

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desa merupakan suatu wilayah yang menjadi tempat tinggal bersama bagi sekelompok masyarakat dalam lingkungan yang relatif kecil. Masyarakat desa pada umumnya menjalani kehidupan sehari-harinya dalam ikatan sosial yang erat dan berkesinambungan satu sama lain. Dari segi hukum, desa diartikan sebagai kelompok masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah dan memiliki wewenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat yang didasarkan pada prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan atau hak tradisional yang telah diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahannya (UU No. 6 Tahun 2014 tentang Desa).

Untuk mengenal desa lebih dekat, sosiolog Paul H. Landis sebenarnya menawarkan cara pandang yang cukup sederhana lewat tiga sisi. Pertama, secara statistik, desa dicirikan sebagai wilayah yang bersahaja dengan jumlah penduduk kurang dari 2.500 jiwa. Kedua, dari sisi sosial-psikologis, keterbatasan jumlah penduduk tersebut justru menjadi berkah, menciptakan lingkungan dengan hubungan antarwarga yang sangat erat, akrab, dan berjalan alami secara informal karena semua orang saling mengenal. Ketiga, dari sudut pandang ekonomi, desa adalah tanah harapan di mana sebagian besar masyarakatnya menggantungkan hidup dan mata pencaharian pada sektor pertanian. Karakteristik ini diperkuat oleh pandangan Jamaludin yang menyebut desa sebagai tempat tinggal menetap bagi komunitas kecil yang memiliki ikatan emosional dan spiritual yang teramat kuat terhadap tanah tempat mereka bermukim.

Kedekatan sosial yang menjadi denyut nadi kehidupan desa ini sebenarnya tidak tumbuh begitu saja, melainkan sering kali berakar dari jalinan silsilah keluarga yang sama. Maka jangan heran jika berkunjung ke sebuah desa, kita akan menemukan sebuah komunitas besar yang sebenarnya adalah satu keluarga besar

yang saling berkerabat. Hubungan darah dan sejarah bersama inilah yang membentuk cara hidup sosial yang sangat unik, di mana nilai-nilai kebersamaan, gotong royong, dan rasa saling menjaga diletakkan di atas kepentingan individu. Pada akhirnya, desa menjelma menjadi sebuah kesatuan wilayah hukum yang mandiri sekaligus rumah bagi sebuah keluarga besar yang dipersatukan oleh nilai kebersamaan dan ikatan batin yang mendalam pada tanah kelahiran.

Keindahan nilai kebersamaan dan keterikatan emosional ini rupanya tidak berhenti pada hubungan antarmanusia saja, melainkan ikut mengalir dan mewujudkan dalam berbagai potensi serta produk lokal yang mereka hasilkan. Dari tangan-tangan terampil masyarakat desa, lahirlah beragam produk unggulan yang melimpah, mulai dari hasil pertanian yang segar, hewan ternak yang sehat, kerajinan tangan penuh estetika, hingga produk olahan kuliner yang memanjakan lidah. Setiap produk yang tercipta bukan sekadar komoditas untuk menggerakkan roda perekonomian lokal agar dapur tetap mengepul. Lebih dari itu, setiap jengkal karya tersebut adalah buah dari kearifan lokal, sebuah representasi jujur dari identitas budaya dan nilai luhur yang dijaga erat oleh masyarakat desa dari generasi ke generasi.

Menurut Syahputra dan Taqiyah (2025), potensi yang ada di desa, termasuk produk-produk lokal yang dihasilkan warga, merupakan aset penting bagi pemberdayaan masyarakat dan bisa dimaksimalkan lewat pengembangan wisata berbasis komunitas. Oleh sebab itu, potensi ini perlu dikelola secara terus-menerus agar bisa memberikan dampak dalam aspek ekonomi tanpa harus mengorbankan nilai budaya yang ada di dalamnya. Produk lokal seperti kuliner atau kerajinan tangan tradisional tidak hanya mempunyai nilai jual dan keindahan, tetapi juga merupakan warisan budaya sebagai identitas masyarakat desa. Apabila dikelola dengan benar, pengembangan produk lokal tidak hanya bernilai dari segi ekonomi, tetapi juga dapat meningkatkan kemampuan, kreativitas, dan kesejahteraan warga sebagai pelaku utama pembangunan desa.

Di antara semua warisan itu, ada satu yang paling familiar di kalangan kita sehari-hari, yaitu makanan tradisional. Kuliner desa sangat maju dan berkembang paling cepat, hingga menyapa lidah orang-orang yang ada di kota besar. Dewantara,

Nurbaeti, dan Gunawijaya (2023) pernah menuturkan bahwa makanan sesungguhnya adalah bagian tak terpisahkan dari budaya, karena di balik setiap suapan hidangan tradisional tersimpan kisah sejarah dan jejak keaslian budaya dari desa itu sendiri, dan hal itu terlihat dalam praktik gastronomi ritual yang mereka teliti.

Menurunkan makanan khas dari generasi ke generasi tidak hanya berfungsi sebagai aset mata pencaharian, tetapi juga membantu menanamkan akar dan identitas dalam komunitas. Makanan tradisional merupakan wujud budaya yang berciri kedaerahan, spesifik, dan beraneka ragam macamnya, serta mencerminkan potensi alam dari daerah masing-masing yang telah diwariskan turun-temurun (Eliza dkk., 2024). Berdasarkan TasteAtlas Awards 2024/2025, makanan khas Indonesia yang lezat telah diakui dan dipuja di dunia. Rendang, kekhasan kuliner masyarakat Minangkabau, tetap masuk jajaran 100 hidangan terbaik dunia berkat perpaduan rasa gurih, pedas, dan lezatnya, sementara rawon dari Jawa Timur melesat pesat ke posisi delapan besar. Tak kalah menarik adalah gudeg, kekhasan Yogyakarta, dengan rasa manis dan gurih yang membuat setiap suapan begitu lezat dan kaya rasa.

Kekayaan kuliner ini menjadi peluang besar yang dapat dimanfaatkan warga desa, terlebih melalui pengembangan pariwisata berbasis kuliner sebagai strategi untuk memperkenalkan budaya lokal secara lebih luas. Desa memiliki kesempatan besar untuk mengembangkan kuliner sebagai bagian dari pariwisata, terutama desa wisata yang berfokus pada kuliner. Syahputra dan Taqiyah (2025) menegaskan bahwa potensi desa melalui pariwisata pedesaan dapat menjadi kunci keberhasilan pemberdayaan masyarakat sekaligus pelestarian budaya. Kuliner di sini bukan hanya sekadar makanan yang dikonsumsi, tetapi juga cara untuk merasakan budaya secara langsung. Carvalho, Kastenholz, Carneiro, dan Souza (2023) menjelaskan bahwa makanan lokal memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang autentik, di mana wisatawan tidak hanya menikmati makanan khas daerah, tetapi juga dapat melihat langsung proses pembuatannya, mengenal bahan-bahan lokal yang digunakan, dan memahami nilai-nilai tradisi yang terkait dengan makanan tersebut.

Mengembangkan desa wisata kuliner tidak hanya mendatangkan banyak wisatawan, namun juga sebagai cara kita untuk merawat dan melestarikan budaya, tak hanya itu namun juga bisa memandirikan warga desa setempat. Melalui konsep ini, masyarakat desa bisa memegang peran utama, mulai dari mengelola makanan, mulai dari bahan baku, proses memasak, pengelolaan pasar, menjaga dan merawat pasar, hingga menyambut para pengunjung. Semuanya dilakukan oleh warganya sendiri. Keterlibatan langsung ini tidak hanya membuka lapangan kerja dan sumber penghasilan yang baru, namun juga menyadarkan warga akan pentingnya menjaga keaslian serta kualitas kuliner tradisional mereka. Pada akhirnya, desa wisata kuliner dapat menjadi ruang yang sempurna untuk menyatukan pelestarian budaya, penguatan jati diri daerah, dan juga peningkatan ekonomi warga.

Penerapan dari konsep ini bisa kita lihat langsung di Pasar Papringan, yang berada di Dusun Ngadiprono. Ini menjadi contoh yang sangat baik untuk pengembangan potensi desa dari segi ekonomi dan juga warganya sendiri. Mereka melakukan semua bersama, dari warga, untuk warga Dusun Ngadiprono. Mereka lah yang menjadi motor penggerak ekonomi yang menyejahterakan warga desa.

Pasar Papringan ini digagas oleh Singgih Susilo Kartono. Pasar ini dibuka setiap hari Minggu Wage dan Minggu Pon, dan berlangsung di bawah naungan bambu yang rimbun. Suasana yang tenang dan asri membuat banyak wisatawan tertarik untuk datang, tidak hanya untuk menikmati berbagai kuliner, tetapi juga untuk merasakan suasana unik dengan iringan musik gamelan dan keindahan rumpun bambu di Dusun Ngadiprono.

Pasar Papringan dikelola oleh *Spedagi Movement*, yang fokus pada pengembangan desa melalui pendekatan budaya, keberlanjutan, dan pemberdayaan masyarakat lokal. Dengan cara ini, Pasar Papringan tidak hanya menawarkan pengalaman wisata kuliner, tetapi juga memprioritaskan kesehatan, keberlanjutan, dan kualitas produk yang dikonsumsi oleh pengunjung.

Pasar Papringan memiliki keunggulan utama, yaitu proses kurasi makanan yang sangat ketat. Semua produk kuliner yang dijual di sana telah melewati seleksi

dengan standar tertentu. Misalnya, penggunaan bahan alami dan tidak ada tambahan *monosodium glutamate* atau biasa kita kenal dengan MSG. Konsep makanan sehat juga diterapkan, termasuk beberapa olahan yang bebas gluten, bebas bahan pengawet, tanpa pemanis dan juga pewarna buatan, serta menggunakan ayam dan telur kampung. Sayangnya, keunggulan ini belum banyak diketahui oleh masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang tepat untuk memperkenalkan keunggulan ini kepada lebih banyak orang.

Dalam hal ini, komunikasi strategis sangat penting untuk membantu memperkenalkan keunggulan Pasar Papringan kepada masyarakat luas. Pemegang secara langsung terlibat dalam divisi kuliner dengan tugas pembuatan banner “Rahasia Dapur Pasar Papringan” sebagai papan informasi keunggulan dari Pasar Papringan dan juga *booklet* berjudul “di Balik Lincak Pasar Papringan”. *Booklet* ini memuat dokumentasi mendalam mengenai dinamika Pasar Papringan yang tersusun dalam dua pembahasan utama. Bagian pertama mengulas tentang profil, filosofi, sejarah perjalanan, serta transformasi fisik lokasi dari yang semula berupa kebun bambu hingga berkembang menjadi sebuah ruang sosial bersama bagi masyarakat. Selanjutnya, bagian kedua menyoroti aspek pengelolaan kuliner tradisional dan komitmen pemberdayaan masyarakat di dalamnya, mulai dari proses penggalan resep leluhur, sistem kurasi dan pengujian menu (*test food*), standarisasi nama kuliner asli, hingga penerapan prinsip keadilan ekonomi antar-pelapak yang menjadi rahasia keberlanjutan dapur Pasar Papringan. *Booklet* ini sebagai salah satu media promosi yang membantu Pasar Papringan untuk memperkenalkan “Rahasia Dapur Pasar Papringan” yang dituangkan ke dalam *booklet*.

Pekerjaan yang dihasilkan bertujuan untuk mengkomunikasikan posisi Pasar Papringan sebagai pasar yang sehat dan juga alami. Dengan magang ini, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keunggulan Pasar Papringan, tidak hanya pengalaman untuk memakan makanan tradisional di bawah rumpun bambu, namun juga komitmen Pasar Papringan terhadap makanan sehat dan proses kurasi yang dilakukan secara menyeluruh.

Dengan demikian, upaya yang dilakukan tidak hanya membantu promosi, tetapi juga membantu membangun citra Pasar Papringan sebagai desa wisata kuliner yang menarik dan memiliki nilai keberlanjutan dan kualitas yang kuat dan juga sehat.

1.1 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Program magang merupakan salah satu bagian dari kurikulum Universitas Multimedia Nusantara yang bertujuan untuk memberikan pengalaman kerja nyata kepada mahasiswa agar mereka menjadi lebih siap untuk memasuki dunia profesional setelah menamatkan pendidikan. Selain itu, kegiatan magang juga menjadi salah satu syarat kelulusan dalam program MBKM Revitalisasi Desa. Melalui kegiatan ini, mahasiswa memiliki kesempatan untuk mengembangkan kemampuan profesional sekaligus mengaplikasikan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan. Kegiatan magang juga menjadi sarana pembelajaran bagi penulis untuk memahami dinamika dunia kerja, beradaptasi dengan lingkungan profesional, serta mengasah kompetensi guna mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja di masa mendatang.

Sebagaimana telah diuraikan dalam latar belakang di atas, Pasar Papringan merupakan salah satu nyata desa wisata kuliner yang memperjuangkan nilai keberlanjutan, pemberdayaan masyarakat, dan pelestarian budaya kuliner tradisional. Namun sangat disayangkan, keunggulan tersebut masih belum dikenal luas oleh masyarakat, sehingga diperlukannya upaya komunikasi strategis yang terencana. Oleh karena itu, kegiatan magang divisi kuliner berkontribusi secara langsung dengan menyusun media komunikasi yang informatif dan bernilai promosi.

Adapun maksud dan tujuan pelaksanaan magang yang ingin dicapai oleh penulis dari program ini adalah sebagai berikut:

1. Memahami secara mendalam peran komunikasi strategis dalam pengelolaan konten kuliner, terkhusus dalam penyusunan banner “Rahasia Dapur Pasar

Papringan” dan juga *booklet* “di Balik Lincak Pasar Papringan” sebagai media komunikasi Pasar Papringan.

2. Mengembangkan pengalaman langsung dalam mengelola dan mengemas informasi kuliner lokal, termasuk nilai budaya, proses kurasi, pemberdayaan pelapak yang berasal dari Dusun Ngadiprono sendiri, menjadi konten yang informatif, menarik, dan memiliki nilai *storytelling*.
3. Mengasah kemampuan *soft skill* seperti berpikir kritis, ketelitian dalam penulisan, komunikasi efektif, kerja sama tim, serta kemampuan beradaptasi dalam lingkungan kerja berbasis komunitas desa.
4. Meningkatkan *hard skill* di bidang riset konten, *fast-checking*, penulisan narasi (*copywriting*), serta pengemasan informasi dalam format visual dan naratif.
5. Mengimplementasikan konsep dan teori komunikasi strategis yang telah dipelajari selama perkuliahan, khususnya dalam bidang *Marketing Communication* dan *Media Planning*, guna mendukung penguatan citra Pasar Papringan sebagai destinasi wisata kuliner yang sehat, alami, dan juga berkelanjutan.

1.2 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.2.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan magang di Spedagi Movement berlangsung selama 3 bulan, terhitung mulai dari tanggal 06 April 2026 sampai dengan 05 Juni 2026, sesuai dengan ketentuan program *Social Impact Initiative*, yang juga sudah disepakati bersama dengan *Spedagi Movement*. Dalam periode magang tersebut, akumulasi total jam kerja mencapai 662 jam dari 640 jam, sebagai salah satu pemenuhan persyaratan akademik Universitas Multimedia Nusantara.

Kegiatan magang dilaksanakan selama enam hari kerja, dari Senin sampai Sabtu, dengan sistem kerja *hybrid* yang menggabungkan *Work From Office* (WFO) dan juga *Work From Home* (WFH). Pelaksanaan WFO berlangsung selama penulis berada di Dusun Ngadiprono dan terbagi menjadi 2 periode, yaitu 06 hingga 15

April 2026 dan yang kedua pada tanggal 18 Mei hingga 06 Juni 2026. Sementara itu, kegiatan WFH dilaksanakan selama penulis berada di lingkungan Universitas Multimedia Nusantara serta wilayah Jakarta Barat.

Adapun jam operasional kerja yang berlangsung dari pk 08.00 hingga 23.00 WIB. Dalam pelaksanaannya, terdapat 1 kali istirahat setiap harinya dan berlangsung selama 1 jam dari pukul 12.00 hingga 13.00 WIB.

1.2.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via zoom meeting selama minimal 8x pertemuan.
- 2) Penulis melakukan pengisian Kartu Rencana Studi (KRS) untuk mengikuti program Social Impact Initiative melalui laman myumn.ac.id dengan memenuhi persyaratan minimal 100 SKS tanpa nilai D dan E.
- 3) Selanjutnya, pada bulan Maret, penulis melakukan proses registrasi program Social Impact Initiative Nuranindyabsite prostep.umn.ac.id. Setelah mendapatkan persetujuan dari pihak kampus melalui e-mail student, penulis menerima cover letter Social Impact Initiative (MBKM-01).
- 4) Selama pelaksanaan magang, penulis juga mengurus beberapa dokumen pendukung, yaitu MBKM-02 (Kartu Kerja Magang), MBKM-03 (Daily Task), dan MBKM-04 (Lembar Verifikasi Laporan Magang). Selain itu, penulis menyusun laporan akhir magang dengan bimbingan dosen pembimbing, yaitu Charlie Tjokrodinata S.Kom, M.Sc.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Pada tanggal 3 April 2026, Yayasan *Spedagi Movement* mengirimkan surat penerimaan magang sebagai bentuk persetujuan atas pelaksanaan kontrak magang.
- 2) Selanjutnya, penulis mengunggah *Letter of Acceptance* (LoA) dari Yayasan *Spedagi Movement*, serta melengkapi data pribadi, informasi tempat

pelaksanaan kerja magang, dan data supervisor sebagai bagian dari proses registrasi melalui laman prostep.umn.ac.id.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Penulis melaksanakan praktik kerja magang dengan posisi *content writer* pada divisi Kuliner di Yayasan *Spedagi Movement*, sesuai dengan periode yang tercantum dalam MBKM-02, yaitu mulai 6 April 2026 hingga 5 Juni 2026.
- 2) Selama melaksanakan kerja magang, penulis berada di bawah bimbingan seorang supervisor, yaitu Yudhi Setiawan.
- 3) Selama pelaksanaan praktik kerja magang, penulis melengkapi dan melakukan penandatanganan dokumen MBKM-02 hingga MBKM-04 sesuai dengan tahapan yang telah ditentukan. Setelah masa magang berakhir, penulis juga mengajukan lembar penilaian praktik kerja magang kepada supervisor sebagai bagian dari proses evaluasi.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Penulis menyusun laporan praktik kerja magang di bawah bimbingan Bapak Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc. selaku dosen pembimbing. Selama proses penyusunan, penulis melakukan bimbingan secara berkala, pada hari Kamis pk 13.00 WIB untuk memperoleh arahan dan masukan agar laporan dapat disusun dengan baik.
- 2) Setelah penulis selesai menyusun dan merevisi laporan praktik kerja magang sesuai dengan arahan dosen pembimbing, laporan kemudian diserahkan untuk memperoleh persetujuan dari Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai salah satu syarat penyelesaian praktik kerja magang.