

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Lensa kontak atau yang lebih sering kita sebut dengan softlens, adalah salah satu alat optik berbentuk cembung, tipis, dan terbuat dari material tertentu, yang digunakan dengan menempelkannya langsung ke kornea mata. Lensa kontak hadir dengan berbagai macam variasi, mulai dari yang bening, berwarna, berdiameter kecil, sampai yang berdiameter besar, dengan berbagai macam corak.

Pada awalnya, lensa kontak diperuntukkan bagi mereka yang mempunyai gangguan penglihatan seperti, rabun jauh (mata minus), rabun dekat (mata plus), Astigmatisme (mata silinder), atau Presbyopia. Lensa kontak berfungsi sebagai alat bantu penglihatan bagi mereka. Namun, seiring berjalannya waktu, lensa kontak semakin digemari dan bertambah fungsinya sebagai kosmetik untuk memperindah warna mata.

Dilansir dari [newstrail.com](http://newstrail.com), *market* lensa kontak di Indonesia memiliki nilai sebesar 7,92juta USD pada tahun 2021 dan diperkirakan akan mencapai nilai 24,19juta USD pada tahun 2030, meningkat pada Tingkat pertumbuhan tahunan majemuk sebesar 13,20% selama tahun 2022-2030.

Hal ini menjadi peluang bagi para perusahaan yang bergerak dalam industri lensa kontak. Perusahaan pun perlu melakukan segala usaha untuk memanfaatkan peluang tersebut agar bisa tetap bersaing dengan perusahaan lainnya. Karena seperti yang kita tahu, persaingan industri ini di Indonesia cukup ketat dan ada begitu banyak *online shop* yang menjual lensa kontak. Beberapa contohnya adalah Kawai Gankyu, Eyelovin, Pink Rabbit Lens, X2, Lens By Seoul, Eyesight, Ras Eye, Cathlyn.id, dan lain-lain.

Pastinya, masing-masing *online shop* mempunyai berbagai cara untuk mengenalkan produk mereka dan menarik perhatian masyarakat, agar produk mereka laris manis. Salah satu caranya adalah dengan pemasaran melalui media sosial. Berdasarkan American Marketing Association (AMA), pemasaran media sosial merupakan praktik menggunakan *channels* media sosial untuk mempromosikan produk atau layanan bisnis.

Menurut Tuten et al. (2017), *Marketers* bisa memanfaatkan tiga jenis inti media untuk menyampaikan pesan merek, yaitu media berbayar (iklan, *endorsement*, dsb.), media yang dimiliki (*website* perusahaan, media sosial, dsb.), media yang didapatkan (*review, likes, followers, comments* dan *shares*). Berdasarkan hal yang telah dijelaskan tersebut, maka dapat disebutkan bahwa pemasaran melalui media sosial ini adalah hal yang sangat penting di era digital saat ini.

Penulis melakukan praktik kerja magang di Kawai Gankyu sebagai *Social Media Marketing*. Sebagai sekilas informasi, Kawai Gankyu lahir di tahun 2008 untuk menghadirkan softlens-softlens berkualitas, yang sangat nyaman digunakan, dan bervariasi. Kawai Gankyu menjual berbagai macam merek softlens, antara lain Bijoux, Dreamcolor, Eos, Kitty Kawaii, Miacare, Princess, New Puffy, dan dua merek milik Kawai Gankyu sendiri, Voxie dan Luina. Selain softlens, Kawai Gankyu juga menjual produk-produk untuk perawatan mata dan softlens, seperti cairan pencuci softlens, tempat penyimpanan softlens, alat pencuci softlens, dan sebagainya.

Selama melakukan praktik kerja magang, penulis mendapatkan ilmu tentang cara pembuatan, *copywriting*, dan pengunggahan konten media sosial, cara membuat dan mengedit video, riset tentang perilaku pengguna media sosial, cara membuat laporan bulanan, membuat *brief* konten, dan cara melakukan *live streaming* di media sosial atau *e-commerce*. Berbekal pengetahuan mengenai Kawai Gankyu dan *social media marketing*, penulis membuat laporan praktik kerja magang dengan judul **“AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL PADA KAWAI GANKYU”**.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Magang

Praktik kerja magang merupakan salah satu dari Program Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM) dan salah satu syarat kewajiban akademis yang wajib dipenuhi oleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Selama melakukan praktik kerja magang, penulis memiliki beberapa maksud dan tujuan. Berikut adalah maksud dan tujuan tersebut:

- (1) Untuk memenuhi syarat kelulusan S1 program studi Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara.
- (2) Untuk mempersiapkan diri memasuki dunia kerja.
- (3) Untuk mengembangkan *hard skill* dan *soft skill* yang penulis miliki.
- (4) Untuk memahami proses bisnis dan detail-detail mengenai pemasaran media sosial.

## 1.3 Manfaat dari Praktik Kerja Magang

Praktik kerja magang mendatangkan banyak manfaat, yang berguna untuk mahasiswa, Universitas Multimedia Nusantara, dan Kawai Gankyu:

### 1.3.1 Manfaat bagi Mahasiswa

- (1) Mempersiapkan diri memasuki dunia kerja.
- (2) Mengembangkan *hard skill* dan *soft skill* yang dimiliki.
- (3) Mendapatkan pengetahuan dan memahami detail-detail mengenai pemasaran media sosial.
- (4) Memerluas relasi mahasiswa.

### 1.3.2 Manfaat bagi Universitas Multimedia Nusantara

- (1) Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara bisa mempraktikkan pelajaran dari mata kuliah yang telah ditempuh sebelumnya.
- (2) Mendapatkan penilaian dari pihak ketiga dan bisa menjadi tolak ukur penilaian mahasiswa dalam mata kuliah *Professional Business Ethics, Industry Experience, Industry Model Validation*, dan *Evaluation and Reporting*.
- (3) Menjalinkan hubungan baik dengan perusahaan Kawai Gankyu.

### 1.3.3 Manfaat bagi Kawai Gankyu

- (1) Mendapatkan tenaga kerja pada posisi *social media marketing*.
- (2) Mendapatkan ide dan pandangan baru dari mahasiswa.
- (3) Berpartisipasi dalam pengembangan pendidikan Indonesia.

## 1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

### 1.4.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang dilakukan selama minimal 800 jam kerja, sesuai dengan persyaratan Program Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM). Berikut detail mengenai pelaksanaan praktik kerja magang penulis:

- (1) Nama Perusahaan : Kawai Gankyu
- (2) Waktu Pelaksanaan : 16 Juli 2022 – 16 Desember 2022
- (3) Waktu Operasional : Senin – Jumat, pukul 09.30 – 17.00 WIB dan Sabtu, pukul 09.30 – 17.00 WIB (jika diperlukan)
- (4) Posisi Magang : *Social Media Marketing*
- (5) Alamat : Jl. Ruko Dalton Timur No.12,  
Curug Sengereng, Gading Serpong,  
Tangerang

### 1.4.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.4.2.1 Prosedur pelaksanaan kerja magang berdasarkan pihak Universitas Multimedia Nusantara:

#### (1) Tahap Registrasi (MBKM 01)

Pada tahap registrasi (MBKM 01), mahasiswa melakukan registrasi dengan aktivitas *internship Track 1* melalui situs web [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id). Setelah tahap registrasi disetujui, mahasiswa mendapatkan *Cover Letter MBKM Internship Track 1*.

(2) Tahap Penyelesaian Registrasi (MBKM 02)

Tahap selanjutnya adalah penyelesaian registrasi, mahasiswa mengisi nama, NIM, alamat, nomor telepon, departemen, posisi, dan deskripsi pekerjaan, kemudian nama perusahaan, alamat, *website*, dan nomor telepon perusahaan, nama supervisi, nomor telepon, *e-mail*, serta jabatan supervisi, serta menunggah surat keterangan diterima kerja oleh perusahaan. Setelah semuanya telah tervalidasi dan disetujui, mahasiswa mendapatkan Kartu MBKM *Internship Track 1*.

(3) Tahap Pengisian Daily Task (MBKM 03)

Selama melakukan praktik kerja magang, mahasiswa diwajibkan untuk mengisi deskripsi pekerjaan yang telah dilakukan setiap harinya. Dokumen *Daily task* yang telah disetujui oleh supervisi dan telah memenuhi minimal 800 jam kerja, diperlukan sebagai persyaratan dari MBKM 03.

(4) Tahap Verifikasi Laporan Magang (MBKM 04)

Pada tahap terakhir, dokumen hasil verifikasi laporan magang diperlukan sebagai persyaratan dari MBKM 04. Laporan magang yang telah selesai dibuat harus mendapatkan persetujuan dari kedua belah pihak, yakni perusahaan, perwakilan oleh supervisi, dan universitas, perwakilan dosen pembimbing.

1.4.2.2 Prosedur pelaksanaan kerja magang berdasarkan pihak Kawai

Gankyu:

- (1) Penulis memberikan CV dan melakukan wawancara
- (2) Penulis melakukan tes psikotes
- (3) Keputusan penerimaan dan tanda tangan kontrak
- (4) Perkenalan lingkungan, sistem kerja, dan deskripsi pekerjaan
- (5) Melaksanakan praktik kerja magang selama 5 bulan.

## 1.5 Sistematika Penilaian

Sistematika penyusunan dan penulisan laporan magang dijelaskan pada “Panduan Kerja Magang MBKM” tahun 2022. Format laporan tersebut adalah sebagai berikut:

### **BAB I : Pendahuluan**

Bab ini memuat latar belakang, maksud dan tujuan, manfaat, waktu dan prosedur pelaksanaan praktik kerja magang, serta sistematika penilaian.

### **BAB II : Gambaran Umum Perusahaan**

Pada bab ini, penulis membahas mengenai profil dari perusahaan tempat penulis melakukan praktik kerja magang, yaitu Kawai Gankyu, serta tinjauan pustaka yang penulis gunakan. Untuk profil perusahaan, penulis akan memberikan gambaran tentang Kawai Gankyu, visi dan misi, produk yang ditawarkan oleh Kawai Gankyu, dokumen legalitas perusahaan, logo, serta struktur organisasi perusahaan Kawai Gankyu.

### **BAB III : Pelaksanaan Kerja Magang**

Pada bab ini, akan dibahas mengenai pengalaman kerja penulis selama praktik magang. Dimulai dari pembahasan mengenai kedudukan dan koordinasi, tugas yang dilakukan, alur proses pengunggahan konten ke media sosial Kawai Gankyu, uraian pelaksanaan kerja magang, hingga kendala yang ditemukan dan solusinya, ketika bekerja sebagai *Social Media Marketing* di Kawai Gankyu.

### **BAB IV : Kesimpulan Dan Saran**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari seluruh laporan praktik magang penulis dan saran yang dapat penulis berikan pada mahasiswa, Universitas, dan perusahaan.