

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desa merupakan wilayah administratif terkecil yang memiliki karakteristik sosial, budaya, ekonomi, serta sumber daya yang berbeda pada setiap daerah. Sebagai kesatuan masyarakat hukum, desa tidak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal masyarakat, tetapi juga menjadi ruang berlangsungnya berbagai aktivitas ekonomi, pelestarian budaya, serta pembangunan berbasis masyarakat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2026, jumlah desa dan kelurahan di Indonesia mencapai sekitar 84.291 wilayah, yang menunjukkan besarnya potensi desa dalam pembangunan nasional (Statistik, 2026). Selain itu, desa memiliki potensi besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.



Gambar 1 1.1 Peta Persebaran Desa Indonesia

Sumber: DataIndonesia.id

Meskipun demikian, pembangunan antara wilayah pedesaan dan perkotaan hingga kini masih menunjukkan adanya kesenjangan. Kondisi tersebut menyebabkan daya tarik desa sebagai tempat bekerja maupun

mengembangkan potensi lokal semakin berkurang. Akibatnya, sebagian masyarakat, khususnya penduduk usia produktif, memilih berpindah ke wilayah perkotaan untuk memperoleh kesempatan pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan yang dianggap lebih menjanjikan. Fenomena perpindahan penduduk tersebut dikenal sebagai urbanisasi. Urbanisasi menjadi salah satu tantangan dalam mewujudkan pembangunan desa yang berkelanjutan.

Fenomena urbanisasi menyebabkan berkurangnya tenaga produktif di desa sehingga memengaruhi keberlanjutan pembangunan, pengembangan ekonomi lokal, serta partisipasi masyarakat dalam mengelola potensi desa (Zuhro, 2022). Perpindahan tenaga kerja produktif menuju kota menyebabkan desa kehilangan sumber daya manusia yang berperan dalam mengembangkan potensi daerahnya. Dampak tersebut berpengaruh terhadap keberlanjutan aktivitas ekonomi, pelestarian budaya, hingga pengelolaan potensi wisata yang dimiliki masyarakat. Selain itu, urbanisasi juga mengurangi keterlibatan generasi muda dalam berbagai kegiatan pembangunan desa. Oleh sebab itu, pembangunan desa tidak hanya memerlukan dukungan dari sisi infrastruktur, tetapi juga membutuhkan upaya untuk mempertahankan keterlibatan masyarakat dalam mengelola potensi yang dimiliki

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pembangunan desa memerlukan pendekatan yang tidak hanya berorientasi pada pembangunan fisik, tetapi juga pada pembangunan sosial melalui peningkatan partisipasi masyarakat. Dalam konteks tersebut, komunikasi memiliki fungsi strategis sebagai sarana membangun dialog, kolaborasi, dan kesepahaman di antara para pemangku kepentingan. Komunikasi memungkinkan masyarakat berpartisipasi dalam mengidentifikasi permasalahan, merumuskan solusi, hingga terlibat dalam pelaksanaan program pembangunan. Dengan demikian, masyarakat tidak lagi diposisikan sebagai penerima manfaat semata. Masyarakat menjadi subjek yang memiliki peran dalam menentukan arah pembangunan wilayahnya sendiri (Servaes, 2008).

Konsep *participatory communication* berkembang sebagai respons terhadap pendekatan komunikasi pembangunan yang sebelumnya lebih bersifat *top-down*. Dijelaskan bahwa proses pembangunan akan lebih efektif apabila masyarakat memperoleh kesempatan untuk berpartisipasi secara aktif dalam setiap tahapan program (Servaes, 2008). Tahapan tersebut meliputi identifikasi kebutuhan, penyusunan kebijakan, pelaksanaan kegiatan, hingga evaluasi hasil. Dalam pendekatan ini, komunikasi dipahami sebagai proses dialog yang memungkinkan terjadinya pertukaran pengetahuan, pengalaman, serta pembelajaran antara organisasi dengan masyarakat. Oleh karena itu, komunikasi partisipatif menjadi salah satu pendekatan yang relevan dalam pembangunan masyarakat karena menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama perubahan sosial.

