

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah membawa perubahan mendasar terhadap cara manusia berinteraksi, memproduksi informasi, dan membangun relasi sosial. Media sosial menjadi salah satu medium yang paling dominan dalam kehidupan masyarakat kontemporer karena memungkinkan pertukaran informasi yang cepat, interaktif, dan bersifat dua arah. Kaplan dan Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan serta pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna. Dalam perkembangannya, media sosial juga menjadi medium strategis bagi komunitas dan organisasi untuk membangun relasi sosial serta menyebarkan informasi kepada publik yang lebih luas (Castells, 2020).

Dalam kajian komunikasi, media sosial dipahami sebagai ruang sosial yang tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pesan, tetapi juga membentuk makna dan realitas sosial. Boyd (2014) menjelaskan bahwa media sosial menciptakan apa yang disebut sebagai *networked publics*, yaitu ruang publik yang dimediasi oleh teknologi digital, di mana interaksi sosial, identitas, dan representasi dibangun secara simultan. Melalui media sosial, individu maupun kelompok dapat membangun citra, menyampaikan narasi, serta memengaruhi cara mereka dipersepsikan oleh publik yang lebih luas.

Bagi komunitas dan organisasi berbasis masyarakat, media sosial memiliki peran strategis dalam mendukung aktivitas komunikasi. Media sosial memungkinkan organisasi untuk menyebarkan informasi, membangun hubungan dengan audiens, serta meningkatkan partisipasi publik. Lovejoy dan Saxton (2012) menyatakan bahwa organisasi non-profit memanfaatkan media sosial tidak hanya untuk tujuan informatif, tetapi juga untuk membangun komunitas dan mendorong keterlibatan publik dalam isu-isu yang mereka perjuangkan. Dengan demikian,

media sosial menjadi bagian dari strategi komunikasi organisasi yang berorientasi pada relasi jangka panjang, bukan sekadar penyampaian pesan satu arah.

Dalam konteks masyarakat desa, kehadiran media sosial menghadirkan peluang sekaligus tantangan. Di satu sisi, media sosial dapat berfungsi sebagai jembatan antara ruang lokal dan ruang digital, sehingga desa memiliki kesempatan untuk memperkenalkan potensi, aktivitas, serta nilai-nilai lokal kepada masyarakat yang lebih luas. Di sisi lain, derasnya arus informasi dan dominasi budaya populer berpotensi menghadirkan representasi desa yang simplistik dan tidak mencerminkan kompleksitas kehidupan sosial di perdesaan. Hal ini sejalan dengan pandangan Couldry (2012) yang menyebut bahwa praktik representasi media sering kali membentuk narasi dominan tertentu yang dapat mengaburkan suara dan pengalaman kelompok marginal.

Tantangan representasi tersebut menuntut adanya pengelolaan media sosial yang lebih sadar dan bertanggung jawab. Representasi desa di media sosial tidak hanya berkaitan dengan aspek visual atau estetika, tetapi juga menyangkut bagaimana nilai, praktik, dan relasi sosial masyarakat desa ditampilkan dan dimaknai. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial dalam konteks desa perlu mempertimbangkan aspek sosial dan kultural agar narasi yang dibangun tidak sekadar menarik perhatian, tetapi juga adil dalam merepresentasikan realitas masyarakat. Pemanfaatan media sosial dalam konteks komunikasi budaya dinilai mampu memperkuat pemahaman publik terhadap nilai dan identitas komunitas (Dwityas & Briandana, 2021).

Berangkat dari konteks tersebut, penulis memilih Spedagi sebagai tempat pelaksanaan kerja magang. Spedagi merupakan sebuah gerakan sosial berbasis komunitas yang berfokus pada revitalisasi desa melalui pendekatan desain, budaya, dan keberlanjutan. Seiring perkembangannya, Spedagi berkembang menjadi gerakan sosial yang lebih luas dengan tujuan membangun desa dari dalam, melalui penguatan kapasitas warga dan pemanfaatan potensi lokal.

Salah satu inisiatif Spedagi yang paling dikenal adalah Pasar Papringan di Temanggung, Jawa Tengah. Pasar Papringan dirancang sebagai ruang ekonomi dan sosial yang mengedepankan nilai keberlanjutan, kebersamaan, dan kearifan lokal.

Pasar ini tidak hanya berfungsi sebagai ruang transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial dan pertukaran pengetahuan antarwarga. Selain Pasar Papringan, Spedagi juga mengembangkan program homestay berbasis warga, edukasi desain dan keberlanjutan, serta pendampingan komunitas desa yang dijalankan secara kolaboratif.

Dalam menjalankan berbagai inisiatif tersebut, komunikasi memegang peranan penting bagi Spedagi. Media sosial digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi kegiatan, membangun narasi mengenai desa, serta menjangkau audiens yang lebih luas. Media sosial juga berfungsi sebagai ruang dokumentasi digital yang merekam proses dan nilai-nilai yang dijalankan oleh komunitas. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya berperan sebagai alat publikasi, tetapi sebagai bagian dari sistem komunikasi komunitas yang mendukung keberlanjutan gerakan sosial.

Pemilihan Spedagi Movement sebagai lokasi pelaksanaan kerja magang didasarkan pada peran strategis organisasi tersebut dalam mengelola komunikasi berbasis komunitas dan budaya melalui media sosial. Spedagi secara konsisten memanfaatkan platform Instagram sebagai media utama untuk mendokumentasikan kegiatan, menyampaikan informasi, serta membangun narasi mengenai Pasar Papringan dan Dusun Ngadiprono kepada publik yang lebih luas. Kondisi ini menjadikan Spedagi sebagai ruang pembelajaran yang relevan bagi penerapan keilmuan *Strategic Communication*, khususnya dalam konteks komunikasi digital yang berorientasi pada edukasi dan pelestarian nilai lokal.

Selain pemilihan lokasi magang, penulis secara khusus memilih untuk mengangkat peran *copywriter carousel* sebagai fokus pelaksanaan kerja magang. Pemilihan peran ini didasarkan pada karakteristik konten *carousel* yang bersifat informatif, terdiri dari beberapa slide visual yang disertai narasi, serta memungkinkan penyampaian pesan secara bertahap dan terstruktur.

Konten *carousel* memungkinkan penyajian pesan dalam beberapa *slide* visual yang saling berkesinambungan, sehingga audiens dapat memproses informasi secara lebih sistematis dibandingkan unggahan tunggal. Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Prasetyo (2024) menunjukkan bahwa unggahan *carousel* pada

Instagram memiliki tingkat *engagement rate* yang lebih tinggi dibandingkan konten foto dan video tunggal, karena format ini mendorong audiens untuk berinteraksi dengan menggeser setiap slide guna memperoleh informasi secara utuh.

Selain meningkatkan keterlibatan audiens, format carousel juga dinilai efektif dalam menyampaikan informasi yang bersifat edukatif dan naratif. Sari dan Wibowo (2023) dalam penelitiannya mengenai penerapan strategi *AISAS* pada konten Instagram menjelaskan bahwa konten carousel mampu menarik perhatian audiens (*attention*), mempertahankan minat (*interest*), serta mendorong audiens untuk menelusuri informasi lebih lanjut (*search*), karena informasi disajikan secara bertahap dan tidak padat dalam satu tampilan.

Dalam konteks komunikasi berbasis budaya dan komunitas, konten *carousel* mendukung praktik *visual storytelling*. Penelitian oleh Putri, Santosa, dan Rahmawati (2022) menunjukkan bahwa format *carousel* efektif digunakan untuk menyampaikan narasi budaya karena memungkinkan penyusunan cerita secara runtut melalui kombinasi visual dan teks. Pendekatan ini membantu audiens memahami makna, nilai, dan konteks sosial yang disampaikan dalam konten secara lebih mendalam.

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, penggunaan konten *carousel* pada pengelolaan akun Instagram Behind the Papringan dan Pasar Papringan menjadi pilihan yang relevan untuk menyebarluaskan informasi mengenai aktivitas, nilai budaya, dan potensi Pasar Papringan serta Dusun Ngadiprono. Format ini memudahkan audiens, khususnya calon pengunjung yang belum pernah datang langsung, untuk memperoleh pemahaman yang lebih jelas dan komprehensif melalui konten yang informatif dan terstruktur.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja**

Praktik kerja magang pada Divisi *Social Media* di Spedagi Movement dilaksanakan untuk memperoleh pengalaman langsung dalam pengelolaan media sosial komunitas, sekaligus berkontribusi dalam proses komunikasi digital pada organisasi yang berfokus pada revitalisasi desa. Melalui kegiatan ini, penulis diharapkan dapat memahami peran media sosial sebagai sarana komunikasi

strategis dalam mendukung kerja tim dan penyampaian narasi komunitas kepada publik.

1. Mengimplementasikan keterampilan penulisan *copywriting*, penyusunan alur pesan, dan perencanaan konten media sosial dalam format *carousel*.
2. Mendukung penyampaian informasi mengenai Pasar Papringan dan Dusun Ngadiprono melalui pengelolaan konten Instagram.
3. Memahami peran media sosial sebagai sarana komunikasi komunitas.

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

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja**

Pelaksanaan praktik kerja magang berlangsung pada bulan September hingga Desember 2025 dengan total durasi kerja sebanyak 640 jam. Pelaksanaan kerja magang disesuaikan dengan ketentuan Program Project Kemanusiaan Universitas Multimedia Nusantara serta kebutuhan aktivitas komunitas Spedagi, khususnya yang berkaitan dengan pengelolaan media sosial dan produksi konten digital.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja**

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

- 1) Penulis terlebih dahulu mengikuti kegiatan knowledge enrichment yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara (UMN) secara luring di Collabo Space Gedung D UMN pada periode 21 Agustus hingga 24 Oktober 2025
- 2) Sebelum melaksanakan kegiatan magang, penulis melakukan pengisian Kartu Rencana Studi (KRS) Social Impact Initiative melalui laman [my.umn.ac.id](http://my.umn.ac.id) dengan memenuhi persyaratan minimal 110 SKS serta tidak memiliki nilai D maupun E. Selain itu, penulis mengajukan permohonan transkrip nilai lengkap dari semester awal hingga akhir melalui situs [www.gapura.umn.ac.id](http://www.gapura.umn.ac.id).

- 3) Setelah seluruh persyaratan administrasi terpenuhi, penulis melakukan pendaftaran pada laman [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id) dengan memilih jenis aktivitas Social Impact Initiative sesuai dengan ketentuan program Kampus Merdeka.
- 4) Penulis melengkapi seluruh formulir pendaftaran pada laman [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id), termasuk pada bagian complete registration, serta mengunggah dokumen KM-01 dan cover letter sebagai persyaratan untuk memperoleh dokumen KM-02.
- 5) Selama pelaksanaan magang, penulis secara rutin mengisi daily task kepada supervisor dan advisor, serta melakukan kegiatan bimbingan baik secara daring maupun luring sebagai bagian dari proses penyusunan laporan.

#### B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Selama kegiatan praktik kerja magang berlangsung, penulis bertanggung jawab atas pengelolaan media sosial @behindthepapringan. Aktivitas tersebut mencakup perencanaan konten, pengelolaan unggahan, serta pemantauan interaksi audiens yang dilaksanakan sesuai dengan arahan dan kebijakan yang ditetapkan oleh Spedagi.
- 2) Selama masa praktik kerja magang, penulis berada di bawah bimbingan Rega Bagoes Nurvianto selaku Research and Development Officer yang bertindak sebagai penanggung jawab sekaligus pengawas kegiatan magang. Seluruh arahan kerja, proses koordinasi, serta komunikasi terkait pelaksanaan tugas disampaikan dan dikoordinasikan secara berkala melalui beliau.
- 3) Sebagai pemenuhan ketentuan administrasi selama praktik kerja magang, penulis secara rutin melakukan pengisian serta penandatanganan formulir KM-03 sepanjang periode magang. Setelah seluruh rangkaian kegiatan magang selesai, penulis menyerahkan

formulir KM-04 yang digunakan sebagai laporan akhir sekaligus arsip resmi atas seluruh kegiatan yang telah dilaksanakan.

#### C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Penyusunan laporan praktik kerja magang disusun dengan mengacu pada masukan dan arahan yang diberikan oleh Aloysius Gonzaga Eka Wenats Wuryanta selaku dosen pembimbing. Seluruh proses pendampingan dilakukan melalui sesi konsultasi secara langsung yang dilaksanakan di lingkungan kampus.
- 2) Setelah proses penyusunan laporan dinyatakan selesai, dokumen tersebut disampaikan kepada dosen pembimbing untuk dilakukan penelaahan serta pengesahan. Selanjutnya, laporan diserahkan kepada Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai tahap akhir guna memperoleh persetujuan resmi sekaligus memastikan seluruh persyaratan akademik telah terpenuhi.
- 3) Setelah laporan praktik kerja magang mendapatkan pengesahan, proses selanjutnya adalah pelaksanaan sidang laporan yang berfungsi sebagai tahapan penilaian akhir atas kegiatan magang yang telah dilaksanakan.

#### D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Penyusunan laporan magang dilakukan dengan berlandaskan arahan serta pendampingan dari Aloysius Gonzaga Eka Wenats Wuryanta selaku dosen pembimbing. Proses bimbingan dilaksanakan melalui pertemuan tatap muka di kampus yang dijadwalkan setiap hari Senin dan Selasa.
- 2) Setelah tahapan penyusunan laporan praktik kerja magang selesai dilaksanakan, dokumen tersebut disampaikan kepada Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi guna memperoleh pengesahan resmi.

E. Laporan praktik kerja magang yang telah disahkan oleh dosen pembimbing serta Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi selanjutnya didaftarkan untuk mengikuti pelaksanaan sidang laporan magang. Tahap ini menjadi bagian penutup dari seluruh rangkaian kegiatan praktik kerja magang.

