

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

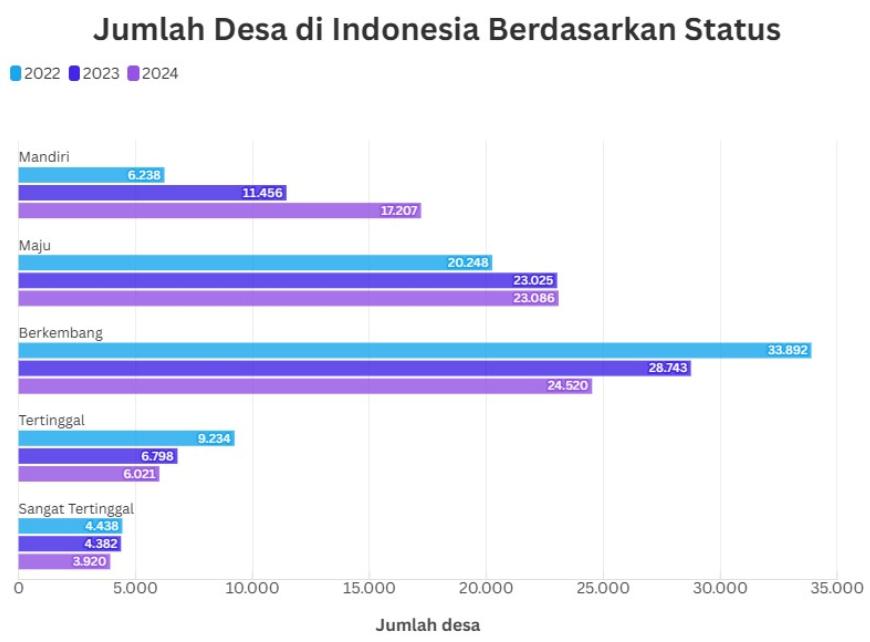
Indonesia merupakan negara yang terdiri atas banyak wilayah pedesaan, tercatat mencapai 75 ribu desa (Ashfiya, 2025). Dari sekian banyak desa yang ada, belum semuanya terkelola dengan maksimal. Pada kenyataannya memang tidak mudah dalam melakukan upaya pengelolaan atau pengembangan desa. Alasannya karena desa memiliki faktor isu permasalahan yang sangat banyak dan dapat dikatakan kompleks. Faktor-faktor pemicu tersebut meliputi terbatasnya kapasitas pemerintahan desa, kemampuan warga dan lembaga kemasyarakatan desa, pengelolaan sistem perencanaan dan penganggaran desa, potensi desa yang dimiliki, hingga kondisi ekonomi desa (Feradis, 2021).

Selain itu, dari aspek sosial masyarakat desa mulai meninggalkan nilai-nilai yang dulu melekat pada kehidupan mereka. Pada mulanya, desa menjadi rumah bagi manusia untuk bertumbuh dengan sebuah identitas yang kuat. Hal tersebut berkaitan dengan budaya dan tradisi yang diwariskan secara turun temurun sehingga dari segi bahasa, kebiasaan, kepercayaan, dan respons terhadap sebuah situasi, akan menunjukkan ciri khas tertentu. Masyarakat di desa juga dikenal dengan pola hidup fokus untuk hari ini. Artinya, kehidupan dilandaskan kepada rasa cukup sehingga tidak ada kekhawatiran akan kekurangan kebutuhan hidup. Hal ini juga didasari oleh wilayah di desa yang masih *resourceful* atau penuh dengan sumber daya alam. Ciri khas lainnya yang melekat pada desa adalah koletivitas masyarakatnya yang tinggi, berbeda dengan kehidupan masyarakat perkotaan yang justru individualis dan cenderung berkompetisi. Kolektivitas masyarakat desa menunjukkan adanya solidaritas dan kepedulian terhadap sesama. Tidak heran jika karakteristik gotong royong, musyawarah, dan aktivitas kolektif lainnya sangat melekat dengan gaya kehidupan di desa. Namun, mengapa nilai-nilai tersebut tidak menjadi sesuatu yang penting lagi?

