

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam pelaksanaan Program Revitalisasi Desa Batch 2 di Spedagi Movement, penulis ditempatkan pada posisi sebagai *Copywriter* untuk proyek pembuatan e-book dokumentasi kuliner Pasar Papringan. Secara struktural, penulis berada di bawah supervisi langsung Mas Yudhi Setiawan selaku supervisor program yang bertanggung jawab atas keseluruhan koordinasi dan pelaksanaan kegiatan magang.

Posisi *copywriter* dalam tim magang ini memiliki peran sentral dalam proses transformasi data mentah hasil observasi lapangan menjadi narasi *storytelling* yang menarik dan bermakna. Copywriter tidak hanya bertugas menulis, tetapi juga terlibat aktif dalam proses riset, wawancara, dokumentasi visual, hingga penyusunan konsep konten *e-book*. Dengan demikian, kedudukan *copywriter* dalam tim bersifat kolaboratif dan terintegrasi dengan seluruh tahapan kerja, mulai dari pengumpulan data hingga perancangan produk akhir. Koordinasi kerja dalam program magang ini dilakukan secara intensif dan terstruktur untuk memastikan seluruh proses berjalan efektif dan efisien. Pola koordinasi yang diterapkan meliputi:

Penulis bekerja dalam tim yang terdiri dari 4 (empat) orang anggota magang. Koordinasi internal tim dilakukan secara kolaboratif dengan pembagian tugas yang fleksibel sesuai kebutuhan lapangan. Dalam pelaksanaan observasi, tim sering kali membagi tugas untuk mendatangi beberapa rumah pelapak secara bersamaan guna memaksimalkan waktu dan cakupan data. Namun, pada momen-momen tertentu, tim juga bekerja bersama-sama untuk memastikan konsistensi data dan saling melengkapi informasi yang diperoleh.

Sebagai bagian dari proses pengumpulan data, penulis dan tim melakukan koordinasi langsung dengan para pelapak kuliner di Dusun Ngadiprono. Koordinasi ini meliputi penjadwalan waktu kunjungan, pengaturan waktu pengambilan gambar dan video saat proses memasak, serta wawancara mendalam untuk menggali cerita

di balik setiap kuliner. Pendekatan yang digunakan bersifat personal dan menghormati kesibukan pelapak, sehingga tercipta hubungan yang baik dan data yang diperoleh lebih autentik.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

#### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama mengikuti periode kerja magang dari 24 September hingga 30 November 2025, penulis melaksanakan berbagai tugas yang terstruktur sesuai dengan tahapan pengerjaan e-book kuliner. Berikut adalah tabel tugas kerja magang:

**Tabel 3. 1 Tugas Kerja Magang**

No	Tugas Kerja Magang	Aktivitas	Timeline
1	Orientasi Pemahaman Tugas Kerja Magang	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengenalan Pasar Papringan</li> <li>- Pemahaman visi 3L (Lezat, Lokal, Lestari)</li> <li>- Brainstorming ide konsep dan penulisan yang unik</li> <li>- Memperdalam pemahaman storytelling dan copywriting</li> </ul>	Minggu 1  (24 September – 25 September 2025)
2	Observasi Lapangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kunjungan ke rumah pelapak</li> <li>- Wawancara mendalam dengan pelapak</li> <li>- Dokumentasi visual proses memasak</li> <li>- Pencatatan detail resep dan cerita kuliner</li> </ul>	Minggu 2  (26 September – 3 Oktober 2025)
3	Mengumpulkan dan Mengorganisir Data Informasi ke Google Sheets	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inventarisasi data kuliner dan pelapak</li> <li>- Penyusunan jadwal memasak pelapak</li> <li>- Mengumpulkan data hasil wawancara dan informasi lainnya tentang kuliner</li> </ul>	Minggu 3  (6 Oktober – 25 Oktober 2025)

		- Kompilasi foto dan video dokumentasi	
4	Penulisan Narasi Copywriting	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekstraksi poin penting dari data</li> <li>- Penulisan narasi per kuliner</li> <li>- Melanjutkan observasi untuk detail-detail kecil informasi yang dibutuhkan</li> <li>- Penerapan framework AIDA dan Prinsip 4C</li> <li>- Review internal dengan tim</li> <li>- Review dengan Supervisor</li> </ul>	Minggu 4  (26 Oktober-15 November 2025)
5	Revisi dan Penyempurnaan Konten dan Koordinasi dengan Tim Visual	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Review oleh supervisor</li> <li>- Revisi berdasarkan feedback</li> <li>- Penyesuaian tone dan gaya penulisan</li> <li>- Verifikasi akurasi informasi</li> <li>- Koordinasi dengan tim visual</li> <li>- Penyesuaian panjang teks dengan layout</li> <li>- Quality control narasi dalam konteks desain</li> <li>- Pengecekan typo dan konsistensi</li> </ul>	Minggu 5  (16 November – 26 November 2025)
5	Evaluasi	-Persiapan presentasi hasil	27 November 2025

### 3.2.2 Uraian Kerja Magang

#### 3.2.2.1 Orientasi dan Pemahaman Tugas Kerja Magang

Pada minggu pertama magang (24-30 September 2025), penulis mengikuti kegiatan orientasi yang dipimpin oleh Mas Yudhi Setiawan selaku supervisor. Kegiatan ini mencakup pengenalan mendalam tentang Pasar Papringan, filosofi 3L (Lezat, Lokal, Lestari), serta visi Spedagi Movement dalam revitalisasi desa.

Penulis juga melakukan diskusi intensif dengan supervisor mengenai konsep e-book yang akan dibuat. Pada tahap ini dijelaskan

bahwa e-book bukan sekadar kumpulan resep, melainkan media *storytelling* untuk pelestarian budaya kuliner. Dalam konteks ini, peran *copywriter* menjadi krusial karena bertugas mengolah data lapangan yang bersifat mentah menjadi narasi yang mampu mengajak pembaca memahami dan merasakan suasana Pasar Papringan secara lebih mendalam.

Penulisan narasi dalam e-book ini berpijak pada konsep *Narrative Transportation*, yakni kemampuan sebuah cerita untuk membawa pembaca terlibat secara mental dan emosional ke dalam dunia yang digambarkan (Thomas & Grigsby, 2024). Ketika proses ini terjadi, pembaca tidak hanya menerima informasi, tetapi juga mengalami sensasi kuliner, menangkap nilai-nilai budaya yang melekat, serta terdorong untuk melakukan tindakan lanjutan, seperti mengunjungi Pasar Papringan atau mencoba mengolah kuliner tersebut secara mandiri. Teori ini digunakan oleh penulis dalam pembuatan narasi yang membahas bagaimana tekstur kenyal garing dan renyah, aroma, dan rasa makanan tersebut, sehingga membawa pembaca ikut mengimajinasikan apa yang ditulis oleh penulis, ke dalam imajinasi dan bayangan mereka terhadap narasi kuliner. Untuk menerapkan konsep ini secara operasional, penulis menggunakan dua framework yang saling melengkapi:

Untuk mengoperasionalkan konsep tersebut, penulis menerapkan dua kerangka kerja yang saling melengkapi. Yang pertama adalah model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action), merupakan konsep yang penulis pelajari ketika menempuh mata kuliah *Introduction to Marketing Communication* yang digunakan sebagai alur penyusunan narasi, dimulai dari upaya menarik perhatian melalui visual dan pembuka yang kuat, dilanjutkan dengan pengembangan minat melalui cerita di balik kuliner, pembentukan keinginan lewat deskripsi sensorik yang menggugah, hingga

penyampaian ajakan bertindak kepada pembaca. Model ini dipilih karena efektivitasnya dalam komunikasi persuasif dan praktik pemasaran (Samuel, 2021).

Sementara itu, prinsip 4C dalam copywriting (*Clarity, Concise, Compelling, Credible*) yang penulis pelajari ketika menempuh mata Kuliah Transmedia and *Storytelling*, prinsip ini diterapkan untuk menjaga kualitas penulisan agar tetap jelas dan mudah dipahami, ringkas namun tetap informatif, menarik secara emosional, serta memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi karena bersumber dari data lapangan yang dapat dipertanggungjawabkan (Chaerani et al., 2023). Sinergi antara model AIDA dan prinsip 4C menghasilkan narasi yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mampu membangun keterikatan emosional dengan pembaca.

Pendekatan Pendekatan ini juga sejalan dengan penelitian De Angelis et al. (2023) yang menekankan pentingnya *storytelling* dalam preservasi tradisi kuliner lokal untuk melibatkan generasi muda dalam dialog transgenerasional. Melalui metode *storytelling* yang mengajak peserta berbagi pengalaman personal mereka seperti menanam sayuran bersama kakek, penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan *storytelling* efektif dalam mentransfer pengetahuan kuliner lintas generasi dan menjaga tradisi kuliner tetap hidup (D'Andrea & D'Ulizia, 2023).

### **3.2.2.2 Observasi Lapangan**

Tahap awal kerja magang difokuskan pada kegiatan observasi mendalam di Dusun Ngadiprono untuk memahami konteks sosial, budaya, dan kuliner masyarakat setempat. Kegiatan observasi dilakukan setiap hari pagi, siang, maupun sore dengan mendatangi rumah-rumah penduduk yang merupakan pelapak kuliner di Pasar

Papringan. Seluruh pelapak yang terlibat dalam gelaran Pasar Papringan wajib berasal dari Dusun Ngadiprono, sehingga observasi dilakukan secara menyeluruh untuk mencakup seluruh pelapak.

