis pers pada 3 media lokal, yaitu temanggungnews.com, harian7.com, dan jejakkasusindonesianews.com

Melalui penyebaran rilis pers yang dibuat, maka pesan-pesan strategis mengenai isu regenerasi petani dan upaya revitalisasi desa yang berusaha digiatkan melalui aktivitas CAPLOK yang dirancang dapat dikomunikasikan dengan baik. Publikasi melalui media lokal diharapkan dapat menjangkau sekaligus meningkatkan perhatian publik, terkhususnya masyarakat lokal terhadap potensi desa dan peran generasi muda sebagai *agent* sekaligus *target of change* dalam upaya melestarikan nilai lokal yang diusung Spedagi.

Selama proses pembuatan rilis pers, pemagang memahami bahwa ketepatan format dan penggunaan bahasa yang formal menjadi penting karena materi ini ditujukan bagi media yang memiliki standar profesional tertentu. Selain itu,

ketersediaan foto yang baik juga menjadi salah satu aset penting yang harus disediakan dalam proses publikasi. Aset foto ini menjadi salah satu hal penting yang memberikan kejelasan informasi dan kredibilitas yang dikirimkan pada media. Melalui pengalaman ini, pemagang mempelajari peran penting dari seorang humas, salah satunya publikasi sebagai praktik komunikasi strategis yang membutuhkan ketelitian, kecepatan, dan kesiapan materi pendukung.

B. Membuat Konten Publikasi Berupa Foto Naratif yang Dikemas dengan Gaya Berita

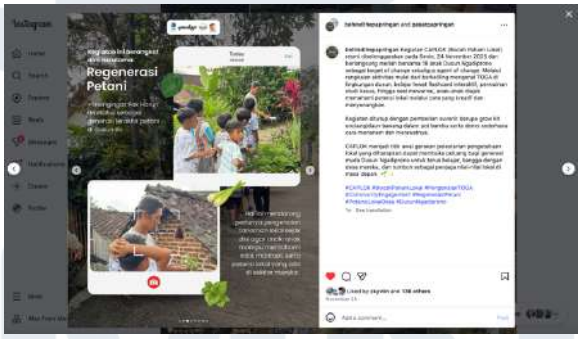
Konten publikasi selanjutnya yang turut dibuat oleh pemagang adalah serangkaian foto naratif yang dikemas dengan gaya berita. Konten ini terdiri dari delapan foto dalam satu unggahan dengan masing-masing dilengkapi narasi yang menjelaskan detail kegiatan. Publikasi berupa foto yang disertai dengan narasi pendukung bertujuan agar publik dapat memahami konteks dan maksud pesan yang ingin disampaikan dari visual yang disajikan. Proses produksi konten foto naratif ini melalui beberapa tahapan, di antaranya:

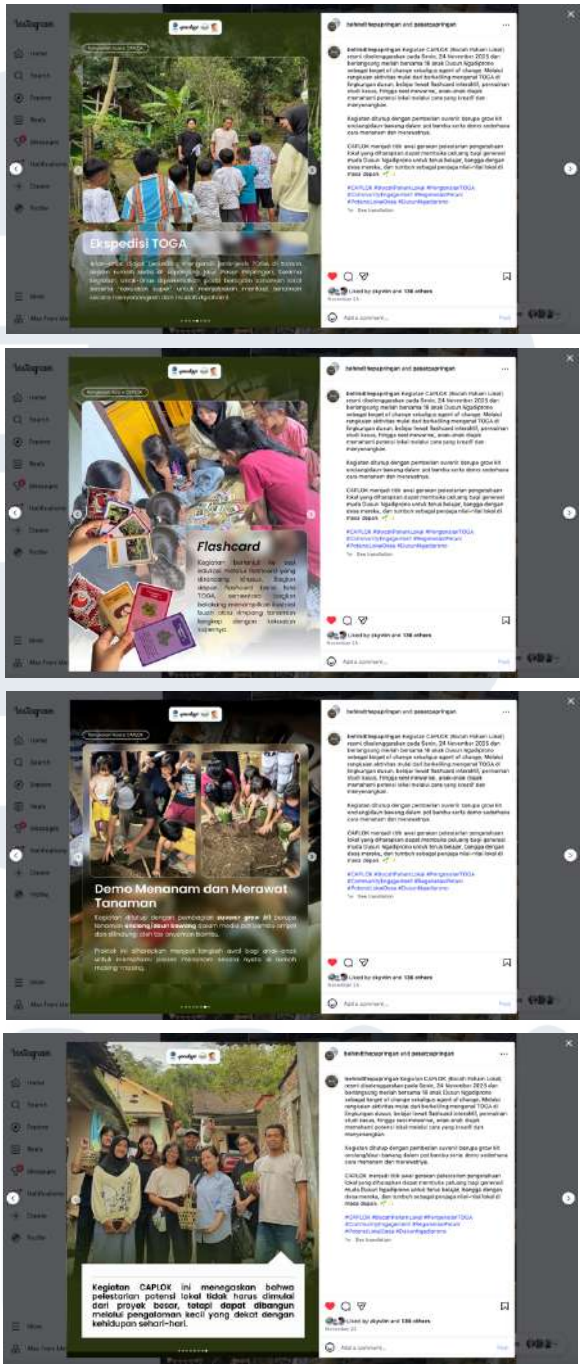
- Pemagang mengumpulkan seluruh dokumentasi foto yang menggambarkan rangkaian acara pengenalan TOGA.
- Pemagang kemudian memilih foto yang paling mendeskripsikan beberapa rangkaian kegiatan, yaitu:
  - Foto bersama
  - Foto Pak Harun dan Pak Hendro
  - Foto anak-anak selama ekspedisi TOGA
  - Foto sesi edukasi *flashcard*
  - Foto selama *games* studi kasus,

- Foto sesi mewarnai
- Foto sesi demo menanam tanaman.

- Setelah itu, pemagang mulai menyusun narasi dalam gaya penulisan berita (*news feature*) yang mendeskripsikan masing-masing foto.
- Pemagang setelahnya mulai merancang *layout* dan desain dari pengemasan foto naratif bergaya berita. Proses produksi konten ini menggunakan aplikasi Canva yang meliputi penempatan foto, penempatan teks narasi, serta elemen visual yang mendukung.
- Dalam proses produksi konten, pemagang juga menyisipkan beberapa logo (UMN, Spedagi, dan Pasar Papringan) sebagai elemen identitas visual yang harus dicantumkan untuk menjadi penanda bahwa kegiatan ini merupakan bagian dari *Social Impact Initiative* (SII) Program Studi Ilmu Komunikasi UMN yang berkolaborasi dengan Spedagi dalam klaster Revitalisasi Desa.
- Proses selanjutnya adalah merancang *caption* unggahan yang berisi rangkuman acara dan pesan reflektif yang menekankan pada pentingnya regenerasi petani dan pengetahuan TOGA sebagai langkah kecil untuk melestarikan nilai lokal.
- Hasil konten dan *caption* kemudian dikonsultasikan ke *supervisor* untuk mendapatkan masukan apabila ada.
- Revisi dilakukan pemagang sesuai arahan *supervisor.*
- Apabila materi foto dan *caption* sudah disetujui dari *supervisor*, maka konten foto naratif diunggah pada tanggal 25 November di akun Instagram @behindthepapringan yang berkolaborasi dengan

@pasarpapringan sebagai akun Instagram payung agar informasi mampu menjangkau publik lebih luas.





Gambar 3. 13. Publikasi foto naratif kegiatan CAPLOK pengenalan TOGA di Instagram @behindthepapringan dan @pasarpapringan pada 25 November 2025

Sumber: Instagram @behindthepapringan (2025)

Berdasarkan gambar 3.13. di atas, dapat dilihat bahwa setiap unggahan menampilkan foto yang telah

dilengkapi dengan narasi yang menjelaskan setiap kegiatan. Unggahan juga sudah disertai dengan *caption* dan tagar yang memperjelas kegiatan. Media sosial dipilih sebagai salah satu media publikasi dikarenakan cakupan pesan yang dijangkau oleh media sosial dapat menyasar pada target yang lebih luas. Hal ini sejalan dengan yang dijelaskan oleh Grunig (2009) seperti dikutip dari Kharisma & Kurniawan (2018, p. 15), bahwa media sosial memberikan banyak manfaat bagi sebuah organisasi dalam membangun hubungan dengan publik dan menjangkau audiens dengan lebih luas sehingga penyebaran informasi menjadi lebih efektif.

C. Membuat Video *Recap* Kegiatan

Konten publikasi berikutnya yang dikerjakan oleh pemagang adalah video *recap* berdurasi sekitar 30 detik. Video ini menampilkan suasana dan kemeriahan acara dalam berbagai potongan video singkat yang digabungkan menjadi 1 video utuh berdurasi 30 detik. Melalui publikasi konten video, seluruh rangkaian acara dapat dilihat dengan visual yang lebih nyata dan lebih hidup karena menggabungkan audio-visual yang menampilkan ekspresi, interaksi, dan antusiasme anak-anak. Video *recap* diedit menggunakan aplikasi edit video bernama CapCut. Proses pembuatan konten publikasi video ini melalui beberapa tahap, di antaranya:

- Pemagang mengumpulkan seluruh dokumentasi video selama rangkaian acara pengenalan TOGA berlangsung.
- Pemagang kemudian memilih beberapa video saja yang paling menggambarkan keseruan rangkaian acara dan antusiasme anak-anak.

- Pemagang kemudian melakukan proses *editing* menggunakan aplikasi CapCut.
- Video kemudian memasuki proses finalisasi, seperti menambahkan filter, transisi, dan musik yang ceria untuk mendukung suasana dalam video yang disajikan agar lebih menarik. Pemagang juga menambahkan elemen *mandatory*, yaitu logo UMN, Spedagi, dan Pasar Papringan yang menjadi identitas visual dan wajib ditampilkan dalam setiap konten publikasi yang dibuat.
- Pemagang kemudian merangkai *caption* singkat yang menarik disertai dengan tagar yang relevan untuk mendeskripsikan kegiatan.
- Dokumen video dan *caption* kemudian diserahkan kepada *supervisor* untuk diperiksa dan dievaluasi.
- Pemagang kemudian melakukan revisi sesuai arahan *supervisor*.
- Video recap yang sudah melalui tahap persetujuan oleh *supervisor* kemudian diunggah pada 26 November melalui akun media sosial @behindthepapringan yang berkolaborasi dengan @pasarpapringan sebagai kanal utama untuk publikasi.

