

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama pelaksanaan praktik kerja magang di Spedagi Movement, penulis menempati kedudukan sebagai bagian dari Tim Kerja *Research and Development* (R&D) dengan penugasan pada Divisi *Social Media*, serta menjalankan peran sebagai *Copywriter Carousel*. Dalam kedudukan tersebut, penulis menjalankan tugas melalui mekanisme koordinasi kerja yang terstruktur, baik dengan supervisor maupun dengan anggota tim *Social Media* lainnya, guna memastikan proses produksi konten media digital berjalan sesuai dengan tujuan dan nilai Spedagi Movement.

Proses kerja magang penulis berada di bawah bimbingan langsung Rega Bagoes Nurvianto selaku Supervisor *Research and Development* (R&D) yang juga berperan sebagai koordinator pengelolaan media digital Spedagi Movement. Dalam struktur kerja Divisi *Social Media*, supervisor bertanggung jawab mengarahkan perencanaan konten, melakukan evaluasi hasil kerja, serta memberikan persetujuan akhir terhadap materi komunikasi digital sebelum dipublikasikan.

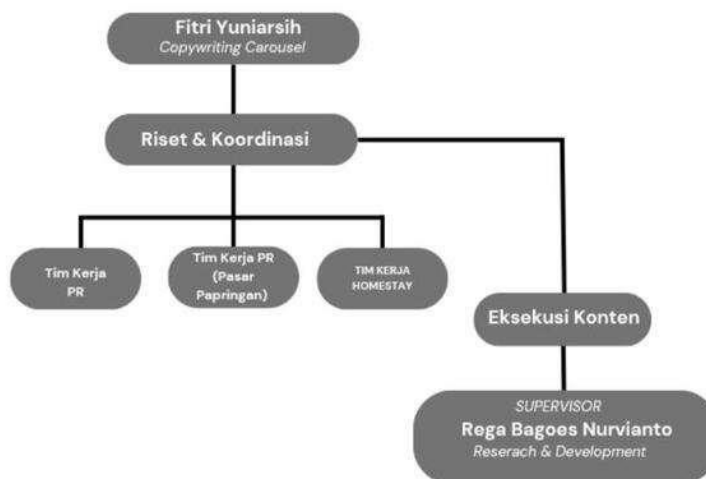
Selama pelaksanaan kerja magang, penulis secara aktif terlibat dalam proses koordinasi dan diskusi bersama tim *Social Media*, termasuk sesi *brainstorming* sebelum pembuatan konten dilakukan. Koordinasi ini bertujuan untuk membahas topik yang akan diangkat, pendekatan narasi, serta kesesuaian konten dengan program dan agenda Spedagi Movement. Melalui proses tersebut, penulis memperoleh pemahaman mengenai pentingnya keselarasan pesan dalam komunikasi digital berbasis komunitas.

Dalam pelaksanaan tugas sehari-hari, penulis mengerjakan berbagai konten media sosial berbentuk *carousel* yang berkaitan dengan aktivitas dan program Spedagi Movement, seperti *Carousel* Jajanan Ning Papringan, *Carousel* Ngobrol Njo, dan *Carousel* MBKM. Seluruh konten yang telah disusun kemudian dikoordinasikan kembali dengan supervisor dan tim *Social Media* untuk

mendapatkan masukan, revisi, serta persetujuan sebelum dipublikasikan melalui akun media sosial resmi Spedagi Movement.

Koordinasi yang dilakukan secara berkelanjutan antara penulis, supervisor, dan anggota tim *Social Media* menjadi faktor penting dalam menjaga konsistensi pesan, ketepatan informasi, serta kesinambungan narasi yang disampaikan kepada *audiens*. Melalui mekanisme koordinasi tersebut, penulis tidak hanya menjalankan tugas teknis, tetapi juga memahami proses kerja kolaboratif dalam pengelolaan komunikasi digital pada organisasi berbasis komunitas.

Alur Pembuatan Konten Copywriting Carousel



Gambar 3. 1 Alur Kerja *Copywriter*
Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

Bagan alur kerja tersebut menggambarkan tahapan pengerjaan konten *carousel* yang dilakukan oleh penulis selama pelaksanaan praktik kerja magang di Spedagi Movement. Proses kerja diawali dengan tahap riset dan koordinasi sebagai fondasi utama dalam penyusunan konten. Pada tahap ini, penulis melakukan pengumpulan data dan informasi dengan berkoordinasi langsung dengan berbagai pihak yang memiliki keterkaitan dengan topik konten yang akan diangkat. Koordinasi dilakukan secara kontekstual sesuai dengan kebutuhan konten, seperti dengan Yudhi Setiawan selaku kurator kuliner Pasar Papringan untuk konten

Jajanan Ning Papringan, Ahmad Fatihuddin selaku pengelola *homestay* untuk konten Ngobrol Njo *Homestay* Tambujatra, serta Wening Lastri selaku penanggung jawab proyek Pasar Papringan dalam pengajuan dan perencanaan kolaborasi konten.

Selain itu, dalam pembuatan konten *recap* MBKM, penulis melakukan riset berdasarkan hasil kegiatan mahasiswa Program Revitalisasi Desa Universitas Multimedia Nusantara yang berlangsung selama pelaksanaan Project Kemanusiaan. Riset tersebut dilakukan melalui pengumpulan dokumentasi kegiatan, rangkuman aktivitas mahasiswa, serta materi visual dan narasi yang dihasilkan selama program berlangsung, yang kemudian diolah menjadi materi konten media sosial yang bersifat informatif dan reflektif.

Setelah tahap riset dan koordinasi selesai dilakukan, penulis memasuki tahap eksekusi konten yang meliputi penyusunan *copywriting* untuk setiap *slide carousel* serta kontribusi dalam penyusunan *layout* dan desain visual. Pada tahap ini, penulis mengolah informasi yang telah diperoleh menjadi narasi yang ringkas, jelas, dan sesuai dengan karakter *audiens* media sosial, tanpa menghilangkan substansi dan nilai yang ingin disampaikan oleh Spedagi Movement.

Konten *carousel* yang telah disusun kemudian diserahkan kepada Rega Bagoes Nurvianto selaku Supervisor *Research and Development* untuk melalui proses evaluasi dan revisi. Supervisor memiliki peran dalam memberikan masukan serta menentukan kelayakan konten sebelum dipublikasikan. Setelah konten dinyatakan layak, barulah konten tersebut dipublikasikan melalui akun media sosial yang telah ditentukan, baik akun @behindthepapringan maupun akun @pasarpapringan sesuai dengan konteks dan tujuan konten.

Secara keseluruhan, alur kerja yang ditampilkan dalam bagan tersebut menunjukkan bahwa proses pembuatan konten *carousel* di Spedagi Movement dilakukan secara terstruktur, kolaboratif, dan berbasis riset. Setiap tahapan saling berkaitan dan mendukung satu sama lain, sehingga konten yang dihasilkan tidak hanya memenuhi kebutuhan komunikasi digital, tetapi juga merepresentasikan nilai, program, dan tujuan revitalisasi desa yang diusung oleh Spedagi Movement.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Saat berlangsungnya proses kerja magang selama 640 jam kerja dilakukan berbagai jenis pekerjaan mulai dari perencanaan sampai dengan tahapan eksekusi. Aktivitas tersebut membutuhkan kemampuan dan pengetahuan dasar tentang *Copywriter Carousel*.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama pelaksanaan praktik kerja magang di Spedagi Movement, penulis melaksanakan berbagai tugas yang berkaitan dengan pengelolaan media sosial, khususnya dalam pembuatan konten berbentuk *carousel*. Tugas-tugas tersebut dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan, dimulai dari proses riset, koordinasi dengan pihak terkait, penyusunan konten, hingga tahap evaluasi dan publikasi.

No.	Proyek	Keterangan
1.	<i>Research</i>	Melakukan riset awal mengenai program Spedagi Movement, Pasar Papringan, serta jenis konten media sosial yang akan dikerjakan selama masa magang. Lalu, konten disusun oleh <i>Content Plann</i> untuk mempermudah menjadwalkan dan koordinasi dari masing-masing konten
2.	<i>Research</i> Kuliner Pasar Papringa	Melakukan riset kuliner Pasar Papringan melalui koordinasi dengan kurator kuliner dan pengumpulan data pendukung dari <i>spreadsheet</i> divisi kuliner.
3.	<i>Carousel</i> Jajanan Ning Papringan	Menyusun <i>copywriting</i> dan membantu penyusunan <i>layout</i> konten <i>carousel</i> berdasarkan hasil riset kuliner.
4.	<i>Recap</i> MBKM	Mengolah data dan materi visual menjadi konten <i>recap</i> MBKM yang

		bersifat rangkuman dan reflektif. Lalu setelah itu menyusun copywriting berdasarkan hasil kegiatan selama di lapangan.
5.	<i>Carousel Fun Fact</i> Jajanan Pasar Papringan	Mengembangkan konten edukatif berupa <i>fun fact</i> seputar Pasar Papringan dan kuliner lokal.
6.	<i>Research Homestay</i>	Melakukan riset dan koordinasi dengan pengelola <i>Homestay</i> Tambujatra untuk kebutuhan konten Ngobrol Njo.
7.	<i>Carousel</i> Ngobrol Njo	Menyusun <i>copywriting carousel</i> berbasis hasil riset homestay dan pengalaman narasumber.
8.	Evaluasi dan Revisi Konten	Melakukan revisi konten berdasarkan masukan supervisor dan tim <i>Social Media</i> serta evaluasi performa konten yang telah dipublikasikan.

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan
Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

Selama pelaksanaan praktik kerja magang dengan total durasi 640 jam kerja, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas yang mencakup tahap perencanaan hingga koordinasi pelaksanaan bersama tim Divisi *Social Media*. Seluruh rangkaian pekerjaan tersebut menuntut pemahaman dan penerapan pengetahuan dasar mengenai pengelolaan media sosial, produksi konten, serta hubungan media. Pengetahuan tersebut diperoleh penulis melalui pembelajaran akademik pada beberapa mata kuliah, antara lain *Social Media & Mobile Marketing*, *Creative Media Production*, *Art Copywriting*.

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja

A. *Research*

Tahap *research* merupakan langkah awal yang penting dalam proses perancangan konten media sosial. Riset dilakukan untuk memahami konteks audiens, karakteristik platform, serta pesan yang akan disampaikan.

Menurut Tafesse dan Wien (2021), strategi konten media sosial yang efektif harus diawali dengan pemahaman terhadap audiens dan tujuan komunikasi agar pesan yang disampaikan relevan dan tepat sasaran. Dalam konteks komunikasi berbasis komunitas, riset juga berfungsi untuk memastikan bahwa konten yang dihasilkan selaras dengan nilai dan realitas sosial yang diangkat.

Selain itu, Ashley dan Tuten (2021) menyatakan bahwa proses riset dalam pengelolaan media sosial berperan dalam menentukan format, gaya bahasa, dan jenis pesan yang sesuai dengan karakter audiens digital. Oleh karena itu, pada tahap *research*, penulis melakukan pengumpulan informasi melalui observasi lapangan, diskusi dengan tim internal Spedagi, serta pengumpulan data mengenai aktivitas dan nilai budaya Pasar Papringan dan Dusun Ngadiprono. Hasil riset ini menjadi dasar dalam menentukan topik serta pendekatan narasi pada konten carousel yang akan diproduksi.

Pada pelaksanaan kerja magang ini, penulis menjadikan *research* sebagai tahap awal dalam setiap proses pembuatan konten, khususnya konten berbentuk *carousel* yang dipublikasikan melalui media sosial. Proses *research* dilakukan secara berkelanjutan dan bersifat kontekstual, menyesuaikan dengan tema konten yang akan diangkat serta nilai yang ingin disampaikan kepada audiens.



Gambar 3. 2 *Carousel Recap MBKM*
Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

Research yang dilakukan oleh penulis mencakup beberapa aspek utama. Pertama, penulis melakukan *research* konten dengan mengumpulkan informasi faktual yang berkaitan langsung dengan topik

yang akan diangkat. Informasi tersebut diperoleh melalui berbagai sumber internal maupun eksternal.

Penulis terlibat dalam proses pembuatan konten *carousel recap* kegiatan MBKM yang dipublikasikan melalui akun media sosial terkait. Konten *carousel recap* MBKM bertujuan untuk merangkum rangkaian kegiatan mahasiswa selama pelaksanaan program MBKM ke dalam bentuk visual yang informatif dan komunikatif, sehingga *audiens* media sosial dapat memperoleh gambaran menyeluruh mengenai aktivitas yang telah berlangsung.

Materi konten berupa dokumentasi foto dan video kegiatan MBKM diperoleh dari hasil kegiatan mahasiswa di lapangan yang telah dikumpulkan oleh tim media sosial. Penulis tidak berperan dalam proses koordinasi pengumpulan dokumentasi tersebut, namun berfokus pada tahap *research* dan pengolahan konten sebagai dasar penyusunan *carousel recap* MBKM. Dokumentasi yang tersedia kemudian digunakan sebagai bahan utama untuk memahami alur kegiatan, suasana lapangan, serta momen-momen penting yang relevan untuk ditampilkan dalam konten.

Pada tahap *research*, penulis melakukan peninjauan terhadap seluruh materi dokumentasi yang telah tersedia guna mengidentifikasi rangkaian kegiatan MBKM secara kronologis. Proses ini dilakukan dengan mengamati isi visual, urutan peristiwa, serta konteks kegiatan yang terekam dalam dokumentasi, sehingga penulis dapat memahami kondisi nyata yang terjadi di lapangan. *Research* ini menjadi penting agar konten *carousel recap* MBKM tidak hanya bersifat visual, tetapi juga mampu merepresentasikan aktivitas mahasiswa secara akurat.

Selain melakukan peninjauan visual, penulis juga melakukan *research* terhadap konteks kegiatan MBKM, termasuk tujuan pelaksanaan program, bentuk aktivitas mahasiswa, serta pesan yang ingin disampaikan kepada audiens media sosial. Hal ini dilakukan agar konten *carousel* yang dihasilkan tidak sekadar menampilkan dokumentasi, tetapi juga memiliki

nilai informatif dan mampu membangun pemahaman audiens mengenai pelaksanaan program MBKM.

Selain itu, penulis juga melakukan koordinasi secara langsung dengan pihak-pihak terkait sebagai bagian dari proses *research*. Koordinasi ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam, akurat, dan kontekstual. Dalam proses ini, penulis melakukan diskusi dan pertukaran informasi dengan Mas Yudhi terkait aspek kuliner yang terdapat di Pasar Papringan, Ahmad Fattihudin selaku pembimbing *homestay*, serta Wening Lestari terkait pengembangan kolaborasi konten antar akun media sosial. Proses koordinasi ini sejalan dengan konsep *listening* dalam pemasaran media sosial, di mana organisasi perlu mendengarkan dan memahami sumber informasi sebelum menyampaikan pesan kepada *audiens* (Tuten & Solomon, 2017).

Kedua, penulis melakukan *research audiens* sebagai bagian dari perencanaan konten. Research audiens dilakukan dengan mengamati karakteristik pengikut media sosial, termasuk minat, kebiasaan konsumsi konten, serta jenis konten yang mendapatkan tingkat interaksi tinggi. Hal ini sejalan dengan materi pada mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing* yang menekankan pentingnya pemahaman audiens sebagai dasar dalam perencanaan strategi konten. Pemahaman audiens memungkinkan penulis untuk menyesuaikan gaya penyampaian pesan, pemilihan visual, serta sudut pandang narasi yang digunakan dalam konten.

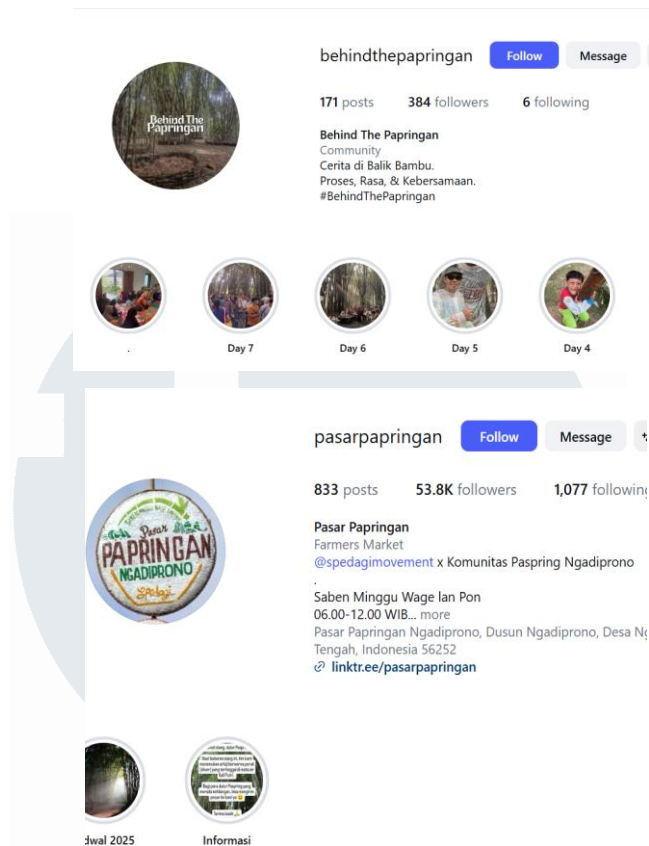
Setelah tahap *research audiens* dilakukan, penulis melanjutkan proses kerja pada tahap koordinasi dan distribusi konten media sosial. Berdasarkan hasil analisis terhadap karakteristik *audiens* akun *Instagram @behindthepapringan* yang dikelola oleh penulis, diketahui bahwa mayoritas *audiens* merupakan masyarakat umum serta pengunjung Pasar Papringan, baik yang telah melakukan kunjungan secara langsung maupun yang belum memiliki informasi mendalam mengenai ragam jajanan yang tersedia di Pasar Papringan.

Berdasarkan temuan tersebut, penulis merancang strategi distribusi konten dengan memanfaatkan fitur kolaborasi media sosial (*invite collaboration*) sebagai upaya untuk memperluas jangkauan informasi. Sebelum pelaksanaan distribusi konten, penulis terlebih dahulu melakukan koordinasi internal dengan Rega Bagoes Nurvianto selaku Supervisor *Social Media*. Pada tahap ini, penulis menyampaikan konsep konten *carousel* “Jajanan Ning Papringan”, tujuan pembuatan konten, serta rencana distribusi konten melalui kolaborasi antar akun Instagram.

Setelah memperoleh persetujuan dari Supervisor *Social Media*, penulis melanjutkan koordinasi eksternal dengan Wening Lestari selaku perwakilan tim R&D Pasar Papringan. Koordinasi ini dilakukan untuk mengajukan izin kolaborasi antara akun *Instagram* @behindthepapringan dengan akun *Instagram* resmi @pasarpapringan. Dalam proses koordinasi tersebut, penulis menjelaskan tujuan kolaborasi, yaitu untuk menyebarluaskan informasi mengenai konten *carousel* “Jajanan Ning Papringan” kepada *audiens* yang lebih luas dan relevan, khususnya pengunjung Pasar Papringan serta masyarakat yang memiliki ketertarikan terhadap kuliner lokal.

Setelah mendapatkan persetujuan dari pihak R&D Pasar Papringan, penulis kemudian mengajukan undangan kolaborasi melalui fitur *invite collaborator* pada platform Instagram. Dengan adanya kolaborasi ini, konten *carousel* “Jajanan Ning Papringan” dapat ditampilkan secara bersamaan pada akun @behindthepapringan dan @pasarpapringan, sehingga informasi mengenai jajanan di Pasar Papringan dapat tersampaikan secara lebih efektif kepada *audiens* kedua akun tersebut.

Melalui tahapan koordinasi ini, penulis menerapkan hasil *research audiens* ke dalam strategi distribusi konten media sosial yang terarah. Peran Supervisor *Social Media* memastikan bahwa konten yang dipublikasikan telah sesuai dengan strategi komunikasi media sosial, sementara koordinasi dengan tim R&D Pasar Papringan mendukung validitas dan kesesuaian konten dengan identitas serta tujuan komunikasi Pasar Papringan.



Gambar 3. 3 *Research Profile Social Media*
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Melalui proses *research* yang sistematis dan terstruktur, penulis memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai topik konten, audiens yang dituju, serta pendekatan komunikasi yang paling sesuai. *Research* tidak hanya berfungsi sebagai tahap awal dalam pembuatan konten, tetapi juga menjadi acuan dalam pengambilan keputusan pada tahap selanjutnya, seperti penulisan *copywriting* dan penyusunan visual konten *carousel*.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *research* merupakan tahapan krusial dalam pelaksanaan kerja magang di bidang media sosial. Proses *research* yang dilakukan oleh penulis tidak hanya mendukung kualitas konten yang dihasilkan, tetapi juga memperkuat keterkaitan antara teori yang diperoleh selama perkuliahan dengan praktik kerja di lapangan.

Research yang baik memungkinkan konten media sosial disusun secara lebih terarah, relevan, dan memiliki nilai informatif bagi audiens.

B. Copywriting

Setelah tahap *research* audiens dan konten dilakukan, penulis melanjutkan proses kerja magang pada tahap *copywriting* konten media sosial, khususnya untuk format konten *carousel* Instagram. *Copywriting* merupakan proses penyusunan pesan tertulis yang bertujuan untuk menyampaikan informasi secara jelas, menarik, dan mudah dipahami oleh audiens. Dalam konteks media sosial, *copywriting* tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap visual, tetapi juga sebagai elemen utama dalam membangun makna pesan. Ashley dan Tuten (2021) menjelaskan bahwa penulisan pesan pada media sosial harus disesuaikan dengan karakter platform dan perilaku audiens agar komunikasi berjalan efektif.

Menurut Putra (2023), *copywriting* dalam media digital berperan penting dalam membentuk persepsi audiens terhadap suatu informasi karena bahasa yang digunakan harus disesuaikan dengan karakteristik platform dan target audiens. Pada platform Instagram, khususnya dalam format *carousel*, *copywriting* dituntut untuk bersifat ringkas, informatif, dan mampu mempertahankan perhatian audiens dari *slide* pertama hingga *slide* terakhir.

Lebih lanjut, Djafarova dan Bowes (2021) menyatakan bahwa kombinasi antara teks dan visual pada media sosial dapat meningkatkan keterlibatan audiens karena pesan disampaikan secara kontekstual dan naratif. Oleh karena itu, dalam tahap *copywriting*, penulis menyusun narasi dengan bahasa yang komunikatif namun tetap informatif, serta menyesuaikan gaya penulisan dengan karakter audiens Instagram Pasar Papingan. *Copywriting* disusun untuk mendukung tujuan edukasi, dokumentasi, dan penyampaian nilai budaya yang diangkat dalam setiap konten.

Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis bertanggung jawab menyusun teks utama pada setiap *slide carousel* serta caption pendukung

yang diunggah melalui akun Instagram @behindthepapringan. Proses *copywriting* diawali dengan merangkum hasil *research* yang telah dilakukan sebelumnya, seperti informasi mengenai latar belakang jajanan, komposisi makanan, kisah awal mula produk, serta *fun fact* yang relevan dengan konteks Pasar Papringan. Informasi tersebut kemudian disederhanakan ke dalam bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat umum, tanpa menghilangkan esensi informasi yang ingin disampaikan.

Penulisan *copywriting* disesuaikan dengan karakter audiens Pasar Papringan yang didominasi oleh masyarakat umum, pengunjung pasar, serta *audiens* yang tertarik pada isu budaya dan kuliner lokal. Oleh karena itu, gaya bahasa yang digunakan cenderung komunikatif, informatif, dan tidak terlalu formal, namun tetap menjaga etika komunikasi publik. Hal ini sejalan dengan materi pada mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing*, yang menekankan pentingnya penyesuaian gaya pesan dengan karakter *audiens* dan platform digital agar pesan dapat diterima secara efektif.

Dalam format *carousel* “Jajanan Ning Papringan”, penulis menyusun alur *copywriting* secara bertahap. *Slide* awal berfungsi sebagai *hook* untuk menarik perhatian *audiens*, biasanya berupa judul singkat yang menggugah rasa ingin tahu. *Slide* berikutnya memuat informasi utama mengenai produk jajanan, seperti nama makanan, bahan utama, serta keunikan yang dimiliki. Pada *slide* lanjutan, penulis menambahkan *fun fact* atau cerita singkat yang bertujuan membangun kedekatan emosional antara *audiens* dengan konten. *Slide* penutup diarahkan untuk memperkuat pesan utama serta mendorong audiens agar mengenal lebih jauh Pasar Papringan.

Dalam penyusunan *copywriting*, penulis memperhatikan struktur pesan yang terdiri dari pembuka (*hook*), isi pesan utama, dan penutup. Bagian pembuka berfungsi untuk menarik perhatian *audiens* melalui pertanyaan, pernyataan singkat, atau penggunaan bahasa lokal yang relevan. Pendekatan ini selaras dengan konsep *attention* dalam model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) yang sering digunakan dalam komunikasi pemasaran digital (Belch & Belch, 2018). Penggunaan *hook*

yang tepat terbukti mampu meningkatkan ketertarikan *audiens* untuk melanjutkan membaca konten hingga slide berikutnya, khususnya pada format *carousel*.

Selain teks pada *slide*, penulis juga menyusun *caption* Instagram yang berfungsi sebagai pelengkap narasi visual. *Caption* ditulis dengan struktur yang mengalir, diawali dengan kalimat pembuka yang relevan dengan isi konten, diikuti penjelasan singkat, serta ditutup dengan ajakan implisit kepada *audiens* untuk mengenal Pasar Papringan lebih dekat. Penulisan *caption* juga memperhatikan penggunaan *hashtag* yang relevan guna meningkatkan jangkauan konten secara organik.

Seluruh proses *copywriting* yang dilakukan oleh penulis berada di bawah pengawasan Rega Bagoes Nurvianto selaku Supervisor *Social Media*. Setiap naskah *copywriting* yang telah disusun terlebih dahulu diajukan untuk ditinjau dan direvisi apabila diperlukan, sebelum konten dinyatakan layak untuk dipublikasikan. Tahap ini penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan telah sesuai dengan strategi komunikasi media sosial serta nilai yang diusung oleh Pasar Papringan.

No	Slide <i>Carousel</i>	<i>Copywriting</i>	<i>Link Content</i>
1.	Pembuka	<i>Slide</i> pembuka berisi judul “Recap UMN Merevitalisasi Desa” yang menampilkan visual kelompok mahasiswa di Dusun Ngadiprono, Temanggung. Desain cover dibuat oleh tim <i>Social Media Specialist</i> sebagai pengantar konten dan penanda konteks kegiatan MBKM sebelum masuk ke isi narasi pada slide berikutnya.	https://bit.ly/4jb2mJx
2.	Slide 1	“Bersama Spedagi Movement, mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara menjalani program Revitalisasi Desa, belajar langsung	

		dari masyarakat, menggali potensi, dan berkolaborasi untuk menciptakan perubahan kecil yang berdampak besar”.	
3.	Slide 2	<p>“Melakukan berbagai kegiatan observasi lapangan untuk mengenal lebih dekat potensi dan budaya masyarakat di Desa Ngadiprono”.</p> <p>“Melalui proses ini, banyak pembelajaran mengenai nilai-nilai keberlangsungan kemandirian, dan kearifan lokal yang menjadi dasar kehidupan masyarakat.”</p>	
4.	Slide 3	<p>“Dari kolaborasi ini, banyak wawasan yang akan menjadi dasar dalam pengembangan program revitalisasi desa untuk masa yang akan datang.”</p> <p>“Revitalisasi bukan tentang membangun, tapi merawat yang sudah hidup.”</p>	

Tabel 3. 2 *Copywriting Carousel Recap MBKM*
Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

No	<i>Slide Carousel</i>	<i>Copywriting</i>	<i>Link Content</i>
1.	Pembuka	Slide pembuka dirancang sebagai <i>hook</i> dengan pertanyaan “Jajanan Neng Papringan” “Ono opo wae yo neng pasar?” untuk menarik perhatian <i>audiens</i> dan membangun rasa penasaran terhadap ragam jajanan tradisional di Pasar Papringan.	https://bit.ly/3MLefde
2.	Slide 1	Judul: Gula Kelapa	

		<p>Isi:</p> <p>“Gula Kelapa adalah salah satu jajanan manis di Pasar Papringan. Terbuat hanya dari dua bahan sederhana yaitu gula dan kelapa muda. Kue ini menghadirkan rasa legit alami yang berpadu dengan tekstur parutan kelapa yang lembut.”</p> <p>“Gula Kelapa dibuat dengan pewarna alami dari alam sekitar: bunga telang untuk warna biru dan buah naga untuk warna merah muda. Lewat “Gula Kelapa”, warga Ngadiprono menunjukkan bahwa manisnya kesederhanaan bisa lahir dari bahan alami.”</p> <p>“Dibuat oleh Bu Anik, dan dijual seharga 1 pring senilai Rp. 2000 di Pasar Papringan.”</p>	
3.	Slide 2	<p>Judul: Lumpia Mocaf</p> <p>Isi:</p> <p>“Lumpia Mocaf jadi salah satu kudapan gurih favorit di Pasar Papringan. Kulitnya dibuat dari tepung mocaf, hasil olahan singkong lokal yang memberikan tekstur lembut dan cita rasa khas.”</p> <p>“Isiannya beragam — mulai dari jamur hingga rebung, semuanya berasal dari bahan segar hasil kebun warga dan dibuat dengan cara tradisional tanpa bahan pengawet. Setiap</p>	

		<p>gigitan menghadirkan kehangatan rasa rumahan yang tumbuh dari alam Papringan.”</p> <p>“Dibuat oleh Bu Nurhalimah, dan dijual seharga 1 pring senilai Rp2.000 di Pasar Papringan.”</p>	
4.	Slide 3	<p>Judul: Soto Lesah</p> <p>Isi:</p> <p>“Soto lesah merupakan soto ayam yang menggunakan santan dan dipadukan dengan berbagai macam rempah-rempah alami ke dalam kuah santan berwarna kuning dengan wangi gurih semerbak.”</p> <p>“Menggunakan bahan dari hasil tani sendiri, “Soto Lesah” menghadirkan cita rasa hangat dan autentik yang tumbuh dari bumi Papringan.”</p> <p>“Dibuat oleh Bu Tuti dan Pak Mus, dan dijual seharga 5 pring senilai Rp10.000 di Pasar Papringan.”</p>	
5.	Slide 4	<p>Judul: Kocomoto</p> <p>Isi:</p> <p>“Kocomoto adalah salah satu makanan ndeso khas Pasar Papringan yang sederhana tapi ngangenin. Terbuat dari singkong parut yang dicampur dengan garam dan gula, lalu diisi</p>	

		<p>dengan potongan pisang di bagian tengahnya.”</p> <p>“Dibuat oleh warga Papringan dengan bahan hasil tani sendiri, Kocomoto jadi simbol kelezatan... tradisional yang lahir dari kesederhanaan dan kearifan lokal.”</p> <p>“Dibuat oleh Bu Eli, dan dijual seharga 1 pring senilai Rp2.000 di Pasar Papringan.”</p>	
6.	Slide 5	<p>Judul: Sedang Pring</p> <p>Isi:</p> <p>“Wedang Pring adalah minuman hangat khas Pasar Papringan yang menjadi teman setia menikmati suasana pagi di tengah rimbun bambu. Terbuat dari campuran rempah alami seperti daun bambu, jahe, serai, kayu manis, dan gula aren.”</p> <p>“Wedang Pring bukan sekadar minuman, tapi juga simbol keramahan dan kehangatan khas warga Papringan — hangatnya alam, rasa, dan pertemuan.”</p> <p>“Dibuat oleh Mba Indah, dan dijual seharga 2 pring senilai Rp. 4000 di Pasar Papringan.”</p>	
7.	Penutup	<p>“Rasa dari alam, dibuat dengan cinta. Salam lestari dari Pasar Papringan.”</p> <p>“Jajanan neng Papringan opo sing kowe incar?”</p>	

No	Slide Carousel	Copywriting	Link Content
----	-------------------	-------------	--------------

1.	Pembuka	<p><i>Cover</i> menampilkan Sego Gono khas Temanggung sebagai representasi kuliner tradisional Pasar Papringan yang sederhana, sarat makna, dan mencerminkan kearifan lokal masyarakat desa.</p> <p>“Sego Gono khas Temanggung—hidangan sederhana yang penuh makna dari dapur desa”</p>	https://bit.ly/4j5nalI
2.	Slide 1	<p>Judul: Apa Itu Sego Gono?</p> <p>Isi:</p> <p>“ Sego Gono adalah salah satu kuliner tradisional khas Temanggung yang memiliki kedekatan erat dengan budaya agraris masyarakatnya.”</p> <p>“Hidangan ini pada dasarnya merupakan nasi yang dicampur dengan kelapa parut, teri, sayur lembayung, kacang panjang, serta tambahan kol dan tempe yang sifatnya opsional.”</p>	
3.	Slide 2	<p>Judul: Kenapa Sego Gono Jarang ditemukan?</p> <p>Isi:</p> <p>“Sego Gono bukan hidangan sehari-hari. Secara tradisional, makanan ini dibuat khusus untuk upacara ritual panen hasil pertanian, sehingga jarang ditemukan di warung atau pasar pada hari biasa.”</p>	

		<p>“Sebagai upaya melestarikan budaya, Pasar Papringan menyajikan Sego Gono di setiap gelarannya, agar baik warga lokal maupun pengunjung dapat merasakan kuliner penuh filosofi ini.”</p>	
4.	Slide 3	<p>Judul: Jangan Keliru: Sego Gono ≠ Sego Megono</p> <p>Nama mirip, tapi sangat berbeda!</p> <p>Isi:</p> <p>“Sego Gono (Temanggung): nasi dicampur kelapa, teri, dan sayuran. Dibuat saat ritual panen.”</p> <p>“Sego Megono (Pekalongan): nasi gurih dengan sayur nangka muda. Disajikan setiap hari, sering jadi menu sarapan.”</p>	
5.	Penutup	<p>“Sego Gono menghadirkan cita rasa Lokal, Lezat, dan Lestari dalam satu hidangan yang hangat dan bermakna.”</p> <p>“Jadi, kapan kalian mau cobain Sego Gono?.”</p> <p>Caption:</p> <p>"Sego Gono, makanan khas Temanggung yang dulu cuma muncul saat panen, sekarang bisa kamu nikmati di Pasar Papringan.</p> <p>Nasi yang dicampur kelapa, teri, sayur lembayung, dan kacang panjang bikin rasanya</p>	

		<p>gurih dan unik. Dan tentu saja, ini beda total ya sama Sego Megono!</p> <p>Yuk cobain Sego Gono di Pasar Papringan, kuliner lokal yang wajib kamu rasakan sendiri</p> <p>#BehindThePapringan #PasarPapringan</p> <p>#DariAlamKembaliKeAlam</p> <p>#LokalLezatLestari"</p>	
--	--	--	--

Tabel 3. 4 *Copywriting Fun Fact* Sego Gono
Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

No	Slide Carousel	Copywriting	Link Content
1.	Pembuka	Slide pembuka dirancang sebagai hook dengan pertanyaan “Jajanan Neng Papringan” “Ono opo wae yo neng pasar?” untuk menarik perhatian audiens dan membangun rasa penasaran terhadap ragam jajanan tradisional di Pasar Papringan.	https://bit.ly/3Y7ytQH
2.	Slide 1	<p>Judul: Dawet Anget</p> <p>Isi:</p> <p>“Dawet Anget kali ini dibuat dengan versi hangat dari dawet yang biasa kita kenal. Perpaduan gula aren, santan, dan cendolnya terasa lembut dan pas untuk dinikmati di pagi hari.”</p> <p>“Dulu hanya dibuat saat Lebaran, kini Dawet Anget hadir dibuat oleh Ibu Dur & Pak Harun dan di jual di Pasar Papringan</p>	

		sebagai pilihan favorit pengunjung dengan harga 2 Pring (Rp. 4000).”	
3.	Slide 2	<p>Judul: Promo Coffe</p> <p>Isi:</p> <p>“Temanggung dikenal dengan kopinya, dan Prono Coffe jadi salah satu cerita kecil di balik nama besar itu. Kopi ini ditanam oleh warga setempat—Bu Sum, Bu Sannah, Pak Joko, dan Bu Ella di kebun mereka sendiri.”</p> <p>“Biji kopi dipetik saat matang, dijemur di bawah matahari, lalu diproses dan disangrai oleh Mas Adit di rumahnya. Hasilnya, kopi dengan aromanya yang hangat, rasanya tegas tapi halus, enak dinikmati hitam atau jadi kopi susu.”</p> <p>“Kopi ini di jual di Pasar Papringan dengan harga 4 Pring – 6 Pring (Rp.8000 – Rp.12.000)”</p>	
4.	Slide 3	<p>Judul: Gablog Pecel</p> <p>Isi:</p> <p>“Gablog Pecel adalah hidangan yang dulu muncul saat kampung mengadakan pementasan. Ketika tradisinya mulai jarang dilakukan, makanan ini ikut menghilang.”</p>	

		<p>“Di Pasar Papringan, gablog pecel dihidupkan kembali. Gablog dimarinasi, dimasak gurih dengan santan dan kelapa, lalu disajikan bersama pecel, sambal kacang, bihun, dan bakwan.”</p> <p>“Resep yang awalnya dibuat oleh Mba Nah dan diteruskan oleh Mba Pur ini kini bisa dinikmati setiap pasaran dengan harga 4 Pring (Rp.8000)—menghadirkan kembali rasa tradisi yang hampir hilang.”</p>	
5.	Slide 4	<p>Judul: Entho Cotot</p> <p>Isi:</p> <p>“Entho Cotot dibuat dari singkong kukus yang ditumbuk, mirip getuk—hanya saja di Temanggung disebut “enth”. Adonannya diisi gula pasir, lalu digoreng. Saat dimakan, gulanya meleleh dan “mencotot”, makanya disebut enth cotot.”</p> <p>“Jajanan ini dijual Ibu Eli di Pasar Papringan dengan harga 2 Pring (Rp.4000), dengan singkong yang ditanam sendiri.”</p>	
6.	Penutup	<p>“Semuanya saling melengkapi dan membentuk rasa yang hangat dan akrab—rasa yang lahir dari bahan Lokal, diolah jadi sajian Lezat, dan dijaga agar tradisi tetap Lestari.”</p>	

		“Jajanan neng Papringan apa yang kamu incar?”	
--	--	---	--

Tabel 3. 5 *Copywriting* Jajanan neng Papringan 2
Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

No	Slide Carousel	Copywriting	Link Content
1.	Pembuka	<p><i>Cover carousel</i> ini didesain oleh <i>Social Media Specialist</i> dengan menampilkan dokumentasi kegiatan MBKM mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara di Desa Ngadiprono.</p> <p>“Recap Kegiatan MBKM Mahasiswa UMN: Menghidupkan Kembali Desa, Inisiatif Revitalisasi oleh Mahasiswa.”</p>	https://bit.ly/45mXZ8u
2.	Slide 1	<p>“Sebagai inisiatif mahasiswa, Pawon Cerita: Saka Dapur, Tumukul Rasa menghadirkan potret kehidupan dapur warga Papringan—tempat rasa, kebiasaan, dan cerita sehari-hari bertemu.”</p> <p>“Lewat foto dan sesi <i>talkshow</i> kuliner, pengunjung diajak memahami bagaimana makanan dibuat, dari bahan lokal hingga proses memasaknya. Program ini menjadi cara sederhana untuk menghargai tradisi dan cerita di balik hidangan desa.”</p>	
3.	Slide 2	“Selain itu, Pringgo diperkenalkan sebagai ikon baru Pasar Papringan. Karakter edukatif karya mahasiswa yang menjadi media untuk	

		<p>mengenalkan nilai konservasi alam, pemberdayaan masyarakat, serta pola hidup sehat dan alami yang dijalankan di Pasar Papringan dan Dusun Ngadiprono melalui permainan interaktif.”</p> <p>“Melalui permainan <i>flash card</i> yang interaktif serta pengenalan dolanan bambu, Pojok Dolanan Pringgo menghadirkan pengalaman belajar yang mengajak pengunjung mengenal Pasar Papringan secara lebih dekat dan mendalam.”</p>	
4.	Slide 3	<p>“Tak berhenti disitu, sebagai karya mahasiswa Srawung Pring turut hadir untuk mempertemukan peserta dengan pengrajin dan warga Ngadiprono untuk belajar langsung tentang bambu dan budaya desa.”</p> <p>“Melalui <i>walking narrative</i>, dialog terbuka, hingga praktik menganyam, peserta diajak menyelami sejarah, fungsi, dan nilai bambu yang diwariskan turun-temurun. Cerita para pengrajin menghadirkan pemahaman bahwa bambu adalah bagian dari identitas dan kehidupan sosial desa.”</p>	
5.	Slide 4	<p>“Dan yang terakhir, melalui karya mahasiswa, Swaraning Desa lahir membentuk buku foto yang merekam kembali hal-hal sederhana di desa yang sering luput dari perhatian. Mulai dari</p>	

		<p>kehidupan sehari-hari warga, nilai-nilai yang diwariskan, hingga suasana yang membentuk kedekatan sosial di Dusun Ngadiprono.”</p> <p>“Pameran ini menjadi cara mereka memperkenalkan ulang nilai-nilai desa kepada pengunjung—membangun ruang refleksi, mengingatkan kembali kedekatan, serta memperkuat hubungan antara generasi muda dan akar budayanya.”</p>	
6.	Penutup	<p>“Dari Pawon Cerita, Pringgo, Srawung Pring, hingga Swaraning Desa, rangkaian karya mahasiswa ini menjadi cara kecil merawat nilai dan hidup desa. Melalui dapur, bambu, cerita warga, dan visual yang mereka susun, kolaborasi ini membuka ruang belajar yang menguatkan budaya lokal.”</p> <p>“Langkah sederhana yang ikut menumbuhkan perubahan bersama desa.”</p>	

Tabel 3. 6 *Copywriting Recap* MBKM Event Pasar

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

No	Slide Carousel	Copywriting	Link Content
1.	Pembuka	<p>Konten <i>cover</i> ini didesain oleh penulis sebagai pembuka <i>carousel</i> untuk memperkenalkan <i>Homestay</i> Tambu Jatra, dengan menampilkan suasana ruang dan identitas visual yang</p>	https://bit.ly/3NcI1rh

		<p>merepresentasikan kenyamanan serta nilai budaya lokal.</p> <p>“Ngobrol Njo – <i>Homestay</i> Tambujatra”</p>	
2.	Slide 1	<p>Judul: Cerita Awal</p> <p>Isi:</p> <p>“Tambujatra berasal dari Taman Bambu Jalan Trasah. <i>Homestay</i> ini merupakan salah satu PPK (Proyek Pra Konferensi) dari ICVR#3, yang lahir dari kolaborasi antara warga lokal dan berbagai pihak di bidang pariwisata, wirausaha, arsitektur-desain, serta pengembangan komunitas.”</p> <p>“Dibangun dengan eksplorasi material lokal—bambu, kayu, batu bata, dan batu alam—renovasi difokuskan pada ruang tidur, dapur, dan toilet agar nyaman bagi tamu yang menginap.”</p>	
3.	Slide 2	<p>Judul: Kata Pendamping</p> <p>Isi:</p> <p>”Saya sebenarnya masih terbilang baru mendampingi pengelolaan <i>Homestay</i> Tambujatra, baru hampir dua tahun. Tapi pengalamannya banyak, terutama soal koordinasi dengan 8 para pemilik <i>homestay</i> yang semuanya ibu-ibu. Tantangannya ada di</p>	

		<p>cara berkomunikasi, supaya bisa saling paham dan tidak ada yang tersinggung.”</p> <p>“di <i>Homestay</i> Tambujatra pembagian tamunya bergiliran. Jadi tamu nggak memilih rumah, tapi dibagi sesuai giliran—kayak arisan.”</p>	
4.	Slide 3	<p>“Bedanya kalau nginep di Tambujatra, tamu itu tinggal langsung di rumah warga. Konsepnya <i>live-in</i>, jadi rasanya kayak nginep di rumah sendiri, dengan suasana pedesaan khas Ngadiprono”.</p> <p>“Makanannya juga masakan rumah, dimasak sama pemiliknya langsung. Bahannya lokal, tanpa MSG, tanpa pewarna, dan tanpa pengawet.”</p>	
5.	Penutup	<p>Judul: Dampak & Harapan</p> <p>Isi:</p> <p>“Sebenarnya hampir sama dengan Pasar Papringan, selain ada dampak yang baik terhadap ekonomi, <i>Homestay</i> Tambujatra juga membuat Dusun Ngadiprono lebih dikenal baik oleh masyarakat luar, karena <i>Homestay</i> Tambujatra memberikan pengalaman menginap yang berbeda dengan <i>homestay-homestay</i> lainnya”.</p> <p>“Harapan saya, semoga <i>Homestay</i> Tambujatra tetap ada, mempertahankan kearifan lokal, dan</p>	

		juga tetap maksimal dalam memberikan pelayanan terhadap tamu-tamu yang menginap”. -Ahmad Fatihuddin	
--	--	---	--

Tabel 3. 7 *Copywriting* Ngobrol Njo Tambujatra *Homestay*
Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

Bahasa yang digunakan dalam *copywriting* disesuaikan dengan karakter *audiens* Pasar Papringan dan Spedagi Movement, yaitu masyarakat umum, pengunjung pasar, serta audiens muda yang aktif di media sosial. Oleh karena itu, penulis mengombinasikan bahasa Indonesia yang komunikatif dengan sisipan bahasa lokal atau istilah non-formal secara terbatas, tanpa menghilangkan kejelasan pesan. Pendekatan ini sejalan dengan materi *Social Media & Mobile Marketing* yang menekankan pentingnya penyesuaian *tone of voice* dengan target audiens dan platform yang digunakan.

Pada bagian penutup, *copywriting* diarahkan untuk memperkuat pesan utama dan memberikan ajakan implisit kepada *audiens*, seperti mengunjungi Pasar Papringan, mengenal lebih jauh program MBKM, atau menghargai produk dan budaya lokal. Ajakan ini tidak selalu berbentuk *call to action* langsung, melainkan disampaikan secara halus melalui kalimat reflektif atau pertanyaan terbuka. Strategi ini digunakan agar audiens tidak merasa digurui, tetapi tetap terdorong untuk terlibat secara emosional maupun kognitif.

Secara keseluruhan, *copywriting* yang dilakukan penulis merupakan hasil integrasi antara teori komunikasi pemasaran, pemahaman audiens, dan konteks budaya lokal. Proses ini menunjukkan bahwa *copywriting* dalam media sosial tidak hanya menuntut kemampuan menulis, tetapi juga kemampuan analisis, empati terhadap *audiens*, serta pemahaman strategi komunikasi digital. Dengan demikian, *copywriting* menjadi salah satu kontribusi penting penulis dalam mendukung tujuan komunikasi dan penguatan identitas media sosial Spedagi dan Pasar Papringan.

C. Carousel

Konten *carousel* merupakan format unggahan media sosial yang terdiri dari beberapa *slide* visual yang disertai dengan narasi, sehingga memungkinkan penyampaian informasi secara bertahap dan terstruktur. Penelitian oleh Hidayat dan Prasetyo (2024) menunjukkan bahwa konten *carousel* memiliki tingkat keterlibatan audiens yang lebih tinggi dibandingkan unggahan tunggal, karena mendorong audiens untuk berinteraksi dengan menggeser setiap slide. Format ini dinilai efektif dalam menyampaikan informasi yang bersifat kompleks dan edukatif.

Selain itu, Liu, Li, dan Cheng (2021) menjelaskan bahwa penyajian informasi dalam bentuk visual berurutan membantu audiens memproses pesan secara lebih sistematis dan tidak membebani kognisi pengguna. Dalam konteks komunikasi budaya, format *carousel* juga mendukung penyampaian storytelling visual yang runtut dan bermakna.

Lund, Cohen, dan Scarles (2020) juga menyatakan bahwa *storytelling* visual pada media sosial berperan penting dalam membangun pemahaman audiens terhadap identitas dan nilai suatu komunitas.. Hal ini menjadi dasar penggunaan *carousel* dalam konten-konten Spedagi, khususnya untuk konten “Jajanan Ning Papringan”, “Recap Kegiatan MBKM”, “*Fun Fact*” dan “Ngobrol Njo” Melalui *carousel*, penulis dapat mengelompokkan informasi menjadi beberapa bagian yang lebih mudah dipahami dibandingkan menyajikannya dalam satu visual tunggal. Setiap *slide* dirancang memiliki fungsi naratif yang saling berkesinambungan, sehingga audiens dapat membaca dan memahami informasi secara lebih jelas dan mendalam.

Dalam pelaksanaannya, *content carousel* diawali dengan slide pembuka yang berfungsi sebagai *hook*. Slide ini dirancang untuk menarik perhatian audiens melalui visual yang kuat serta judul singkat dan jelas. Perancangan *slide* pembuka dilakukan oleh *Social Media Specialist* dengan mempertimbangkan identitas visual Spedagi dan Pasar Papringan, sementara penulis berperan dalam melanjutkan pengisian narasi pada

slide-slide berikutnya. *Hook* yang efektif menjadi penting karena menentukan apakah *audiens* akan melanjutkan interaksi atau menghentikan konsumsi konten pada slide pertama.

Slide lanjutan dalam *content carousel* digunakan untuk menyampaikan informasi utama secara bertahap. Pada konten kuliner, misalnya, penulis menyusun *carousel* dengan alur pengenalan makanan, latar belakang budaya, keunikan bahan, hingga makna sosial yang terkandung di dalamnya. Penyusunan ini sejalan dengan konsep *content sequencing* dalam pemasaran digital, yaitu pembagian pesan kompleks menjadi beberapa unit pesan yang saling berkesinambungan (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Dengan pendekatan tersebut, audiens dapat memahami konten secara lebih mendalam tanpa merasa terbebani oleh informasi yang terlalu padat.

Pada konten *recap* kegiatan MBKM, format *carousel* dimanfaatkan untuk mendokumentasikan proses kegiatan secara kronologis, mulai dari observasi lapangan, interaksi dengan masyarakat, hingga refleksi hasil kegiatan. Penulis menyusun *copywriting* yang bersifat deskriptif dan reflektif agar setiap slide tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi visual, tetapi juga sebagai media penyampaian nilai pembelajaran dan tujuan program. Pendekatan ini sejalan dengan fungsi media sosial sebagai sarana *storytelling* dan *knowledge sharing*, bukan sekadar etalase visual.

Selain alur konten, penulis juga memperhatikan konsistensi pesan antar slide. Setiap teks dalam *carousel* disusun agar saling terhubung, baik dari segi topik, gaya bahasa, maupun tone komunikasi. Konsistensi ini penting untuk menjaga identitas komunikasi akun media sosial serta membangun kepercayaan *audiens*. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), konsistensi pesan dalam media sosial berkontribusi terhadap pembentukan citra dan kredibilitas suatu akun.

Dalam praktiknya, *content carousel* juga disesuaikan dengan karakter *audiens* yang cenderung menyukai konten visual dengan narasi

singkat namun bermakna. Oleh karena itu, penulis menghindari penggunaan teks yang terlalu panjang dalam satu slide dan memilih untuk memecah informasi ke dalam beberapa slide. Strategi ini tidak hanya meningkatkan keterbacaan, tetapi juga mendorong *audiens* untuk berinteraksi lebih lama dengan konten melalui aktivitas *swipe*.

Secara keseluruhan, *content carousel* menjadi format konten yang efektif dalam mendukung tujuan komunikasi Spedagi dan Pasar Papringan. Melalui kombinasi visual yang konsisten dan *copywriting* yang terstruktur, *carousel* mampu menyampaikan informasi secara mendalam sekaligus menarik. Peran penulis dalam pengisian *copywriting* pada slide *carousel* menunjukkan kontribusi nyata dalam mengemas informasi lokal, kegiatan MBKM, serta nilai budaya menjadi konten media sosial yang informatif dan relevan bagi audiens

Berikut merupakan beberapa konten carousel yang disusun dan dikerjakan oleh penulis selama pelaksanaan kerja magang pada Divisi *Social Media*:

1) Konten *Carousel Recap* MBKM

Konten *carousel recap* MBKM merupakan salah satu bentuk konten media sosial yang bertujuan untuk mendokumentasikan serta menyampaikan rangkaian kegiatan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) kepada audiens secara visual dan naratif. Konten ini dirancang untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai proses pembelajaran mahasiswa di lapangan, khususnya dalam kegiatan revitalisasi desa yang dilakukan di Desa Ngadiprono, Temanggung. Melalui format *carousel*, informasi disajikan secara bertahap dan terstruktur agar audiens dapat memahami alur kegiatan secara runtut.

Dalam pembuatan konten *carousel recap* MBKM, penulis berperan sebagai *Content Writer* yang bertanggung jawab dalam menyusun konsep narasi serta *copywriting* pada setiap slide. Penulis tidak terlibat dalam proses koordinasi pengumpulan dokumentasi

atau *footage*, melainkan menggunakan materi visual yang telah tersedia dari tim sebagai dasar penyusunan pesan. Proses kerja dimulai dengan memahami konteks kegiatan MBKM yang berlangsung di lapangan, kemudian merangkumnya menjadi poin-poin utama yang relevan untuk disampaikan kepada audiens media sosial.



Gambar 3. 4 *Carousel Recap MBKM*
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Dalam proses pembuatan konten *Carousel Recap MBKM*, pekerjaan dilakukan secara kolaboratif antara penulis dan *Social Media Specialist*. Pada tahap awal, *Social Media Specialist* bertanggung jawab dalam perancangan desain cover konten, yang mencakup pemilihan visual utama, pengaturan tipografi, serta penyesuaian identitas visual akun media sosial. Cover tersebut berfungsi sebagai pembuka (*hook*) untuk menarik perhatian *audiens*

sekaligus memberikan gambaran awal mengenai tema konten yang diangkat.

Setelah desain cover selesai, penulis melanjutkan proses pengerjaan konten pada *slide* berikutnya, tidak hanya pada aspek *copywriting*, tetapi juga penyusunan *layout* dan desain visual. Penulis bertanggung jawab dalam mengatur komposisi foto, penempatan teks, pemilihan warna pendukung, serta keseimbangan visual pada setiap *slide* agar konten tetap konsisten dan mudah dipahami oleh audiens. Penyusunan *layout* dilakukan dengan mempertimbangkan alur cerita visual (*visual storytelling*) sehingga setiap slide saling terhubung dan membentuk narasi yang utuh.

Selain itu, penulis menyusun *copywriting* yang bersifat informatif dan reflektif untuk menjelaskan rangkaian kegiatan MBKM, mulai dari observasi lapangan, interaksi dengan masyarakat, hingga nilai-nilai pembelajaran yang diperoleh selama program berlangsung. Bahasa yang digunakan disesuaikan dengan karakteristik media sosial Instagram, sehingga tetap komunikatif, ringkas, dan mudah dipahami, namun tetap menjaga unsur edukatif.

Setelah seluruh slide *carousel*, baik dari segi desain maupun penulisan teks, selesai disusun, konten kemudian melalui proses evaluasi dan persetujuan oleh supervisor *social media* sebelum diunggah ke akun media sosial terkait. Proses ini bertujuan untuk memastikan kesesuaian konten dengan tujuan komunikasi, identitas *brand*, serta *audiens* yang dituju.

2) **Konten *Carousel* Jajanan Neng Papringan**

Konten *carousel* Jajanan Neng Papringan merupakan salah satu bentuk konten informatif-edukatif yang dibuat oleh penulis selama menjalani kerja magang. Konten ini bertujuan untuk memperkenalkan ragam kuliner tradisional yang dijual di Pasar Papringan kepada *audiens* media sosial, khususnya pengguna

Instagram. Pemilihan format *carousel* dilakukan karena dinilai efektif untuk menyampaikan informasi secara bertahap dan runtut, sehingga *audiens* dapat memahami konteks, cerita, serta nilai budaya yang terkandung di dalam setiap sajian kuliner.

Dalam proses pengerjaannya, penulis memulai dengan melakukan riset sederhana terkait jenis jajanan yang ada di Pasar Papringan, termasuk asal-usul makanan, bahan utama, cara penyajian, serta makna budaya di baliknya. Riset ini dilakukan melalui observasi langsung di lapangan, wawancara singkat dengan penjual, serta pencatatan informasi yang relevan untuk memastikan keakuratan konten yang disampaikan. Tahap riset ini penting agar konten yang dihasilkan tidak hanya bersifat promosi, tetapi juga memberikan nilai edukasi kepada *audiens*.

Setelah proses riset, penulis menyusun konsep konten *carousel* yang diawali dengan slide pembuka (*hook*) berupa judul “Jajanan Neng Papringan” yang menggunakan bahasa lokal untuk menciptakan kedekatan emosional dengan *audiens*. Slide pembuka dirancang untuk menarik perhatian dan menumbuhkan rasa penasaran *audiens* terhadap isi konten pada *slide* berikutnya. Selanjutnya, pada setiap *slide* isi, penulis menyajikan satu jenis jajanan dengan visual pendukung berupa foto makanan serta *copywriting* yang menjelaskan nama jajanan, bahan utama, keunikan rasa, dan latar belakang singkat dari makanan tersebut.



Gambar 2. 5 *Hook Carousel*
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Dalam penyusunan *copywriting*, penulis menggunakan bahasa yang ringan, komunikatif, dan tetap informatif, menyesuaikan dengan karakter *audiens* media sosial Instagram. Meskipun demikian, penulis tetap menjaga ketepatan informasi dan tidak menggunakan bahasa yang berlebihan agar pesan dapat diterima dengan jelas. *Copywriting* disusun untuk membangun narasi bahwa jajanan yang ada di Pasar Papringan bukan sekadar makanan, tetapi juga bagian dari identitas budaya dan kearifan lokal masyarakat setempat.

Selain bertanggung jawab pada penulisan teks, penulis juga menyusun *layout* dan desain pada *slide carousel* selain *cover*. Penulis mengatur komposisi visual, penempatan teks, serta konsistensi warna agar setiap *slide* terlihat harmonis dan mudah dibaca. Penyusunan *layout* dilakukan dengan mempertimbangkan kenyamanan visual audiens serta alur cerita konten, sehingga informasi dapat diterima secara berurutan tanpa membingungkan.



Gambar 3 5 *Carousel Jajanan ning Papringan*
Sumber: Instagram @behindthepapringan

Melalui konten *carousel* Jajanan Neng Papringan, penulis berupaya mendukung tujuan komunikasi Pasar Papringan dalam memperkenalkan kekayaan kuliner tradisional kepada audiens yang lebih luas. Konten ini juga diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk berkunjung ke Pasar Papringan serta menumbuhkan apresiasi terhadap makanan tradisional sebagai bagian dari budaya lokal yang perlu dilestarikan.



Gambar 3. 6 *Carousel* Jajanan ning Papringan 2
Sumber: Instagram @behindthepapringan

3) Konten *Carousel Fun Fact* Sego Gono

Konten *carousel Fun Fact* Sego Gono merupakan konten edukatif yang bertujuan untuk memperkenalkan makanan khas Temanggung yang diujakan di Pasar Papringan kepada *audiens* media sosial. Konten ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai Sego Gono, tidak hanya sebagai sajian kuliner, tetapi juga sebagai bagian dari identitas budaya lokal masyarakat Temanggung. Pendekatan *fun fact* dipilih agar informasi dapat disampaikan secara ringan, menarik, dan mudah dipahami oleh *audiens* Instagram.

Dalam proses pengerjaannya, penulis melakukan riset awal untuk memastikan keakuratan informasi yang disampaikan. Riset dilakukan melalui komunikasi langsung via *WhatsApp* dengan kurator kuliner Pasar Papringan Yudhi Setiawan, guna memperoleh penjelasan mengenai komposisi bahan, asal-usul, serta karakteristik

Sego Gono. Selain itu, penulis juga mengumpulkan informasi pendukung dari catatan internal tim kuliner.



Gambar 3 7 *Carousel Fun Fact Sego Gono*
Sumber: Instagram @behindthepapringan

Salah satu fokus utama dalam konten ini adalah mengangkat perbedaan antara Sego Gono khas Temanggung dan Sego Megono khas Pekalongan, yang kerap dianggap serupa oleh masyarakat umum. Dalam *copywriting*, penulis menjelaskan bahwa meskipun kedua makanan tersebut berbahan dasar nasi dan sayuran, terdapat perbedaan pada komposisi isian, bumbu, serta latar budaya di masing-masing daerah. Sego Gono Temanggung disajikan dengan kesederhanaan bahan dan cita rasa yang merepresentasikan keseharian masyarakat desa, sementara Sego Megono Pekalongan memiliki karakter dan olahan yang berbeda sesuai dengan tradisi lokal daerah tersebut.

Setelah tahap riset, penulis menyusun *copywriting* untuk setiap slide *carousel* dengan menyesuaikan alur informasi secara bertahap, dimulai dari pengenalan Sego Gono, penjelasan *fun fact*, hingga perbandingan dengan Sego Megono. Penulis juga menyusun *layout* dan desain pada *slide* isi *carousel* dengan memperhatikan keterbacaan teks, keseimbangan visual, serta kesinambungan antar *slide*. Bahasa yang digunakan bersifat komunikatif namun tetap informatif agar pesan dapat diterima dengan baik oleh *audiens*.

Melalui konten *carousel Fun Fact Sego Gono*, penulis berupaya meluruskan pemahaman audiens mengenai kuliner lokal

sekaligus menumbuhkan apresiasi terhadap keberagaman makanan tradisional di Indonesia. Konten ini juga mendukung tujuan komunikasi Pasar Papringan dalam mengangkat kuliner desa sebagai bagian dari warisan budaya yang perlu dikenalkan dan dilestarikan melalui media sosial.

4) Konten *Carousel Recap MBKM Event Hari Pasar*



Gambar 3 8 *Carousel Recap MBKM Event Hari Pasar*
Sumber: Instagram @behindthepapringan

Konten *carousel Recap MBKM Event Hari Pasar* merupakan rangkuman karya-karya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang berfokus pada upaya revitalisasi desa melalui pendekatan budaya, edukasi, dan partisipasi masyarakat. Melalui berbagai program yang dihadirkan, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pengamat, tetapi terlibat langsung dalam proses penguatan nilai lokal yang hidup di Pasar Papringan dan Dusun Ngadiprono.

Fokus utama dari konten recap ini adalah menyajikan gambaran menyeluruh tentang kontribusi mahasiswa melalui karya-karya yang dihadirkan, dengan menyesuaikan informasi dari setiap program agar dapat dipahami oleh audiens secara runtut dan informatif. Setiap *slide carousel* disusun untuk menampilkan esensi kegiatan, latar belakang program, serta nilai yang ingin disampaikan kepada masyarakat dan pengunjung Hari Pasar.

Konten diawali dengan Pawon Cerita: Saka Dapur, Tumukul Rasa, yang menyampaikan informasi mengenai kehidupan dapur warga Papringan sebagai ruang penting dalam keseharian masyarakat desa. Melalui dokumentasi foto, narasi

singkat, dan *talkshow*, *audiens* diajak memahami proses pengolahan makanan tradisional, penggunaan bahan lokal, serta cerita yang tumbuh dari aktivitas memasak sebagai bagian dari identitas budaya desa.

Selanjutnya, konten menampilkan Pojok Dolanan Pringgo, yang berfokus pada informasi pengenalan Pringgo sebagai ikon edukatif Pasar Papringan. Konten ini menyoroti fungsi Pringgo sebagai media pembelajaran interaktif yang mengangkat nilai konservasi alam, pemberdayaan masyarakat, dan pola hidup sehat melalui permainan dan dolanan bambu yang ramah bagi pengunjung, khususnya anak-anak.

Konten berikutnya adalah Srawung Pring, yang menyajikan informasi mengenai kegiatan interaksi langsung antara mahasiswa, pengunjung, dan pengrajin bambu Dusun Ngadiprono. Melalui pendekatan *walking narrative*, dialog terbuka, dan praktik menganyam, konten ini memperlihatkan proses pembelajaran berbasis pengalaman yang mengenalkan sejarah, fungsi, serta nilai bambu dalam kehidupan sosial masyarakat desa.

Sebagai penutup, konten *carousel* menampilkan Swaraning Desa, yang menyampaikan informasi mengenai karya buku foto yang mendokumentasikan kehidupan sederhana masyarakat desa. Konten ini menekankan nilai kebersamaan, kedekatan sosial, serta hubungan antargenerasi yang menjadi bagian penting dari identitas Dusun Ngadiprono.

Dalam proses pembuatannya, konten recap ini disusun dengan mengacu pada informasi yang diperoleh dari masing-masing mahasiswa pembuat karya, kemudian dirangkai menjadi satu alur cerita yang saling terhubung. Sebelum diunggah, konten melalui proses penyesuaian dan evaluasi agar informasi yang disampaikan tetap akurat, seimbang, dan sesuai dengan tujuan komunikasi Pasar Papringan. Setelah selesai, konten

dipublikasikan melalui platform media sosial sebagai media dokumentasi dan penyebaran informasi kepada *audiens* yang lebih luas.

5) Konten *Carousel Ngobrol Njo*

Carousel Ngobrol Njo Merupakan konten berbasis riset wawancara yang disusun untuk mengangkat cerita, nilai, dan peran Homestay Tambu Jatra sebagai bagian dari ekosistem desa di Dusun Ngadiprono. Konten ini bertujuan untuk menyampaikan informasi secara mendalam namun tetap ringan melalui sudut pandang pendamping homestay, sehingga audiens dapat memahami konsep, proses, serta makna keberadaan homestay bagi desa dan masyarakat setempat.

Konten ini diawali dengan *hook* visual berupa tampilan kamar dan ruang tamu Homestay Tambu Jatra untuk menarik perhatian audiens sejak *slide* pertama. Visual tersebut menampilkan suasana hunian warga yang sederhana, hangat, dan khas pedesaan, sehingga mampu membangun kesan awal mengenai pengalaman menginap yang berbeda dari penginapan pada umumnya. *Hook* ini berfungsi sebagai pintu masuk bagi audiens untuk mengenal lebih jauh cerita di balik Homestay Tambujatra.



Gambar 3.9 *Carousel Ngobrol Njo Tambujatra Homestay*
Sumber: Instagram @behindthepapiringan

Selanjutnya, konten menyajikan hasil riset wawancara dengan pendamping homestay, Ahmad Fatihuddin, yang mengangkat cerita awal berdirinya *Homestay Tambujatra*.

Informasi yang disampaikan mencakup asal-usul nama Tambujatra (Taman Bambu Jalan Trashed), latar belakang pendiriannya sebagai salah satu Proyek Pra Konferensi (PPK) dari ICVR#3, serta proses pembangunan yang dilakukan secara kolaboratif antara masyarakat lokal dan berbagai pihak. Konten juga menyoroti penggunaan material lokal seperti bambu, kayu, batu bata, dan batu alam sebagai bagian dari identitas *homestay*.

Pada *slide* berikutnya, konten mengulas pengalaman sehari-hari sebagai pendamping *homestay*, yang menampilkan dinamika pengelolaan *Homestay* Tambujatra. Informasi difokuskan pada proses koordinasi dengan delapan ibu-ibu pemilik *homestay*, tantangan komunikasi yang dihadapi, serta sistem pembagian tamu berbasis giliran yang menyerupai arisan. Sistem ini ditampilkan sebagai bentuk nilai kebersamaan dan keadilan dalam pengelolaan *homestay* berbasis komunitas.

Konten kemudian membahas filosofi dan nilai lokal yang menjadi pembeda utama Homestay Tambujatra. Melalui konsep *live-in*, tamu diajak untuk menginap langsung di rumah warga dan merasakan kehidupan sehari-hari masyarakat Dusun Ngadiprono. Penyajian makanan lokal tanpa MSG, pewarna buatan, dan pengawet kimia turut ditampilkan sebagai bagian dari pengalaman menginap yang sehat, alami, dan berkelanjutan.

Sebagai penutup, konten menyampaikan makna *Homestay* Tambujatra bagi desa serta harapan ke depan. *Homestay* ini memberikan dampak ekonomi bagi warga sekaligus memperkenalkan Dusun Ngadiprono kepada masyarakat luar. Harapan yang disampaikan adalah agar *Homestay* Tambujatra dapat terus bertahan, menjaga kearifan lokal, dan memberikan pelayanan terbaik bagi tamu yang menginap.

Secara keseluruhan, konten *Carousel* Ngobrol Njo dirancang sebagai media *storytelling* berbasis visual dan

wawancara, yang menggabungkan daya tarik gambar interior *homestay* dengan narasi informatif. Konten ini diharapkan mampu meningkatkan ketertarikan *audiens* untuk mengenal dan merasakan langsung pengalaman menginap berbasis komunitas di Homestay Tambujatra.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama proses pelaksanaan kegiatan pembuatan dan pengelolaan konten media sosial, penulis menghadapi beberapa kendala yang memengaruhi proses kerja, khususnya dalam produksi konten carousel. Kendala-kendala tersebut berkaitan dengan keterbatasan sumber daya, waktu, serta kondisi teknis di lapangan.

1. Keterbatasan *Footage* dan Pengetahuan tentang Kuliner

Kendala pertama yang dihadapi penulis adalah keterbatasan *footage* serta pengetahuan awal mengenai ragam kuliner yang ada di Pasar Papringan, khususnya pada konten *Carousel* Jajanan Neng Papringan. Keterbatasan ini disebabkan oleh minimnya dokumentasi visual yang dimiliki pada saat proses produksi konten berlangsung. Tidak semua jenis jajanan dapat terdokumentasikan secara menyeluruh, baik dari segi visual produk maupun proses penyajiannya, sehingga ruang eksplorasi konten menjadi terbatas.

Selain itu, keterbatasan pengetahuan penulis mengenai latar belakang, bahan, dan ciri khas masing-masing jajanan tradisional juga menjadi tantangan tersendiri. Hal ini menuntut penulis untuk melakukan riset tambahan melalui observasi, diskusi dengan penjual, serta penelusuran informasi pendukung agar informasi yang disampaikan tetap akurat dan tidak menimbulkan kesalahan pemahaman pada audiens. Proses ini memerlukan waktu tambahan dalam tahap perencanaan dan penulisan konten.

2. Keterbatasan Kesempatan Pengambilan *Footage* pada Gelaran Kedua

Kendala berikutnya adalah keterbatasan kesempatan dalam pengambilan *footage* pada gelaran kedua Pasar Papringan. Pada waktu yang bersamaan, penulis memiliki agenda kegiatan lain di luar magang yang tidak dapat ditinggalkan, sehingga kehadiran penulis di lokasi tidak dapat dilakukan secara optimal. Kondisi ini berdampak pada terbatasnya variasi dokumentasi visual yang dapat digunakan untuk kebutuhan konten lanjutan.

Akibat dari keterbatasan tersebut, penulis harus mengandalkan *footage* yang telah tersedia sebelumnya atau menyesuaikan konsep konten agar tetap relevan dengan materi visual yang ada. Hal ini menuntut kreativitas lebih dalam proses penyusunan konten, baik dari segi alur informasi maupun pemilihan sudut pandang visual, agar pesan yang ingin disampaikan tetap tersampaikan dengan baik meskipun dengan keterbatasan materi pendukung.

3. Pengelolaan Waktu antara Tugas Akhir dan Kegiatan Magang

Kendala lainnya yang dihadapi penulis adalah pengelolaan waktu antara penyusunan Tugas Akhir dan pelaksanaan kegiatan magang. Kedua aktivitas tersebut memiliki tingkat prioritas dan beban kerja yang sama-sama tinggi, sehingga penulis dituntut untuk membagi waktu secara efektif agar seluruh tanggung jawab dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam beberapa kondisi, keterbatasan waktu menyebabkan proses produksi konten, seperti riset, penulisan *copywriting*, dan evaluasi konten, harus dilakukan secara lebih efisien. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam menjaga kualitas konten agar tetap sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Meskipun demikian, kendala ini juga melatih penulis dalam mengatur prioritas, meningkatkan kedisiplinan, serta mengembangkan kemampuan manajemen waktu selama menjalani program magang.

3.3.1 Kendala Eksternal

Salah satu kendala eksternal yang dihadapi selama pelaksanaan kerja magang berasal dari aspek manajerial internal organisasi, khususnya dalam hal pembagian tugas dan struktur kerja mahasiswa magang. Pada awal pelaksanaan magang, pihak Spedagi belum memiliki pembagian peran dan tanggung jawab yang tersusun secara struktural bagi mahasiswa magang. Kondisi tersebut menyebabkan mahasiswa perlu melakukan diskusi internal untuk menentukan peran masing-masing secara mandiri, termasuk dalam pengambilan peran sebagai *copywriter*, perencana konten, maupun pendukung produksi konten lainnya. Selain itu, organisasi juga belum memiliki perumusan *content pillar* yang jelas sebagai acuan utama dalam pengelolaan konten media sosial. Ketiadaan *content pillar* ini mengharuskan mahasiswa magang untuk secara mandiri memikirkan arah konten, tema, serta fokus pesan yang akan disampaikan. Hal tersebut berpotensi menimbulkan kebingungan di tahap awal pelaksanaan kerja magang, karena mahasiswa belum memiliki panduan yang sistematis mengenai jenis konten yang perlu diproduksi serta batasan ruang lingkup pekerjaan yang harus dijalankan. Kondisi ini menunjukkan bahwa kendala yang dihadapi bukan berasal dari kurangnya kesiapan mahasiswa, melainkan dari belum optimalnya sistem pembagian tugas dan perencanaan konten yang disediakan oleh pihak organisasi. Akibatnya, proses adaptasi mahasiswa magang terhadap lingkungan kerja menjadi membutuhkan waktu yang lebih lama pada tahap awal pelaksanaan kegiatan.

3.3.1 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi berbagai kendala yang dihadapi selama proses pelaksanaan kegiatan pembuatan konten media sosial, penulis menerapkan beberapa solusi yang disesuaikan dengan kondisi di lapangan. Solusi ini bertujuan untuk menjaga keberlangsungan produksi konten agar tetap berjalan optimal meskipun terdapat keterbatasan tertentu.

1) Solusi terhadap Keterbatasan *Footage* dan Pengetahuan tentang Kuliner

Dalam menghadapi keterbatasan *footage* dan pengetahuan mengenai kuliner, penulis melakukan optimalisasi terhadap materi visual yang telah tersedia dengan cara memilih *footage* yang paling representatif dan relevan dengan pesan yang ingin disampaikan. Penulis juga menyesuaikan konsep konten agar lebih fokus pada informasi inti, seperti keunikan bahan, cita rasa, dan nilai tradisional dari jajanan yang ditampilkan. Selain itu, penulis melakukan riset tambahan dengan melakukan observasi langsung, berdiskusi dengan penjual jajanan, serta berkoordinasi dengan tim internal untuk memperoleh informasi yang lebih akurat. Pendekatan ini membantu penulis memperkaya pemahaman mengenai kuliner lokal sehingga *copywriting* yang dihasilkan tetap informatif dan sesuai dengan konteks budaya Pasar Papringan.

2) Solusi terhadap Keterbatasan Kesempatan Pengambilan *Footage* pada Gelaran Kedua

Untuk mengatasi keterbatasan pengambilan *footage* pada gelaran kedua, penulis memanfaatkan dokumentasi yang telah ada sebelumnya sebagai materi pendukung konten. Penulis juga melakukan penyesuaian konsep visual dan narasi agar tetap relevan dengan kondisi *footage* yang tersedia, misalnya dengan menekankan aspek cerita, informasi, atau refleksi kegiatan dibandingkan dokumentasi visual yang bersifat detail. Untuk mengatasi keterbatasan pengambilan *footage* pada gelaran kedua, penulis memanfaatkan dokumentasi yang telah ada sebelumnya sebagai materi pendukung konten. Penulis juga melakukan penyesuaian konsep visual dan narasi agar tetap relevan dengan kondisi *footage* yang tersedia, misalnya dengan menekankan aspek cerita, informasi, atau refleksi kegiatan dibandingkan dokumentasi visual yang bersifat detail. Selain itu, penulis berkoordinasi dengan

tim untuk memperoleh tambahan dokumentasi dari pihak lain yang terlibat dalam kegiatan. Langkah ini dilakukan agar konten tetap memiliki variasi visual dan dapat menyampaikan gambaran kegiatan secara utuh meskipun penulis tidak dapat hadir secara penuh di lokasi.

3) Solusi terhadap Pengelolaan Waktu antara Tugas Akhir dan Kegiatan Magang

Dalam mengatasi kendala pengelolaan waktu, penulis menerapkan strategi manajemen waktu dengan menyusun jadwal kerja yang lebih terstruktur. Penulis membagi waktu secara jelas antara penyelesaian Tugas Akhir dan kegiatan magang, serta menetapkan skala prioritas pada setiap tugas yang harus diselesaikan. Penulis juga memanfaatkan waktu luang secara maksimal untuk menyelesaikan tahapan produksi konten, seperti riset dan penulisan *copywriting*, sehingga proses kerja tetap berjalan tanpa mengganggu kewajiban akademik. Dengan penerapan manajemen waktu yang lebih disiplin, penulis dapat menjaga kualitas konten sekaligus menyelesaikan tanggung jawab magang dan akademik secara seimbang.

4) Solusi terhadap Kendala Eksternal

Kendala ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak Spedagi agar dapat menyusun pembagian tugas dan perencanaan konten yang lebih terstruktur sebelum mahasiswa magang memulai kegiatan. Dengan adanya sistem kerja yang jelas sejak awal, diharapkan mahasiswa magang dapat bekerja secara lebih terarah dan optimal tanpa mengalami kebingungan dalam menentukan peran dan tanggung jawabnya.