

Persepsi Followers Instagram Pada Bening's Clinic Solo Dalam Membangun Brand Image

Instagram Followers' Perception of Bening's Clinic Solo in Building Brand Image

Vilawati Ramadhana, Dr. Herning Suryo, M.Si, Haryo Kusumo Aji, S.I.Kom., M.I.Kom

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Slamat Riyadi Surakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi followers Instagram terhadap Bening's Clinic Solo dalam membangun brand image. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi dokumen. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan followers yang aktif di akun Instagram Bening's Clinic Solo. Analisis data menggunakan model proses terjadinya persepsi, meliputi seleksi (sensasi dan atensi), interpretasi (organisasi dan kategorisasi), dan pembulatan (penilaian dan kesimpulan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi followers terhadap Bening's Clinic Solo dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti visualisasi konten, interaksi dengan klinik, dan testimonial dari pengguna lainnya. Persepsi positif yang terbentuk dapat berkontribusi pada pembentukan brand image yang kuat dan menarik minat calon konsumen baru.

Kata Kunci: Persepsi, Followers Instagram, Bening's Clinic Solo, Brand Image

ABSTRACT

This research aims to analyze Instagram followers' perceptions of Bening's Clinic Solo in building a brand image. This research uses a qualitative approach with a document study method. Data collection was carried out through in-depth interviews with active followers on the Bening's Clinic Solo Instagram account. Data analysis uses a perception process model, including selection (sensation and attention), interpretation (organization and categorization), and rounding (judgment and conclusions). The research results show that followers' perceptions of Bening's Clinic Solo are influenced by various factors, such as content visualization, interactions with the clinic, and testimonials from other users. The positive perception formed can contribute to the formation of a strong brand image and attract the interest of potential new consumers.

Keywords: Perception, Instagram Followers, Bening's Clinic Solo, Brand Image

PENDAHULUAN

Brand image (citra merek) adalah kumpulan persepsi konsumen terhadap suatu merek, salah satu syarat penting yang mempengaruhi konsumen adalah citra merek. Selain berpengaruh, membuat konsumen percaya sepenuhnya terhadap merek akan menjadi tujuan perusahaan selanjutnya. Perusahaan harus lebih cerdas dalam memberikan kepuasan pelanggan karena semakin tinggi kepuasan maka semakin baik pula citra mereknya. Citra merek yang baik dipengaruhi oleh kualitas produk dan nilai pelayanan yang baik. Nilai ini menciptakan hubungan jangka panjang antara konsumen dan produk, yang mungkin menjadi alasan utama mengapa konsumen mempercayai perusahaan merek.

Saat ini persaingan dalam dunia industri semakin ketat. Perusahaan mencari cara untuk meningkatkan dampak sosialnya dan dengan demikian meningkatkan penjualan. Banyak perusahaan bersaing dalam suatu bidang yang memberikan pilihan ganda kepada konsumen dalam memilih atau mengkonsumsi suatu barang atau jasa. Hal ini menjadi tantangan bagi perusahaan tersebut, bagaimana cara bersaing agar pelanggan tidak mengalihkan pilihannya kepada perusahaan pesaing. Konsumen

percaya bahwa merek-merek terkenal yang ada di pasaran akan memiliki produk yang lebih baik dan berkualitas dibandingkan merek-merek lain yang belum populer atau bahkan populer.

Instagram merupakan aplikasi yang sering digunakan untuk mengunggah dan berbagi foto dengan pengguna lain. Foto yang diunggah dapat diperoleh melalui kamera iDevice atau foto yang ada di album foto iDevice, kemudian foto yang diambil melalui aplikasi Instagram dapat disimpan di iDevice. Kamera Instagram juga bisa langsung digunakan dengan menggunakan efek-efek yang disediakan oleh aplikasi Instagram, dan untuk pengaturan warna pada foto, pengguna bisa menggunakan apa saja yang diinginkan. Tak hanya itu, aplikasi Instagram juga dilengkapi efek kamera tilt-shift yang memfokuskan foto Anda pada titik tertentu. Setelah diambil fotonya melalui kamera Instagram, juga dapat diputar ulang sesuai keinginan pengguna (Atmoko, 2012).

Bening's Clinic Solo adalah salah satu klinik kecantikan terkemuka di Solo yang meraih kesuksesan di industri kecantikan berkat kesuksesan mereknya. Hal ini terlihat dari besarnya perhatian media yang mereka terima, yang menunjukkan besarnya

kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Dalam konteks komitmen merek, kepercayaan sangatlah penting. Hal ini karena kepercayaan dapat menginspirasi pelanggan untuk terus memanfaatkan produk perusahaan dari waktu ke waktu (pembelian berulang). Selain itu, pelanggan juga dapat merekomendasikan produk kepada pelanggan lain (suggested purchase) (Susilowati & Sumarto, 2010).

Bening's Clinic Solo ini adalah salah satu cabang klinik yang didirikan oleh dr. Oky Pratama, dpl. AAAM. Selama tahun 2023, Bening's Clinic tercatat memiliki 37 cabang tersedia di seluruh kota besar di Indonesia. Banyaknya prestasi Bening's Clinic pernah mendapatkan penghargaan Best Clinic 2019 dan Best Skincare 2019, ShopeeAward 2021 lalu pada Januari 2022 Bening's Indonesia Group memenangkan rekor muri sebagai Skincare Produksi Dokter dengan Penjualan e-Commerse Terbanyak, Superbrands Indonesia 2022, Best Beauty Clinic CNBC 2023 dan Fasilitas Perangkat Laser Jenis terbanyak.

@beningsclinic_solo merupakan salah satu akun yang memakai sarana media Instagram menjadi platform yang strategis karena memiliki basis pengguna yang besar dan fitur-fitur yang menarik untuk membangun

brand image terhadap produknya. Dengan memiliki 14,1 ribu followers dan 491 kiriman (per tanggal 12 Mei 2024), akun ini menyuguhkan informasi yang beragam.

Namun, beberapa hal perlu diteliti memahami persepsi followers Instagram terhadap Bening's Clinic Solo sangat penting untuk membangun brand image yang kuat. Persepsi yang positif dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap klinik dan mendorong mereka untuk menggunakan layanan yang ditawarkan. Bening Clinic Solo sudah memanfaatkan Instagram secara spesifik dalam membangun brand image.

Dalam beberapa tahun terakhir, akun Instagram Bening's Clinic Solo semakin aktif memproduksi konten visual yang menarik. Mulai dari sebelum-sesudah treatment, testimoni pelanggan, hingga gaya hidup para influencer yang bekerja sama. Namun, di tengah banjirnya konten serupa dari klinik kecantikan lain, muncul pertanyaan: Apakah konten-konten yang diproduksi Bening's Clinic Solo mampu membedakan diri dari kompetitor dan menciptakan persepsi yang unik di benak followers? Beberapa followers mengeluhkan bahwa konten yang disajikan terlalu idealis dan tidak mencerminkan hasil yang realistik. Hal ini menimbulkan keraguan pada

kredibilitas klinik dan berpotensi menghambat keputusan pembelian.

Bening's Clinic Solo memiliki jumlah followers yang cukup besar di Instagram. Namun, tingkat engagement atau interaksi antara klinik dengan followers tergolong rendah. Banyak komentar yang tidak dibalas, pertanyaan yang tidak terjawab, dan keluhan yang tidak ditindaklanjuti. Hal ini memberikan kesan bahwa klinik kurang responsif terhadap kebutuhan dan harapan followers. Akibatnya, followers merasa tidak terhubung secara emosional dengan brand dan cenderung berpindah ke klinik lain yang lebih memperhatikan feedback mereka.

Bening's Clinic Solo seringkali menggandeng influencer terkenal untuk mempromosikan produk dan layanannya. Meskipun strategi ini efektif dalam meningkatkan kesadaran merek, namun muncul kekhawatiran mengenai tingkat kredibilitas endorsement yang dilakukan. Beberapa followers merasa bahwa influencer lebih mempromosikan produk karena imbalan materi, bukan karena benar-benar menggunakan dan menyukai produk tersebut. Hal ini dapat merusak kepercayaan followers terhadap rekomendasi yang diberikan oleh influencer dan berdampak

negatif pada persepsi mereka terhadap Bening's Clinic Solo.

Bening's Clinic Solo dan klinik kecantikan lainnya di Solo kerap dibandingkan oleh followers. Beberapa followers cenderung membandingkan harga, promo, jenis treatment, hingga reputasi masing-masing klinik. Perbandingan ini seringkali dilakukan melalui fitur polling atau tanya jawab di Instagram Stories. Hasilnya, muncul persepsi yang beragam mengenai keunggulan dan kekurangan masing-masing klinik. Bening's Clinic Solo perlu memahami persepsi followers terkait posisi kompetitifnya agar dapat menyusun strategi yang tepat untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Oleh sebab itu penulis akan mengambil penelitian dengan judul "Persepsi Followers Instagram Bening's Clinic Solo Dalam Membangun Brand Image" dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan subjek penelitian yang menarik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memilih pendekatan kualitatif karena ingin memahami secara mendalam makna dan pengalaman di balik suatu fenomena sosial. Berbeda dengan penelitian

kuantitatif yang lebih fokus pada angka-angka dan statistik, penelitian kualitatif menggunakan data berupa kata-kata, gambar, atau suara untuk mengungkap cerita di balik data tersebut. Peneliti akan berinteraksi langsung dengan orang-orang yang terlibat dalam situasi yang diteliti. Misalnya, melalui wawancara mendalam, peneliti akan mendengarkan cerita dan perspektif mereka secara langsung. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memahami realitas sosial dari sudut pandang orang-orang yang mengalaminya. Data yang diperoleh, seperti hasil wawancara atau catatan lapangan, kemudian akan dianalisis secara mendalam untuk menemukan pola-pola, tema, atau makna tersembunyi. Dalam proses analisis, peneliti akan menggunakan teori-teori yang relevan sebagai panduan, namun tetap terbuka untuk menemukan temuan baru yang tidak sesuai dengan teori yang ada. Penelitian kualitatif ialah perolehan informasi yang berasal dari permasalahan sosial ataupun manusia lewat sesuatu pendekatan buat memperluas serta menguasai penjelasan dari orang ataupun kelompok (Creswell, 2014). Tata cara kualitatif bisa mendapatkan informasi deskriptif yang berhubungan dengan statement serta sikap tiap orang (Bogdan, DeVault, & Taylor, 2016). Tata cara

penelitian kualitatif ialah tata cara yang digunakan dalam mempelajari suatu objek secara alami yang dimana penulis selaku instrumen kunci (Sugiyono, 2016).

Subjek penelitian adalah individu atau kelompok yang menjadi sumber informasi utama dalam penelitian karena memiliki hubungan erat dengan topik penelitian. Mereka juga dikenal sebagai informan, yaitu orang-orang yang memberikan informasi tentang hal-hal yang terkait dengan judul penelitian yang dipilih (Kuswaya, 2001: 43).

Teknik purposive sampling adalah metode pengambilan sampel yang memilih sumber data berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Sampel dipilih karena mereka memiliki pengetahuan atau pengalaman yang sesuai dengan topik penelitian, sehingga dapat memberikan informasi yang akurat dan relevan. Dengan demikian, peneliti dapat memperoleh data yang lebih spesifik dan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Sumber penelitian ini adalah para followers Bening's Clinic Solo yang sudah melakukan perawatan di klinik serta mengetahui after before dalam treatment tersebut. Objek penelitian adalah sesuatu yang dapat diselidiki didalam sebuah penelitian. Subjek penelitian merupakan suatu masalah yang

diangap penting berdasarkan evaluasi atau kriteria tertentu dan mempunyai informasi yang diperlukan untuk penelitian (Alwasilah, 2003: 115).

Sumber data dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari sumbernya, sedangkan data sekunder diperoleh melalui perantara, seperti dokumen atau orang lain. Terdapat beberapa metode pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi, yang dapat digunakan secara tunggal atau kombinasi. Sugiono (2013: 308). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tiga metode pengumpulan data, yaitu wawancara, studi dokumen dan dokumentasi.

HASIL PENELITIAN

Berawal dari sebuah visi untuk menghadirkan solusi kecantikan yang efektif dan aman, Bening's Clinic telah berkembang pesat menjadi salah satu klinik kecantikan terkemuka di Indonesia. Sejak didirikan, Bening's Clinic telah berkomitmen untuk memberikan perawatan terbaik kepada setiap pelanggan. Dengan menggabungkan teknologi terkini, produk berkualitas, dan keahlian para dokter, klinik ini terus

berinovasi untuk menghadirkan solusi kecantikan yang sesuai dengan kebutuhan individu. Perjalanan Bening's Clinic dimulai dengan semangat untuk membantu orang mencapai kulit yang sehat dan bercahaya. Seiring berjalaninya waktu, klinik ini telah berhasil mencatatkan berbagai pencapaian, seperti meraih penghargaan bergengsi dan mendapatkan kepercayaan dari ribuan pelanggan. Bening's Clinic terus berupaya untuk menjadi yang terdepan dalam industri kecantikan dengan selalu mengikuti perkembangan teknologi dan tren terbaru.

Bening's Clinic Solo adalah salah satu cabang dari jaringan klinik kecantikan Bening's yang cukup populer di Indonesia. Bening's Clinic menawarkan spektrum perawatan yang luas untuk memenuhi berbagai kebutuhan kecantikan pelanggan. Mulai dari perawatan wajah yang mendalam, seperti facial, peeling, dan microdermabrasi, hingga prosedur estetika yang lebih kompleks seperti filler dan botox, klinik ini menyediakan solusi komprehensif bagi mereka yang menginginkan penampilan yang lebih optimal. Selain itu, Bening's Clinic juga menyediakan perawatan tubuh untuk membantu pelanggan mencapai bentuk tubuh yang ideal dan kulit yang sehat.

Bening's Clinic telah berhasil memikat hati banyak pelanggan berkat reputasinya yang solid sebagai klinik kecantikan terkemuka. Dengan komitmen terhadap kualitas dan keamanan, Bening's Clinic telah membuktikan diri mampu memberikan hasil yang nyata dan memuaskan. Penggunaan produk dan peralatan yang telah terdaftar dan aman, serta didukung oleh tim ahli yang berpengalaman, menjadikan Bening's Clinic pilihan yang tepat bagi mereka yang menginginkan perubahan positif pada penampilan.

Untuk memastikan Anda mendapatkan hasil perawatan yang optimal, Bening's Clinic sangat menekankan pentingnya konsultasi awal dengan tim dokter ahli. Konsultasi ini akan membantu mengidentifikasi kondisi kulit Anda secara akurat dan menentukan perawatan yang paling tepat. Biaya perawatan di Bening's Clinic bervariasi tergantung pada jenis perawatan yang dipilih dan tingkat kompleksitasnya. Namun, Bening's Clinic selalu berupaya memberikan penawaran terbaik bagi pelanggannya. Untuk informasi lebih lanjut mengenai biaya dan promo yang sedang berlangsung, dapat menghubungi website dan akun Instagram Bening's Clinic atau mengunjungi Bening's Clinic secara langsung.

Deskripsi Informan dan Proses Wawancara

Selama melakukan penelitian dan sampai tahap wawancara ini informan tidak merasa keberatan untuk memberikan informasi yang peneliti butuhkan. Dalam penelitian ini ada 3 informan yang sudah melakukan treatment di Bening's Clinic Solo serta mengikuti akun Instagram Bening's Clinic Solo. Peneliti akan melakukan wawancara secara mendalam untuk memberikan penjelasan serta memperkuat data yang didapatkan dilapangan. Semua informan tersebut dipilih menggunakan teknik purposive sampling karena teknik ini meliputi semua orang yang diseleksi atas dasar kriteria tertentu yang dibuat oleh peneliti berdasarkan tujuan utama penelitian, setelah itu dipertimbangkan oleh peneliti, sesuai dengan keterkaitan mereka dengan penelitian ini. Berikut dibawah ini merupakan proses wawancara peneliti dengan informan yang terkait dengan penelitian yang diambil.

1. Kristina Oktavia, seorang wiraswasta berusia 42 tahun, memberikan perspektif yang matang sebagai seorang konsumen layanan kecantikan. Dengan pengalaman

hidupnya, diharapkan Kristina dapat memberikan penilaian yang lebih rasional mengenai citra merek Bening's Clinic Solo. Pada penelitian ini wawancara dilakukan pada tanggal 20 Juni 2024 yang berlokasi di Ruang Digital Direct Message Instagram. Dalam wawancara ini menanyakan tentang persepsi sebuah klinik kecantikan dalam membangun brand image. Dalam prosesnya peneliti menanyakan beberapa pertanyaan dan informan menjawab dengan baik sesuai dengan apa yang diharapkan oleh peneliti.

2. Chelsea Khalila V, seorang remaja berusia 17 tahun yang aktif di media sosial, mewakili generasi muda yang sangat dipengaruhi oleh tren dan opini publik yang terbentuk di dunia maya. Sebagai pengguna aktif Instagram, Chelsea dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana konten visual dan pengaruh influencer membentuk persepsi remaja terhadap sebuah merek. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 17 Juli 2024 yang berlokasi di Ruang Digital Direct Message

Instagram. Dalam wawancaranya peneliti menanyakan tentang persepsi sebuah klinik kecantikan dalam membangun brand image. Dalam wawancaranya peneliti menanyakan beberapa pertanyaan menggunakan dasar teori Melvin D. Defleur agar mendapatkan data yang diinginkan. Prosesnya begitu baik informan menjawab setiap pertanyaan yang diajukan.

3. Sandra, seorang wanita berusia 35 tahun yang bekerja di bidang asuransi, memiliki pemahaman yang baik mengenai pentingnya membangun citra yang positif. Pengalamannya di dunia kerja yang menuntut profesionalitas diharapkan dapat memberikan perspektif mengenai konsistensi dan kepercayaan sebagai elemen penting dalam membangun citra merek. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 20 Juli 2024 yang berlokasi di Ruang Digital Direct Message Instagram. Dalam wawancara peneliti menanyakan persepsi sebuah klinik kecantikan dalam membangun brand image. Dalam wawancaranya peneliti menanyakan beberapa

pertanyaan menggunakan dasar teori Melvin D. Defleur agar mendapatkan data yang diinginkan. Prosesnya berlangsung lancar informan menjawab pertanyaan dengan baik.

Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap persepsi followers Instagram terhadap Bening's Clinic Solo dalam membangun brand image. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar followers memiliki persepsi positif terhadap Bening's Clinic Solo. Persepsi positif ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kualitas layanan, keahlian dokter, dan visual konten yang menarik di Instagram.

1. Seleksi (Sensasi dan Atensi)

Tahap seleksi merupakan langkah awal dalam proses pembentukan persepsi. Pada tahap ini, followers Instagram Bening's Clinic Solo akan terpapar berbagai rangsangan visual, audio, dan teks yang disajikan melalui akun Instagram klinik. Rangsangan-rangsangan inilah yang akan memicu sensasi awal dan menarik perhatian followers.

- Sensasi

Sensasi adalah pengalaman awal yang terjadi ketika organ indera kita, dalam hal ini

terutama penglihatan dan pendengaran, terpapar suatu rangsangan. Sensasi yang ditimbulkan oleh konten Instagram Bening's Clinic Solo akan menjadi fondasi bagi pembentukan persepsi yang lebih kompleks.

Visual: Pesta Mata yang Memukau Gambar dan video before-after yang dramatis akan langsung menarik perhatian followers dan memicu rasa ingin tahu. Perubahan yang signifikan pada penampilan pasien akan menjadi bukti nyata akan efektifitas perawatan yang ditawarkan. Desain interior klinik yang modern dan bersih, serta tata letak feed Instagram yang estetik, akan menciptakan kesan profesionalisme dan kemewahan. Penggunaan visual yang kreatif dan menarik dapat membantu Bening's Clinic Solo menceritakan kisah di balik setiap perawatan. Misalnya, foto-foto yang menampilkan suasana relaksasi di ruang perawatan dapat menciptakan kesan nyaman dan menenangkan.

Teks: Pesan yang Menyentuh HatiCaption yang informatif dan mudah dipahami akan memberikan followers pemahaman yang jelas tentang produk dan layanan yang ditawarkan. Testimoni dari pelanggan yang puas akan memberikan bukti sosial dan meningkatkan kredibilitas klinik. Penggunaan bahasa yang sederhana, lugas,

dan emosional akan membuat pesan lebih mudah diingat dan dipahami.

Audio: Dimensi Baru dalam Persepsi
Penggunaan musik latar yang lembut dan menenangkan dapat menciptakan suasana yang relaks dan nyaman. Suara dokter yang menjelaskan prosedur perawatan secara detail akan memberikan rasa percaya diri kepada follower.

- Atensi

Sensasi yang ditimbulkan oleh konten Instagram Bening's Clinic Solo akan menarik perhatian followers. Namun, untuk memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan efektif, perlu ada upaya untuk mempertahankan perhatian followers. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi atensi antara lain:

Kebaruan konten diharapkan dapat menarik perhatian followers yang mungkin sudah merasa bosan dengan konten yang monoton. Dalam lanskap media sosial yang dinamis, followers terus mencari konten yang segar dan inovatif. Kebaruan dalam konten Instagram Bening's Clinic Solo berperan sebagai magnet yang menarik perhatian. Ketika sebuah konten hadir dengan ide-ide baru, visual yang unik, atau format yang berbeda dari biasanya, ia mampu

membangkitkan rasa penasaran dan mendorong followers untuk berhenti sejenak dan menjelajahi lebih jauh.

Relevansi konten akan memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh followers karena sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka. Relevansi adalah kunci untuk membangun koneksi yang mendalam dengan followers. Konten yang relevan dengan kebutuhan, minat, dan masalah yang dihadapi oleh followers akan terasa lebih bermakna dan bermanfaat. Ketika followers merasa bahwa konten yang disajikan relevan dengan kehidupan mereka, mereka akan lebih cenderung untuk terlibat, membagikan, dan mengingat pesan yang disampaikan.

Emosi adalah kekuatan yang dahsyat dalam mempengaruhi perilaku manusia. Konten yang mampu membangkitkan emosi, baik itu positif maupun negatif, akan lebih mudah diingat dan meninggalkan kesan yang mendalam. Emosi positif seperti senang, kagum, atau terinspirasi dapat menciptakan ikatan emosional antara followers dan merek. Di sisi lain, emosi negatif seperti takut atau cemas dapat mendorong followers untuk mencari solusi yang ditawarkan oleh merek.

Kontras dalam elemen visual, seperti warna, ukuran, atau bentuk, dapat menarik

perhatian followers pada bagian-bagian penting dalam konten. Penggunaan kontras yang efektif dapat membantu mengarahkan pandangan followers ke pesan utama yang ingin disampaikan.

Bening's Clinic Solo sering mengunggah foto sebelum dan sesudah perawatan dengan hasil yang sangat signifikan. Hal ini membuat followers terkesan dan penasaran dengan prosedur perawatan yang ditawarkan. Klinik ini juga sering mengadakan kuis atau giveaway dengan hadiah menarik. Hal ini membuat followers lebih aktif berinteraksi dengan akun Instagram dan meningkatkan engagement. Testimoni dari pelanggan yang puas juga menjadi salah satu daya tarik utama. Hal ini memberikan bukti sosial yang kuat dan meyakinkan calon pelanggan.

2. Interpretasi (Organisasi dan Kategorisasi)

Pada tahap interpretasi, kita akan mengupas lebih dalam bagaimana followers Instagram Bening's Clinic Solo mengorganisasi dan mengkategorikan informasi visual yang mereka terima. Teori Gestalt, yang menekankan pada bagaimana manusia cenderung mengorganisasikan informasi menjadi keseluruhan yang bermakna, menjadi lensa yang tepat untuk menganalisis fenomena ini.

• Organisasi

Prinsip Gestalt mengajarkan kita bahwa otak manusia secara alami mencari pola dan kesatuan dalam informasi yang kompleks. Bening's Clinic Solo dapat memanfaatkan prinsip ini untuk menciptakan desain visual yang tidak hanya indah, tetapi juga mudah diingat dan dipahami oleh followers. Dengan menggunakan palet warna yang harmonis, tipografi yang konsisten, dan layout yang seimbang, klinik dapat menciptakan kesan yang kohesif dan profesional. Otak manusia secara otomatis akan memisahkan elemen utama (figur) dari latar belakang (dasar). Bening's Clinic Solo dapat memanfaatkan prinsip ini untuk mengarahkan perhatian followers pada hal-hal yang paling penting, seperti hasil perawatan yang menakjubkan atau promo terbaru. Dengan membuat gambar produk atau wajah pasien menjadi fokus utama, klinik dapat memastikan pesan mereka tersampaikan dengan efektif. Dan mengelompokkan objek yang memiliki kesamaan. Bening's Clinic Solo dapat memanfaatkan prinsip ini untuk mengorganisir konten mereka menjadi kelompok-kelompok yang jelas dan mudah dipahami oleh followers. Misalnya, dengan membuat highlight reels yang terpisah untuk perawatan wajah, perawatan tubuh, dan

produk, klinik dapat membantu followers menemukan informasi yang mereka butuhkan dengan cepat dan mudah.

- Kategorisasi

Melalui proses pengorganisasian informasi, followers akan membangun skema atau peta kognitif tentang Bening's Clinic Solo. Skema ini akan berisi informasi tentang produk, layanan, nilai-nilai merek, dan pengalaman pelanggan. Dengan konsisten menerapkan prinsip-prinsip Gestalt, Bening's Clinic Solo dapat membangun identitas merek yang kuat dan mudah dikenali. Followers akan dengan mudah mengasosiasikan desain visual yang khas, gaya bahasa yang unik, dan nilai-nilai merek dengan Bening's Clinic Solo. Dan skema kognitif yang jelas akan membantu followers dalam mengambil keputusan. Ketika mereka membutuhkan perawatan kecantikan, mereka akan secara otomatis mengingat Bening's Clinic Solo karena telah memiliki gambaran yang jelas tentang apa yang ditawarkan oleh klinik.

Bening's Clinic Solo sering menggunakan warna ungu sebagai warna identitas merek. Penggunaan warna yang konsisten ini membantu followers mengasosiasikan warna ungu dengan klinik. Klinik ini juga sering menampilkan testimonial dari pasien yang

puas. Testimonial ini membantu followers membentuk skema tentang Bening's Clinic Solo sebagai klinik yang terpercaya dan memberikan hasil yang memuaskan. Bening's Clinic Solo sering mengadakan event-event seperti talkshow atau workshop kecantikan. Event-event ini membantu followers membentuk skrip tentang pengalaman yang menyenangkan saat mengunjungi klinik.

3. Pembulatan (Penilaian dan Kesimpulan)

Setelah followers mengorganisasi dan mengkategorikan informasi yang diperoleh dari konten Bening's Clinic Solo, tahap selanjutnya adalah membuat penilaian dan kesimpulan. Tahap ini sangat penting karena akan menentukan sikap dan perilaku followers terhadap merek.

- Penilaian

Tahap penilaian merupakan jantung dari proses pembentukan brand image Bening's Clinic Solo di benak followers. Pada tahap ini, followers akan berperan aktif sebagai konsumen yang cerdas. Mereka tidak hanya sekadar menerima informasi, namun juga akan melakukan evaluasi yang kritis. Pada tahap penilaian, followers akan:

Membandingkan dengan mencari kebenaran di tengah informasi yang beragam Followers

akan bertindak seperti detektif yang mencari kebenaran. Mereka akan membandingkan berbagai informasi yang mereka peroleh, baik itu dari akun Instagram Bening's Clinic Solo, pengalaman pribadi, rekomendasi teman, maupun ulasan yang mereka baca di platform lain.

Setelah membandingkan, followers akan mulai menilai apakah informasi yang mereka dapatkan relevan dengan kebutuhan melalui perawatan yang ditawarkan oleh Bening's Clinic Solo sesuai dengan masalah kulit yang sedang mereka hadapi, followers merasa mendapatkan nilai tambah dari informasi yang diberikan tentang tips perawatan yang bermanfaat dan informasi yang diberikan oleh Bening's Clinic Solo sesuai dengan ekspektasi mereka tentang sebuah klinik kecantikan.

Tahap terakhir dalam penilaian adalah mengevaluasi kredibilitas sumber informasi, termasuk Bening's Clinic Solo. Seperti kredibilitas klinik followers akan menilai apakah Bening's Clinic Solo terlihat profesional, memiliki izin operasional yang lengkap, dokter dan stafnya memiliki kualifikasi yang memadai. Kredibilitas informasi yang diberikan oleh klinik tersebut akurat dan terpercaya dengan adanya bukti-bukti yang mendukung klaim

klinik tersebut. Dan kredibilitas interaksi followers juga akan menilai bagaimana Bening's Clinic Solo responsif terhadap pertanyaan dan komentar dengan memberikan pelayanan yang baik.

- Kesimpulan

Berdasarkan penilaian yang telah dilakukan secara mendalam, dapat disimpulkan bahwa followers Instagram Bening's Clinic Solo akan membentuk persepsi yang kompleks dan menyeluruh mengenai klinik kecantikan tersebut. Persepsi ini akan termanifestasi dalam beberapa dimensi utama, yaitu:

Kualitas yang membentuk loyalitas dengan standar keunggulan followers akan menilai apakah kualitas produk dan layanan yang ditawarkan Bening's Clinic Solo mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi mereka. Hasil perawatan yang memuaskan, penggunaan produk berkualitas, serta perhatian terhadap detail akan menjadi faktor penentu dalam penilaian kualitas ini.

Kepercayaan yang membangun hubungan dengan kredibilitas informasi followers akan menilai seberapa kredibel informasi yang disampaikan oleh Bening's Clinic Solo. Apakah informasi tersebut didukung oleh bukti yang kuat, seperti testimoni pelanggan atau sertifikasi.

Nilai yang melebihi ekspektasi seperti nilai fungsional followers akan menilai sejauh mana Bening's Clinic Solo memenuhi kebutuhan mereka akan perawatan kecantikan. Mereka merasa mendapatkan solusi yang tepat untuk masalah kulit yang dihadapi. Selain nilai fungsional, followers juga akan mencari nilai emosional. Mereka merasa nyaman dan dihargai selama proses perawatan dan menjadi bagian dari komunitas Bening's Clinic Solo.

Sikap yang membentuk loyalitas kepuasan pelanggan akan sangat menentukan sikap followers. Mereka merasa puas dengan hasil perawatan dan layanan yang diberikan. Kepuasan yang tinggi akan mendorong followers untuk menjadi pelanggan yang loyal dan bahkan merekomendasikan Bening's Clinic Solo kepada orang lain. Sikap positif followers akan berdampak pada word of mouth atau pemasaran dari mulut ke mulut. Mereka dapat menjadi influencer yang efektif dalam mempromosikan klinik.

Bening's Clinic Solo sering mengadakan kontes foto sebelum dan sesudah perawatan. Kontes ini tidak hanya meningkatkan engagement, tetapi juga mendorong followers untuk berbagi pengalaman positif mereka. Klinik ini juga aktif menanggapi

komentar dan DM dari followers. Respon yang cepat dan ramah membuat followers merasa diperhatikan dan dihargai. Bening's Clinic Solo bekerja sama dengan influencer kecantikan untuk mempromosikan produk atau layanan mereka. Hal ini dapat meningkatkan kredibilitas merek di mata followers.

Analisis Hasil Penelitian

Penelitian ini mengkaji persepsi followers Instagram terhadap upaya Bening's Clinic Solo dalam membangun brand image. Analisis data menunjukkan bahwa followers memiliki persepsi yang beragam terkait berbagai aspek brand image, termasuk kualitas layanan, kredibilitas, keunikan, dan relevansi. Faktor-faktor yang paling dominan dalam membentuk persepsi positif adalah kualitas layanan yang memuaskan dan keahlian dokter yang kompeten. Selain itu, visual konten yang menarik dan konsisten di Instagram juga berperan penting dalam membangun citra merek yang positif di benak followers.

1. Seleksi (Sensasi dan Atensi), Followers Instagram Bening's Clinic Solo sangat responsif terhadap visual yang menarik dan informasi yang

relevan. Mereka terpesona oleh transformasi yang ditampilkan pada foto sebelum dan sesudah perawatan, dan tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang prosedur yang digunakan. Caption yang informatif dan testimonial dari pelanggan semakin memperkuat kepercayaan mereka terhadap kualitas layanan yang ditawarkan. Konsistensi estetika pada feed Instagram juga memberikan kesan yang kuat. Followers dapat dengan mudah mengenali konten Bening's Clinic Solo di antara akun klinik kecantikan lainnya. Kolaborasi dengan influencer kecantikan juga menjadi strategi yang efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Selain visual yang menarik, konten edukatif juga memiliki peran penting. Followers tidak hanya ingin melihat hasil akhir, tetapi juga ingin memahami proses perawatan. Hal ini menunjukkan bahwa Bening's Clinic Solo berhasil membangun hubungan yang lebih dalam dengan followersnya, tidak hanya sebagai konsumen, tetapi juga sebagai individu yang peduli dengan kesehatan kulit mereka.

2. Interpretasi (Organisasi dan Kategorisasi), Followers Instagram Bening's Clinic Solo cenderung mengorganisasi informasi yang mereka terima berdasarkan skema kecantikan ideal yang mereka miliki. Mereka membandingkan hasil perawatan yang ditampilkan dengan standar kecantikan yang mereka yakini. Hal ini menunjukkan bahwa Bening's Clinic Solo tidak hanya menjual produk atau layanan, tetapi juga menjual sebuah konsep kecantikan tertentu. Selain itu, followers juga mengasosiasi Bening's Clinic Solo dengan citra mewah dan eksklusif. Desain estetika akun yang elegan, penggunaan bahasa yang formal, dan harga perawatan yang relatif tinggi semakin memperkuat persepsi ini. Kredibilitas dokter juga menjadi faktor penting dalam proses interpretasi. Followers memberikan penilaian tinggi terhadap dokter yang bekerja di Bening's Clinic Solo, sehingga mereka merasa lebih yakin dengan kualitas perawatan yang ditawarkan. Interaksi personal yang dibangun melalui konten juga membantu followers merasa lebih

terhubung dengan merek. Ketika mereka melihat interaksi antara dokter dengan pasien atau konten behind the scenes, mereka merasa lebih mengenal Bening's Clinic Solo sebagai sebuah brand yang peduli dengan pelanggannya.

3. Pembulatan (Penilaian dan Kesimpulan), Setelah melalui proses seleksi dan interpretasi, followers Instagram Bening's Clinic Solo cenderung membentuk penilaian positif terhadap merek. Sebagian besar merasa puas dengan hasil perawatan yang mereka dapatkan, sehingga mereka bersedia untuk kembali dan merekomendasikan klinik kepada orang lain. Persepsi bahwa biaya perawatan sebanding dengan kualitas yang didapatkan juga memperkuat kepercayaan mereka terhadap merek. Meskipun ada sebagian kecil yang merasa harga terlalu tinggi, namun secara keseluruhan, followers menilai bahwa investasi yang mereka lakukan sepadan dengan hasil yang mereka dapatkan. Konten edukatif yang disajikan oleh Bening's Clinic Solo juga berperan penting dalam membangun kepercayaan. Followers

merasa bahwa mereka mendapatkan informasi yang akurat dan relevan tentang perawatan kulit, sehingga mereka merasa lebih yakin untuk memilih klinik ini. Hubungan personal yang dibangun melalui konten juga berkontribusi pada loyalitas pelanggan. Followers merasa lebih terhubung dengan merek dan cenderung lebih setia kepada merek yang mereka percayai.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Bening's Clinic Solo berhasil membangun persepsi positif di kalangan followers Instagram. Persepsi positif ini terbentuk melalui serangkaian proses kognitif yang melibatkan Seleksi: Bening's Clinic Solo berhasil menarik perhatian dan membangun kepercayaan followers Instagram-nya melalui beberapa strategi. Strategi media sosial Bening's Clinic Solo sangat efektif dalam menarik dan mempertahankan followers. Kombinasi visual yang menarik, informasi yang relevan, dan konten edukatif berhasil membangun kepercayaan dan hubungan yang kuat dengan audiens mereka. Interpretasi: Bening's Clinic Solo tidak hanya menjual produk atau layanan, tetapi juga menjual sebuah konsep hidup. Mereka

berhasil menciptakan sebuah merek yang tidak hanya menawarkan perawatan kecantikan, tetapi juga gaya hidup tertentu yang diidamkan oleh followersnya. Seperti Citra merek yang kuat, kredibilitas dokter, dan interaksi personal menjadi keberhasilan Bening's Clinic dalam membangun loyalitas pelanggan. Pembulatan: Bening's Clinic Solo berhasil membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan serta memiliki persepsi positif terhadap merek. Kepuasan terhadap hasil perawatan, nilai tukar yang dirasakan sebanding, konten edukatif yang berkualitas, dan hubungan personal yang kuat menjadi faktor utama yang mendorong dan memperkuat citra merek Bening's Clinic Solo. Bening's Clinic Solo telah berhasil membangun citra merek yang kuat dan positif di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Aan Komariah, Djam' an Satori. 2009. *Tata cara Riset Kualitatif*.

Bandung, Alfabeta.

Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Panduan*

Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita.

Creswell, John W. 2009. *Research Design (Pendekatan Kualitatif,*

Kuantitatif, serta Mixed). Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Creswell, J. W. 2014. *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th Editio). SAGE.

Creswell, John W. 2016. *Research Design: Pendekatan Metode*

Kualitatif, Kuantitatif serta Kombinasi. Edisi Keempat (Cetakan Kesatu). Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi: Paradigma dan*

Teori. Bandung: Rosdakarya.

Firmansyah, Anang. 2019. Buku *Pemasaran Produk dan Merk*. Di dalam Qiara Media (Ed).

Gerungan. 2010. *Psikologi Sosial*. Edisi Ketiga (Cetakan Ketiga).

Bandung: Refika Aditama.

Herdiansyah, Haris. 2010. *Tata cara Riset Kualitatif buat Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.

Liliweli, A. 2011. *Teori-Teori Psikologi serta Perkembangannya*.

Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Louis Gottschalk 2005: 31-32. *Metode dokumentasi*.

Matthew B. Miles & A. Michael Huberman. 2014. *Analisis Data Kualitatif*. Universitas Indonesia Press.

Miles serta Huberman. *Penyajian Informasi. dikutib dalam Sugiyono, Tata cara Riset Pembelajaran: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, serta R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015

- Moleong. 2014. *Metodologi Riset Kualitatif*. Bandung: PT Anak muda Rosdakarya.
- Mulyadi, A. I. & Zuhri, S. 2020. *Harian Ilmu Komunikasi*. 10 (2)
- Mulyana, D. 2013. *Ilmu Komunikasi: Sesuatu Pengantar*. Bandung: PT. Anak muda Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2018 Cetakan ke- 27). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Anak muda Rosdakarya.
- Sandjaya, W., & Sumarno. 2014. *Komunikasi Buat Universal*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Sobur, A. (2012 Edisi Perbaikan). *Psikologi Universal*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugihartono, dkk. 2007. *Psikologi Pembelajaran*. Yogyakarta: UNY Pers.
- Sugiyono, 2008. *Tata cara Riset Kuantitatif Kualitatif serta R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Tata cara Riset Kuantitatif, Kualitatif, serta R&D*. Bandung: Alfabeta
- Susanto, A. S., & Setyanto, Y.n 2020. *Strategi Public Relations*
- SmartSpin PR dalam Membangun Brand Image Klien (Riset Pada Re: ON comics)*. Prologia, 3 (2), 320.
- Susilowati, Luky & Sumarto 2010. *Membangun Brand Loyalty Lewat Brand Trust serta Customer Satisfaction*. *Harian Studi Ekonomi serta Bisnis*, Vol. 10, Nomor. 1 Maret 2010.
- Sutopo. 2006. *Metodologi Riset Kualitatif*. Surakarta: UNS
- Taylor, S. J., Bogdan, R.,& DeVault, Meter. L. 2016. *Introduction to Qualitative Research Methods (FOURTH EDI)*. John Wiley & Sons, Inc