Selain komunikasi partisipatif, pendekatan *community engagement* juga memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan berbasis masyarakat. Menurut Minkler dan Wallerstein, *community engagement* merupakan proses membangun kemitraan yang setara antara organisasi dengan masyarakat melalui keterlibatan aktif, dialog yang berkelanjutan, serta kolaborasi dalam mencapai tujuan bersama. Keberhasilan suatu program tidak hanya diukur berdasarkan hasil akhirnya (Minkler & Wallerstein, 2008). Keberhasilan juga ditentukan oleh tingkat keterlibatan masyarakat selama proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan. Pendekatan ini memungkinkan masyarakat berkontribusi secara langsung terhadap penyelesaian permasalahan yang dihadapi sekaligus memperkuat rasa memiliki terhadap program yang dijalankan.

Salah satu bentuk penerapan *community engagement* dalam bidang komunikasi adalah melalui penyelenggaraan *event* berbasis masyarakat. Sebuah event tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan seremonial, tetapi juga menjadi media komunikasi yang mempertemukan berbagai pihak dalam suatu pengalaman bersama. Melalui kegiatan tersebut, penyelenggara dapat membangun interaksi, menyampaikan pesan, serta memperkuat hubungan

antara organisasi dengan masyarakat. Agar tujuan tersebut dapat tercapai secara optimal, penyelenggaraan *event* memerlukan proses pengelolaan yang sistematis. Proses tersebut dimulai dari pembentukan konsep, penyusunan perencanaan, pelaksanaan kegiatan, hingga evaluasi. Menurut Shone dan Parry (2010), keseluruhan proses tersebut merupakan bagian dari event management yang terdiri atas empat tahapan utama, yaitu *concept*, *planning*, *implementation*, dan *evaluation*.

Penerapan tahapan tersebut membantu penyelenggara mengelola setiap aspek kegiatan secara terstruktur sehingga tujuan yang telah dirumuskan dapat tercapai secara efektif (Shone & Parry, 2010). Dalam konteks pembangunan desa, penyelenggaraan event berbasis masyarakat memiliki fungsi yang lebih luas dibandingkan sekadar kegiatan promosi wisata. *Event* menjadi media komunikasi yang memungkinkan masyarakat memperkenalkan identitas, sejarah, budaya, maupun potensi lokal kepada khalayak secara langsung. Interaksi yang terbangun selama kegiatan juga mampu menciptakan pengalaman yang lebih bermakna bagi peserta. Oleh karena itu, event berbasis community engagement dapat menjadi salah satu strategi komunikasi yang mendukung pemberdayaan masyarakat dan pembangunan desa secara berkelanjutan.

Salah satu organisasi yang menerapkan pendekatan tersebut adalah Spedagi *Movement*, organisasi sosial yang bergerak dalam bidang revitalisasi desa melalui pengembangan potensi lokal, pelestarian budaya, dan pemberdayaan masyarakat. Berbagai program yang dijalankan Spedagi *Movement* berangkat dari keyakinan bahwa desa memiliki sumber daya yang mampu menciptakan kesejahteraan apabila dikelola secara kolaboratif bersama masyarakat. Oleh sebab itu, setiap program tidak hanya diarahkan untuk meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat. Program-program tersebut juga bertujuan memperkuat identitas lokal melalui keterlibatan aktif warga dalam keseluruhan proses kegiatan. Pendekatan tersebut selaras dengan konsep *community engagement* yang menekankan pentingnya

kemitraan antara organisasi dan masyarakat dalam mewujudkan perubahan sosial (Minkler & Wallerstein, 2008).

Salah satu program unggulan Spedagi *Movement* adalah Pasar Papringan yang berlokasi di Dusun Ngadiprono, Kabupaten Temanggung. Pasar tersebut memanfaatkan kawasan hutan bambu sebagai ruang aktivitas ekonomi masyarakat sekaligus media pelestarian budaya lokal. Kehadiran Pasar Papringan tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga berhasil memperkenalkan potensi desa kepada masyarakat luas melalui konsep wisata berbasis lingkungan. Interaksi yang terjalin antara pengunjung dengan masyarakat menunjukkan bahwa komunikasi dapat menghadirkan pengalaman wisata yang tidak hanya bersifat rekreatif, tetapi juga edukatif. Melalui pengalaman tersebut, wisatawan memperoleh kesempatan untuk mengenal kehidupan masyarakat dan nilai-nilai lokal secara lebih autentik.

Di samping Pasar Papringan, Dusun Ngadiprono memiliki berbagai potensi wisata yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan, seperti kawasan persawahan, sungai, jalan terasah, hutan bambu, serta kehidupan sosial dan budaya masyarakat. Potensi-potensi tersebut tidak hanya menawarkan keindahan alam, tetapi juga menyimpan nilai sejarah, edukasi, budaya, serta kearifan lokal yang menjadi identitas khas Dusun Ngadiprono. Apabila dikelola secara optimal, berbagai potensi tersebut mampu memperkaya pengalaman wisata sekaligus menciptakan nilai ekonomi bagi masyarakat. Namun demikian, sebagian besar potensi tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal karena wisatawan masih cenderung berfokus pada aktivitas di Pasar Papringan. Akibatnya, pengalaman wisata yang diperoleh pengunjung belum menggambarkan kekayaan alam, budaya, maupun kehidupan masyarakat Dusun Ngadiprono secara menyeluruh.

Namun, pelaksanaan Jelajah Tambujatra sempat terhenti sejak pandemi COVID-19 sehingga program tersebut tidak lagi berjalan secara aktif. Kondisi tersebut menyebabkan berbagai aset program, seperti jalur *trekking*,

materi *storytelling*, maupun pengalaman *tour interpreter* yang telah dimiliki sebelumnya tidak lagi dimanfaatkan secara optimal. Di sisi lain, sebagian besar wisatawan yang datang ke Dusun Ngadiprono masih berfokus pada aktivitas di Pasar Papringan sehingga durasi kunjungan mereka relatif singkat. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk menghidupkan kembali Jelajah Tambujatra sebagai salah satu strategi memperpanjang pengalaman wisata. Program ini juga diharapkan dapat memperkenalkan potensi desa secara lebih menyeluruh kepada pengunjung.

Reaktivasi Jelajah Tambujatra juga dilandasi oleh upaya meningkatkan keterlibatan masyarakat, khususnya generasi muda, dalam pengembangan potensi desa. Melalui pelibatan warga sebagai *tour interpreter*, masyarakat tidak hanya memperoleh kesempatan untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi. Mereka juga berperan sebagai penyampai informasi mengenai sejarah, budaya, dan kehidupan Dusun Ngadiprono kepada wisatawan. Proses tersebut mencerminkan penerapan *participatory communication* karena seluruh pihak terlibat dalam dialog, pertukaran pengetahuan, serta pengambilan keputusan selama proses pengembangan program (Servaes, 2008). Dengan demikian, masyarakat menjadi pelaku utama dalam mengembangkan potensi wisata yang dimiliki desa.

Pelaksanaan praktik kerja magang di Spedagi *Movement* memberikan kesempatan kepada penulis untuk terlibat secara langsung dalam proses reaktivasi Jelajah Tambujatra sebagai Koordinator Acara pada Divisi *Community Engagement*. Tanggung jawab yang diberikan meliputi observasi lapangan, identifikasi potensi desa, penyusunan konsep kegiatan, pengembangan *storytelling*, koordinasi dengan masyarakat dan *tour interpreter*, pelaksanaan simulasi, hingga evaluasi program. Selain itu, penulis juga menyusun berbagai luaran berupa SOP, tour guide script, paket wisata, dokumentasi, dan aset publikasi sebagai pendukung keberlanjutan program. Seluruh proses tersebut dilakukan melalui koordinasi bersama supervisor, anggota tim, serta masyarakat Dusun Ngadiprono.

Pengalaman ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan konsep komunikasi yang dipelajari selama perkuliahan dalam situasi kerja yang nyata. Dengan demikian, praktik kerja magang menjadi sarana pembelajaran profesional sekaligus ruang penerapan teori.

Konsep *community engagement* diterapkan dalam membangun hubungan kolaboratif antara organisasi dengan masyarakat, sedangkan *participatory communication* menjadi dasar dalam proses diskusi, musyawarah, dan pengambilan keputusan bersama. Di sisi lain, konsep *event management* menurut Shone dan Parry (2010) digunakan sebagai pedoman dalam menyusun konsep, melakukan perencanaan, melaksanakan kegiatan, hingga mengevaluasi reaktivasi Jelajah Tambujatra (Shone & Parry, 2010). Integrasi ketiga konsep tersebut menunjukkan bahwa komunikasi memiliki peran penting dalam mendukung revitalisasi desa melalui pengembangan wisata berbasis masyarakat. Reaktivasi Jelajah Tambujatra tidak hanya menghasilkan sebuah produk wisata, tetapi juga menjadi media komunikasi yang mempertemukan masyarakat lokal dengan pengunjung melalui pengalaman, cerita, dan interaksi selama kegiatan berlangsung. Oleh karena itu, laporan praktik kerja magang ini disusun untuk menguraikan proses perancangan, pelaksanaan, serta evaluasi program reaktivasi Jelajah Tambujatra sebagai implementasi *community engagement*, *participatory communication*, dan *event management* dalam pengembangan wisata berbasis masyarakat di Dusun Ngadiprono.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja

Maksud dan tujuan praktik kerja magang sebagai *Community Engagement* di Spedagi *Movement* adalah mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh selama perkuliahan di Program Studi *Strategic Communication* Universitas Multimedia Nusantara ke dalam dunia kerja profesional. Melalui praktik kerja magang ini, penulis menerapkan konsep-konsep komunikasi, khususnya *Event Management*, *Community Engagement*, dan

Participatory Communication, dalam proses reaktivasi program Jelajah Tambujatra di Dusun Ngadiprono. Selain itu, praktik kerja magang ini juga bertujuan untuk mengembangkan kompetensi profesional melalui pengalaman kerja nyata dalam perencanaan, koordinasi, pelaksanaan, dan evaluasi program berbasis masyarakat. Dengan tujuan utama:

1. Mengimplementasikan konsep *Event Management* yang telah dipelajari selama mengikuti mata kuliah event management dalam proses perencanaan, koordinasi, pelaksanaan, dan evaluasi reaktivasi program Jelajah Tambujatra sebagai Koordinator Acara.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Kegiatan magang sebagai *Community Engagement* dilaksanakan dalam rentang waktu tiga bulan, terhitung mulai tanggal 6 April 2026 hingga 6 Juni 2026. Selama periode tersebut, penulis wajib memenuhi total durasi kerja minimal sebanyak 640 jam. Pemenuhan jumlah jam kerja ini dilakukan sebagai syarat utama kelulusan mata kuliah magang yang telah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara.

Sistem kerja yang diterapkan selama proses magang bersifat campuran (hybrid), yaitu gabungan antara Work From Office (WFO) dan Work From Home (WFH). Untuk kegiatan magang WFO, penulis ditempatkan di Dusun Ngadiprono. Kegiatan langsung di lapangan ini dibagi menjadi dua tahap. Tahap pertama berlangsung pada tanggal 6 April hingga 15 April 2026, sedangkan tahap kedua dilaksanakan pada tanggal 18 Mei hingga 6 Juni 2026. Di luar tanggal-tanggal tersebut, penulis melaksanakan pekerjaan secara jarak jauh dari Tangerang

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

1. Melakukan proses pendaftaran untuk mengikuti program Social Impact Initiative pada tanggal 16 Desember 2025.

2. Mengikuti proses seleksi dan wawancara calon peserta Social Impact Initiative pada tanggal 19 Desember 2025.
3. Penulis melakukan pengisian Kartu Rencana Studi (KRS) Social Impact Initiative melalui my.umn.ac.id
4. Melakukan registrasi Social Impact Initiative melalui prostep.umn.ac.id
5. Penulis menerima cover letter (PRO-STEP-01) dan melanjutkan pada Kartu Kerja Magang (PRO-STEP-02)
6. Selanjutnya selalu mengisi Daily Task Form (PRO-STEP-03) secara berkala selama melaksanakan praktik kerja magang
7. Melaksanakan proses bimbingan dengan dosen pembimbing selama masa praktik kerja magang dan penyusunan laporan.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Maganga.

1. Melakukan pertemuan melalui Zoom antara mahasiswa dan tim Spedagi.
2. Tim Spedagi mengirimkan pembagian kelompok magang pada tanggal 10 Maret 2026 serta fokus dan tanggung jawab setiap kelompok magang.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1. Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai Researcher dalam tim magang kuliner di Yayasan Spedagi Mandiri Lestari (Spedagi Movement).
2. Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Spedagi Homestay Officer, Ahmad Fatihuddin selaku supervisor lapangan.
3. Pengisian dan penandatanganan form PRO-STEP-02 sampai PRO-STEP-04 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

1. Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Bapak Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan online.
2. Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