Dalam pelaksanaan observasi, penulis dan tim bekerja dengan pola yang fleksibel. Kadang kala tim membagi tugas untuk mendatangi rumah pelapak yang berbeda secara bersamaan, namun sebagian besar waktu observasi dilakukan bersama-sama dan didampingi langsung oleh supervisor, Mas Yudhi Setiawan. Pendampingan supervisor sangat membantu dalam mengarahkan fokus wawancara, memberikan konteks tambahan, serta memastikan bahwa informasi yang digali sesuai dengan kebutuhan konten e-book. Selama tahap observasi, penulis melakukan beberapa aktivitas kunci, antara lain:

1. **Wawancara:**

Wawancara mendalam dengan pelapak untuk menggali cerita di balik setiap kuliner, mulai dari asal-usul nama, filosofi, alasan membuat kuliner tersebut, hingga makna personal yang melekat pada hidangan. Pendekatan wawancara dilakukan secara santai dan mengikuti keseharian pelapak, sehingga dinagar pelapak merasa nyaman berbagi cerita.



**Gambar 3. 1 Wawancara dengan Bu Sum terkait Krupringan**  
Sumber: Data Penulis (2025)



## 2. Dokumentasi Visual:

Berupa pengambilan foto dan video proses pembuatan kuliner. Dokumentasi ini sangat penting untuk melengkapi narasi storytelling dalam e-book dan memberikan visualisasi yang menarik bagi pembaca. Penulis bersama tim magang melakukan dokumentasi berupa foto dan video, terkait proses masak dan hasil jadi makanan.



**Gambar 3. 2 Hasil Dokumentasi Kuliner**

Sumber: Data Penulis (2025)

## 3. Observasi Teknik Memasak:

Penulis tidak hanya mewawancarai tapi juga mengamati langsung. Observasi dilakukan secara langsung terhadap teknik memasak, jenis dan kualitas bahan yang digunakan, serta interaksi sosial yang muncul selama proses persiapan kuliner. Penulis memperhatikan secara detail tahapan pengolahan makanan, perkiraan takaran yang digunakan, serta adanya tips atau pengetahuan khusus yang tidak tertulis dan hanya diketahui melalui praktik turun-temurun. Selain aspek teknis, penulis juga mencatat pengalaman personal pelapak, ekspresi wajah, bahasa tubuh, serta tingkat antusiasme mereka saat bercerita dan

memasak, karena elemen-elemen tersebut mencerminkan keterikatan emosional pelapak terhadap kuliner yang dibuat.

Seluruh temuan tersebut menjadi informasi bernilai yang melengkapi data faktual dan berperan penting dalam membangun narasi e-book. Detail-detail kecil yang diperoleh melalui observasi langsung membantu menghadirkan cerita yang lebih hidup dan autentik, sehingga pembaca tidak hanya memahami proses pembuatan kuliner secara teknis, tetapi juga dapat merasakan suasana, semangat, dan nilai-nilai yang menyertai setiap hidangan yang disajikan di Pasar Papringan.



**Gambar 3. 3 Observasi Teknik Memasak**  
Sumber: Data Penulis (2025)

#### **4. Pencatatan detail resep:**

Pencatatan resep dilakukan secara manual dengan mencakup rincian takaran bahan, tahapan pengolahan, serta tips khusus yang diberikan langsung oleh pelapak. Mengingat sebagian besar pelapak tidak menggunakan ukuran baku dan lebih mengandalkan perkiraan seperti “secukupnya” atau “segenggam”, penulis perlu melakukan pendalaman melalui pertanyaan lanjutan untuk mengonversi takaran tersebut ke dalam estimasi yang lebih terukur dan mudah dipahami oleh pembaca umum. Proses ini menuntut ketelitian sekaligus kepekaan dalam



menerjemahkan kebiasaan memasak tradisional ke dalam bentuk dokumentasi tertulis tanpa menghilangkan keasliannya.

Lebih dari sekadar menghasilkan data teknis, tahapan observasi ini juga memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai konteks sosial dan budaya masyarakat Dusun Ngadiprono. Penulis melihat secara langsung bahwa kuliner merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat, mulai dari keterkaitannya dengan aktivitas bertani dan berkebun, praktik gotong royong dalam persiapan Pasar Papringan, hingga nilai-nilai kearifan lokal yang tercermin dalam cara mengolah, menyajikan, dan memaknai setiap hidangan. Pemahaman ini menjadi fondasi penting dalam penyusunan narasi agar kuliner tidak hanya diposisikan sebagai produk konsumsi, tetapi juga sebagai representasi identitas dan kehidupan masyarakat setempat.

Berdasarkan observasi awal dan arahan dari *supervisor*, Mas Yudhi Setiawan, Pasar Papringan memiliki kondisi yang unik dan potensial untuk didokumentasikan. Beberapa temuan utama dari situasi lapangan adalah:

- A. Kekayaan kuliner Pasar Papringan tercermin dari keberadaan sekitar 130 jenis hidangan yang diolah langsung oleh rumah tangga warga Dusun Ngadiprono. Setiap sajian memiliki cerita dan asal-usul yang beragam, mulai dari resep warisan keluarga yang dijaga lintas generasi, hasil kreativitas pelapak dalam berinovasi, hingga pengolahan ulang kuliner tradisional yang diperkaya dengan sentuhan modern tanpa meninggalkan akar budayanya.
- B. Nilai 3L menjadi landasan filosofis Pasar Papringan yang tercermin dalam seluruh sajian kulinernya, yaitu Lezat, Lokal, dan Lestari. Prinsip ini membentuk identitas khas pasar yang

membedakannya dari pasar tradisional lainnya, di mana setiap hidangan dibuat dari bahan-bahan lokal, diproses dengan pendekatan yang berkelanjutan dan ramah lingkungan, serta disajikan dengan cita rasa autentik yang merepresentasikan kekayaan kuliner setempat.

- C. Setiap kuliner dan pelapak memiliki cerita unik. Di balik setiap hidangan terdapat sejarah, filosofi, dan kisah personal dari pelapak. Ada yang memasak karena meneruskan warisan keluarga, ada yang terinspirasi dari kebutuhan kesehatan, ada pula yang berinovasi untuk menarik minat generasi muda. Cerita-cerita ini sangat kaya dan bermakna, namun belum terdokumentasi dengan baik.
- D. Kuliner bagi para pelapak tidak hanya diposisikan sebagai komoditas yang diperjualbelikan, tetapi sebagai wujud dedikasi, keterampilan, dan identitas budaya yang mereka banggakan. Melalui Pasar Papringan, setiap hidangan diolah dengan penuh perhatian sekaligus menjadi sarana untuk memperoleh penghasilan, menjaga keberlanjutan tradisi, dan mengenalkan kekayaan kuliner lokal kepada para pengunjung.
- E. Sejak pertama kali dibuka pada tahun 2016, Pasar Papringan berkembang menjadi destinasi wisata kuliner yang menarik perhatian pengunjung dari berbagai wilayah, mulai dari Temanggung hingga kota-kota lain seperti Yogyakarta, Semarang, bahkan dari luar Pulau Jawa. Daya tarik utama pasar ini terletak pada suasana asri di tengah kebun bambu, penerapan konsep pasar tradisional yang berwawasan lingkungan, serta ragam kuliner yang ditawarkan.

Dari hasil analisa situasi dan meskipun memiliki potensi besar, Pasar Papringan menghadapi beberapa tantangan terkait komunikasi dan dokumentasi kuliner:

- A. Sebagian besar pengunjung datang ke Pasar Papringan hanya untuk membeli dan mengonsumsi makanan tanpa memahami cerita, filosofi, maupun proses di balik setiap hidangan. Akibatnya, pengalaman kuliner yang tercipta cenderung berhenti pada aktivitas transaksi semata, tanpa terbangunnya keterhubungan emosional atau apresiasi yang lebih mendalam terhadap nilai budaya dan kearifan lokal yang melekat pada kuliner tersebut.
- B. Keberagaman kuliner yang mencapai sekitar 130 jenis justru kerap menimbulkan kebingungan bagi pengunjung, khususnya mereka yang baru pertama kali datang ke Pasar Papringan. Ketiadaan panduan atau informasi yang jelas membuat proses memilih makanan menjadi kurang optimal, sehingga pengunjung berpotensi melewatkan berbagai sajian menarik yang sebenarnya memiliki karakter dan keunikan tersendiri.
- C. Hingga saat ini belum tersedia arsip atau dokumentasi kuliner yang tersusun secara sistematis. Informasi mengenai resep, proses pengolahan, serta cerita di balik setiap hidangan masih bergantung pada ingatan para pelapak dan belum terdokumentasi secara tertulis maupun digital, sehingga berpotensi hilang seiring berjalannya waktu, terutama apabila tidak diteruskan oleh generasi berikutnya.
- D. Meskipun Pasar Papringan telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, media tersebut masih memiliki keterbatasan dalam menyajikan informasi kuliner secara utuh, mendalam, dan berbasis storytelling. Konten yang

bersifat singkat dan terfragmentasi belum mampu mengakomodasi kebutuhan narasi kuliner yang komprehensif, sehingga diperlukan medium yang lebih menyeluruh, seperti e-book, untuk menjalankan fungsi promosi sekaligus edukasi.