Gambar 3. 14. Publikasi video *recap* kegiatan CAPLOK pengenalan TOGA di Instagram @behindthepapringan dan @pasarpapringan pada 26 November 2025

Sumber: Instagram @behindthepapringan (2025)

Selama proses produksi, pemagang mempelajari bahwa pengemasan konten memerlukan ketelitian dan kurasi yang cukup ketat agar gaya visual, *tone* narasi, dan pesan yang disampaikan selaras dengan identitas Pasar Papringan karena publikasi dilakukan melalui akun @behindthepapringan dan berkolaborasi dengan @pasarpapringan, yaitu akun payung dengan jumlah pengikut yang cukup besar. Oleh karena itu, pemagang memilih foto dan video dengan kualitas terbaik sekaligus pengemasan narasi yang tidak hanya informatif tetapi juga membawa nilai yang selalu digiatkan Pasar Papringan. Melalui hal ini, pemagang mendapatkan pengalaman berharga sekaligus pembelajaran yang penting, bahwa aktivitas publikasi di media sosial harus memperhatikan beberapa aspek, seperti gaya komunikasi visual yang konsisten dan pesan yang sesuai dengan karakter publik yang menjadi audiens utamanya.

3.2.4 Tugas dan Pekerjaan Lainnya

Selain menjalankan tugas utama dalam melakukan dokumentasi dan publikasi kegiatan CAPLOK, pemagang juga melakukan beberapa tugas dan pekerjaan lain yang mendukung terlaksananya acara. Tugas dan pekerjaan ini dilakukan pemagang dengan tujuan untuk membantu anggota tim acara dalam merancang seluruh rangkaian aktivitas sehingga acara dapat terlaksana dengan baik.

3.2.4.1 Perancangan Acara

Dalam praktik kerja magang di bawah naungan departemen RnD dan fokus pada perancangan acara berbasiskan pelibatan komunitas, pemagang juga terlibat dalam sejumlah tugas tambahan yang berhubungan dengan perencanaan acara.

Hal ini penting karena fokus pemagang dalam praktik kerja magang di Spedagi terletak pada realisasi aktivitas CAPLOK sehingga konsep acara yang matang dan sesuai dengan isu sosial yang diangkat menjadi salah satu fokus penting untuk dikerjakan. Oleh sebab itu, pemagang turut berkontribusi dalam proses perancangan acara. Beberapa uraian tugas tambahan yang dilakukan pemagang selama proses magang berlangsung, di antaranya adalah:

A. Membantu Merancang Konsep Kegiatan *Community Engagement*

Perancangan konsep acara merupakan tahap penting dalam kegiatan CAPLOK, di mana pemagang turut berkontribusi dalam penyusunan ide, diskusi konsep, penentuan nama kegiatan, hingga pematangan tema acara. Dalam konteks komunikasi, aktivitas perancangan acara termasuk ke dalam salah satu tugas humas. Johnston & Sheehan (2020, p. 6), menjelaskan bahwa manajemen acara merupakan bagian dari praktik *Public Relations* yang meliputi persiapan, perencanaan, dan pelaksanaan sebuah kegiatan dalam rentang waktu tertentu.

Proses perancangan konsep dimulai sejak *onsite* pertama pada 24 September–3 Oktober melalui observasi lapangan dan wawancara dengan *supervisor* dalam mengidentifikasi isu utama di Dusun Ngadiprono. Melalui hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, didapati adanya isu mengenai regenerasi yang menjadi salah satu kekhawatiran terhadap hilangnya minat generasi muda dalam bertani. Melalui observasi tersebut, diketahui bahwa Pak Harun merupakan generasi terakhir petani di Dusun Ngadiprono. Di sisi lain, anak-anak muda juga memiliki

minat dan pengetahuan yang rendah dalam memahami potensi lokal di sekitar mereka. Padahal, lingkungan desa sebenarnya kaya akan kekayaan lokal yang patut untuk dilestarikan. Sayangnya, banyak anak-anak justru menghabiskan waktu dengan bermain gawai sehingga mereka kerap kali kurang mengenal potensi lokal di sekitar, salah satunya TOGA.

Berdasarkan temuan tersebut, tim kemudian secara bersama memutuskan untuk mengambil isu regenerasi petani dan pengenalan TOGA sebagai tema utama dari acara pelibatan komunitas yang dirancang. Tim kemudian memutuskan untuk merancang sebuah acara edukasi interaktif, yaitu pengenalan Tanaman Obat Keluarga (TOGA) bagi anak-anak TK-SD di Dusun Ngadiprono. TOGA dipilih karena mudah ditemui di daerah sekitar Dusun Ngadiprono dan memiliki manfaat sehingga dapat menjadi pintu awal untuk memperkenalkan anak-anak terhadap alam dan tanaman sebagai potensi lokal yang paling dekat dengan kehidupan mereka. Dalam perancangan konsep ini, pemagang turut terlibat dalam memberikan masukan dan berkonsultasi bersama dengan tim mengenai pemantapan konsep dengan *supervisor*.

Selain itu, pemagang juga mengikuti proses *brainstorming* penentuan nama acara hingga lahirlah nama CAPLOK (Bocah Paham Lokal). Nama ini dipilih melalui diskusi tim bersama salah satu *supervisor*, yaitu Mas Rega yang juga telah melalui proses diskusi bersama *supervisor* tim *community engagement*, yaitu Mbak Wening. Kata 'bocah' merepresentasikan generasi muda yang dalam kegiatan ini berperan sebagai *agent of change* sekaligus *target of change*, sedangkan 'paham lokal' menggambarkan

tujuan besar program, yaitu memperkuat kesadaran anak-anak akan nilai lokal. Pemilihan nama juga mempertimbangkan keberlanjutan program agar dapat digunakan pada kegiatan *community engagement* di *batch* selanjutnya.

Proses perancangan konsep ini melalui beberapa tahapan, beberapa di antaranya adalah:

- Pemagang bersama dengan tim melakukan observasi untuk melihat isu yang dapat diangkat pada *onsite* pertama (24 September–3 Oktober).
- Pemagang bersama dengan tim melakukan diskusi bersama dengan *supervisor* untuk memperdalam isu utama yang hendak diangkat, kemudian ditemukanlah isu mengenai regenerasi petani.
- Diskusi tim kemudian berlanjut melalui WhatsApp Group sebagai media komunikasi internal bersama *supervisor*.
- Pemagang bersama dengan tim menentukan tema besar dari acara, yaitu pengenalan potensi lokal di Dusun Ngadiprono kepada generasi muda.
- Pemagang bersama dengan tim kemudian memfokuskan isu pada pengenalan TOGA bagi anak-anak TK-SD di Dusun Ngadiprono.
- *Brainstorming* penentuan nama acara bersama tim.
- Konsultasi konsep kepada *supervisor.*
- Pematangan konsep pada *onsite* kedua (11–30 November).

B. Membantu Menyusun Rangkaian Kegiatan Acara Utama

Selain merancang konsep, pemagang juga membantu menyusun rangkaian acara utama CAPLOK. Penyusunan rangkaian dilakukan bersama seluruh anggota tim dan disesuaikan dengan tujuan utama program yang berusaha mengedukasi anak-anak TK-SD di Dusun Ngadiprono dengan pendekatan yang kreatif. Setelah melalui beberapa tahapan diskusi dan pematangan konsep, rangkaian acara dalam kegiatan CAPLOK dibagi menjadi lima bagian utama, yaitu:

1. Pembukaan oleh MC untuk menjelaskan maksud, tujuan, dan mengenalkan tim CAPLOK (yaitu 4 mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara) kepada anak-anak.
2. Eksplorasi TOGA melalui ekspedisi yang melibatkan Pak Harun dan Pak Hendro selaku petani muda Dusun Ngadiprono sekaligus pendamping yang memperkenalkan TOGA pada anak-anak. Dalam hal ini, anak-anak dibagi menjadi dua kelompok dan diajak berkeliling ke dua titik lokasi:
    - Taman TOGA di depan rumah Pak Harun, dan
    - Area sepanjang jalur Pasar Papringan
3. Sesi edukasi melalui *flashcard* 2 sisi yang masing-masing berisikan:
    - Bagian depan: foto tanaman
    - Bagian belakang: ilustrasi rimpang/buah yang disertai kekuatan super, yaitu sebuah istilah yang mendeskripsikan manfaat masing-masing TOGA dengan narasi yang ringan untuk anak-anak.
4. Sesi mewarnai, di mana anak-anak belajar mengenal visual TOGA sembari melaksanakan aktivitas yang mereka gemari.

5. Demo menanam dan pembagian *souvenir grow kit*, di mana anak-anak mempraktikkan cara menanam dan membawa pulang *souvenir* berupa tanaman onclang atau daun bawang untuk dirawat di rumah masing-masing.

Seluruh rangkaian kegiatan yang dirancang telah melalui proses persetujuan dan masukan dari *supervisor*, terutama dalam memastikan bahwa alur kegiatan agar dapat berjalan dengan efektif, edukatif, dan sesuai kapasitas anak-anak.

C. Membantu Menyusun *Rundown*

Dalam proses perancangan acara, pemagang juga turut membantu anggota tim acara dalam merancang *rundown*. Dalam hal ini, pemagang membantu tim acara untuk bersama-sama menghitung durasi setiap rangkaian, menentukan alur perpindahan lokasi, serta memastikan seluruh kebutuhan teknis terpenuhi. Penyusunan *rundown* menjadi salah satu hal yang cukup panjang dalam prosesnya karena harus mempertimbangkan jadwal anak-anak, termasuk waktu mengaji. Untuk acara ini, aktivitas mengaji ditiadakan setelah mendapatkan izin sehingga anak-anak dapat mengikuti seluruh rangkaian acara dengan utuh. Di samping itu, *rundown* juga harus mempertimbangkan jadwal pulang sekolah anak-anak. Setelah melalui proses diskusi panjang, akhirnya waktu pelaksanaan acara ditentukan pukul 15.00-17.30 WIB.

Rundown dirancang sedemikian rupa agar total durasi kegiatan menjadi 2 jam 30 menit dengan mempertimbangkan energi, fokus, dan kapasitas fisik anak-anak. Pada bagian ini, pemagang juga turut membantu menentukan PIC atau orang yang bertanggung jawab untuk tiap rangkaian acara.

Penentuan tanggal acara juga dilakukan dari hasil diskusi bersama antara pemagang dengan tim dan supervisor, yaitu Senin, 24 November 2025. Penentuan tanggal acara ini dilakukan dengan mempertimbangkan ketersediaan anggota tim, *supervisor*, anak-anak, dan pendamping lokal (Pak Harun, Pak Hendro, dan Oyen).

Beberapa proses tahapan juga dilalui dalam penyusunan *rundown* acara ini, di antaranya adalah:

- Proses diskusi bersama terkait perumusan rangkaian acara.
- Memperhitungkan durasi dari masing-masing rangkaian acara.
- Merancang alur perpindahan lokasi sekaligus menghitung durasi ekspedisi yang dilakukan.
- Melakukan konsultasi *rundown* ke *supervisor.*
- Menentukan tanggal pelaksanaan secara bersama.
- Menyesuaikan *rundown* dengan waktu ketersediaan anak-anak pulang sekolah.
- Menentukan PIC untuk setiap rangkaian kegiatan.
- Melakukan finalisasi *rundown* bersama seluruh tim.

D. Mempersiapkan *Souvenir Grow Kit*

Sebagai bagian dari persiapan acara, pemagang juga turut terlibat pada proses persiapan *souvenir grow kit*. *Souvenir grow kit* berisi tanaman onclang/daun bawang yang ditanam dalam media pot bambu ampel berukuran besar dengan ruas pendek. *Souvenir* juga dilengkapi dengan tas anyaman bambu sehingga anak-anak mudah untuk membawanya pulang. Pemilihan tanaman dilakukan setelah berkonsultasi dengan Pak Harun dan Pak Hendro yang menyarankan onclang atau daun bawang karena

perawatannya yang mudah dan kembang biaknya yang cepat sehingga akan tepat jika diaplikasikan bagi anak-anak untuk belajar merawat tanaman sedari dini.

Persiapan dilakukan beberapa jam sebelum acara, dimulai dari memindahkan 26 pot bambu dan tas anyaman dari rumah Pak Hendro menggunakan gerobak dorong hingga ke lokasi demo menanam. Seluruh *souvenir* kemudian ditata rapi dan diberi stiker CAPLOK sebagai identitas acara. Selain *souvenir*, pemagang juga membantu memastikan perlengkapan lain tersedia seperti *flashcard*, alat mewarnai, dan panduan MC.

Gambar 3. 15. Dokumentasi persiapan *souvenir grow kit* bersama Pak Hendro

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

3.2.4.2 Membuat Desain dan Merapikan *Layout Flashcard*

Selain menjalankan tugas utama dalam divisi dokumentasi dan publikasi, pemagang juga memiliki tanggung jawab lain yang berkaitan dengan pembuatan media edukasi untuk mendukung kegiatan CAPLOK. Salah satu tugas tersebut adalah membuat desain *flashcard* yang menjadi luaran kreatif utama dari program CAPLOK. *Flashcard* ini dirancang sebagai media pembelajaran yang menyenangkan untuk memperkenalkan Tanaman Obat Keluarga (TOGA) kepada anak-anak di Dusun Ngadiprono. Sebagai media edukasi, *flashcard* dipilih karena mempermudah proses pemahaman anak-anak melalui ilustrasi yang menarik dan gaya bahasa yang ringan sehingga informasi tentang manfaat TOGA dapat dipahami dengan lebih cepat dan melekat. *Flashcard* terbukti dapat menjadi salah satu media edukasi yang mampu meningkatkan pemahaman anak-anak terhadap TOGA seperti yang dijelaskan dalam jurnal karya Utami et al. (2024), di mana *flashcard* sebagai media edukasi terbukti mampu meningkatkan pemahaman terhadap TOGA bagi anak usia dini.

Dalam hal ini, pemagang merancang desain *flashcard* dengan konsep dua sisi, yaitu:

- Bagian sisi depan menampilkan foto tanaman TOGA sesuai bentuk aslinya untuk membantu anak mengenal wujud nyata tanaman.
- Bagian sisi belakang menampilkan ilustrasi animasi dari hasil rimpang atau buah TOGA, disertai ‘kekuatan super’,

yaitu istilah kreatif untuk menjelaskan manfaat tanaman dengan narasi menyenangkan seolah tanaman memiliki kemampuan khusus yang membantu tubuh.

Pemilihan *flashcard* sebagai media edukasi agar anak-anak merasa bahwa proses belajar yang berlangsung tidak terlalu formal, tetapi layaknya bermain. Informasi yang dikemas di dalamnya juga dibuat dengan narasi yang ringan sesuai dengan gaya bahasa anak-anak agar mereka tertarik membaca informasi terkait TOGA.

Proses pembuatan desain dilakukan oleh pemagang pada rentang waktu 28–29 Oktober menggunakan *platform* Canva. *Tools* ini dipilih karena mudah untuk digunakan dan aksesnya dapat dibagikan kepada seluruh anggota tim sehingga setiap orang dapat memantau, memberi masukan, dan memastikan seluruh isi konten *flashcard* sudah sesuai. Untuk menghasilkan *flashcard* yang informatif sekaligus ramah bagi anak-anak di Dusun Ngadiprono, pemagang memperhatikan beberapa aspek penting dalam proses desain, beberapa di antaranya adalah:

- Pemilihan warna = pemagang memilih penggunaan warna yang cerah dan lembut untuk menarik perhatian anak-anak sehingga suasana belajar juga dapat berjalan dengan menyenangkan.
- Pemilihan jenis *font* = pemagang memilih menggunakan jenis *font* bernama ‘Nunito’ sebagai judul sekaligus isi untuk *flashcard*. Huruf ini dipilih karena memiliki bentuk bulat dan mudah dibaca bagi anak-anak.
- Penentuan ukuran *font* judul dan isi = ukuran huruf pada judul dibuat lebih besar dan tebal, sementara untuk isi diatur dengan ukuran yang tidak terlalu kecil atau terlalu padat, namun tetap memuat seluruh ‘kekuatan super’ yang ingin disampaikan pada tiap *flashcard*.

- Penentuan ukuran fisik = pemagang memilih ukuran 7 × 11 cm karena mengacu pada ukuran kartu UNO. Pertimbangan ini diambil karena ukuran tersebut cukup familiar dan sesuai serta nyaman bagi anak-anak untuk memegang, membolak-balik, dan membaca *flashcard*.

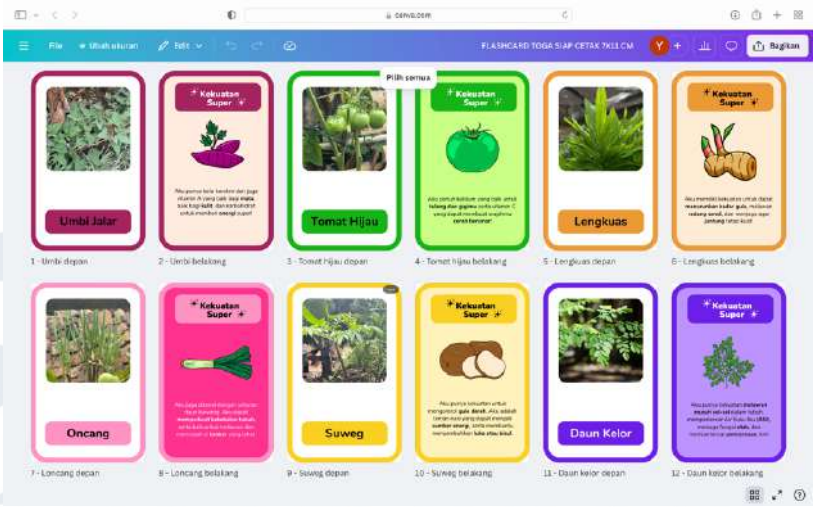
Tahapan pembuatan *flashcard* dimulai dari perencanaan desain hingga memasuki proses finalisasi. Proses ini dilakukan secara berulang dengan melibatkan *supervisor* dan pendamping lokal (Pak Harun) sebagai sumber informasi. Berikut diberikan proses tahapan pembuatan desain *flashcard* hingga ke tahap *layouting* untuk siap cetak:

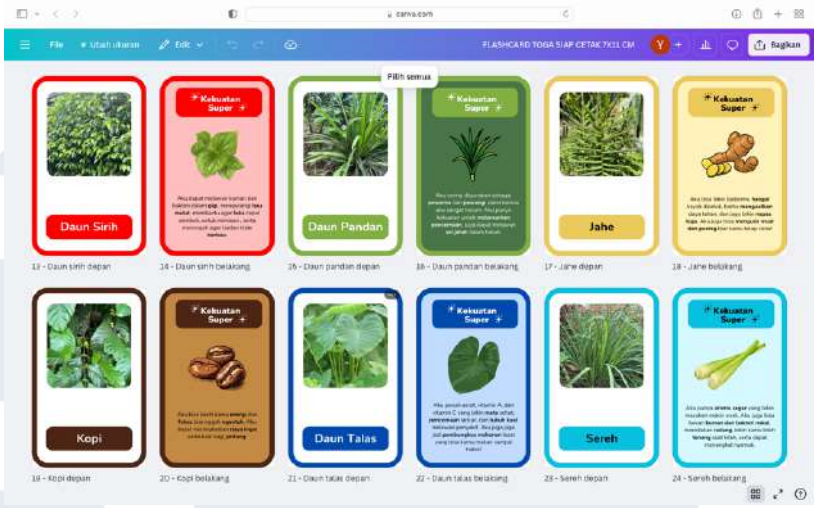
- Membuat rancangan kasar desain *flashcard*.
- Menentukan warna, jenis *font*, ukuran *font*, serta pengemasan tata letak agar menarik dan mudah dinikmati anak-anak.
- Pemagang kemudian berkonsultasi terkait desain awal kepada *supervisor.*
- Proses desain kemudian dilanjutkan oleh anggota tim *Brand Development* yang membantu mengisi konten foto, animasi rimpang, dan narasi kekuatan super.
- Pemantapan konten *flashcard* kemudian dilakukan ketika *onsite* ke-2, di mana seluruh informasi yang tertera dikurasi kembali kepada *supervisor* dan Pak Harun.
- Pemagang kemudian merancang kembali desain dan *layout* yang lebih rapi untuk *flashcard* di Canva.
- Pemagang kemudian melakukan revisi sesuai masukan *supervisor* dan tim.
- Melakukan tahap akhir, di mana *layout* dan ukuran *flashcard* disesuaikan agar siap cetak.
- Persetujuan akhir dari *supervisor.*

Flashcard didesain dengan 12 jenis TOGA. Setelah desain disetujui dan seluruh konten sudah rangkum, *flashcard* kemudian

melalui tahap cetak sebanyak empat rangkap. Jumlah ini disesuaikan dengan kebutuhan acara karena pada sesi pengenalan TOGA terdapat 4 kelompok sehingga masing-masing dapat mempelajari *flashcard* tanpa harus menunggu giliran. 4 rangkap *flashcard* ini kemudian disimpan dalam slepen, yaitu wadah kecil dari anyaman bambu yang biasanya digunakan untuk menyimpan tembakau. Dalam konteks kegiatan ini, slepen digunakan sebagai dompet yang mampu menjadi media penyimpanan *flashcard* agar lebih aman, tahan lama, dan sesuai dengan prinsip ramah lingkungan karena tidak menggunakan plastik.

Setiap slepen diberi stiker CAPLOK sebagai identitas yang menunjukkan bahwa *flashcard* merupakan hasil karya tim magang *community engagement*. *Flashcard* kemudian disumbangkan kepada Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ) Dusun Ngadiprono agar dapat digunakan kapan saja sebagai media pembelajaran berkelanjutan sehingga pengetahuan mengenai TOGA dapat terus tersampaikan dan menjadi bagian dari proses transfer pengetahuan lokal kepada generasi muda di Dusun Ngadiprono.





Gambar 3. 16. Tampilan desain *flashcard* (depan dan belakang) di aplikasi Canva

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Gambar 3.16. di atas merupakan tampilan desain *flashcard* (depan dan belakang) pada aplikasi Canva yang sudah siap cetak dengan ukuran 7x11 cm.

3.3 Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana aktivitas publikasi yang dilaksanakan oleh pemagang sebagai bagian dari divisi dokumentasi dan publikasi mampu mencapai tujuan komunikasi yang diharapkan. Penilaian keberhasilan publikasi dalam praktik magang ini difokuskan pada luaran utama publikasi yang dihasilkan, yaitu rilis pers, konten foto naratif, dan video *recap* kegiatan CAPLOK. Mengingat pemagang tidak memiliki akses penuh terhadap data analitik media sosial secara mendalam, evaluasi dilakukan berdasarkan indikator yang dapat diamati secara langsung, seperti *media coverage* dan jumlah *engagement* yang terlihat.

3.3.1 Evaluasi Publikasi Rilis Pers

Keberhasilan publikasi rilis pers dievaluasi melalui *media coverage* yang diperoleh setelah rilis pers disebarkan kepada media lokal. Rilis pers yang disusun dan dikirimkan oleh pemagang berhasil

dipublikasikan oleh tiga media lokal Temanggung, yaitu temanggungnews.com, harian7.com, dan jejakkasusindonesianews.com. Media-media tersebut merupakan media daring lokal yang memiliki fokus pemberitaan pada isu sosial dan kegiatan masyarakat di wilayah Temanggung dan sekitarnya. Keberhasilan rilis pers yang menembus beberapa media lokal menunjukkan bahwa materi publikasi yang disusun memiliki relevansi, nilai berita, dan memenuhi standar penulisan rilis pers yang dibutuhkan media.

3.3.2 Evaluasi Publikasi Foto Naratif

Evaluasi publikasi foto naratif dilakukan dengan melihat jumlah *engagement* yang diperoleh pada unggahan di akun Instagram @behindthepapringan yang berkolaborasi dengan @pasarpapringan. Dikarenakan keterbatasan akses terhadap fitur analitik lanjutan, evaluasi hanya didasarkan pada data *engagement* yang terlihat secara publik. Konten foto naratif yang dipublikasikan pada tanggal 25 November 2025 memperoleh 142 *likes*, 12 *repost*, dan 7 *shares*. Capaian ini menunjukkan bahwa konten foto naratif mampu menarik perhatian audiens serta mendorong interaksi sehingga pesan kegiatan CAPLOK dapat tersampaikan dengan baik melalui visual dan narasi yang digunakan.

3.3.3 Evaluasi Publikasi Video *Recap*

Evaluasi publikasi video *recap* juga dilakukan dengan mengamati *engagement* yang terlihat pada unggahan Instagram di akun @behindthepapringan dan @pasarpapringan. Dengan keterbatasan akses analitik, indikator evaluasi difokuskan pada jumlah tayangan dan interaksi yang muncul. Video *recap* kegiatan memperoleh 2.176 *views*, 44 *likes*, 3 *repost*, dan 5 komentar. Jumlah tayangan yang relatif tinggi menunjukkan bahwa format audio-visual mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan menarik minat pengguna media sosial. Interaksi yang muncul juga menandakan bahwa video *recap* efektif dalam menampilkan

keseruan serta nilai dari kegiatan *community engagement* yang dilaksanakan, walaupun belum menyentuh angka yang cukup tinggi.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa aktivitas publikasi yang dilakukan pemagang dapat dikategorikan berhasil, baik dari sisi jangkauan media maupun respons audiens. Publikasi yang dihasilkan mampu mendukung penyebaran informasi, memperkuat pesan mengenai isu regenerasi petani, serta meningkatkan visibilitas kegiatan *community engagement* bertajuk CAPLOK sebagai salah satu inisiasi Spedagi untuk menghidupkan kembali nilai lokal yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat.

3.4 Kendala yang Ditemukan

Selama dilaksanakannya praktik kerja magang di Spedagi, terdapat beberapa kendala yang pemagang hadapi dalam pelaksanaan tugas. Adapun kendala-kendala tersebut meliputi beberapa hal, di antaranya adalah:

1. Pemagang perlu merancang dan mengeksekusi seluruh konsep acara CAPLOK dalam jangka waktu yang cukup singkat, yaitu hanya dalam waktu 30 hari. Dalam waktu yang singkat ini, tentu seluruh agenda seperti riset, diskusi bersama tim dan *supervisor*, perancangan konsep, hingga pembuatan *flashcard* harus diselesaikan cepat berdampingan dengan adanya tugas lain (pengerjaan laporan dan tugas akhir) di luar magang yang juga harus diselesaikan. Rentang waktu yang cukup terbatas ini menjadi kendala sekaligus tantangan dalam praktik magang karena perancangan acara bukanlah sesuatu yang mudah dan memerlukan tahapan panjang disertai ketelitian.
2. Pemagang menghadapi kesulitan dalam membagi tugas dan waktu, terutama antara magang dan tugas akhir yang saling berdampingan dalam satu *timeline*. Selama *onsite* 10 hari dan 20 hari, pemagang perlu membagi waktu antara perancangan acara magang dan tugas akhir. Di samping itu, pemagang juga harus mengerjakan penyusunan materi publikasi, pengolahan aset foto dan video, pembuatan desain *flashcard*, serta proses

penulisan laporan. Jadwal yang padat membuat pemagang harus mampu membagi waktu dengan tepat sehingga seluruh tugas dapat dilakukan sesuai tenggat yang ditargetkan.

3. Adanya batas waktu pengiriman rilis pers kepada media, yaitu hanya dalam waktu 1x24 jam, membuat pemagang harus sesegera mungkin menulis rilis pers sesaat setelah acara dilaksanakan. Bukan hanya itu, seluruh konten publikasi juga harus segera dibuat dan diunggah di media sosial agar informasi yang disebarkan tetap relevan dalam jangka waktu yang tidak terlalu jauh dari acara dilaksanakan. Hal ini mengharuskan pemagang untuk bekerja cepat sekaligus memastikan bahwa seluruh konten publikasi telah terakurasi dengan benar.

3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam menghadapi seluruh kendala yang dialami pemagang selama dilakukannya praktik kerja magang, terdapat beberapa solusi yang telah dilakukan dan diterapkan oleh pemagang. Adapun solusi atas kendala yang ditemukan dijelaskan sebagai berikut:

1. Dalam menghadapi waktu yang singkat untuk menyusun seluruh konsep acara hingga pelaksanaan, pemagang membuat *to do list* dari setiap tugas disertai dengan target pribadi yang ditetapkan berdasarkan tingkat prioritas. Melalui pembuatan *to do list* dan pengaturan skala prioritas, maka pemagang dapat mengatur seluruh acara dalam waktu yang cukup singkat dan seluruh tugas dapat dikerjakan dengan baik sesuai target.
2. Dalam menghadapi tugas yang banyak dan menuntut untuk dikerjakan, pemagang membuat jadwal harian yang digunakan untuk membagi antara pengerjaan tugas magang dan tugas akhir yang disertai dengan laporan untuk keduanya. Pemagang biasanya menentukan target pengerjaan, misalnya hari senin-selasa untuk magang dan rabu-kamis untuk tugas akhir, begitu seterusnya. Seluruh target akan pemagang catat dalam kalender fisik milik pribadi agar dapat selalu terlihat.

3. Dalam mengatasi tuntutan penulisan rilis pers yang harus segera dikirimkan dengan tenggat waktu 1x24 jam, pemagang turut mempersiapkan *template press release* disertai susunan poin dari konten yang hendak dipublikasikan. Perancangan garis besar atau poin yang ingin disampaikan memudahkan pemagang dalam menyusun pesan dengan lebih cepat sehingga seluruh luaran publikasi, seperti rilis pers, video *recap*, dan foto naratif yang menggambarkan kegiatan dapat diselesaikan dengan tepat waktu.