

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era digital ini telah mengubah cara berkomunikasi dan penyampaian informasi di berbagai bidang, termasuk dalam bidang pendidikan. *We Are Social dan Meltwater* (2025) menyatakan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara menggunakan media sosial terbesar di dunia, hingga masuk ke peringkat 4 besar di dunia pada tahun 2025. Di awal tahun 2025, tercatat bahwa sebanyak 143 juta masyarakat Indonesia yang merupakan pengguna aktif media sosial, atau setara dengan 50,2% dari total populasi di Indonesia. Sebagian besar menggunakan platform digital untuk berinteraksi, mencari informasi, menjadi sarana hiburan, dan membangun komunitas *online* (*We Are Social & Meltwater, 2025*).

Tingginya angka pengguna media sosial di Indonesia membuktikan bahwa media sosial saat ini menjadi bagian penting di kehidupan masyarakat Indonesia, khususnya para generasi muda. Peran media sosial tidak hanya sebagai sarana hiburan atau komunikasi, tetapi juga sebagai media utama dalam mengakses informasi pendidikan, peluang studi, serta edukasi (Mendoza et al., 2022). Dengan ini, media sosial bisa mempermudah dan menjadi jembatan komunikasi antar lembaga atau konsultan pendidikan kepada para peserta didik.

Berdasarkan data yang diperoleh dari UNESCO *Institute for Statistics* pada tahun 2025, menyatakan bahwa jumlah mahasiswa Indonesia di luar negeri tercatat lebih dari 62.800 orang, meningkat sekitar 29% dibandingkan tahun sebelum-sebelumnya (GSL Global, 2025). Peningkatan ini menunjukkan tingginya minat pelajar Indonesia untuk melanjutkan studi ke luar negeri, termasuk ke China. Namun, proses pendaftaran untuk bisa belajar ke negeri tirai bambu melibatkan berbagai tahapan, mulai dari pemilihan universitas, jurusan, pemenuhan persyaratan akademik, pengurusan dokumen, visa, hingga sertifikat kemampuan bahasa mandarin seperti HSK.

Ina Study merupakan salah satu perusahaan yang membuka juga konsultan pendidikan yang berfokus melayani para pelajar di Indonesia yang ingin belajar ke China. Ina Study menyediakan layanan lengkap berupa konsultasi pemilihan universitas dan jurusan, membantu proses pendaftaran, informasi beasiswa, persiapan bahasa mandarin melalui HSK, pengurusan visa, hingga persiapan tes CSCA (*China Scholastic Competency Assessment*). Untuk bisa menjangkau para calon peserta secara lebih luas, Ina Study memanfaatkan *platform* media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk membangun *personal branding* dan mempromosikan jasa konsultan yang ditawarkan. Melalui media sosial, Ina Study menyampaikan berbagai informasi seperti program kuliah, beasiswa, syarat pendaftaran, dan berbagai aktivitas layanan lainnya.

Strategi perancangan media sosial mulai dari tampilan visual hingga konten perlu direncanakan sebaik dan sekonsisten mungkin agar bisa menjangkau lebih banyak calon peserta. Selain itu, perancangan media sosial juga memerlukan kejelasan pesan, konsistensi visual yang sesuai dengan identitas visual, serta menyesuaikan isi konten dengan pola konsumsi target audiens. Tampilan visual dan konten dari platform media sosial Ina Study sebelumnya terlihat kurang konsisten karena masih menggunakan jasa desainer yang berbeda-beda dan kurang memerhatikan identitas visual dari Ina Study. Konten yang ditampilkan juga kurang sesuai dengan pola konsumsi target audiens. Hal ini berpotensi melemahkan citra visual perusahaan, sehingga pesan yang disampaikan kurang bisa diterima oleh calon peserta studi.

Melalui perancangan media sosial yang lebih terarah dan konsisten, penulis melaksanakan praktik kerja magang di Ina Study dengan fokus pada perancangan media sosial dengan upaya meningkatkan kualitas visual serta efektifitas konten dalam penyampaian informasi pada platform media sosial seperti Instagram dan TikTok milik Ina Study. Selain itu, kegiatan magang ini juga bertujuan untuk meningkatkan kemampuan penulis dalam menerapkan prinsip desain komunikasi visual yang telah dipelajari selama masa kuliah, memahami alur kerja industri kreatif, serta mengasah keterampilan dalam merancang konten media sosial.

1.2 Tujuan Kerja

Tujuan kerja dalam pelaksanaan *Career Acceleration Program* di Ina Study disusun agar bisa sejalan dengan kebutuhan akademik penulis sebagai mahasiswa akhir program studi Desain Komunikasi Visual serta memperoleh gelar Sarjana serta mengembangkan kemampuan dan mempersiapkan diri dalam dunia profesional. Kemudian berikut beberapa tujuan kerja penulis dalam pelaksanaan program magang secara terperinci:

1. Memenuhi salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds) di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Memperoleh pengalaman serta mengasah kemampuan dalam bidang perancangan media sosial, khususnya dalam pembuatan konten visual.
3. Mengasah *hard skill* dalam menggunakan software seperti CapCut, Canva, dan Adobe Illustrator.
4. Mengembangkan *soft skill* seperti kemampuan berkomunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, serta kemampuan menerima dan menerapkan *Feedback*.
5. Menerapkan teori-teori desain komunikasi visual yang telah dipelajari selama masa perkuliahan ke dalam dunia kerja.
6. Berkontribusi nyata dalam meningkatkan kualitas tampilan visual dan konten pada media sosial Ina Study.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Waktu pelaksanaan magang di Ina Study diawali dengan penulis mengikuti pembekalan magang, proses *apply* ke beberapa lowongan melalui Jobstreet, sampai ke tahap wawancara. Setelah mendapatkan balasan, penulis melanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu proses wawancara pada tanggal Rabu, 21 Januari 2026 melalui Zoom Meeting. Setelah dinyatakan lolos wawancara, penulis menerima *Letter of Acceptance* dari pihak Ina Study dan diposisikan sebagai *social media intern*. Berikut adalah penjabaran waktu dan prosedur pelaksanaan kerja.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Penulis melaksanakan magang sebagai *social media intern* selama kurang lebih empat bulan, yang dimulai dari tanggal 3 Februari 2026 hingga 3 Juni 2026. Dalam pelaksanaannya, sistem kerja yang diterapkan perusahaan adalah *Work from Office* (WFO), sehingga penulis diwajibkan untuk hadir dan bekerja secara langsung di kantor Ina Study.

Waktu bekerja yang ditetapkan adalah selama delapan jam per hari, dimulai dari hari Senin hingga Jumat, pada pukul 09:00 sampai dengan 18:00 WIB. Selama periode magang tersebut, penulis secara aktif terlibat dalam mengelola dan merancang konten visual di media sosial, serta bekerja sama dengan tim terkait pembagian tugas yang diberikan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Sebelum memulai kegiatan magang, awalnya penulis mengikuti prosedur yang telah ditetapkan Universitas Multimedia Nusantara, yaitu mengikuti kegiatan wajib pembekalan magang yang menjelaskan timeline, alur, serta ketentuan selama pelaksanaan magang yang harus dijalankan. Setelah mengikuti pembekalan, penulis mencari dan *apply* ke beberapa tempat magang yang sesuai dengan bidang Desain Komunikasi Visual, khususnya yang berkaitan dengan perancangan konten digital. Proses pencarian dilakukan melalui berbagai platform, seperti Instagram, LinkedIn, Jobstreet, dan Glints. Dari beberapa perusahaan, penulis menerima jawaban dari pihak Ina Study untuk melanjutkan ke tahapan wawancara.

Setelah melalui proses wawancara, penulis dinyatakan diterima dengan posisi *social media intern* di Ina Study pada tanggal 21 Januari 2026. Kemudian, penulis lanjut mengisi tahapan *complete registration* di website prostep.umn.ac.id dengan melengkapi data perusahaan, *supervisor*, dan surat penerimaan magang (*Letter of Acceptance*). Penulis secara resmi memulai kegiatan magang pada tanggal 3 Februari 2026 sampai dengan 3 Juni 2026, dengan sistem kerja *Work from Office* dari hari senin hingga jumat.