Nilai-nilai tersebut mulai luntur oleh karena masyarakat desa memiliki rasa tidak percaya diri yang cukup tinggi. Adanya perasaan inferior sehingga mereka menilai kualitas diri mereka masih bermutu rendah. Kepercayaan diri yang memudar membuat masyarakat desa lebih rentan dipengaruhi dan memilih untuk mengikuti arus globalisasi yang terjadi. Perlahan kehidupan di desa mulai dipengaruhi oleh budaya wilayah urban. Hal ini juga didukung oleh mudahnya akses bagi manusia untuk mobilisasi baik dari desa ke kota maupun dari kota ke desa (Sartana, 2024). Selain itu, peran sosial dan budaya di tingkat desa juga mengalami perubahan. Tokoh adat, tokoh agama, dan tokoh masyarakat yang sebelumnya berperan penting dalam pengambilan keputusan dan penyelesaian masalah sosial, kini mulai tersisih. Padahal, keberadaan mereka sangat dibutuhkan untuk menjaga keharmonisan dan stabilitas sosial desa. Bersamaan dengan itu, berbagai nilai dan kearifan lokal yang diwariskan secara turun-temurun juga mulai ditinggalkan, terutama oleh generasi muda. Nilai-nilai luhur yang dulu disampaikan seperti “*pamali*” sebenarnya merupakan cara sederhana untuk menyampaikan ajaran atau nilai hidup yang dalam. Namun, bentuk penyampaian tersebut kini dianggap kurang relevan jika tidak disampaikan sesuai dengan cara komunikasi generasi sekarang yang lebih berbasis pada logika.

Perubahan nilai dan norma sosial yang terjadi di masyarakat turut memengaruhi degradasi moral budaya dan lingkungan. Perubahan yang paling mudah ditemukan adalah perkembangan teknologi dan media sosial sebab mendorong pergeseran nilai secara tidak langsung, di mana nilai-nilai tradisional yang berfokus pada kebersamaan, kepedulian, dan keseimbangan hidup perlakan tergantikan oleh pola pikir yang lebih individualistik dan materialistik. Perubahan ini kemudian tampak dalam perilaku manusia terhadap alam, seperti penggunaan sumber daya alam secara berlebihan tanpa mempertimbangkan keberlanjutan, mulai dari penebangan hutan yang tidak terkendali hingga eksplorasi tambang dan aktivitas industri yang mencemari lingkungan. Sikap serakah ini tentu tidak mencerminkan nilai desa yang awalnya hidup dalam “porsi yang cukup”. Secara hakekat, alam memiliki posisi yang jauh lebih besar dibandingkan manusia karena alam merupakan sumber kehidupan yang menopang keberlangsungan manusia itu

sendiri. Manusia sejatinya hidup di dalam sistem alam, bukan berada di atasnya. Namun, oleh karena manusia memposisikan dirinya sebagai pusat dalam kehidupan, manusia menjadi berkuasa atas alam. Di sisi lain, budaya konsumerisme yang semakin menguat juga memperparah kondisi tersebut. Oleh karena dorongan untuk terus mengonsumsi barang dan jasa sering kali mengabaikan dampaknya terhadap lingkungan dan nilai budaya lokal. Pola hidup yang berfokus pada konsumsi tidak hanya meningkatkan eksistensi limbah, tetapi juga mencerminkan melemahnya tanggung jawab moral dalam menjaga keseimbangan antara manusia, budaya, dan alam (Nugroho, 2025).



Sumber: Kementerian Desa dan Pembangunan Daerah Tertinggal



Gambar 1.1 Status Desa di Indonesia
Sumber: (Ayuningtyas, 2025)

Melihat bagaimana penghidupan kembali nilai desa (revitalisasi desa) menjadi urgensi yang penting, sejauh ini sebagian besar desa telah mengalami sejumlah perubahan dan perkembangan. Hal ini menandakan ada semakin banyak mata yang tertuju pada pengelolaan desa kembali. Berdasarkan data tahun 2024 pada gambar di atas, dapat dilihat bahwa status desa di Indonesia masih didominasi oleh desa berkembang. Kembali pada gambar di atas, pada tahun 2024 jumlah desa berkembang tercatat sebagai yang paling tinggi, yaitu sekitar 24.520 desa.