Dari masalah tersebut, *e-book* ini dirancang untuk menjangkau audiens yang luas dengan karakteristik sebagai berikut:

1. Demografis:

- a. Usia: 18–50 tahun, dengan fokus utama pada rentang usia 25–40 tahun (generasi milenial dan Gen Z yang mulai memiliki daya beli dan kepedulian terhadap budaya lokal, serta generasi X yang menghargai tradisi)
- b. Jenis Kelamin: Perempuan dan laki-laki
- c. Status Sosial Ekonomi: Menengah ke atas, yang memiliki akses internet, kemampuan membaca digital, dan daya beli untuk berkunjung ke destinasi wisata kuliner.
- d. Pendidikan: Minimal lulusan SMA/ sederajat, dengan preferensi pada audiens berpendidikan tinggi (mahasiswa, profesional, akademisi) yang cenderung lebih kritis dan apresiatif terhadap konten *storytelling*.

2. Geografis: Masyarakat luar Jawa Tengah, agar lebih mengenal kuliner tradisional.

3. Psikografis:

- a. Minat dan Hobi: Kuliner, memasak, fotografi makanan, traveling, wisata budaya, sustainable living, heritage preservation.
- b. Nilai dan Kepercayaan: Menghargai kearifan lokal, peduli pada keberlanjutan lingkungan, mendukung

ekonomi lokal dan UMKM, percaya pada pentingnya pelestarian budaya

- c. Perilaku Konsumsi Media: Terbiasa membaca konten digital (e-book, artikel online, blog), menyukai konten visual (foto, ilustrasi), dan *storytelling*.

E-book ini dirancang dengan tujuan yang mencakup aspek dokumentasi, edukasi, promosi, dan pelestarian budaya: Berikut tujuan pembuatan *e-book*:

1. Tujuan Dokumentasi:

- a. Mendokumentasikan 130 kuliner Pasar Papringan secara lengkap dan sistematis, termasuk resep, bahan-bahan, proses pembuatan, serta cerita di balik setiap hidangan
- b. Menyimpan pengetahuan kuliner lokal dalam format digital yang permanen dan mudah diakses, sehingga tidak hilang seiring waktu.
- c. Menciptakan arsip budaya kuliner yang dapat diwariskan kepada generasi mendatang dan digunakan sebagai referensi untuk penelitian atau pengembangan kuliner lokal.

2. Tujuan Edukasi:

- a. Mengedukasi pembaca terutama generasi muda tentang kekayaan kuliner tradisional, nilai budaya yang terkandung di dalamnya, dan pentingnya melestarikan warisan kuliner lokal.

3. Tujuan Promosi:

- a. Menarik lebih banyak pengunjung untuk datang ke Pasar Papringan dengan memberikan gambaran jelas tentang kuliner apa saja yang tersedia dan cerita menarik di baliknya.

- b. Menjadi panduan kuliner yang membantu pengunjung terutama yang baru pertama kali datang untuk memilih kuliner yang sesuai dengan preferensi mereka, sehingga pengalaman berkunjung menjadi lebih optimal.
4. Tujuan Pelestarian Budaya dan Pemberdayaan Ekonomi Lokal:
- a. Mendukung upaya revitalisasi desa yang menjadi visi utama Spedagi Movement dengan mempertahankan dan mempromosikan kuliner lokal sebagai salah satu pilar ekonomi masyarakat.
  - b. Menginspirasi masyarakat luas untuk lebih menghargai kuliner tradisional dan mendukung ekonomi lokal dengan berkunjung langsung atau mencoba resep di rumah.
5. Tujuan Komunikasi dan *Storytelling*:
- a. Mentransformasi data kuliner yang bersifat teknis (resep, bahan, takaran) menjadi narasi *storytelling* yang mampu menciptakan koneksi emosional antara pembaca dengan kuliner Pasar Papringan.
  - b. Menciptakan *narrative transportation* di mana pembaca tidak hanya membaca informasi, tetapi masuk ke dalam dunia Pasar Papringan, merasakan atmosfer pasar, dan memahami nilai-nilai yang dijaga oleh masyarakat Dusun Ngadiprono.
  - c. Menjadikan *e-book* sebagai medium komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan bahwa kuliner tradisional adalah warisan budaya yang hidup, yang terus berkembang dan relevan dengan kehidupan modern.



### 3.2.2.3 Mengumpulkan dan Mengorganisir Data Informasi ke Google Sheets

Setelah tahap observasi lapangan selesai dilaksanakan, penulis bersama tim melanjutkan proses pengumpulan serta pengorganisasian data secara terstruktur dan sistematis guna mendukung tahapan kerja berikutnya. Seluruh data yang diperoleh dari lapangan dikelompokkan ke dalam tiga kategori utama agar lebih mudah dikelola dan digunakan dalam proses penyusunan *e-book*.

#### 1. Data Inventaris Kuliner dan Pelapak

Kategori pertama adalah data inventarisasi kuliner dan pelapak, yang memuat daftar lengkap makanan dan minuman yang dijual di Pasar Papringan beserta identitas masing-masing pelapak. Inventarisasi ini berfungsi untuk memastikan bahwa seluruh jenis kuliner terdokumentasi dengan baik dan tidak ada yang terlewat. Selain itu, data ini digunakan sebagai dasar pemetaan kekayaan kuliner Pasar Papringan sekaligus menjadi acuan dalam penyusunan struktur *e-book* agar setiap kuliner mendapatkan porsi dokumentasi yang proporsional.

Data ini penulis dapatkan dari *supervisor*, Mas Yudhi Setiawan, dalam proses pengumpulannya, dibantu oleh *Project Manager* Pasar Papringan, yaitu Mbak Wening Lastri.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

NO	KATEGORI KULINER	NAMA KULINER	ISI	HARGA/AGUSTUS 2025	
				PRING	RUPIAH
1	MAKANAN BERAT	Ramesan	Nasi putih	1	Rp 2.000
			Jangan tahu	1	Rp 2.000
			Perkedel kimpul	1	Rp 2.000
			Lompong	1	Rp 2.000
			Empis-empis tahu pong	1	Rp 2.000

**Gambar 3. 4 Data Inventaris Kuliner dan Pelapak**  
Sumber: Data Penulis (2025)

## 2. Data Jadwal Masak Pelapak

Kategori kedua adalah data jadwal memasak pelapak, yang disusun dengan mempertimbangkan perbedaan waktu memasak setiap pelapak. Hal ini disebabkan oleh seluruh pelapak dari 130 kuliner dan dibuat di 80 rumah di Dusun Ngadiprono, memiliki jadwal masak yang sama, di waktu yang kurang efisien untuk penulis dan tim magang lain. Kebanyakan dari mereka, mulai memasak di jam 12 malam, sampai pagi hari gelaran Pasar Papringan.

Data ini berperan sebagai panduan operasional bagi tim dalam menentukan waktu yang tepat untuk melakukan dokumentasi visual dan observasi lanjutan. Dengan adanya jadwal yang jelas, proses pengambilan foto dan video dapat dilakukan saat pelapak sedang menyiapkan kuliner, sehingga kualitas dokumentasi yang dihasilkan lebih optimal dan penggunaan waktu di lapangan menjadi lebih efisien.

Waktu	Pemasak	Makanan
14:00	Bu Anik	Gula Kelapa
	Bu Minah	Arem-arem
		Timus
15:00	Istirahat	
16:00	Bu Harun	Aneka Cendil
	Bu Rohma	Dawet Anget
		Putu
17:00	Istirahat	
18:00		
19:00	Mba Lirin	Sate Pisang
	ak Mus dn Bu Tu	Kolang Kaling
		Soto Lesah
	Bu Ufi	Lemper
		Semer Menderm
		Gulali
	Mba Puput	Kue Mangkok
		Citak Hitam
	Mba Yuli	Nagasari
		Nasi Gono

**Gambar 3. 5 Jadwal Memasak Pelapak**

Sumber: Data Penulis (2025)

### 3. Data Hasil Wawancara dan Informasi Kuliner

Kategori ketiga adalah data hasil wawancara dan informasi kuliner, yang merupakan kompilasi dari seluruh hasil wawancara dan pengamatan langsung di lapangan. Data ini mencakup cerita di balik setiap kuliner, filosofi penamaan, latar belakang serta motivasi pelapak, rincian resep dan tips memasak, hingga makna budaya yang melekat pada masing-masing hidangan. Keseluruhan data tersebut menjadi bahan utama atau *raw material* yang selanjutnya diolah dan dikembangkan menjadi narasi *storytelling* dalam *e-book*. Penulis dan tim menyimpan data informasi bersamaan dengan *sheets* inventaris dan jadwal memasak agar pencarian informasi dapat dilakukan dengan lebih mudah.

10	MAKANAN BERAT	Soto lesah	Soto lesah	5	Rp	10.000	Soto lesah merupakan soto ayam yang menggunakan santan dan dipadukan dengan berbagai macam rempah-rempah alami yang dipadukan ke dalam kuah santan berwarna kuning dengan wangi yang gurih semerbak memenuhi ruangan sederhana tempat Pak Mus dan Bu Tuti meracik masakannya hingga mampu menggugah selera. Soto ini dibuat dengan topping ayam yang diproduksi sendiri oleh Pak Mus, dipotong sendiri oleh Pak Mus, dan dimasak sendiri oleh Pak Mus dan Bu Tuti. Masak dari hasil tanai sendiri	Bu Tuti & Pak Mustofa
11	MAKANAN BERAT	Soto	Soto	4	Rp	8.000		Mba Far
			Sate telur puyuh	2	Rp	4.000		
			Tahu bacem	1	Rp	2.000		
			Tempe kemul	1	Rp	2.000		
			Rempela ati	1	Rp	2.000		
12	MAKANAN BERAT	Iwak kali	Mangut iwak kali	5	Rp	10.000	Seorang istri yang awalnya tidak tahu kalau suaminya suka memancing di kali. Tetapi ikan yang didapat berbeda-beda. Awalnya bingung digunakan untuk apa tapi akhirnya dikreasikan menjadi Mangut iwak kali.	Mba Lili

**Gambar 3. 6 Kumpulan Informasi dan Hasil Wawancara**  
Sumber: Data Penulis (2025)

### 3.2.2.4 Penulisan Konten Copywriting

Tahap ini merupakan bagian paling esensial dalam pelaksanaan kerja magang sebagai *copywriter*. Setelah seluruh data lapangan berhasil dikumpulkan dan diorganisasikan secara sistematis, penulis mulai melakukan proses pengolahan data mentah menjadi narasi *storytelling* yang memiliki nilai informatif sekaligus mampu menarik perhatian pembaca. Pada tahap ini, data yang sebelumnya bersifat deskriptif dan terpisah-pisah ditransformasikan menjadi cerita yang utuh, bermakna, dan relevan dengan konteks Pasar Papringan.

#### 1. Proses Transkripsi dan Ekstraksi Poin Penting

Langkah awal yang dilakukan adalah mentranskripsikan seluruh hasil wawancara dari bentuk voice note ke dalam teks tertulis. Proses transkripsi dilakukan secara manual untuk memastikan setiap informasi penting dapat terdokumentasi dengan baik, terutama karena sebagian rekaman memiliki durasi yang panjang dan kualitas audio yang kurang optimal akibat kondisi lingkungan yang bising. Ketelitian dalam proses ini menjadi sangat penting agar detail-detail krusial, seperti istilah lokal, kebiasaan memasak, takaran bahan yang tidak baku, serta cerita personal dari pelapak, tidak terlewatkan.

Setelah seluruh data wawancara ditranskripsikan, penulis melakukan pembacaan ulang secara menyeluruh untuk mengidentifikasi poin-poin utama yang relevan untuk dikembangkan menjadi narasi. Poin-poin tersebut mencakup latar belakang atau sejarah kuliner, filosofi dan makna di balik penamaan hidangan, profil singkat pelapak beserta motivasinya dalam membuat kuliner, bahan-bahan utama dan tahapan pembuatan, karakteristik rasa, aroma, dan tekstur, serta kisah-kisah menarik yang menyertai proses produksi dan penjualan kuliner tersebut. Tahap ini berfungsi sebagai proses penyaringan informasi agar narasi yang dihasilkan tetap fokus dan terarah.

## **2. Penerapan *Framework* AIDA dan Prinsip 4C**

Setiap narasi kuliner dalam e-book disusun menggunakan struktur AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) yang terintegrasi dengan prinsip 4C dalam copywriting, sehingga alur cerita dapat tersampaikan secara sistematis dan konsisten.

Pada tahap *Attention* (Perhatian), bagian pembuka narasi menggunakan judul “*Sajian Rasa Papringan*” sebagai pengantar utama. Judul ini dipilih karena bersifat umum dan mampu merepresentasikan beragam jenis kuliner tanpa mengikatkan diri pada identitas kedaerahan tertentu. Visual pembuka difokuskan pada elemen-elemen yang menarik secara estetis, seperti aktivitas pelapak, komposisi bahan, atau suasana pasar. Paragraf awal ditulis untuk membangun ketertarikan pembaca dengan memberikan gambaran singkat mengenai konteks Pasar Papringan menggunakan Bahasa Indonesia agar dapat menjangkau pembaca dari berbagai latar belakang.

Tahap *Interest* (Minat) berisi pemaparan cerita di balik kuliner yang diangkat. Informasi yang disajikan meliputi asal-usul makanan, latar belakang penamaan, serta penjelasan mengenai pelapak sebagai pembuatnya. Dalam bagian ini,

penulis menyoroti karakteristik makanan desa dan kuliner tradisional yang mulai jarang ditemui. Penulisan diarahkan untuk menyajikan hubungan antara hidangan dan pembuatnya secara faktual, sekaligus menampilkan nilai budaya yang melekat pada kuliner tersebut. Setiap kuliner yang ada di Pasar Papringan juga telah melewati proses kurasi yang ketat dan panjang, sehingga ada cerita bagaimana suatu makanan harus memiliki nilai dan identitasnya sendiri, ada makanan yang harus berpindah tangan mencari pembuat atau pelapak yang sesuai dengan karakteristik dan rasa makanan tersebut, Maka di bagian ini, seluruhnya dicoba untuk diceritakan.

Selanjutnya, tahap *Desire* (Keinginan) difokuskan pada deskripsi cita rasa, aroma, dan tekstur hidangan secara objektif namun tetap membangun imajinasi pembaca. Penjelasan dilengkapi dengan pemaparan proses pembuatan yang memiliki keunikan tertentu, sehingga karakter masing-masing hidangan dapat tergambarkan dengan jelas. Deskripsi disusun secara detail agar pembaca dapat membayangkan suasana dan pengalaman ketika kuliner tersebut disajikan, tanpa menghilangkan sifat informatif dari narasi.

Tahap *Action* (Tindakan) berisi ajakan yang disampaikan secara informatif untuk mengunjungi Pasar Papringan dan mencicipi kuliner secara langsung. Pada bagian ini, e-book juga menyediakan resep ringkas yang dapat dicoba oleh pembaca di rumah tanpa menyertakan detail teknis yang terlalu kompleks. Penutup narasi menegaskan bahwa pengalaman terbaik dalam menikmati kuliner tetap diperoleh dengan mencicipinya langsung di tempat asalnya.

Dalam keseluruhan tahapan AIDA, prinsip 4C diterapkan secara konsisten. Prinsip *Clarity* diwujudkan melalui penggunaan bahasa yang mudah dipahami oleh pembaca umum, dengan



memberikan penjelasan singkat terhadap istilah lokal tanpa menghilangkan keaslian narasi. *Concise* diterapkan dengan menyusun narasi secara padat namun tetap informatif, serta menghindari pengulangan kata atau frasa yang tidak diperlukan. Prinsip *Compelling* tercermin dalam gaya penulisan yang engaging melalui penggunaan deskripsi sensorik, kisah personal pelapak, dan pemilihan diksi yang mampu membangun emosi serta rasa ingin tahu pembaca. Sementara itu, *Credible* diwujudkan dengan memastikan seluruh informasi bersumber dari observasi lapangan, wawancara langsung, dan dokumentasi visual yang valid, serta diperkuat dengan penyebutan nama pelapak, lokasi, dan detail teknis yang dapat diverifikasi.

*Clarity* (jelas), Bahasa yang digunakan disesuaikan agar mudah dipahami oleh pembaca umum dari berbagai latar belakang, termasuk mereka yang bukan berasal dari daerah Temanggung, atau daerah Jawa lainnya sehingga memiliki kendala bahasa dan pengertian terhadap istilah lokal. Istilah lokal yang sulit dipahami diberikan penjelasan singkat tanpa mengurangi keaslian narasi. Struktur kalimat dibuat sederhana dengan menghindari penggunaan kalimat majemuk yang terlalu panjang.

*Concise* (ringkas), setiap narasi ditulis secara padat namun tetap informatif. Penulis menghindari pengulangan kata, kalimat atau frasa yang tidak perlu, serta memastikan setiap kalimat memiliki fungsi jelas dalam membangun cerita. Meski ringkas, informasi penting seperti filosofi kuliner, bahan utama, dan keunikan rasa tetap disampaikan secara lengkap.

*Compelling* (menarik), gaya penulisan dirancang agar engaging melalui penggunaan deskripsi sensorik, anekdot personal dari pelapak, serta pemilihan diksi yang membangun emosi. Penulis berusaha menciptakan pengalaman membaca

yang tidak hanya informatif, tetapi juga menyenangkan dan menggugah rasa ingin tahu.

*Credible* (kredibel), informasi yang disajikan bersumber dari observasi lapangan langsung, wawancara dengan pelapak, serta dokumentasi visual yang valid. Tidak ada informasi fiktif atau asumsi tanpa dasar. Kredibilitas diperkuat dengan seluruh informasi yang dituliskan, lewat filterisasi dan pengecekan ulang dari *supervisor* yang termasuk berperan sebagai curator kuliner Pasar Papringan.

Penulis menggunakan *Google Sheets* yang sama dengan *sheets* inventaris data, jadwal masak, dan hasil wawancara sebagai media penulisan utama, di mana setiap baris berisi nama kuliner dan kolom di sebelahnya diisi dengan draft narasi. Sistem ini dipilih untuk memudahkan pengelolaan data dan mempercepat proses penyesuaian ketika ada revisi. Waktu penulisan per kuliner relatif singkat karena data yang telah diolah sudah cukup kaya, namun tantangan utama terletak pada proses pengolahan data mentah yang memakan waktu lebih lama.

NO	KATEGORI KULINER	NAMA KULINER	ISI	HARGA (AGUSTUS 2025) PANG RUPIAH	KETERANGAN	NAMA PENJUAL	SALAH MAKANAN
1	MAKANAN REBAT	Ramesan	Nasi putih	1 Rp. 2.000	Di Pasar Papringan, kuliner legendaris bernama Ramesan. Namanya honon dari bahasa Jawa "ora mest" dan lauknya tak tentu, kadang ini, kadang itu, tapi selalu bikin mata dan perut bergoyang-bergoyang.	Bu Sih	Jajanan Tahu
		Jajanan tahu	1 Rp. 2.000				Perkedel Kemplul
		Perkedel kemplul	1 Rp. 2.000				Compong
		Lempeng	4 Rp. 2.000				Empis-empis tahu piring
		Empis-empis tahu piring	1 Rp. 2.000				mi goreng
		Mi Goreng	1 Rp. 2.000				telor sambel goreng
		Telor sambel goreng	2 Rp. 4.000				bangkol
		Tongkol	2 Rp. 4.000				oreng tempa kecaci
		Oreng tempa kecaci	1 Rp. 2.000				sambel terong
		Sambel terong	1 Rp. 2.000				rendang jengkol
		Rendang jengkol	1 Rp. 2.000			Mba Endang	oreng kilai
		Oreng kilai	1 Rp. 2.000				telur gundung
		telur gundung	2 Rp. 4.000				
		Redang putih	1 Rp. 2.000				
2	MAKANAN REBAT	Goreng Jagang	Isi dari berbagai makanan yang bisa diolah terjual	4 Rp. 8.000			
		Goreng jagang kemplut	5 Rp. 10.000				
3	MAKANAN REBAT	Sego jagung putih	Sego jagung putih	3 Rp. 6.000	Dari pepengeran Temanggung, lahirlah Sego Jagung, nasi jagung yang sederhana tapi kaya rasa. Semua lauknya direbus, jadi dari si minyak udi yang gampang bikin perut, tapi perut tetap kenyang.		Jagung putih, ikan asin, telur, tempe (rebus), buah pepaya (mudu, togi, benbol)

**Gambar 3. 7 Pengolahan Data Menjadi Narasi**

Sumber: Data Penulis (2025)

Berikut ini adalah contoh salah satu narasi yang telah menerapkan framework AIDA dan prinsip 4C, pastinya menyesuaikan dengan longgal halaman dan space yang tersedia di satu halaman e-book.

*"Setiap gelaran Pasar Papringan, aroma nasi jagung kuning buatan Ibu Nursita selalu jadi penanda pagi yang hangat. Di lapaknya, tersaji nasi jagung kuning lengkap dengan lauk buntil yang juga ia jual terpisah. Keduanya dibuat dari hasil kebun dan sawah miliknya sendiri—hasil dari tangan yang setiap hari akrab dengan tanah dan tanaman.*

*Sehari-hari, Ibu Nursita bekerja di sawah menanam cabai, padi, dan jagung. Namun, jika pekerjaan rumah sedang menumpuk, ia memilih tinggal di rumah untuk menyiapkan bahan jualan di pasar. Jagung yang digunakan untuk nasi jagung kuning dipanen setelah tiga bulan. Setelah itu, jagung dijemur hingga kering, digiling seperti padi, lalu direndam selama lima hingga tujuh hari. Setiap dua hari sekali, air rendaman diganti agar hasilnya bersih dan lembut.*

*Semua proses dilakukan sendiri oleh Ibu Nursita, mulai dari merendam, menggiling, mengukus, hingga mengaduk adonan dengan centong kayu. Total, jagung dikukus hingga tiga kali, sampai benar-benar tanak dan siap disajikan. Resep ini bukan datang begitu saja—ia adalah warisan keluarga yang dulu dijalankan oleh orang tuanya, kini diteruskan dengan sepenuh hati.*

*Setiap kali menjelang gelaran pasar, kesibukan Ibu Nursita dimulai sejak Kamis—mengupas bawang, memetik cabai, mencuci ikan asin, hingga membersihkan daun pisang dengan teliti. "Kalau masih kotor, saya bersihkan lagi," katanya, karena baginya, semua makanan yang dijual di Papringan harus disajikan sebaik mungkin. Nasi jagung dan buntilnya pun tak hanya soal rasa, tapi tentang niat menjaga nilai pasar: sehat, lokal, dan lestari.*

*Bagi Ibu Nursita, menjadi petani adalah pekerjaan utama, sementara berjualan di Papringan adalah selingan yang membawa kebahagiaan. Di sana, ia tak hanya berjualan, tapi juga bertemu orang baru. Dengan senyum ramah, ia kerap bertanya pada pengunjung, "Dari mana? Sudah berapa hari di sini?" Suatu kali, seorang ibu datang jauh-jauh dari Yogyakarta hanya untuk membeli nasi jagung dan buntel buataannya. Pelanggan itu bercerita bahwa ia dan adiknya memiliki keturunan diabetes, dan hanya bisa makan nasi jagung. Ia memuji hasil olahan Bu Nursita yang lebih halus dari miliknya sendiri—hingga akhirnya Bu Nursita pun membagi rahasianya dengan senang hati.*

*Dari dapur kecil di Ngadimulyo, nasi jagung kuning buatan Ibu Nursita bukan sekadar makanan. Ia adalah cermin dari ketekunan, kesabaran, dan warisan rasa yang dijaga turun-temurun—rasa yang tumbuh dari tanah, dikerjakan dengan tangan, dan disajikan dengan hati."*

Dari contoh di atas, terlihat bagaimana data mentah yang bersifat faktual dan datar ditransformasi menjadi narasi yang lebih hidup, emosional, dan engaging tanpa mengurangi akurasi informasi. Narasi dimulai dengan *Attention* melalui pembuka yang menggambarkan aroma dan suasana, berlanjut ke *Interest* dengan cerita tentang proses panjang pembuatan nasi jagung dan profil Ibu Nursita, kemudian membangun *Desire* melalui deskripsi dedikasi dan nilai yang dijaga, hingga akhirnya menutup dengan *Action* implisit yang mengajak pembaca memahami makna di balik kuliner tersebut.

### 3.2.2.5 Finalisasi Konten dan Koordinasi dengan Tim Visual

Setiap draf narasi yang telah diselesaikan tidak langsung digunakan, melainkan melalui proses peninjauan internal terlebih dahulu oleh sesama anggota tim magang. Tahap ini bertujuan untuk memperoleh masukan awal yang konstruktif, dengan fokus pada kejelasan penyampaian informasi, kesesuaian *tone* penulisan dengan konsep *e-book*, serta kelengkapan penerapan elemen AIDA dalam setiap narasi. Berdasarkan hasil diskusi dan umpan balik dari rekan tim, penulis kemudian melakukan revisi tahap pertama untuk menyempurnakan draf tersebut.

Draf yang telah melalui revisi internal selanjutnya diserahkan kepada *supervisor* untuk proses evaluasi lanjutan. Pada tahap ini, *supervisor* memberikan masukan yang lebih mendalam, terutama terkait ketepatan dan akurasi informasi, konsistensi gaya bahasa antar narasi, serta keselarasan cerita dengan visi dan tujuan *e-book* secara keseluruhan. Masukan tersebut menjadi dasar bagi penulis untuk melakukan revisi akhir hingga naskah dinilai siap dan layak dimasukkan sebagai konten final dalam *e-book*.

Secara umum, proses penulisan narasi untuk setiap kuliner dapat dilakukan dengan relatif efisien karena ketersediaan data yang telah diolah cukup lengkap dan kaya. Namun demikian, tantangan terbesar justru berada pada tahap awal pengolahan data mentah, khususnya saat melakukan transkripsi rekaman wawancara berupa voice note yang berdurasi panjang dan memiliki kualitas audio yang kurang optimal. Proses ini membutuhkan ketelitian dan waktu yang lebih lama sebelum data benar-benar siap diolah menjadi narasi storytelling.

Setelah seluruh narasi kuliner selesai ditulis dan melewati rangkaian proses review serta revisi, penulis memasuki tahap finalisasi dan integrasi konten ke dalam format e-book.

Tahap selanjutnya adalah koordinasi dengan tim visual. Tahap ini menjadi krusial karena berfungsi sebagai penghubung antara hasil kerja copywriting dengan bentuk akhir e-book yang akan dibaca dan dinikmati oleh audiens. Pada fase ini, peran penulis tidak berhenti pada penyerahan teks, tetapi juga terlibat aktif dalam memastikan narasi dapat terpresentasi secara optimal ketika dipadukan dengan elemen visual dan desain.

Proses integrasi dilakukan dengan menyerahkan konten narasi kepada rekan satu tim magang yang berperan sebagai visual photography sekaligus bertanggung jawab atas penyusunan desain e-book. *E-book* dirancang dengan ukuran B5 agar nyaman dibaca secara digital, baik melalui tablet maupun layar ponsel. Konsep visual yang diterapkan tidak menempatkan teks sebagai elemen dominan, melainkan mengombinasikannya dengan banyak foto autentik kuliner Pasar Papringan. Foto-foto tersebut merupakan dokumentasi asli di lapangan yang telah melalui proses edit visual untuk mempercantik tampilan layar, memperkuat suasana, serta membantu pembaca membangun pengalaman visual yang lebih imersif.

Dalam tahap ini, penulis dan tim visual melakukan koordinasi terkait penyesuaian panjang teks dengan kebutuhan layout. Meskipun setiap narasi telah ditulis dengan kisaran panjang ideal, penyesuaian tetap dilakukan agar teks tidak terlihat terlalu padat atau justru terlalu kosong dalam satu halaman. Beberapa narasi diringkas tanpa menghilangkan inti cerita, sementara narasi lain diberi ruang lebih



luas agar proporsi antara teks dan foto tetap seimbang serta enak dibaca.

Penentuan urutan penyajian kuliner dalam e-book tidak dilakukan secara acak, melainkan mengacu pada data inventaris utama yang telah dikumpulkan sebelumnya. Berdasarkan data tersebut, susunan konten ditetapkan secara berurutan: makanan berat, jajanan ndeso, minuman, dan diakhiri dengan kategori oleh-oleh. Keputusan ini juga mempertimbangkan karakter tiap kategori. Makanan berat ditempatkan di bagian awal karena jumlahnya relatif lebih sedikit, namun memiliki muatan cerita yang lebih kaya dan mendalam baik dari sisi proses memasak maupun latar belakang pelapak. Dengan membuka e-book menggunakan kategori ini, pembaca diajak masuk lebih dulu ke cerita yang kuat dan kontekstual sebelum berlanjut ke kategori lain yang lebih ringan.

Tahap akhir dari proses ini adalah *quality control* menyeluruh. Penulis meninjau kembali seluruh narasi dalam konteks layout *e-book* untuk memastikan tidak terdapat kesalahan teknis seperti *typo*, ketidakkonsistenan penulisan nama pelapak, atau informasi kuliner yang kurang jelas. Selain itu, dilakukan pengecekan kesesuaian antara narasi dan visual mulai dari pemilihan foto, keselarasan caption, hingga keterbacaan teks yang dipengaruhi oleh pemilihan *font*, warna, dan jarak antar elemen. Melalui proses ini, e-book diharapkan tidak hanya informatif secara konten, tetapi juga nyaman dan menarik secara visual bagi pembaca.

Rangkaian proses yang dimulai dari observasi lapangan, pengumpulan dan pengorganisasian data, penulisan narasi, hingga tahap *review*, revisi, dan finalisasi, menghasilkan sebuah *e-book* kuliner Pasar Papringan yang utuh dan siap dipublikasikan. *E-book* ini dirancang bukan hanya sebagai media informatif, melainkan

sebagai arsip digital yang merekam kekayaan kuliner lokal serta menjadi sarana storytelling yang menjembatani pembaca dengan nilai budaya, tradisi, dan keseharian masyarakat Dusun Ngadiprono.

Konten e-book mendokumentasikan sekitar 130 jenis kuliner khas Pasar Papringan yang berasal dari puluhan pelapak. Secara visual, *e-book* dilengkapi dengan foto-foto autentik berkualitas tinggi yang menampilkan proses memasak, detail bahan, hingga hasil akhir hidangan. Visual ini berfungsi sebagai pendukung narasi sekaligus memperkuat pengalaman membaca secara imersif. Selain narasi utama, *e-book* juga memuat resep ringkas, profil singkat pelapak, serta elemen visual pendukung seperti ornamen atau ilustrasi yang selaras dengan identitas Pasar Papringan. Keseluruhan konten dirancang dalam format *e-book* dengan total 100 halaman, disusun agar alur membaca terasa natural dan tidak melelahkan.

Melalui hasil akhir ini, *e-book* kuliner Pasar Papringan diharapkan dapat berfungsi sebagai media dokumentasi, edukasi, dan promosi budaya kuliner lokal. Pembaca tidak hanya memperoleh referensi makanan, tetapi juga diajak memahami konteks, nilai, dan cerita yang hidup di balik setiap sajian. Berikut merupakan tampilan visual dari *e-book* yang telah selesai dirancang:

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



**Gambar 3. 8 Halaman Cover “Makanan Berat”**  
Sumber: Data Penulis (2025)



**Gambar 3. 9 Halaman Isi dan Narasi**  
Sumber: Data Penulis (2025)



**Gambar 3. 10 Halaman Isi Jajanan Ndeso**  
Sumber: Data Penulis (2025)



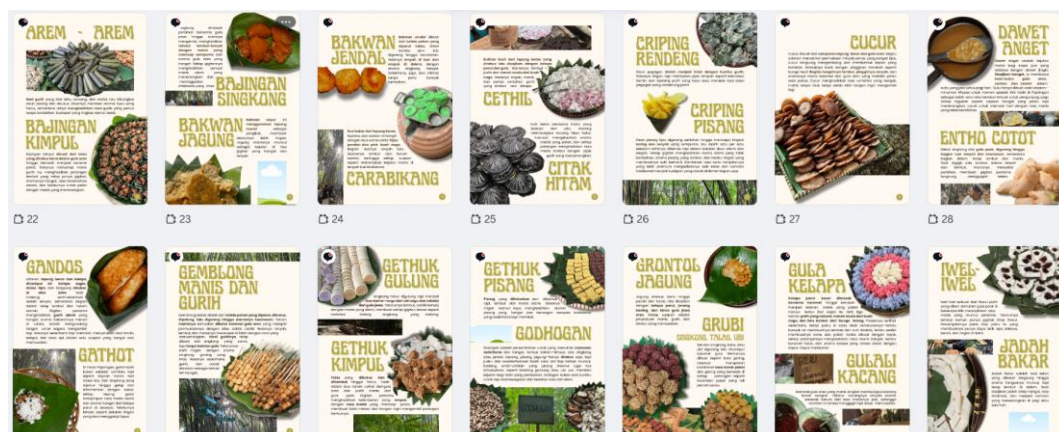
**Gambar 3. 11 Halaman Isi Minuman**  
Sumber: Data Penulis (2025)





**Gambar 3. 12 Gambaran Halaman Makanan Berat**  
Sumber: Data Penulis (2025)

Halaman makanan berat memang lebih banyak narasi karena jumlahnya lebih sedikit, namun cerita dan informasi yang didapatkan dari pelapak cukup banyak dan menarik. Didukung dengan makanan berat sebagai pembuka, dan disajikan dengan tulisan atau narasi yang menjelaskan dengan detail.



**Gambar 3. 13 Gambaran Halaman Jajanan Ndeso**  
Sumber: Data Penulis (2025)

Halaman jajanan ndeso sedikit lebih ramai, karena satu halaman bisa memuat dua sampai tiga menu kuliner dengan narasi yang lebih sedikit. Penulis juga mempertimbangkan efisiensi waktu

pembaca ketika membaca e-book ini dan memberikan pembaca lebih banyak waktu untuk memilih makanan yang akan dicoba.

E-book ini dirancang dengan fungsi yang saling melengkapi, tidak hanya sebagai dokumentasi digital untuk menjaga keberlanjutan resep dan narasi kuliner agar tidak tergerus oleh waktu, tetapi juga sebagai sarana edukatif yang memperkenalkan nilai, sejarah, dan kekayaan kuliner tradisional kepada generasi muda. Selain itu, e-book ini berperan sebagai media promosi yang strategis untuk menarik minat pengunjung datang ke Pasar Papringan sekaligus mendorong perputaran ekonomi para pelapak lokal. Melalui pengemasan cerita yang kuat, naratif, dan didukung visual yang atraktif, e-book ini diharapkan mampu melampaui fungsi bacaan semata, dengan menginspirasi pembaca untuk merasakan langsung pengalaman kuliner di Pasar Papringan serta turut ambil bagian dalam upaya pelestarian budaya kuliner lokal.

Untuk memastikan e-book dapat diakses dengan optimal oleh target audiens dan memiliki kualitas presentasi yang profesional, e-book "Sajian Rasa Papringan" dirancang dengan spesifikasi teknis sebagai berikut:

1. Ukuran Halaman: B5 (176 x 250 mm) ukuran ini dipilih karena memberikan keseimbangan yang ideal antara keterbacaan teks dan efisiensi ruang untuk menampilkan foto kuliner dengan kualitas tinggi. Ukuran B5 juga nyaman dibaca baik di perangkat desktop, tablet, maupun smartphone dengan orientasi portrait.
2. Format File: *Flipbook*, format ini dipilih karena kompatibel dengan hampir semua perangkat (Windows, Mac, Android, iOS), mempertahankan kualitas visual dan layout yang



konsisten di berbagai layar, serta mudah didistribusikan melalui email, media sosial, atau website.

*Font: Heading* menggunakan Art Nuvo (70pt), *body text* menggunakan Poppins (12pt)

Desain visual e-book menggunakan palet warna yang mencerminkan suasana alam dan kebun bambu di Pasar Papringan kombinasi antara hijau natural, coklat tanah melambangkan kearifan lokal dan keaslian), serta aksen warna hangat seperti kuning atau emas, melambangkan kehangatan dan keceriaan pasar. Palet warna ini tidak hanya estetis, tetapi juga fungsional dalam membangun mood dan atmosfer yang konsisten di seluruh e-book.

Kuliner dikelompokkan berdasarkan kategori yang logis dan mudah dinavigasi oleh pembaca. Berikut kategori kuliner:

1. Makanan Berat (nasi, lauk-pauk)
2. Jajanan Ndeso
3. Minuman
4. Oleh-Oleh

Penentuan judul menjadi tahap terakhir dalam proses perancangan *e-book*, setelah seluruh konten dan konsep visual selesai dirumuskan. Penulis telah mengajukan berbagai alternatif judul dan melalui sejumlah pertimbangan serta penolakan, hingga akhirnya, setelah *e-book* selesai secara utuh, diputuskan judul “Sajian Rasa Papringan” sebagai nama yang paling merepresentasikan isi, karakter, dan nilai yang ingin disampaikan.

Setelah seluruh rangkaian perancangan *e-book* selesai, mulai dari observasi lapangan, pengumpulan data, penyusunan narasi berbasis *storytelling*, proses peninjauan dan perbaikan, hingga tahap

akhir penyelarasan konten ke dalam layout *e-book*, proses berlanjut pada tahap evaluasi internal. Tahap ini berfungsi sebagai mekanisme *quality control* untuk menilai kelayakan dan mutu produk sebelum dipublikasikan kepada publik, dengan memastikan *bahwa e-book* telah memenuhi standar yang ditetapkan oleh Spedagi Movement, baik dari aspek isi konten, kekuatan visual dan desain, maupun perannya sebagai media dokumentasi sekaligus promosi kuliner lokal.

Tahap selanjutnya adalah evaluasi secara internal. Evaluasi internal dilaksanakan melalui presentasi hasil kerja yang dilakukan oleh penulis sebagai *copywriter* di hadapan tim internal Spedagi Movement pada akhir masa magang. Presentasi disampaikan secara formal dengan menampilkan *e-book* secara menyeluruh, disertai penjelasan alur kerja yang telah dijalani, pemaparan konsep *storytelling*, serta strategi *copywriting* yang digunakan dalam penyusunan konten. Kegiatan ini dihadiri oleh jajaran manajemen dan tim inti Spedagi Movement sebagai pihak yang memberikan penilaian, masukan, dan pertimbangan akhir terhadap hasil perancangan *e-book*. Presentasi dihadiri oleh jajaran manajemen dan tim inti Spedagi Movement, yaitu:

1. Pak Singgih Kartono: Direktur Spedagi Movement dan pendiri gerakan revitalisasi desa
2. Mbak Wening: *Project Manager* yang bertanggung jawab atas koordinasi program revitalisasi desa
3. Mbak Ika: *Special Project dan Event Officer* yang mengelola berbagai kegiatan dan event Spedagi
4. Rega Bagoes: *Research and Development Officer* yang fokus pada pengembangan program dan inovasi
5. Mas Yudhi Setiawan: *Supervisor* magang sekaligus kurator kuliner, *secretary*, dan *PR officer*

**Tabel 3. 2 Hasil Evaluasi Internal**

<b>Nama Evaluator</b>	<b>Aspek yang Dievaluasi</b>	<b>Hasil Evaluasi dan Komentar</b>
Mbak Wening Lastri	<p>Manager- Pengumpulan dan pengorganisasian data</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Integrasi konten dari berbagai sumber</li> <li>- Kontribusi <i>e-book</i> terhadap program Spedagi</li> <li>- Relevansi dengan fokus organisasi</li> </ul>	<p>Sangat membantu karena berhasil mengumpulkan data yang awalnya berantakan dan terpadu jadi satu, dan dipercantik juga, itu sangat membantu kami dari Spedagi.</p> <p>Terlebih kuliner di Pasar Papringan juga merupakan poin dan fokus utama, terutama kalau sudah menyebut Pasar Papringan.</p>
Mas Rega Bagoes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain visual <i>e-book</i></li> <li>- Gaya dan struktur penulisan</li> <li>- Aksesibilitas untuk pembaca awam</li> <li>- Penggambaran identitas dan keunikan kuliner tradisional</li> <li>- Potensi kebermanfaatan saat disebar</li> </ul>	<p>"E-book ini sudah cukup bagus, dari desainnya, dari kalimatnya yang sangat sederhana dan tidak memusingkan pembaca awam yang belum mengerti makanan tradisional macam apa itu. Serta memberikan gambaran atas keunikan dan identitas makanan tradisional menjadi sesuatu yang lebih istimewa dari biasanya. Semoga bisa berguna ketika disebar nantinya."</p>
Mas Yudhi Setiawan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kualitas narasi storytelling</li> <li>- Akurasi informasi</li> </ul>	<p>Penulisannya, saya sempat membaca-baca dan melihat penulisannya sudah sangat oke,</p>

	kuliner - Konsistensi tone dan gaya penulisan - Integrasi narasi dengan elemen desain visual - Kemampuan narasi membangkitkan imajinasi pembaca - Kelayakan e-book sebagai media promosi	ditambah dengan desain yang menggandeng apik narasi dan seluruh komponen yang ada di sana. Saat saya membaca juga, terasa lebih compact dan sudah cukup membuat saya terbayang atas kuliner itu. Jadi ini merupakan e-book yang dapat disebar dengan bangga sebagai panduan pilihan makanan bagi para pengunjung.
--	--	---

Berdasarkan tabel evaluasi yang telah disajikan, dapat disimpulkan bahwa e-book kuliner Sajian Rasa Papringan memperoleh tanggapan yang sangat positif dari seluruh evaluator internal. Apresiasi yang diberikan muncul dari sudut pandang yang berbeda-beda sesuai peran masing-masing evaluator, namun bermuara pada kesimpulan yang sama, yaitu bahwa e-book telah memenuhi standar kualitas yang ditetapkan dan dinilai layak untuk dipublikasikan kepada khalayak yang lebih luas.

Mbak Wening selaku Project Manager menyoroti kemampuan tim magang dalam mengolah dan mengintegrasikan data yang kompleks menjadi sebuah produk yang tertata rapi dan menarik secara visual. Dalam konteks Pasar Papringan, pengelolaan data kuliner menjadi tantangan tersendiri mengingat jumlah pelapak yang mencapai ratusan, dengan informasi yang tersebar dan tidak selalu terdokumentasi secara sistematis. Keberhasilan tim magang dalam merapikan data mentah, melengkapi informasi yang belum utuh, serta menyusunnya ke dalam format e-book yang terstruktur dinilai sebagai kontribusi yang bernilai strategis bagi Spedagi Movement. Penilaian ini sekaligus menegaskan bahwa kuliner merupakan salah satu fokus utama organisasi, sehingga kehadiran e-book menjadi aset

penting dalam mendukung upaya pelestarian kuliner lokal dan pemberdayaan masyarakat desa.

Dari perspektif riset dan pengembangan, Mas Rega Bagoes sebagai Research and Development Officer memberikan evaluasi yang menekankan pada aspek keterjangkauan konten dan kemudahan akses bagi pembaca. Ia menilai bahwa e-book mampu menyampaikan informasi kuliner dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, termasuk bagi pembaca yang belum akrab dengan makanan tradisional maupun istilah lokal. Kesederhanaan tersebut tidak mengurangi kekuatan cerita, justru meningkatkan nilai dan daya tarik kuliner yang diangkat. Penilaian ini menunjukkan bahwa penerapan Prinsip 4C Copywriting, khususnya unsur kejelasan dan daya tarik, telah berjalan efektif dalam menghasilkan narasi yang ramah pembaca namun tetap menarik. Keyakinan Mas Rega terhadap potensi manfaat e-book ketika disebarluaskan juga mencerminkan optimisme terhadap dampak positifnya bagi audiens eksternal.

Evaluasi paling menyeluruh disampaikan oleh Mas Yudhi Setiawan sebagai supervisor sekaligus kurator kuliner, yang terlibat langsung sepanjang proses magang dan memahami secara mendalam konteks Pasar Papringan. Ia menilai bahwa kualitas penulisan storytelling telah berada pada level yang sangat baik, dengan keterpaduan yang kuat antara narasi teks dan elemen visual. Narasi dan desain dipandang tidak berjalan sendiri-sendiri, melainkan saling mendukung untuk membangun pengalaman membaca yang utuh dan koheren. Penilaian bahwa narasi bersifat ringkas namun padat informasi menunjukkan keberhasilan tim dalam menjaga keseimbangan antara kedalaman isi dan kenyamanan membaca. Lebih jauh, kemampuan narasi dalam membangkitkan imajinasi pembaca terhadap kuliner dan suasana Pasar Papringan menandakan bahwa pendekatan Narrative Transportation Theory telah diterapkan secara efektif, sehingga pembaca dapat terhubung secara emosional

dengan cerita di balik setiap hidangan. Pernyataan bahwa *e-book* layak disebarakan sebagai panduan kuliner bagi pengunjung memperkuat posisi *e-book* sebagai media promosi yang fungsional dan membanggakan bagi organisasi.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi internal yang positif ini memberikan validasi terhadap metode kerja, strategi storytelling, dan pendekatan copywriting yang digunakan selama proses magang. Masukan dari evaluator dengan latar belakang manajemen proyek, riset dan pengembangan, serta kurasi konten menunjukkan bahwa *e-book* berhasil mencapai kualitas yang baik secara menyeluruh, baik dari segi konten, desain, aksesibilitas, maupun relevansinya terhadap visi dan kebutuhan strategis Spedagi Movement.

Meskipun evaluasi masih terbatas pada lingkup internal dan belum melibatkan audiens eksternal seperti pengunjung Pasar Papringan, pembaca umum, maupun pemangku kepentingan di luar organisasi, hasil penilaian ini memberikan indikasi kuat bahwa *e-book* telah siap untuk dipublikasikan. Untuk pengembangan di masa mendatang, evaluasi lanjutan setelah distribusi *e-book* dapat dilakukan dengan mengukur respons pembaca, tingkat keterlibatan, jumlah akses, serta dampaknya terhadap peningkatan kunjungan dan apresiasi masyarakat terhadap kuliner tradisional. Namun, dalam konteks laporan magang ini, evaluasi internal yang dilakukan telah memberikan konfirmasi yang memadai bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas dan siap melangkah ke tahap berikutnya.

### **3.3 Refleksi Penerapan Teori Perkuliahan di Lapangan**

Selama pelaksanaan kerja magang, penulis menerapkan berbagai konsep yang telah dipelajari di perkuliahan, namun dengan sejumlah penyesuaian untuk menjawab kebutuhan di lapangan yang berbeda konteks.

Model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) yang dipelajari penulis dalam mata kuliah *Introduction to Marketing Communication* umumnya diajarkan untuk kampanye pemasaran produk komersial dengan fokus pada peningkatan penjualan. Di kelas, tahap "*Action*" biasanya berupa ajakan *hard-selling* seperti "*Beli sekarang*" atau "*Dapatkan potongan harga*". Namun dalam praktik magang, penulis harus mengadaptasi AIDA untuk tujuan pelestarian budaya yang bersifat edukatif. Tahap "*Action*" tidak ditulis secara *hard-selling*, melainkan lebih halus dan informatif, seperti "*Kunjungi Pasar Papringan, tempat dimana kamu dapat merasakan langsung kehangatan kuliner tradisional*" atau penyediaan resep ringkas yang dapat dicoba di rumah. Penyesuaian ini penting agar narasi tetap menghormati nilai budaya tanpa terkesan komersial.

Prinsip 4C (*Clarity, Concise, Compelling, Credible*) yang dipelajari dalam mata kuliah *Transmedia and Storytelling* di kelas lebih banyak dicontohkan untuk pembuatan *caption* media sosial atau konten kampanye brand yang singkat, padat, dan langsung *to the point*. Dalam proyek *e-book*, penulis menghadapi tantangan berbeda karena harus menulis narasi panjang untuk setiap kuliner (200-300 kata) sambil tetap menjaga prinsip *concise*. Solusinya adalah dengan memilih detail cerita yang paling bermakna tanpa memasukkan semua informasi, menggunakan deskripsi sensorik yang padat namun kaya makna, serta menjaga alur narasi tetap fokus tanpa bertele-tele. Perbedaan ini mengajarkan bahwa ringkas tidak selalu berarti pendek, tetapi efisien dalam menyampaikan pesan tanpa redundansi.

Di perkuliahan, storytelling diajarkan dengan contoh-contoh *brand* besar atau kampanye global yang sudah tersusun rapi dengan data yang lengkap. Di lapangan, penulis harus menggali cerita dari nol karena para pelapak tidak memiliki narasi yang sudah siap pakai. Penulis harus mampu mengajukan pertanyaan yang tepat, mendengarkan dengan cermat percakapan yang tidak terstruktur, dan mengidentifikasi momen-momen menarik dari cerita sehari-hari mereka. Selain itu, tidak semua pelapak nyaman berbicara panjang lebar,



beberapa lebih banyak menunjukkan daripada bercerita, sehingga penulis harus mengamati dengan seksama dan menginterpretasi makna di balik tindakan mereka.

Perbedaan mendasar antara yang diajarkan di kelas dan praktik di lapangan terletak pada konteks dan tujuan penulisan. Di perkuliahan, *copywriting* dan *storytelling* pada mata kuliah yang pernah penulis pelajari, diajarkan untuk tujuan komersial dengan audiens konsumen atau calon pembeli, menggunakan *tone* persuasif untuk meningkatkan awareness dan penjualan. Di lapangan, penulis bekerja untuk tujuan *social impact* dengan audiens masyarakat umum dan generasi muda, menggunakan *tone* informatif dan edukatif yang menghormati nilai budaya. Sumber data juga berbeda, di kelas biasanya tersedia brief dari klien atau hasil riset pasar yang terstruktur, sementara di lapangan penulis harus mengumpulkan data melalui wawancara langsung dan observasi dengan kualitas informasi yang bervariasi. Tantangan utama pun berbeda, di kelas fokusnya membuat konten yang viral atau *engaging*, sedangkan di lapangan fokusnya adalah menjaga autentisitas sambil tetap menarik untuk dibaca.

Pengalaman ini mengajarkan bahwa teori yang dipelajari di perkuliahan memberikan fondasi yang kuat, namun kemampuan beradaptasi dan kepekaan terhadap konteks menjadi kunci keberhasilan dalam mengaplikasikannya di dunia kerja nyata.

### **3.4 Kendala yang Ditemukan**

Selama pelaksanaan kerja magang, penulis menghadapi sejumlah kendala yang berdampak signifikan terhadap efektivitas proses kerja, terutama karena besarnya skala data yang harus dikelola dalam waktu yang relatif terbatas. Tantangan-tantangan ini muncul baik pada tahap pengumpulan data, proses wawancara, maupun pada tahap penulisan dan penyusunan narasi e-book.

#### **1. Keterbatasan Waktu Observasi dan Jumlah Data yang Sangat Banyak**

Dalam kurun waktu 10 hari, penulis dan tim magang harus mendokumentasikan sekitar 130 jenis kuliner yang berasal dari kurang lebih 80 rumah tangga pelapak. Proses pengumpulan data dilakukan secara manual dengan mendatangi rumah-rumah warga satu per satu, melakukan observasi langsung, wawancara, dokumentasi visual, transkripsi, hingga penulisan narasi. Pendekatan ini memang memiliki nilai positif dari sisi kedekatan personal dan pemahaman konteks sosial, namun dalam praktiknya menjadi kurang efektif dan sangat menyita waktu. Dengan skala data sebesar ini, metode manual menuntut intensitas kerja yang sangat tinggi dan membuat tim harus bekerja ekstra untuk mengejar target dokumentasi dalam waktu yang terbatas.

2. Kualitas Rekaman Wawancara yang Tidak Konsisten

Sebagian besar wawancara dilakukan di lingkungan kerja pelapak, seperti dapur saat proses memasak berlangsung, area persawahan, atau ruang terbuka lainnya. Kondisi tersebut sering kali bising dan kurang kondusif untuk perekaman audio yang jernih. Akibatnya, kualitas rekaman tidak selalu optimal, sehingga proses transkripsi menjadi lebih sulit dan memakan waktu lebih lama. Dalam beberapa kasus, wawancara bahkan perlu diulang karena informasi penting tidak terekam dengan jelas.

3. Konsistensi *Tone* dan Gaya Penulisan

Menulis 130 narasi kuliner dengan kualitas yang relatif setara menjadi tantangan tersendiri. Penulis harus menjaga agar *tone* penulisan tetap konsisten, tidak terlalu datar namun juga tidak berlebihan secara emosional. Upaya ini membutuhkan proses penyuntingan berulang untuk memastikan setiap narasi memiliki alur, kedalaman cerita, dan gaya bahasa yang seimbang.

4. Kurangnya pemahaman penulis tentang teknis penulisan *storytelling* karena Meskipun mata kuliah *Transmedia and Storytelling* memberikan pemahaman tentang *storytelling* namun prinsip 4C *Copywriting* hanya disampaikan lisan dan sekilas oleh dosen sebagai saran untuk penulisan *caption* atau *message* yang disampaikan kepada audiens, aplikasinya di

kelas lebih banyak diarahkan untuk kampanye brand atau konten komersial. Di lapangan, penulis harus mengadaptasi prinsip-prinsip tersebut untuk konteks *social impact* dan *cultural preservation*, yang memerlukan sensitivitas lebih tinggi terhadap nilai-nilai lokal dan pendekatan yang tidak terlalu komersial. Penulis juga tidak pernah mengambil mata kuliah yang fokus membahas *copywriting* seperti mata kuliah *Art Copywriting* dan hal tersebut berpengaruh kepada implementasi konsep atau teori penulisan narasi. Lalu, Model AIDA yang dipelajari pada masa perkuliahan sudah sangat membantu dalam menyusun struktur narasi. Namun, dalam konteks dokumentasi kuliner tradisional, tahap "*Action*" tidak bisa terlalu *hard-selling* karena tujuan utamanya adalah edukasi dan preservasi budaya. Penulis harus menyeimbangkan antara ajakan bertindak dengan *tone* yang tetap menghormati nilai budaya.

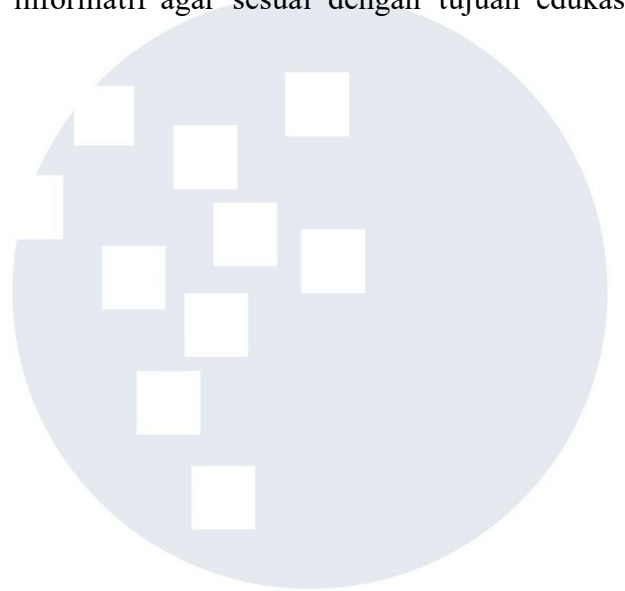
### 3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Sebagai refleksi dari kendala-kendala tersebut, terdapat beberapa solusi dan pembelajaran penting yang dapat menjadi pertimbangan untuk pengembangan program serupa di masa mendatang.

1. Optimalisasi Metode Pengumpulan Data  
Pengumpulan data dapat dilakukan dengan pendekatan hybrid, yaitu mengombinasikan metode manual dan digital. Data dasar seperti nama kuliner, bahan utama, proses memasak, dan cerita singkat dapat dikumpulkan terlebih dahulu melalui media digital seperti grup WhatsApp atau formulir daring. Pendekatan ini akan mempercepat proses awal dan memungkinkan kunjungan langsung difokuskan pada pendalaman cerita dan pendekatan personal, sehingga lebih realistis dan efisien untuk skala data yang besar.
2. Penulis menerapkan *trial-and-error* dengan menulis *draft* narasi, mendapatkan feedback dari tim dan supervisor, lalu melakukan revisi berulang hingga menemukan formula penulisan yang paling sesuai dengan

konteks Pasar Papringan. Proses ini membantu mengasah kepekaan terhadap *tone*, diksi, dan struktur cerita yang efektif.

3. Penulis tidak menggunakan prinsip 4C secara kaku, melainkan mengadaptasinya sesuai kebutuhan dokumentasi kuliner lokal. Misalnya, tahap "Action" dalam AIDA tidak ditulis secara hard-selling, tetapi lebih soft dan informatif agar sesuai dengan tujuan edukasi dan preservasi budaya.



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA