

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama berlangsungnya program Revitalisasi Desa Batch di bawah naungan Spedagi Movement, penulis berada dalam tim *public relation*. Pasar Papringan memiliki 130 ragam kuliner dan selama ini Spedagi Movement belum memiliki data yang lengkap sebagai arsip. Banyak tamu di Pasar Papringan ataupun masyarakat luar yang ingin tahu tentang apa saja yang dijual di Pasar Papringan. Dalam praktik kerja magang, tim *public relation* bertanggung jawab untuk merancang sebuah karya sebagai arsip kuliner di Pasar Papringan. Dari situlah terbesit ide untuk membuat sebuah *e-book* yang nantinya akan dipublikasikan dalam media sosial Pasar Papringan serta akan diberikan kepada tamu-tamu *homestay*.

Perancangan *e-book* sebagai tugas tim *public relations* berada di bawah pengawasan Yudhi Setiawan dan terbagi menjadi 4 anggota dengan peran yang berbeda, yaitu:

**a. *Researcher***

Joey Manuel sebagai *researcher* bertanggung jawab atas proses riset untuk mengumpulkan rekap data kuliner yang ada di Pasar Papringan. Data yang diperlukan dimulai dari jenis makanan, nama makanan, nama pelapak, bahan makanan, proses pembuatan, hingga kisah unik di balik makanan tersebut. Selain itu, *researcher* juga bertugas untuk menganalisis target audiens.

**b. *Content Planner***

Sebagai *content planner*, penulis bertugas menentukan konsep dan tujuan konten, mengatur alur kerja (*workflow*), serta merancang strategi distribusi *e-book* agar pesan yang disampaikan dapat menjangkau audiens secara efektif. Peran ini sejalan dengan konsep perencanaan konten yang dikemukakan oleh Chaffey dan Chadwick (2019), bahwa *content planning* merupakan proses strategis yang mencakup penetapan tujuan komunikasi, identifikasi audiens, perumusan pesan, serta pemilihan kanal distribusi yang

tepat. Selain itu, penulis juga terlibat secara aktif dalam proses riset, observasi, dan wawancara, pengumpulan visual, serta perancangan struktur dan narasi konten *e-book*, sehingga konten yang dihasilkan tidak hanya informatif, tetapi juga relevan, terarah, dan selaras dengan nilai keberlanjutan yang diusung.

**c. Copywriter**

Sheren Olivia selaku *copywriter* bertugas untuk merancang seluruh narasi mengenai kuliner yang ada. Data yang sudah dikumpulkan oleh *researcher* akan diolah menjadi narasi yang indah oleh *copywriter*.

**d. Visual Communication**

Sebagai penanggung jawab visual, Angeline Clarissa bertugas untuk mengumpulkan arsip foto kuliner dengan kualitas terbaik. Tak hanya itu, penulis dan Angeline juga bekerja sama untuk merancang konsep *layout* dan merancang isi *e-book*.

Keterbatasan waktu dan sumber daya dalam proses perancangan *e-book* membuat tim kuliner menerapkan sistem kolaborasi dan kerja sama agar pengerjaan *e-book* dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Setiap pengumpulan data hingga proses *layouting* dilakukan bersama agar *e-book* dapat selesai tepat waktu dan maksimal.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

#### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Proses kerja magang penulis sebagai *content planner* dalam pembuatan *e-book* kuliner Pasar Papringan dilakukan dengan serangkaian tahapan yang terstruktur. Setiap proses dirancang dengan sistematis untuk memastikan perencanaan konten dan pengumpulan materi berjalan efektif. Tabel berikut merangkum proses kerja magang yang dilakukan penulis.

Tabel 3.1 *Timeline* Tugas Kerja Magang

Jenis Pekerjaan	September		Oktober					November				Desember			
	4	5	1	2	3	4	5	2	3	4	5	1	2	3	4
Observasi															

Perancangan konsep dan Tujuan															
Pembagian workflow															
Pengumpulan Data															
Perancangan e-book															
Strategi Distribusi															
Pekerjaan Tambahan															
Design logo Krupringan															
Wawancara dan pengumpulan foto															
Layouting															

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

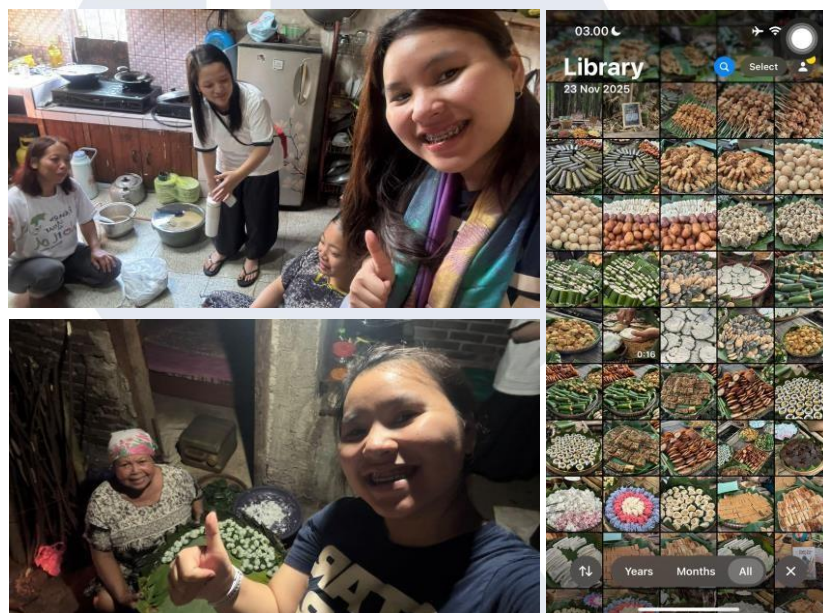
### 3.2.2 Uraian Kerja Magang

#### 3.2.2.1 Observasi

Pada 24 September 2025, tim kuliner untuk pertama kalinya berkumpul dan bertemu dengan Yudhi Setiawan selaku supervisor sekaligus kurator kuliner Pasar Papringan. Karena waktu kedatangan yang mendekati hari pasar, tim kuliner segera melakukan observasi lapangan dengan berkeliling area pasar. Selama tiga hari penuh, observasi dilakukan secara intensif dengan mencatat secara rinci mulai dari nama kuliner, nama pelapak, bahan makanan yang digunakan, hingga cerita di balik setiap sajian. Mengingat jumlah pelapak mencapai sekitar 80 orang, tim kuliner membagi tugas dan wilayah observasi guna mengefisienkan waktu. Pada proses tersebut, penulis ditemani oleh Vanessa Lina, salah satu mahasiswa yang juga sedang melakukan riset mengenai kuliner.

Seharusnya riset dilakukan oleh Joey Manuel dan dokumentasi oleh Angeline Clarissa, namun keterbatasan waktu dan sumber daya membuat tim kuliner tidak memungkinkan untuk mengerjakan setiap job description

secara individual. Oleh karena itu, tim kuliner bekerja secara kolaboratif dalam melakukan riset dan dokumentasi terhadap seluruh pelapak, khususnya pada hari menjelang pasar dan saat hari pasar berlangsung. Meski beberapa observasi dilakukan dengan pembagian tugas, sebagian besar rumah warga tetap didatangi bersama-sama dengan tim magang dan supervisor, mengingat peran Yudhi Setiawan sebagai kurator yang memahami konteks, sejarah, serta ragam kuliner Pasar Papringan dan dapat memperkenalkan setiap sajian secara langsung kepada tim.



Gambar 3.1 Dokumentasi riset ke pelapak  
Sumber: Olahan peneliti, 2025

Dalam setiap kunjungan ke rumah warga, penulis melakukan wawancara mendalam mengenai kisah di balik kuliner, proses pembuatan, makna penamaan hidangan, serta nilai budaya yang terkandung di dalamnya, sekaligus mendokumentasikan setiap kuliner yang ditemui. Proses ini mencerminkan penerapan komunikasi interpersonal, yaitu komunikasi yang terjadi secara langsung antara dua orang atau lebih yang memungkinkan terjadinya pertukaran pesan secara verbal maupun nonverbal serta umpan balik secara segera (DeVito, 2015). Melalui komunikasi tatap muka antara penulis dan para pelapak, terbangun kedekatan

emosional dan kepercayaan yang mendukung penggalian informasi secara lebih mendalam dan autentik.

Selain itu, kegiatan ini juga selaras dengan konsep komunikasi budaya, di mana komunikasi dipahami sebagai sarana untuk menyampaikan, mempertahankan, dan mewariskan nilai-nilai budaya dalam suatu masyarakat (Samovar, Porter, & McDaniel, 2010). Narasi kuliner yang disampaikan oleh para pelapak tidak hanya berfungsi sebagai informasi mengenai makanan, tetapi juga merepresentasikan identitas budaya, tradisi, serta kearifan lokal Pasar Papringan yang hidup dan diwariskan secara turun-temurun melalui proses komunikasi antargenerasi.

### **3.2.2.2 Perancangan Konsep dan Tujuan**

Setelah melakukan observasi, penulis berdiskusi dengan Yudhi Setiawan dan tim kuliner untuk merancang konsep dan tujuan e-book. Dalam proses perancangannya, penulis mengacu pada *goal setting theory* dari Locke & Latham untuk menemukan tujuan serta mendorong kinerja tim untuk menghasilkan *e-book* yang efektif dan efisien (Rachmaningtyas & Widyana, 2024). Tujuan dari produksi *e-book* kuliner ini adalah meningkatkan pengetahuan masyarakat luar mengenai kuliner di Pasar Papringan serta nilai yang terkandung di dalamnya. Maka dari itu penulis merancang konsep *e-book* sebagai berikut:

#### **a) *Situation Analysis:***

1. Pasar Papringan menyajikan 130 kuliner dengan latar belakang kisah yang beragam.
2. Nilai kuliner di Pasar Papringan > 3L (Lezat, Lokal, Lestari), *gluten free*, *MSG free*, tanpa bahan kimia baik untuk pewarna ataupun pengawet .
3. Bahan dasar yang digunakan sebagian besar berasal

dari kebun dan sawah para pelapak, bukan beli dari luar.

4. Setiap kuliner memiliki sejarah dan kisah unik yang dapat diceritakan dan menjadi inspirasi.
5. Para pelapak merupakan masyarakat asli Dusun Ngadiprono dan menjual kuliner yang berbeda-beda. Mereka menjadikan kegiatan ini sebagai pekerjaan sampingan. Pekerjaan asli mereka adalah petani, IRT, pengrajin, dll.

**b) Problem**

1. Pengunjung datang hanya fokus untuk mencicipi tanpa tahu kisah menarik di setiap kuliner.
2. Belum adanya arsip mengenai 130 kuliner di Pasar Papringan.

**c) Target Audience**

1. Demografis:
  - a. Usia: Mayoritas dewasa muda hingga paruh baya (20-50 tahun), dengan proporsi signifikan keluarga yang membawa anak-anak. Ini terlihat dari adanya hiburan dan permainan anak yang disediakan, serta kunjungan keluarga untuk pengalaman nostalgia. Pengunjung lanjut usia juga ada, terutama lokal yang mencari suasana tradisional yang dulu mereka makan saat masa kecil.
  - b. Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan
2. Geografis: Sebagian besar dari wilayah Jawa Tengah seperti Temanggung, Magelang, Semarang, dan Yogyakarta (sekitar 70-80% lokal regional). Sisanya wisatawan dari luar provinsi atau mancanegara, termasuk turis asing yang datang untuk pengalaman budaya unik.



### 3. Psikografis:

- a. Minat: Pecinta kuliner tradisional, budaya nostalgia, dan wisata alam. Ada juga minat pada fotografi dan konten media sosial, dengan pengunjung sering membagikan pengalamannya
- b. Gaya hidup: Aktif dalam wisata akhir pekan dan kegiatan keluarga

### 4. Perilaku:

- a. Datang pada pagi hari antara jam 7-9 dan biasanya sudah direncanakan untuk datang
- b. Menukar piring untuk beli kuliner tradisional, snack, atau kerajinan dengan menghabiskan 25- 100 piring

**d) Judul :** Sajian Rasa Papringan

**e) Ukuran *e-book* :** B5 17,5cm x 25cm

### **f) Tujuan**

#### 1. Mendokumentasikan Warisan Kuliner Lokal

- a. *e-book* ini dirancang untuk menyusun arsip lengkap mengenai 130 kuliner Pasar Papringan, mencakup:
  - b. Asal-usul dan makna di balik tiap makanan.
  - c. Resep dan bahan lokal yang digunakan.
  - d. Cerita para pelapak dan tradisi yang melatarinya.
- e-book* ini menjadi dokumentasi digital yang melestarikan identitas kuliner Papringan agar tidak hilang ditelan waktu.

#### 2. Menghadirkan Cerita di Balik Setiap Rasa

- a. Mengubah pengalaman kuliner dari sekadar mencicipi menjadi “*menyelami rasa*”.
- b. Menyampaikan kisah unik di balik setiap makanan dan pembuatnya.

c. Menonjolkan nilai-nilai *3L (Lezat, Lokal, Lestari)* yang menjadi ciri khas Pasar Papringan.

d. Menyentuh sisi emosional pembaca dengan narasi budaya, manusia, dan alam. Pembaca akan diajak untuk menyelami bahwa setiap rasa adalah cermin kehidupan masyarakat Dusun Ngadiprono.

### 3. Meningkatkan Apresiasi terhadap Kuliner Lokal

a. Menumbuhkan kesadaran bahwa Kuliner Lokal memiliki nilai tinggi bukan hanya dari rasa, tapi juga proses dan filosofi

b. Mengangkat nilai *gluten free, MSG free, dan no bahan kimia* sebagai simbol pangan sehat dan alami.

c. Mengedukasi publik bahwa makanan lokal bisa menjadi inspirasi gaya hidup berkelanjutan (*sustainable living*). *e-book* ini memperluas pandangan pembaca tentang makna makanan sebagai wujud cinta terhadap alam dan budaya.

### 4. Memberdayakan Masyarakat Lokal

a. Memberikan ruang bagi para pelapak untuk dikenal bukan hanya sebagai penjual, tapi juga penjaga warisan rasa.

b. Menampilkan profil pelapak, latar belakang, dan kisah perjuangan mereka.

c. Meningkatkan nilai jual kuliner melalui narasi yang kuat dan autentik.

d. *e-book* ini dapat digunakan sebagai alat promosi kultural sekaligus bentuk apresiasi terhadap kegigihan dan kerja sama masyarakat Dusun Ngadiprono.

## g) Konsep dan *layout*

### 1. *Color theme: earth tone*



2. *Font* dan ukuran:

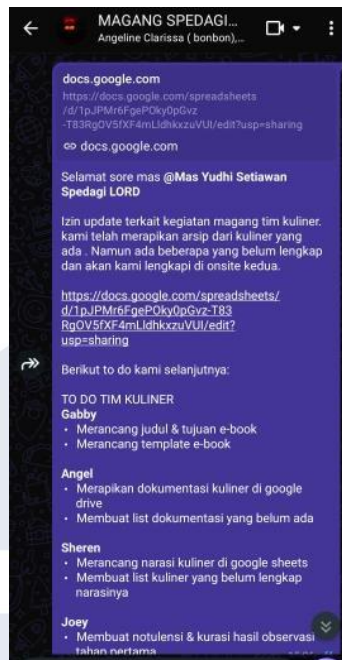
- a. Judul: Art Nuvo (70)
- b. Sub Judul: Art Nuvo (34)
- c. Narasi: Poppins (12)

3. *Layout*: Setiap halaman akan berisi 1-3 menu dengan rincian gambar, nama makanan, serta narasi. Ruang kosong akan diisi dengan visual pendukung yaitu foto pemandangan maupun suasana Pasar Papringan untuk membawa pengunjung merasakan suasana Pasar Papringan

- h) Format:** *e-book* akan dipublikasikan dalam bentuk PDF yang nantinya dikonversi ke bentuk *digital flipbook*.

### 3.2.2.3 Pembagian *Workflow* dan *timeline*

Dalam pembuatan *e-book* kuliner, tim magang *Public Relation* dibagi ke dalam empat divisi yaitu *content planner*, *researcher*, *copywriter*, hingga *visual communication*. Sebagai *content planner*, penulis bertanggung jawab atas kelancaran *workflow* dan kesesuaian *timeline* produksi. Selama proses kerja magang khususnya saat berada di Dusun Ngadiprono, penulis akan selalu berkomunikasi dengan anggota tim dan menanyakan *update* terkait *progres* yang telah mereka kerjakan. Selain itu, penulis juga aktif memberikan *reminder* apa yang harus dilakukan oleh tim kuliner. Dalam praktiknya, penulis lebih banyak untuk berkomunikasi langsung dengan anggota tim dan *supervisor*.



Gambar 3.2 Bukti Pesan untuk Daily Task  
Sumber: Olahan peneliti, 2025

#### 3.2.2.4 Pengumpulan Data dan Perancangan *e-book*

Proses mengumpulkan data lengkap mengenai 130 kuliner tidaklah mudah. Apalagi dengan waktu dan sumber daya yang terbatas. Maka dari itu tim kuliner melakukan pendataan jadwal masak para pelapak untuk meliputi proses pembuatan kuliner. Setelah itu, tim magang akan membagi tugas untuk meliputi sekaligus mewawancarai pelapak. Pada hari pasar, tim magang bertugas untuk mendokumentasikan seluruh kuliner yang dijual di Pasar Papringan mulai dari makanan berat, jajanan ndeso, minuman, hingga oleh-oleh.

	A	B	C
21	20:00	Bu Otim	Sego Gurih
22		Bu Sri	Iwel Iwel
23			Ketan
24		Mba Par	Soto Bening
25		Mba Dwi	Mendut
26			Lapis Jongkong
27		Mba Bella	Cincau
28		Bu Suminah	Klepon
29	21:00	Mba Lis	Lontong Mangut
30	22:00	Mba Pur	Gablok
31	23:00	Mak Otim	Jadah
32			Jenang Sirat
33		Bu Erna	Ronde
34		Bu Anik	Mawar Mokaf
35	0:00	Bu Yanti	Aneka Rebusan & Godokan
36		Bu Siti	Nasi Rames lauk 11
37	1:00	Adik bu Yanti	Nasi Jagung Putih

Gambar 3.3 Jadwal dokumentasi kuliner di pasar papringan  
Sumber: Olahan peneliti, 2025

Tak hanya itu, tim kuliner juga mengembangkan data *google sheets* yang diberikan oleh Wening Lastri selaku *Project Manager* Pasar Papringan. Data yang telah diberikan dikurasi lebih lanjut oleh tim kuliner. Mulai dari mendata apa saja makanan yang sudah tidak dijual dan apa yang baru dijual namun belum ada, mendata nama para pelapak, bahan makanan yang digunakan, hingga melakukan transkrip dari wawancara yang telah dilakukan. Transkrip tersebut nantinya akan diolah oleh *copywriter* menjadi narasi.

NO	KATEGORI KULINER	NAMA KULINER	ISI	HARGA	REMARKS	KETERANGAN	NAMA PELAKU	BAHAN MAKANAN	FOOTNOTE
10	JAJAN NDES	Apem ndeso leg	Jenang pandit	1 Rp	2.000	Di Papringan, jenang pandit sudah tidak ada, tapi sempat sempat terdapat yang masih ada di rumah-rumah penduduk yang masih ada.			
			Jenang bering	1 Rp	2.000	Jenang bering adalah dari tepung beras dan santan, lebih lembut dan lebih manis dari jenang pandit.			
			Jenang paku	2 Rp	4.000	Jenang paku adalah dari tepung beras dan santan, lebih lembut dan lebih manis dari jenang pandit.			
			Jenang pandit	2 Rp	4.000	Jenang pandit adalah dari tepung beras dan santan, lebih lembut dan lebih manis dari jenang pandit.			
11	JAJAN NDES	Apem ndeso leg	Jenang	1 Rp	2.000	Jenang adalah dari tepung beras dan santan, lebih lembut dan lebih manis dari jenang pandit.			
			Pekikan	1 Rp	2.000	Pekikan adalah dari tepung beras dan santan, lebih lembut dan lebih manis dari jenang pandit.			
12	JAJAN NDES	Apem ndeso leg	Cukur	1 Rp	2.000	Cukur adalah dari tepung beras dan santan, lebih lembut dan lebih manis dari jenang pandit.			

Gambar 3.4 Harga makanan di pasar  
Sumber: Olahan peneliti, 2025

Sebagai *content planner*, penulis juga bertanggung jawab atas setiap arsip yang akan digunakan dalam produksi *e-book*. Maka dari itu, penulis merapikan setiap arsip dalam *google drive*. Untuk mempermudah tim visual, penulis juga mencantumkan link *google drive* setiap foto pada *google sheets*. Saat seluruh data telah dikumpulkan, penulis berkolaborasi dengan divisi visual untuk merancang *template e-book*. Dimulai dengan mencari referensi yaitu buku *Dari Dapur Desa ke Piring* karya Vanessa Lina dan buku *Kelana dan Singgah* edisi Temanggung karya Ade Putri dan Reza Fauzi. Setelah mencari referensi, penulis memulai proses perancangan *template* di aplikasi canva. Selanjutnya, tim kuliner bekerja sama untuk melengkapi dan melakukan *layouting e-book*.



Gambar 3.5 Layout e-book 1  
Sumber: Olahan peneliti, 2025



Gambar 3.6 Layout e-book 2  
Sumber: Olahan peneliti, 2025

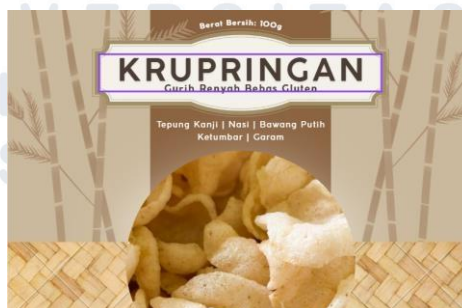
### 3.2.2.5 Strategi Distribusi

Sesuai dengan target audiens yang telah ditentukan, *e-book* ini dirancang untuk masyarakat luas di luar Temanggung, khususnya calon pengunjung Pasar Papringan. Maka *e-book* ini akan dipromosikan melalui media sosial resmi Pasar Papringan yaitu pada *bio* Instagram @pasarpapringan dan @behindthepapringan. Selain itu, setiap *homestay* yang berada di bawah naungan Spedagi Movement seperti Omah Tani, Omah Yudhi, dan Tambujatra akan menyediakan QR bagi para pengunjung *homestay*. QR tersebut nantinya akan langsung mengarahkan pengunjung kepada *file e-book*. Sehingga pengunjung dapat membaca dan memahami apa saja kuliner yang ada di Pasar Papringan. Untuk meningkatkan promosi, tim kuliner akan merancang sebuah unggahan yang berisi informasi tentang *e-book* kuliner yang nantinya akan diunggah pada akun @pasarpapringan dan @behindthepapringan.

## 3.3 Pekerjaan Tambahan

### A. Pemberian nama Krupringan dan desain logo

Pada hari kedatangan pertama ke Dusun Ngadiprono, tim kuliner diberikan tugas untuk memberikan nama salah satu olahan kerupuk dari masyarakat Ngadiprono. Sumiyati, seorang pelapak di Pasar Papringan memiliki ide untuk membuat kerupuk yang selaras dengan nilai Pasar Papringan yaitu *gluten free* dan *MSG free*.



Gambar 3.7 Logi krupringan  
Sumber: Olahan peneliti, 2025

Tepat 2 hari setelah kedatangan tim kuliner, kerupuk tersebut harus dijual. Namun olahan tersebut belum memiliki nama serta logo. Maka dari itu, dalam satu hari penuh tim kuliner melakukan riset mulai dari proses pembuatan kerupuk, menentukan nama, hingga merancang logo. Akhirnya kerupuk tersebut dinamai Krupringan dengan arti Krupuk Papringan.



Gambar 3.8 Distribusi logo baru dari krupuk papringan  
Sumber: Olahan peneliti, 2025

### 3.4 Kendala

Selama masa kerja magang, terdapat beberapa kesulitan yang dialami penulis, yaitu:

1. Keterbatasan sumber daya untuk meliput 130 kuliner

Tim kuliner kewalahan untuk meliput 130 kuliner dari 80 pelapak dengan kebutuhan data yang sangat detail. Ditambah dengan tim kuliner yang baru datang dan belum melakukan adaptasi namun harus langsung berkeliling rumah pelapak selama tiga hari berturut-turut di kedatangan pertama.

2. Keterbatasan waktu karena mengacu pada hari pasar

Tim kuliner harus meliput 130 kuliner hanya dengan 2 kali gelaran pasar yaitu 1x pada kedatangan pertama dan 1x pada kedatangan kedua. Pada kedatangan pertama, belum ada konsep dan tujuan yang jelas. Sedangkan pada kedatangan kedua, sebagian besar tim dari Universitas Multimedia Nusantara memiliki *project* dan kami berempat turut andil dalam kegiatan tersebut. Maka dari itu tim kuliner tidak mendapatkan waktu yang efektif dan efisien dalam proses mengumpulkan dokumentasi.



### 3.5 Solusi atas Kendala

Meski mengalami kesulitan atas beberapa kendala yang dialami. Seiring berjalannya waktu, penulis menemukan cara untuk mengatasi kendala tersebut, yaitu:

1. Tim kuliner mendapat bantuan dari Wening Lastri, *Project Manager* Pasar Papringan yaitu sebuah *google sheets* yang berisi data nama makanan yang ada di Pasar Papringan. Data tersebut memudahkan tim kuliner untuk mengkurasi serta melengkapi data sesuai dengan kebutuhan. Tim kuliner juga senantiasa berbagi tugas agar 130 kuliner dapat diliput dengan lengkap.
2. Tim kuliner mendapatkan bantuan dari teman-teman Revitalisasi Desa *batch 2* dan juga Wening Lastri, *Project Manager* Pasar Papringan. Kami mengumpulkan seluruh foto kuliner pada satu *google drive*, lalu tim kuliner akan melakukan pendataan apa saja foto yang kurang dan kami bagi kembali pada gelaran pasar yang kedua.