Kemudian di posisi berikutnya ada desa maju sebanyak 23.086 desa. Kondisi ini sejurnya merupakan sesuatu yang baik sebab menunjukkan bahwa sebagian besar desa berada pada tahap penghidupan kembali sebab desa-desa tersebut telah mengalami perkembangan, namun belum mencapai hasil yang paling optimal yaitu desa mandiri.

Jauh menelusuri lebih dalam, yang menjadi kunci dalam penghidupan kembali nilai desa atau revitalisasi desa adalah sumber daya manusia di desa itu sendiri. Namun, tidak semua desa punya akses untuk menyerap informasi luar dengan baik, khususnya wilayah desa yang sulit dijangkau. Oleh karena itu, dalam mendukung upaya kembalinya nilai-nilai desa diperlukan dorongan eksternal yang dapat membangkitkan karakteristik hidup di desa. Hal tersebut diharapkan setidaknya ada pihak yang menyalurkan atau menggapai masyarakat desa terhadap kondisi dan keadaan yang terjadi sehingga mereka menjadi tahu bahwa mereka punya potensi tanpa harus meninggalkan nilai-nilai desa yang sudah tertanam sejak awal. Saat ini semakin banyak muncul gerakan sosial sebagai penyedia atau penggerak perubahan sehingga tidak hanya melalui kelompok pemerintah, namun bisa aktif dilakukan oleh kelompok masyarakat biasa. Seringkali perhatian publik berfokus kepada lembaga-lembaga resmi atau kelompok pemerintahan. Namun, eksistensi mereka tidak akan berfungsi secara optimal jika dari dalam desa itu sendiri menolak untuk mengembangkan potensi diri. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa banyak memaparkan perubahan fokus cara berpikir yang awalnya melihat desa sebagai penerima bantuan, kini berubah menjadi desa yang menjadi pelaku utama dari perubahan sehingga pemerintah dan pihak eksternal lainnya turut mendukung sebagai fasilitator (Budiarti, 2025).

Salah satu upaya revitalisasi desa dapat dilakukan dengan pendekatan ekonomi kreatif. Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia, ekonomi kreatif merupakan kegiatan industri yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu sebagai sumber utama dalam menciptakan kesejahteraan serta membuka peluang kerja (Mahendra, 2023). Secara praktis, usaha tersebut bisa direalisasikan dengan membuat desa wisata. Desa wisata berbasis ekowisata adalah

desa yang mengelola potensi dari sisi wisata dengan tetap menjaga lingkungan sekitar, melibatkan masyarakat setempat, dan memberikan pengalaman belajar bagi para pengunjung (Rahma, 2025). Upaya ini pula dilihat sangat efektif berdampak pada pengembangan suatu desa. Saat ini ada banyak orang dari kota yang mencari hiburan atau menemukan kedamaian dengan kembali ke desa. Orisinalitas wilayah desa yang menggambarkan kebudayaan wilayah setempat yang dikombinasikan dengan keindahan alam membuat desa memiliki daya tariknya sendiri. Dengan menerapkan ekowisata desa mampu memberdayakan kemampuan masyarakat lokal yang mampu meningkatkan kualitas hidup mereka sekaligus mengelola alam agar tetap lestari dan dampaknya bagi wisatawan adalah bisa memberikan edukasi serta pengalaman terhadap budaya lokal desa (Desapedia, n.d.). Ini semua juga aktif membantu meningkatkan ekonomi desa.

