ACTANOVA DIGITAL ARCHIVE

OPEN ACCESS SCHOLARLY PRESERVATION & PERMANENT REPOSITORY

Opini Mahasiswa tentang Klinik Kecantikan di Kabupaten Jember

Authors: Imas Kusnul Alviah, Juariyah Juariyah

Journal: Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital - Vol. 1 No. 1 (2023)

Publisher: Indonesian Journal Publisher

Persistent DOI: https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i1.1908

Archived & Retrieved via ActaNova Gateway on: 22 October 2026, 00:53 UTC

DIGITAL PRESERVATION & ARCHIVAL INTEGRITY STATEMENT

This PDF is an authentic, preserved digital version of a peer-reviewed scholarly manuscript deposited into the ActaNova Archival Network. ActaNova guarantees long-term bitstream preservation, cryptographic checksum integrity, and uninterrupted global discovery under Open Archives Initiative Protocol (OAI-PMH) and Google Scholar metadata harvesting.

HOW TO CITE THIS RECORD:

Imas Kusnul Alviah, Juariyah Juariyah. "Opini Mahasiswa tentang Klinik Kecantikan di Kabupaten Jember". Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital, Vol. 1 No. 1 (2023). DOI: 10.47134/jbkd.v1i1.1908

ActaNova Journal Metadata Preservation & Discovery Service

Media Digital Publikasi Indonesia

National Open Science & Long-Term Digital Repository Infrastructure

Bitstream Storage Verified | OAI-PMH Compliant | Crossref & DOAJ Compatible

Permanent Archival Node: https://actanova.mediadigitalpublikasi.com/journals



Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital Volume: 1, Nomor 1, 2023, *Hal*: 1-12

Opini Mahasiswa tentang Klinik Kecantikan di Kabupaten Jember

Imas Kusnul Alviah [1], Juariyah [2]

[1] Universitas Muhammadiyah Jember 1; imass.alviahh17@gmail.com
[2] Universitas Muhammadiyah Jember 2; juariyahumj@gmail.com

Abstrak: Diketahui ada beberapa klinik terbaik di Kabupaten Jember yang menjadi favorit di kalangan mahasiswa adalah Larissa Aesthetic Center, KSC Beauty Clinicque dan Naavagreen. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui darimana mahasiswa memperoleh sumber informasi tentang klinik kecantikan, opini mahasiswa tentang klinik kecantikan di Kabupaten Jember dan kendala yang dialami mahasiswa saat melakukan perawatan. Metode penelitian menggunakan teori S-O-R (Stimulus-Organisme-Respon) dan melakukan studi kasus pada 3 klinik kecantikan yaitu Larissa Aesthetic Center, Kartika Skin Care Beauty Clinique, dan Navagreen. Sampel penelitian ini yaitu mahasiswa yang menjadi informan dan dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa mendapatkan informasi mengenai klinik kecantikan melalui media sosial Instagram dan rekomendasi dari kerabat atau teman. Mahasiswa memiliki opini bahwa klinik kecantikan merupakan tempat perawatan wajah yang saat ini dijadikan kebutuhan yang penting bagi mahasiswa untuk menunjang penampilan fisik. Dapat diketahui Kendala yang dialami oleh mahasiswa yaitu seperti customer service kurang ramah dan kurang tersampaikannya informasi oleh dokter terkait gejala yang dialami setelah melakukan perawatan. Dapat disimpulkan Mahasiswa lebih banyak memperoleh sumber informasi terkait klinik kecantikan di Kabupaten Jember dari media sosial Instagram. Sebagian besar Opini mahasiswa tentang klinik kecantikan yakni memiliki dampak positif untuk seseorang yang ingin merawat tubuh secara ekstra.

Keywords: Komunikasi; Opini; Klinik Kecantikan

DOI: https://doi.org/ 10.47134/jbkd.v1i1.1908
*Correspondensi: Nama Lengkap
Email: email@e-mail.com

Received: 07-09-2023
Accepted: 16-10-2023
Published: 27-11-2023

Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract: *It is known that there are several best clinics in Jember Regency which are favorites among students, namely Larissa Aesthetic Center, KSC Beauty Clinic and Naavagreen. This research is aimed at finding out where students get sources of information about beauty clinics, students' opinions about beauty clinics in Jember Regency and the obstacles students experience when carrying out treatments. The research method uses the S-O-R (Stimulus-Organism-Response) theory and conducts case studies at 3 beauty clinics, namely Larissa Aesthetic Center, Kartika Skin Care Beauty Clinique, and Navagreen. The sample for this research was students who were informants and were selected using purposive sampling techniques. The research results show that students get information about beauty clinics through Instagram social media and recommendations from relatives or friends. Students have the opinion that beauty clinics are a place for facial care which is currently an important requirement for students to support their physical appearance. It can be seen that the obstacles experienced by students include unfriendly customer service and lack of information provided by doctors regarding the symptoms experienced after treatment. It can be concluded that students get more sources of information related to beauty clinics in Jember Regency from the social media Instagram. Most students' opinions about beauty clinics are that they have positive impact on someone who wants to take extra care of their body.*

Keywords: *1; Communication 2; Opinion 3; Beauty clinic*

Pendahuluan

Seiring berkembangnya zaman, kebutuhan manusia mulai mengalami perkembangan dimana salah satunya yaitu kebutuhan perawatan kulit yang dijadikan sebagai kebutuhan penting bagi wanita. Hal ini menyebabkan produk kecantikan dan salon kecantikan sering menyasar wanita sebagai target pemasaran termasuk mahasiswa. Mahasiswa di era modern ini dituntut untuk memiliki penampilan fisik yang menarik dimana diketahui bisa dijadikan sebagai modal bersosialisasi dengan lebih banyak orang. Berdasarkan (Hurlock, 1999), ketika seseorang mempunyai penampilan fisik yang kurang menarik maka tidak ada perlakuan istimewa dan banyak orang kurang simpati. Lain halnya jika memiliki penampilan menarik, maka akan lebih dihormati dan diperlakukan baik (Thongkruer, 2020). Dalam penelitian ini akan meneliti beberapa klinik terbaik di Jember yang menjadi favorit di kalangan mahasiswa adalah Larissa Aesthetic Center, KSC Beauty Clinicque dan Naavagreen. Klinik tersebut menjadi favorit karena menawarkan perawatan berkualitas dan harga yang ramah di kantong mahasiswa (Ishak, 2020). Larissa Aesthetic Center menjadi klinik kecantikan dengan sistem perawatan wajah, rambut, sampai tubuh dengan produk yang memanfaatkan bahan alami dimana dikolaborasikan dengan teknologi modern untuk menunjang perawatan. KSC Beauty Clinique yaitu klinik kolaborasi perawatan wajah dan kulit yang ditangani dokter maupun terapis yang profesional (Domaradzki, 2019). Navagreen merupakan klinik dengan konsep Natural Skin Care sehingga baik perawatan dan produk memanfaatkan bahan alami. Banyaknya klinik kecantikan yang ada di Jember menyebabkan mahasiswa kesulitan dalam memilih klinik yang paling tepat. Banyak terdengar kasus yang beredar rusaknya kulit pasien dikarenakan salah memilih klinik kecantikan dan mengakibatkan kerugian bagi konsumen, kesalahan tersebut sering terjadi dikarenakan klinik tersebut bukanlah klinik kecantikan yang professional, produk kecantikan yang tidak teruji mutu baiknya, tidak memiliki tenaga ahli yang berpengalaman (Zain, 2020). Untuk itulah, mahasiswa memiliki banyak pertimbangan dalam memilih perawatan wajah misalnya dari rekomendasi teman sebelumnya, melihat sosial media, mempertimbangkan biaya, dan beberapa hal lainnya. Berdasarkan latar belakang inilah, peneliti memiliki ketertarikan dalam mengulas kendala yang dialami mahasiswa ketika memilih klinik kecantikan (Sivakumar, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui opini mahasiswa tentang klinik kecantikan berupa studi kasus pada klinik kecantikan Larissa Aesthetic Center, KSC Beauty Clinicque dan Naavagreen. Menurut (*Menurut Cutlip and Center*, n.d.) opini merupakan ungkapan sikap terhadap suatu masalah konvensional. Pendapat muncul sebagai hasil diskusi tentang suatu masalah yang menimbulkan pendapat yang berbeda Secara umum, terdapat beberapa aspek yang akan dikaji yaitu mengenai sumber informasi dari klinik kecantikan, opini mahasiswa terkait klinik kecantikan, dan kendala komunikasi mahasiswa ketika menggunakan klinik kecantikan. “Pengaruh Fasilitas, Tarif, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Perawatan Kecantikan”, menurut penelitian seperti Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi empat hubungan antara kualitas fasilitas, harga, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan sebagai berikut: (1) kualitas fasilitas; (2) kualitas tarif; (3) kualitas layanan; dan (4) kualitas fasilitas, harga, dan kualitas layanan secara bersamaan.

Kuesioner dikirim ke peserta untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini. Pengambilan sampel probabilitas (kadang-kadang dikenal sebagai "pengambilan sampel acak sederhana") digunakan untuk analisis ini. Cornbach's alpha sebagai alat validasi. Metode analisis data meliputi analisis distribusi frekuensi dan regresi linier berganda. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada objek penelitiannya, yaitu pada penelitian ini objek penelitiannya adalah klinik kecantikan yang berada di Kabupaten Jember dan study kasusnya pada tiga klinik kecantikan Larissa aesthetic Center, Naavagreen dan KSC Beauty Clinique. (Teodora Delicha Onakoto, 2009). "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Manado". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gaya hidup mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Manado mempengaruhi preferensi mereka dalam membeli kosmetik Maybelline (Oey, 2023). Teknik yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Mahasiswi Fakultas Ekonomi 7 dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Manado menyediakan data untuk penelitian ini. Observasi dan kuesioner digunakan sebagai metode pengumpulan data dalam penelitian ini. Data studi ditangani dengan menggunakan SPSS versi 25, dan regresi linier sederhana digunakan untuk analisis (Hoffmann, 2009). Perbedaan dengan penelitian penulis yaitu metodologi penelitian kualitatif dan pendekatan pengumpulan data melalui wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang membedakannya (Tugun, 2020). Metode analisis statistik yang menggunakan Purposive Sampling. (Nurul Yusna Yunus, 2021). "Perilaku Konsumtif Pelajar Di Klinik Kecantikan Ms Glow" (Studi Perilaku Konsumtif Pelajar Di Klinik Kecantikan Ms Glow Kota Malang). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa banyak mahasiswa yang menggunakan jasa MS Glow, di sebuah klinik kecantikan di Malang. Purposive sampling digunakan untuk penelitian ini. Triangulasi sumber digunakan dalam validasi data (Iqbal, 2007). Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada studi kasus dan lokasi penelitian. Pada penelitian ini menggunakan study kasus pada tiga klinik kecantikan yaitu Larissa Aesthetic Center, Naavagreen dan KSC Beauty Clinique dan lokasi penelitian ini berada di kabupaten Jember. (Fitriana Sabastini, 2021).

Metode

Peneliti menggunakan teori S-O-R (Stimulus-Organisme-Respon) untuk mengetahui opini mahasiswa tentang klink kecantikan. Metode penelitian yang dipakai yakni pendekatan kualitatif untuk membuat penjelasan terkait realitas sosial dimaan lebih banyak memaparkan kalimat maupun kata yang didapatkan dari observasi, abstrak, maupun pernyataan (Moleong, 2006). Pendekatan kualitatif ini akan ditujukan untuk melihat fenomena pada subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi maupun deskripsi, dimana dalam penelitian ini melihat opini yang disajikan secara deskriptif berwujud kata susunan bahasa (Conyers, 1991). Adapun lokasi penelitian meliputi tiga klinik yaitu Larissa Aesthetic Center, KSC Beauty Clinique dan Navaagreen. Sampel yang dipilih yaitu mahasiswa berjenis kelamin perempuan berusia 20-23 tahun dan menggunakan produk perawatan kecantikan 1-3 tahun yang dipilih dengan teknik purposive sampling, purposive sampling seperti yang didefinisikan oleh (Sugiyono, 2014) adalah metode pemilihan sampel

dari populasi berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, seperti ada atau tidaknya seorang ahli pada topik tersebut. Purposive sampling, seperti yang dijelaskan oleh (Juariyah & Suraida, 2017). yang melibatkan pemilihan informan yang telah dipilih secara khusus oleh peneliti karena dianggap memiliki sifat-sifat yang dapat meningkatkan penelitian. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara berupa wawancara terstuktur, semiterstuktur dan tidak terstuktur serta dokumentasi sebagai sumber data primer (Prahmadhani, 2019). Sementara data sekunder didapatkan dari pihak kedua misalnya foto, naskah, dokumen pribadi dan lainnya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis interactive model yang dikemukakan oleh (*Menurut Miles Dan Hubarman*, n.d.) yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan verifikasi.

Hasil dan Pembahasan

A. Sumber Informasi Mahasiswa Terkait Klinik Kecantikan di Kabupaten Jember

Mahasiswa melakukan perawatan dan mendapatkan produk kecantikan dari klinik kecantikan seperti Larissa Aesthetic Center melalui beberapa sumber informasi. Mengacu pada sumber informasi maka dapat dikatakan bahwa sumber informasi ke 3 klinik kecantikan yang berada di Kabupaten Jember yakni Larissa Aesthetic Center, Naavagreen dan KSC Beauty Clinique hal ini menguatkan pada sumber informasi tentang klinik kecantikan melalui media sosial Instagram. Kesesuaian informasi tersebut dari rujukan penelitian dari (Sebastiani, 2021) dapat disajikan sebagai berikut, bahwa media sosial Instagram saat ini memiliki peran dalam perilaku konsumtif pelajar di kota Malang. Pada penelitian ini hasil wawancara menunjukan bahwa sebagian besar mahasiswa menyatakan dengan mudah mendapatkan sumber informasi tentang klinik kecantikan di Kabupaten Jember dari media sosial Instagram. Dari hasil wawancara, sumber informasi mahasiswa yaitu dari foro promosi Larissa Aesthetic Center di media sosial Instagram maupun teman yang sudah pernah dan terlebih dahulu melakukan perawatan di klinik Larissa (Montagni, 2018). Berkat informasi tersebut akhirnya membuat mahasiswa penasaran lalu mencoba untuk perawatan di klinik kecantikan Larissa Aesthetic Center. Adapun alasan mahasiswa melakukan perawatan di Larissa Aesthetic Center yaitu karena memiliki permasalahan kulit seperti jerawat yang cukup banyak di wajah. Klinik Larissa Sendiri mempunyai tagline ahlinya jerawat sejak 1984 sehingga mahasiswa memiliki ketertarikan dan mempercayakan untuk menyembuhkan jerawat yang meradang di klinik Larissa Aesthetic Center (Warbung, 2023).

Beberapa mahasiswa juga memiliki alasan lain memilih Larissa Aesthetic Center sebagai klinik kecantikan pilihannya karena menganggap bahwa Larissa memiliki kualitas produk yang bagus, pelayanan yang professional serta harga yang terjangkau untuk mahasiswa. Karena mahasiswa yang notabenenya masih mendapat uang dari orang tua, dengan begitu mahasiswa akan mencari klinik kecantikan yang menawarkan jasa dan produk yang memiliki kualitas bagus dengan harga yang tergolong murah sehingga terjangkau untuk kantong mahasiswa (Sarwindah, 2020). Larissa juga memiliki

teknologi canggih yang meningkatkan minat mahasiswa untuk merawat wajah di Larissa Aesthetic Center dengan tujuan mendapatkan kulit yang lembab, bersih, tidak berjerawat, putih bersih, dan fresh sehingga wajah memenuhi kriteria kulit cantik.

KSC Beuaty Clinique juga diburu oleh mahasiswa walaupun letaknya cukup jauh dari kampus. Mahasiswa yang berlangganan di KSC Beauty Clinique mendapatkan informasi dari rekomendasi teman dan kerabat yang menyatakan bahwa hasil perawatannya bagus. Mahasiswa juga mengaku mendapatkan informasi melalui media sosial Instagram yaitu dari postingan akun Instagram KSC Beauty Clinique. Klinik kecantikan ini juga menggunakan alat dan teknologi canggih yang menark minat konsumen untuk melakukan perawatan kulit sesuai keinginan (Yang, 2020). Mahasiswa menyatakan melakukan perawatan dengan tujuan untuk mendapatkan kulit wajah cantik seperti bebas kusam, sehat, glowing, lembab, warna kulit merata, kulit bersih dan terdapat glass skin ala wanita korea.

Pada klinik kecantikan Navagreen, mahasiswa memperoleh informasi dari beberapa sumber yaitu dari media sosial Instagram dan dari teman maupun kerabat yang telah memakai dan berlangganan produk kecantikan dari klinik Naavagreen. Ketika terdapat teman maupun kerabat yang sudah berlangganan melakukan perawatan di Navagreen dan mengatakan bahwa hasil treatment-nya bagus dan memuaskan maka seseorang cenderung tertarik melakukan perawatan wajah di Larissa (Sindhu, 2019). Alasan lainnya yaitu pada klinik Navagreen menawarkan biaya produk dan treatment yang lebih terjangkau untuk mahasiswa, lebih murah dibandingkan klinik lainnya, juga terdapat banyak diskon. Aspek kecocokan produk yang ditawaran juga menjadi alasan seseorang memilih Navagreen sebagai klinik kecantikan pilihan.

Klinik Naavagreen menawarkan perawatan menggunakan alat-alat dengan teknologi canggih sehingga menarik minat dari konsumen untuk melakukan perawatan di Klinik Naavagreen. Mahasiswa melakukan perawatan di Navagreen dengan tujuan untuk mendapatkan kriteria kulit cantik yang diinginkan yaitu lembab, glowing, lembut, halus dan tanpa jerawat. Tak sedikit perempuan Indonesia ingin memiliki kulit sehat dan natural seperti artis korea. Sehingga banyak perempuan Indonesia, yang tak lain juga para mahasiswa yang melakukan treatment di klinik kecantikan seperti Navagreen.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sumber informasi mahasiswa terkait klinik kecantikan yaitu didapatkan melalui postingan Instagram masing-masing klinik kecantikan maupun dari informasi teman maupun kerabat yang sudah berlangganan dan mendapatkan hasil perawatan bagus (Sari, 2019). Adapun alasan melakukan perawatan di klinik kecantikan secara umum yaitu untuk mendapatkan kriteria kulit cantik seperti tanpa jerawat, bersih, lembab, glowing, glass skin, cerah dan berbagai tipe kulit lain sesuai keinginan konsumen untuk meningkatkan kepercayaan diri akan penampilan fisik.

B. Opini Mahasiswa Tentang Klinik Kecantikan Di Kabupaten Jember

Mengacu pada opini mahasiswa tentang klinik kecantikan, maka dapat dikatakan bahwa opini mahasiswa tentang klinik kecantikan yang berada di Kabupaten Jember yakni Larissa Aesthetic Center, Naavagreen dan KSC Beauty Clinique hal ini menguatkan pada opini (Suganda, 2018). Kesesuaian opini mahasiswa tentang klinik kecantikan di Kabupaten Jember tersebut dari rujukan penelitian (Yunus, 2021) dapat disajikan sebagai berikut, bahwa gaya hidup mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Manado mempengaruhi preferensi mereka dalam membeli kosmetik Maybelline Pada penelitian ini hasil wawancara menunjukan bahwa beberapa mahasiswa memiliki opini tentang klinik kecantikan di Kabupaten Jember yakni banyaknya klinik kecantikan yang menawarkan tempat yang nyaman, harga terjangkau dan kualitas yang bagus mempengaruhi gaya hidup mahasiswa untuk ingin tampil cantik dan percaya diri. Berikut opini mahasiswa dari 3 klinik kecantikan kecantikan di Kabupaten Jember:

1. **Klinik Kecantikan Larissa Aesthetic Center**

   Larissa Aesthetic Center memiliki konsep perawatan kulit & rambut dengan menggunakan bahan-bahan alami yang lebih dikenal dengan konsep 'back to nature'. Larissa sendiri berasal dari bahasa Latin yang artinya bersinar atau terang. Seiring berjalanannya waktu klinik kecantikan menjadi tempat yang banyak diminati oleh kalangan wanita maupun laki-laki. Pada saat ini banyak bermunculan klinik kecantikan yang menawarkan treatment dengan harga yang bervariatif mulai dengan harga puluhan ribu hingga harga jutaan rupiah. Sehingga menimbulkan banyak opini tentang klinik kecantikan. Adapun opini mahasiswa yang melakukan perawatan di Larissa Aesthetic Center cenderung beragam.

   Terdapat opini mahasiswa bahwa klinik kecantikan seperti Larissa Aesthetic Center ini telah menjadi kebutuhan penting bagi perempuan, termasuk mahasiswa dimana ingin menjaga kulit agar tetap nampak sehat dan cantik. Opini lainnya menganggap bahwa klinik kecantikan saat ini telah menjadi kebutuhan pokok perempuan yang harus dipenuhi. Tak heran apabila saat ini muncul banyak sekali klinik kecantikan baru (Handayani, 2020). Dari opini tersebut bisa disimpulkan bahwa klinik kecantikan di era saat ini menjadi kebutuhan penting yang bisa digolongkan sebagai kebutuhan pokok. Tidak sedikit mahasiswa rela untuk setiap bulannya mengeluarkan uang untuk membeli produk kecantikan dan melakukan treatment di klinik kecantikan seperti Larissa Aesthetic Center.

   Berdasarkan wawancara yang dilakukan didapatkan opini mahasiswa yang menganggap bahwa klinik kecantikan tempat untuk kulit wajah dan badan. Saat ini sudah banyak mahasiswa yang sadar untuk merawat diri, sehingga banyak pengusaha yang mendirikan klinik kecantikan (Gómez-Urquiza, 2019). Opini lain yang didapatkan yaitu saat ini sudah marak bermunculan klinik kecantikan yang menawarkan berbagai macam treatment, tetapi tak sedikit juga ada klinik kecantikan yang tidak memenuhi standart yang bisa membahayakan kulit

pasien, sehinggan para perempuan dihimbau untuk lebih selektif saat memilih klinik kecantikan.

Dari situ dapat diketahui bahwa berdasarkan wawancara opini mahasiswa terkait klinik kecantikan seperti Larissa Aesthetic Center yaitu merupakan tempat untuk merawat kulit wajah dan badan. Pada klinik kecantikan terdapat berbagai macam treatment sehingga banyak mahasiswa yang sadar untuk melakukan perawatan di klinik kecantikan. Tetapi ada beberapa klinik kecantikan yang tidak memenuhi standart, sehingga mahasiswa harus hati-hati dan lebih selektif saat memilih klinik kecantikan.

2. Klinik KSC Beauty Clinique

Kartika Skin Care atau KSC Beauty Clinique telah berdiri sejak 2012 dimana memberikan pelayanan terbaik dengan perawatan yang di damping oleh tenaga ahli dan profesional, produk berkualitas dan peralatan yang aman digunakan. Klinik kecantikan ini mengusung konsep homely dimana menawarkan tempat perawatan kecantikan yang nyaman dan aman. Saat ini klinik kecantikan seperti KCS Beauty Clinique banyak diburu oleh mahasiswa yang mulai memiliki kesadaran untuk merawat penampilan mereka. Mahasiswa saat ini beranggapan bahwa apabila tampil menarik bisa percaya diri ketika bersosialisasi dengan orang lain. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui opini mahasiswa terkait klinik kecantikan yang meningkat setiap tahunnya (Chakraborty, 2021). Setelah melakukan wawancara dengan beberapa mahasiswa, dapat diketahui mahasiswa memiliki pendapat bahwa klinik kecantikan merupakan tempat yang mengatasi permasalahan kulit wajah seseorang, dengan didampingi dokter dan therapis yang professional, sekaligus menyediakan produk kecantikan dan beberapa treatment menggunakan teknologi canggih dengan menawarkan harga yang terjangkau untuk kalangan mahasiswa.

Mahasiswa beropini bahwa klinik kecantikan merupakan tempat yang menyediakan produk kecantikan dan treatment dengan menggunakan teknologi canggih dengan harga terjangkau. Mahasiswa juga menganggap bahwa klinik kecantikan seperti KSC Beauty Clinique merupakan dibilang tempat yang menawarkan jasa dibidang estetika untuk semua permasalahan kulit, yang didampingi oleh dokter dan therapis yang professional.

Sebagian mahasiswa memiliki opini tentang klinik kecantikan bahwa saat ini banyak bermunculan klinik kecantikan karena menyesuaikan kebutuhan perempuan, saat ini banyak perempuan ataupun para mahasiswa yang gencar melakukan perawatan di klinik kecantikan . Klinik kecantikan menyediakan tempat untuk para wanita yang memiliki permasalahan kulit wajah atau badan. Hal ini disebutkan dalam wawancara pada responden yang mengungkapkan opininya bahwa klinik kecantikan saat ini sudah banyak bermunculan klinik kecantikan karena banyaknya orang yang ingin merawat wajah dan badan. Mahasiswa juga beropini klinik kecantikan seperti KSC Beauty Clinique menjadi

tempat untuk melayani perawatan wajah dan badan untuk permasalahan kulit seseorang.

3. Klinik Navagreen

Naavagreen mengandung makna cantik alami, tampil cantik yang alami secara alami, kata Naava berasal dari salah satu bahasa di timur tengah yang artinya Cantik. Green yang berarti Hijau. Klinik Naavagreen yang mengusung konsep Natural, semua proses perawatan dan produknya menggunakan bahan-bahan alami atau natural. Pada Navagreen ini mempunyai kualitas produk yang baik, biaya perawatan yang terjangkau dan pelayanan ramah dari dokter profesional.

Banyak perempuan saat ini yang membutuhkan perawatan kecantikan sebagai kebutuhan utama mengingat perempuan Indonesia saat ini memiliki kesadaran akan merawat penampilan fisiknya. Tak terkecuali mahasiswa yang hendak tampil menarik ketika berada di lingkungan perguruan tinggi. Penelitian ini ditujukan terkait opini mahasiswa tentang klinik kecantikan yang meningkat setiap tahunnya. Beberapa mahasiswa bependapat bahwa klinik kecantikan seperti Navagreen merupakan tempat yang diperuntukkan untuk wanita yang ingin merawat wajah dan badan mereka secara ekstra.

Mahasiswa menganggap bahwa klinik kecantikan misalnya Navagreen merupakan tempat yang diperuntukan untuk pria maupun wanita yang ingin merawat tubuh mereka secara ekstra, tetapi sebagian besar pengunjung klinik kecantikan merupakan wanita, karena wanita pada zaman sekarang sadar jika tampil menarik merupakan sebuah kebutuhan. Mahasiswa juga beropini terkait klinik kecantikan bahwa klinik tesebut menjadi tempat yang sangat dibutuhkan untuk merawat wajah dan badan, karena tidak sedikit juga mahasiswa rela setiap bulannya melakukan perawatan dan membeli produk kecantikan di klinik. Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa opini mahasiswa tentang klinik kecantikan yaitu tempat yang dibutuhkan oleh pria maupun wanita yang ingin merawat tubuh mereka secara ekstra. Adanya keinginan tampil menarik membuat mahasiswa rela setiap bulannya untuk melakukan perawatan dan membeli produk di klinik kecantikan.

Terdapat juga opini lain terkait klinik kecantikan seperti Navagreen misalnya klinik kecantikan memberikan dampak positif yaitu membantu seseorang yang ingin melakukan perawatan ekstra untuk tubuh mereka. Opini lain menyatakan bahwa klinik kecantikan merupakan tempat untuk perempuan dan bisa juga untuk laki-laki merawat tubuh dan badan mereka, saya sebagai mahasiswa yang masih mendapat uang dari orang tua memilih perawatan di klinik kecantikan karena ingin tampil lebih percaya diri dan jika perawatan di klinik akan ditangani oleh dokter yang professional. Dari opini tersebut bisa disimpulkan bahwa munculnya banyak klinik kecantikan memberikan dampak positif bagi seseorang yang ingin memperhatikan tubuh dan wajah mereka. Mahasiswa mengaku lebih

aman perawatan di klinik kecantikan karena ditangani oleh dokter yang professional.

C. Kendala Komunikasi Yang Dialami Oleh Mahasiswa Di Klinik Kecantikan

Terdapat beberapa kendala yang dirasakan oleh mahasiswa ketika melakukan perawatan wajah dan menggunakan produk dari klinik kecantikan. Mengacu pada kendala komunikasi yang dialami mahasiswa maka dapat dikatakan bahwa kendala komunikasi dari klinik kecantikan yang berada di Kabupaten Jember yakni Larissa Aesthetic Center, Naavagreen dan KSC Beauty Clinique hal ini menguatkan pada kendala komunikasi yang dialami mahasiswa saat melakukan perawatan di klinik kecantikan. Kesesuaian kendala komunikasi tersebut dari rujukan penelitian Teodora Delicha Onakoto dapat disajikan sebagai berikut, bahwa pelayanan dari klinik kecantikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini hasil wawancara menunjukan bahwa beberapa mahasiswa menyatakan kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak klinik kecantikan. Pada klinik kecantikan Larissa Aesthetic Center, ditemukan kendala seperti kendala komunikasi yaitu saat melakukan reservasi online melalui chat whatshapp ke customer service klinik Larissa Aesthetic Center. Mahasiswa menyatakan bahwa walaupun sudah reservasi namun harus menunggu antrian 1 jam sehingga reservasi menjadi tidak berfungsi karena konsumen harus menunggu layaknya antrian reguler. Kendala komunikasi lainnya yaitu customer service di Larissa diketahui kurang ramah ketika melayani konsumen dan bertransaksi di klinik tersebut sehingga konsumen sungkan bertanya-tanya (Ningsih & Laksani, 2020). Sementara untuk kendala lain yaitu therapis yang buru-buru melakukan perawatan sehingga hasil kurang maksimal. Walaupun begitu, beberapa mahasiswa mengatakan bahwa klinik Larissa telah bagus, memiliki fasilitas yang lengkap sehingga menunjang kenyamanan.

Kendala yang ditemukan pada mahasiswa yang berlangganan di Navagreen yaitu miss comunication berup tidak diberikan informasi oleh dokter jika pertama kali melakukan perawatan, kulit wajah akan mengalami iritasi atau merah-merah. Hal ini membuat konsumen panik dan khawatir. Kendala lainnya yaitu konsumen merasa tidak enak hati menolak rekomendasi treatment dan produk yang dipilihkan oleh dokter yang terkesan memaksa. Sehingga biaya yang akan dikeluarkan oleh konsumen akan semakin banyak karena mengikuti arahan dokter. Kendala lainnya yaitu therapis ketika melakukan perawatan menangani dua sampai tiga pasien sekaligus sehingga hasil kurang maksimal. Walaupun begitu, mahasiswa tetap berlangganan Navagreen karena harga treatment dan produk yang ditawarkan relatif murah dengan tempat yang tenang dan nyaman.

Kendala yang dirasakan mahasiswa ketika melakukan perawatan wajah di KSC Beuaty Clinique yaitu pada saat awal penggunaan produk, kulit wajah mengalami penyesuaian yakni kulit wajah akan bruntusan atau merah-merah. Sementara untuk kendala komunikasi yaitu didapatkan ketika bertransaksi dengan customer service yakni kurang ramah ketika melayani konsumen sehingga konsumen merasa kurang

nyaman. Kendala komunikasi lainnya yaitu ketika konsultasi dengan dokter, dokter cenderung memaksa konsumen sehingga banyak yang merasa tidak enak hati untuk menolak rekomendasi treatment yang ditawarkan oleh dokter alhasil biaya yang dikeluarkan akan membengkak. Walaupun begitu, banyak mahasiswa yang tetap berlangganan di KSC Beuaty Clinique karena tidak merasakan kendala, produk yang aman digunakan serta tempat perawatan yang harus dan nyaman.

Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa secara umum kendala yang ditemukan di berbagai klinik kecantikan yaitu kendala komunikasi seperti terkait reservasi, customer service yang kurang ramah sehingga sungkan bertanya, miss comunication terkait efek awal perawatan. Selain itu kendala lain yang dtemukan misalnya dokter yang terkesan memaksa konsumen untuk menggunakan produk dan melakukan treatment lanjutan serta terapis yang menangani lebih dari satu pasien sehingga hasil kurang maksimal.

Simpulan

Klinik kecantikan dianggap oleh mahasiswa sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan pokok terkait perawatan wajah dimana mahasiswa saat ini menganggap bahwa penampilan fisik menjadi hal penting dalam bersosialisasi dan meningkatkan kepercayaan diri di lingkungan perguruan tinggi. Mahasiswa pun memilih klinik kecantikan yang sesuai dimana sumber informasi bisa didapatkan melalui media sosial Instagram ataupun dari rekomendasi teman maupun kerabat yang sudah lebih dulu melakukan perawatan dimana mendapatkan hasil treatment yang bagus.Alasan mahasiswa melakukan perawatan kulit yaitu hendak mendapatkan kriteria kulit cantik seperti lembab, bersih, glowing, tanpa jerawat, dan berbagai tipe kulit lain sesuai keinginan sehingga mahasiswa merasa lebih percaya diri. Adapun kendala yang dihadapi yaitu kendala komunikasi seperti dari reservasi online yang kurang berfungsi, customer service yang kurang ramah sehingga sungkan bertanya, dokter yang terkesan memaksa perawatan lanjutan, serta terapis yang melayani banyak pasien sehingga hasil kurang maksimal.

Daftar Pustaka

Chakraborty, P. (2021). Opinion of students on online education during the COVID-19 pandemic. *Human Behavior and Emerging Technologies*, *3*(3), 357–365. https://doi.org/10.1002/hbe2.240

Conyers, D. (1991). *Perencanaan Sosial di Dunia Ketiga*. Yogyakarta Gajah Mada Univ. Press.

Domaradzki, J. (2019). Medical students' knowledge and opinions about rare diseases: A case study from Poland. *Intractable and Rare Diseases Research*, *8*(4), 252–259. https://doi.org/10.5582/irdr.2019.01099

Gómez-Urquiza, J. L. (2019). The impact on nursing students' opinions and motivation of using a "Nursing Escape Room" as a teaching game: A descriptive study. *Nurse Education Today*, *72*, 73–76. https://doi.org/10.1016/j.nedt.2018.10.018

Handayani, I. G. A. K. R. (2020). Forensic and toxicological tests for protecting the patients of esthetic beauty clinic as the constitutional right in Indonesia. *Indian Journal of Forensic Medicine and Toxicology*, *14*(2), 2543–2547.

Hoffmann, 2009. (2009). Metode Penelitian. *Acta Univ. Agric. Silvic. Mendelianae Brun.*, 1689–1699.

Hurlock, E. B. (1999). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Erlangga.

Iqbal, M. (2007). Analisis Peran Pemangku Kepentingan dan Implementasinya Dalam Pembangunan Pertanian. *J. Litbang Pertan.*

Ishak, A. (2020). Beauty Clinic Selection Based on Service Quality Using AHP (Analytical Hierarchy Process) Method in Industrial Engineering Department. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, *1003*(1). https://doi.org/10.1088/1757-899X/1003/1/012161

Juariyah, J., & Suraida, I. (2017). Tanggapan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisipol Universitas Muhammadiyah Jember Terhadap Program Potret Wanita di Radio Prosalina FM. *Mediakom*, *1*(1). https://doi.org/10.32528/mdk.v1i1.679

Menurut Cutlip and Center. (n.d.).

Menurut Miles dan Hubarman. (n.d.).

Moleong, L. J. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. PT Remaja Rosda Karya.

Montagni, I. (2018). Exploring digital health use and opinions of university students: Field survey study. *JMIR MHealth and UHealth*, *6*(3). https://doi.org/10.2196/mhealth.9131

Ningsih, E. A., & Laksani, D. D. (2020). Analisis Daya Saing Sektor Pertanian Indonesia (Agriculture In Indonesia: A SWOT Analysis). *Pros. PERHEPI 2014*.

Oey, E. (2023). Comparing two ways of integrating fuzzy Kano and importance performance analysis - with a case study in a beauty clinic. *International Journal of Productivity and Quality Management*, *38*(3), 285–311. https://doi.org/10.1504/IJPQM.2023.129604

Prahmadhani, D. T. (2019). *Persepsi Wanita Dewasa Dini Pengguna Produk* (Vol. 1).

Sari, S. D. (2019). The factors making the law protection for the patients of esthetic beauty clinic in indonesia not fulfilling citizen's constitutional right. *Medico-Legal Update*, *19*(1), 252–256. https://doi.org/10.5958/0974-1283.2019.00051.3

Sarwindah. (2020). An Development of Web-based Customer Relationship Management (CRM) system for Beauty Clinic. *2020 8th International Conference on Cyber and IT Service Management, CITSM 2020*. https://doi.org/10.1109/CITSM50537.2020.9268918

Sebastiani, F. (2021). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Klinik Kecantikan MS Glow (Studi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Klinik Kecantikan Ms Glow Di Kota Malang)*.

Sindhu, I. (2019). Aspect-Based Opinion Mining on Student's Feedback for Faculty Teaching Performance Evaluation. *IEEE Access*, *7*, 108729–108741. https://doi.org/10.1109/ACCESS.2019.2928872

Sivakumar, M. (2018). Aspect based sentiment analysis of students opinion using machine learning techniques. *Proceedings of the International Conference on Inventive Computing and Informatics, ICICI 2017*, 726–731. https://doi.org/10.1109/ICICI.2017.8365231

Suganda, M. (2018). *Opini Mahasiswa Tentang Reuni 212 Tahun 2018*.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Cet Ke-20*. Alfabeta.

Thongkruer, P. (2020). The mediating role of trust in the leading premium cosmetic clinics in bangkok: The relationship of the media, trust, and beauty enhancement repurchasing. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, *41*(3), 659. https://doi.org/10.34044/j.kjss.2020.41.3.32

Tugun, V. (2020). The Opinions of Technology Supported Education of University Students. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, *15*(23), 4–14. https://doi.org/10.3991/ijet.v15i23.18779

Warbung, C. J. E. (2023). THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON BEAUTY CLINIC BRAND EQUITY: THE CASE OF ZAP MANADO. *International Journal of Professional Business Review*, *8*(4). https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i4.1389

Yang, H. (2020). Opinions from the epicenter: an online survey of university students in Wuhan amidst the COVID-19 outbreak[11]. *Journal of Chinese Governance*, *5*(2), 234–248. https://doi.org/10.1080/23812346.2020.1745411

Yunus, N. Y. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Instutut Agama Islam Negeri Manado*.

Zain, Z. M. (2020). Ranking beauty clinics in riyadh using lexicon-based sentiment analysis and multiattribute-utility theory. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, *11*(10), 66–75. https://doi.org/10.14569/IJACSA.2020.0111009