Solusi praktis pendekatan ekonomi kreatif dengan membentuk desa ekosiwata kini perlu dikolaborasikan dengan sumber daya eksternal yang telah disinggung sebelumnya untuk mendukung keberhasilan penghidupan kembali desa. Saat ini generasi yang produktif didominasi oleh Generasi Z atau yang disebut Gen Z. Dalam konteks Gen Z, penting untuk melihat apakah nilai-nilai desa yang dikemas secara kreatif dapat diterima dan dianggap menarik. Kegiatan seperti yang dilakukan oleh Spedagi Movement, misalnya, berpotensi menjadi daya tarik jika mampu memadukan nilai lokal, kreativitas, dan pengalaman yang relevan dengan cara pandang anak muda.

Berdasarkan penjelasan dari Irwan Fakhruddin selaku *Strategic Partner* dari Spedagi Movement, terdapat gagasan baru yang dipersembahkan yaitu *Cyral-Spiriterial Sustainable Life Visions (CSSLV)*. Konsep *Cyral* menggabungkan kata *city* dan *rural* yang menggambarkan hubungan saling belajar antara desa dan kota, di mana desa mengadopsi hal-hal baik dari kota seperti teknologi dan sistem pengelolaan modern tanpa meninggalkan nilai-nilai luhur kedesannya, sementara kota mengadopsi nilai dan praktik hidup desa untuk menciptakan kehidupan yang lebih sehat dan seimbang. Sementara itu, konsep *spiriterial* menjelaskan bagaimana nilai-nilai spiritual sesungguhnya hadir dalam aktivitas keseharian, seperti menjaga

lingkungan dan menjalani hidup dengan kesadaran menjadi bagian dari praktik spiritual itu sendiri. Nilai-nilai dari *cyralspiriterial* terbagi ke dalam 4 aspek yaitu *socent*, *gommunity*, *humture*, dan *cohelp*. *Socent* adalah penggabungan dari kata *social* dan *enterprise* yang berarti menggabungkan tujuan ekonomi dan dampak sosial. *Gommunity* menggabungkan kata *government* dan *community* menggambarkan keterlibatan aktif komunitas bersama pemerintah dalam seluruh proses pembangunan. *Humture* penggabungan kata *human* dan *nature* untuk menekankan hubungan manusia dan alam yang setara dan saling menjaga. Terakhir ada *cohelp* yaitu bentuk gotong royong tertinggi yang berlandaskan saling membantu tanpa transaksi.

Dari konsep baru *cyralspiriterial* yang dikemukakan oleh pendiri Spedagi Movement, Singgih Susilo Kartono, mereka mulai membentuk program yang merealisasikan gagasan tersebut. Salah satu wilayah yang terdampak adalah Dusun Ngadiprono yang terletak di Temanggung, Jawa Tengah, merupakan salah satu wujud dari desa yang kini dikelola oleh Spedagi Movement dan berevolusi oleh karena wisata. Sudah 8 tahun terakhir Dusun Ngadiprono menarik perhatian publik dan sering dikunjungi wisatawan baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Hal tersebut dikarenakan terdapat destinasi wisata yaitu Pasar Papringan. Pasar Papringan yang merupakan salah satu program Spedagi Movement yang digunakan dalam Pra-Konferensi ICVR. *International Conference on Village Revitalization* (ICVR) adalah sebuah konferensi dengan rangkaian kegiatan yang panjang dan melibatkan banyak pihak, dengan tujuan membangun jejaring agar setiap pihak dapat saling berbagi pengetahuan dan melengkapi kekurangan satu sama lain dalam upaya revitalisasi desa. Oleh karena itu, Pasar Papringan merupakan proyek yang menjadi model dari gerakan revitalisasi desa.

Melalui Pasar Papringan, Spedagi Movement dapat menguatkan pesan mereka bahwa desa itu kreatif dengan mengusung nilai lokal, mandiri, dan lestari. Nuansa lokal dapat ditemukan dari menu makanan tradisional yang dibuat dengan bahan-bahan lokal dan alami. Nama Papringan sendiri diambil dari kata “pring” yang berarti bambu dalam Bahasa Jawa. Oleh karena itu, ciri khas paling menonjol

dari pasar ini adalah konsep yang serba bambu. Latar tempatnya yang berada di tengah hutan bambu menambah kesan estetis dan memikat mata pengunjung. Langkah ini aktif mendukung nilai desa yang lestari. Keunikan lainnya yang kreatif juga tampak dari mata uang untuk membeli dagangan pasar yang menggunakan koin bambu yang disebut dengan “pring”. Satu pring bernilai Rp 2.000,- dengan rata-rata harga barang dagangan yang dijual kisaran 1-6 pring saja sehingga masih tergolong terjangkau. Dagangan tersebut meliputi makanan berat, minuman, jajanan, dan produk kerajinan tangan seperti mainan tradisional dan keranjang. Semua upaya ini digerakkan langsung warga desa sendiri sehingga ini memperkuat nilai mandiri.



Gambar 1.2 Dagangan Pasar Papringan
Sumber: (Dokumen Pribadi, 2025)

Spedagi Movement memegang peran sebagai gerakan sosial yang menjadi pendamping bagi masyarakat Dusun Ngadiprono. Spedagi tidak menggantikan peran warga setempat, tetapi membantu warga Dusun Ngadiprono membuka peluang dan mengajak mereka untuk melihat potensi yang ada di lingkungan mereka. Melalui pendekatan yang demikian, Spedagi mendorong warga Dusun Ngadiprono untuk belajar bersama dan berkembang secara bertahap. Bersyukurnya, upaya ini juga direspon secara positif oleh warga sebab mereka sangat terbuka

untuk menerima pengajaran dan pembelajaran sehingga nantinya mereka sendiri telah siap berperan sebagai eksekutor. Pasar Papringan sendiri kegiatannya rutin dilakukan setiap Minggu Wage dan Minggu Pon sehingga menyesuaikan penanggalan Jawa. Pelaksanaan gelaran pasar yang terjadi musiman atau periodik menjadi salah satu wujud bahwa Spedagi Movement juga mempertimbangkan kemampuan dan ketersediaan warga desa selaku penggerak utama perubahan sebab mayoritas warga Dusun Ngadiprono punya pekerjaan tetap lainnya. Balik lagi, Spedagi Movement fokus untuk menjadi fasilitator dan warga Dusun Ngadiprono sebagai peggerak utama perubahan. Dengan peran tersebut, desa dapat tumbuh secara perlahan dengan tetap berfokus pada partisipasi dan inisiatif masyarakatnya sendiri. Dengan begitu, Spedagi Movement juga kembali dapat menonjolkan pesan utama mereka yaitu desa yang kreatif dengan tetap mempertahankan nilai-nilai lokal, mandiri, dan lestari.

Melihat dari sisi pandang pengunjung, pelaksanaan Pasar Papringan yang bersifat musiman dan periodik juga membawa dampak tersendiri, khususnya bagi pengunjung. Tidak semua orang memiliki kesempatan untuk datang pada waktu-waktu tertentu yang telah ditetapkan sesuai dengan penanggalan Jawa. Selain itu, pengalaman yang dirasakan pengunjung selama ini juga lebih identik dengan suasana pagi hingga siang hari. Kondisi tersebut menunjukkan adanya ruang untuk menghadirkan pengalaman lain dari Pasar Papringan. Tanpa mengubah nilai dan ciri khas utama yang telah dibangun. Oleh karena itu, diperlukan sebuah bentuk kegiatan alternatif yang mampu memberikan pengalaman berbeda, salah satunya melalui penyelenggaraan acara yang memungkinkan pengunjung merasakan suasana Pasar Papringan dalam konteks waktu yang berbeda, yaitu pada malam hari.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran tentang praktik nyata dari aktivitas *event coordinator* khususnya dalam gerakan sosial. Melalui kegiatan magang, mahasiswa diberikan kesempatan untuk

memahami secara langsung kondisi nyata di lingkungan kerja, budaya organisasi, dan proses kerja yang berlangsung dalam suatu institusi atau organisasi. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Mengimplementasi teori dan keterampilan yang dipaparkan dalam mata kuliah *Special Event & Brand Activation* pada posisi magang divisi *special event* di Spedagi Movement.
2. Menambah wawasan dan pengalaman bidang *special event* dalam dunia realita khususnya pada lembaga gerakan sosial berbasis komunitas di Spedagi Movement.
3. Mengetahui proses kerja dalam perancangan dan penyelenggaraan *event* yang dilakukan dalam divisi *Special Project & Event* di Spedagi Movement.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan program kerja magang, aktivitas berlangsung pada bulan September sampai dengan Desember 2025. Durasi aktivitas praktik minimal 640 jam kerja dan disertai dengan 207 jam penyusunan laporan sesuai dengan Panduan MBKM *Social Impact Initiative* yang dipersyaratkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi.

Dalam pelaksanaan kerja magang di Yayasan Spedagi Mandiri Lestari (Spedagi Movement), secara pernyataan tertulis kegiatan praktik magang dimulai pada tanggal 26 September 2025 dan berakhir pada tanggal 23 Desember 2025. Keseluruhan proses kerja magang dilaksanakan secara *hybrid*. Aktivitas magang dapat dilakukan ketika terjun langsung ke lapangan di Dusun Ngadiprono, Temanggung, atau pun secara jarak jauh dari lokasi domisili masing-masing. Praktik kerja magang juga memiliki jam kerja yang fleksibel sehingga didasari atau menyesuaikan situasi dan kebutuhan kegiatan. Dengan begitu, waktu kerja per hari tidak selalu tetap, karena beberapa aktivitas bisa saja dilakukan di luar jam operasional pada umumnya.

Kegiatan magang yang dilaksanakan secara langsung di lapangan mengharuskan adanya penyesuaian jam kerja berdasarkan kebutuhan aktivitas yang terjadi saat itu juga. Oleh karena itu, jam kerja tidak jarang mulai lebih awal dan berakhir lebih larut dibandingkan jam kerja pada umumnya, sebagai bentuk penyesuaian terhadap proses kerja di lapangan. Hal tersebut dilakukan demi memaksimalkan segala upaya untuk menyelesaikan tugas kerja magang. Dalam hal ini, waktu implementasi persiapan *event* memang tidak dapat diprediksi dan seringkali membutuhkan waktu yang panjang. Dengan demikian,

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan program magang dimulai dari tahap seleksi Social Impact Initiative hingga pelaksanaan kegiatan magang, sebagai berikut:

- A. Proses Administrasi Kampus (UMN)
 - 1) Mengikuti briefing secara *online* mengenai rencana pengambilan *final project* pada 24 Juni 2025 yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara melalui platform Zoom.
 - 2) Mengikuti briefing secara offline mengenai *final project* pada 25 Juni 2025 yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara di *Function Hall*.
 - 3) Mengikuti rangkaian seleksi program *Social Impact Initiative* mulai dari tahap pengumpulan berkas, tahap wawancara, hingga pengumuman penerimaan turut serta dalam program Revitalisasi Desa *Batch 2*.
 - 4) Mengisi KRS melalui website universitas (my.umn.ac.id) dengan memilih menu *self-service*, *Enrollment*, *Enrollment: Shopping Cart*, *Social Impact Initiative*, dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh pihak universitas.

B. Proses Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Menerima surat resmi penerimaan dari Yayasan Spedagi Mandiri Lestari (Spedagi Movement) yang menyatakan penulis diterima untuk mengikuti program magang pada tanggal 22 September 2025, dengan periode pelaksanaan dari 24 September 2025 hingga 23 Desember 2025.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Event Coordinator* pada Divisi *Special Project & Event*.
- 2) Penugasan, bimbingan, dan konsultasi untuk pengumpulan informasi, didampingi langsung oleh *Special Project & Event Officer* Ika Permata Hati selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) Pengisian *Daily Task* dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Ibu Dian Nuranindya selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan secara tatap muka dan via Google Meet.
 - 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA