

## KONSEP KECANTIKAN *MATURE ADULT* DALAM KONTEN DIGITAL MARKETING INSTAGRAM KLINIK KECANTIKAN DERMATER JAKARTA

Denira Niyar Wiraguna<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Pendidikan Jarak Jauh Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Pelita Harapan

**ABSTRAK.** *Mature adult* adalah individu yang telah mencapai usia dewasa yang matang baik kedewasaan secara usia, emosional, dan dalam hal ini kecantikan secara dewasa yang tidak hanya melihat dari penampilan fisik namun kecantikan secara emosional. Klinik Dermaster Jakarta merupakan klinik kecantikan yang mendukung konsep kecantikan *mature adult* yang dapat dilihat dari konten platform instagram, maka dari itu penelitian bertujuan untuk memahami proses konsep kecantikan *mature adult* yang dikomunikasikan melalui konten visual dan teks dalam digital marketing di Instagram pada akun Klinik Kecantikan Dermaster Jakarta. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, dan sumber lain yang terkait. Hasil penelitian ini adalah pentingnya menyajikan konten promosi yang menekankan visual dan teks yang mudah dimengerti oleh kalangan *mature adult* serta penyusunan konten kecantikan *mature adult* di Instagram yang memerlukan pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan yang berkaitan dengan konsep kecantikan *mature adult*. Pentingnya keterkaitan emosional dan pengakuan terhadap keunikan setiap *mature adult* dalam pemasaran digital. Penelitian mengidentifikasi bagaimana klinik memadukan visual dan teks dalam konten Instagram untuk mencerminkan kecantikan menyeluruh yang berakar pada keseimbangan emosional. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman konsep kecantikan *mature adult* dalam konten digital marketing Instagram yang menggambarkan kecantikan dalam kedalaman emosional dan kematangan individu *mature adult*.

**Kata kunci:** Konsep Kecantikan, Mature Adult, Digital Instagram, Dermaster Jakarta

**ABSTRACT.** *Mature adult* is an individual who has reached a mature age of adulthood both age, emotional maturity, and in this case mature beauty which not only sees from physical appearance but emotional beauty. Dermaster Jakarta Clinic is a beauty clinic that supports the concept of mature adult beauty which can be seen from the content of the Instagram platform, therefore the research aims to understand the process of the concept of mature adult beauty communicated through visual and text content in digital marketing on Instagram on the Dermaster Jakarta Beauty Clinic account. The research method uses a qualitative approach with a qualitative descriptive method. Primary data is obtained through interviews and observations, secondary data is obtained from books, journals, and other related sources. The results of this study are the importance of presenting promotional content that emphasizes visuals and text that is easily understood by mature adults and the preparation of mature adult beauty content on Instagram which requires a deep understanding of the needs related to the concept of mature adult beauty. The importance of emotional connection and recognition of the uniqueness of each mature adult in digital marketing. The research identifies how the clinic blends visuals and texts in Instagram content to reflect a well-rounded beauty rooted in emotional balance. This research is expected to provide an understanding of the concept of mature adult beauty in Instagram digital marketing content that describes beauty in the emotional depth and maturity of mature adult individuals.

**Keywords:** Beauty Concept, Mature adult, Digital Instagram, Dermaster Jakarta.

---

### PENDAHULUAN

Dalam Prasasti Karang tengah yang bertahun 764 Saka (824 Masehi) dikatakan bahwa Sri Pramodawardhani, putri Raja Samaratunga, mempunyai kecantikan luar biasa (Tilaar, 2017). Kecantikannya dilukiskan bagaikan bulan purnama (candramaso), suaranya merdu bagaikan burung kalawinka,

dan bila berjalan berlempak lenggok bagaikan seekor angsa (Tilaar, 2017).

Kecantikan pada usia dewasa yang matang adalah suatu konsep yang melibatkan kompleksitas dan kedalaman yang melekat pada pengalaman hidup (Wiharsari, 2019). Pada tahap ini, kecantikan tidak lagi sekedar terlihat dari aspek fisik semata, namun lebih mendalam ke arah kematangan emosional (Wiharsari,

2019). Wanita atau pria dewasa yang matang tidak hanya mencerminkan keelokan wajah atau tubuh, melainkan juga menunjukkan kebijaksanaan dan kestabilan dalam menghadapi tantangan kehidupan (Khairani & Putri, 2008).

Ketika melihat kecantikan pada individu dewasa yang matang, mata bukan hanya tertuju pada garis-garis kerutan atau warna rambut yang mulai memudar, tetapi juga pada sorot matanya yang penuh dengan kebijaksanaan dan pemahaman. Kecantikan tersebut tidak bersifat permukaan, melainkan menjadi cermin dari perjalanan panjang yang telah dilaluinya. Setiap tawa dan setiap kesedihan yang terukir di wajahnya menceritakan kisah hidup yang telah memberikan makna pada setiap detiknya.

Keinginan untuk cantik adalah dorongan alamiah dari dalam diri setiap manusia di seluruh dunia (Tilaar, 2017). Namun pemahaman atas kata cantik biasa berbeda-beda bagi setiap orang setiap bangsa dan setiap budaya. Perempuan cantik pada relief candi di Jawa Tengah juga seperti banyak negara Asia lainnya adalah perempuan yang bertubuh subur. Sama halnya dengan lukisan-lukisan Eropa dari abad ke-15 dan ke-16 yang memandangi perempuan bertubuh subur sebagai model dari sesuatu yang cantik. Masyarakat daerah Timur Tengah juga mempunyai pandangan yang sama tubuh yang subur itulah dianggap menarik dan sekaligus cantik. Pemahaman seperti ini agaknya bertolak belakang dari pandangan yang menghubungkan antara tubuh subur dengan kemakmuran (Tilaar, 2017).

Kematangan emosional juga menjadi bagian yang menyatu dari konsep kecantikan pada individu dewasa. Mereka mampu mengelola perasaan dengan bijak, menunjukkan kestabilan dalam menjalani hubungan interpersonal, dan memberikan dukungan kepada orang di sekitarnya. Kecantikan ini bersumber dari kekuatan batin yang memancar dari dalam diri, menciptakan daya tarik yang tidak dapat diukur dengan parameter fisik semata (Effiyantini, 2011).

Pentingnya kecantikan pada usia dewasa yang matang juga tercermin dalam cara mereka merawat diri sendiri (Chintya Dewi & Nursanti, 2022). Bukan hanya dalam perawatan fisik, tetapi juga dalam menjaga kesehatan dan emosional. Kesadaran akan pentingnya keseimbangan antara tubuh dan jiwa menjadi salah satu aspek yang memperkaya konsep kecantikan pada tahap ini.

Kecantikan *mature adult* juga tercermin dalam keberanian untuk tetap tampil autentik

dan setiap pada nilai-nilai diri sendiri. Mereka tidak terpengaruh oleh standar kecantikan yang mungkin diterapkan oleh masyarakat umum atau industri kecantikan. Sebaliknya, mereka menerjemahkan kecantikan sebagai perwujudan dari keunikan dan keaslian diri (Pea, 2020).

Perubahan fisik yang tak terhindarkan pada usia dewasa tidak lagi dianggap sebagai hal yang perlu disembunyikan, melainkan dihargai sebagai bagian yang tak terpisahkan dari perjalanan kehidupan (Thahir, 2018). Setiap kerutan dan uban merupakan bagian dari sejarah hidup yang patut disyukuri dan dihormati.

Dalam konsep kecantikan *mature adult*, hubungan dengan lingkungan juga memiliki peran penting. Mereka mampu mengapresiasi keindahan alam, seni, dan segala sesuatu di sekitarnya dengan lebih dalam. Mata mereka menjadi lensa yang memahami keindahan dengan perspektif yang lebih luas dan mendalam.

Kecantikan pada usia dewasa *mature adult* juga melibatkan penerimaan diri yang penuh (Gayatri & Rahmasari, 2022). Mereka tidak lagi terjebak dalam usaha untuk mencapai standar kecantikan yang seringkali tidak realistis. Sebaliknya, mereka menerima setiap bagian dari diri mereka sendiri, baik yang dianggap sempurna maupun yang dianggap sebagai kekurangan.

Dalam konsep kecantikan ini, kesehatan juga turut memainkan peran penting. Hal ini memancarkan daya tarik yang bersumber dari keharmonisan emosional. Kecantikan wanita tidak memiliki ukuran yang baku dan tetap. Kecantikan wanita bersifat relatif, tergantung persepsi dari adat istiadat, sosial budaya dimana wanita tersebut tinggal (Yunita et al., 2019).

Akhirnya, kecantikan *mature adult* tidak pernah mati. Seiring berjalannya waktu, kecantikan ini justru semakin berkembang dan mendalam. Karena pada akhirnya, kecantikan sejati tidak hanya tampak dari luar, tetapi juga meresap ke dalam jiwa, menciptakan keindahan yang abadi.

Dalam era digital yang terus berkembang, Instagram telah menjadi wadah utama untuk memperkenalkan konsep kecantikan kepada individu dewasa dengan tingkat maturitas yang tinggi (Aprilita & Listyani, 2016). Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi membuka peluang baru bagi klinik kecantikan, seperti Dermaster Jakarta, untuk memanfaatkan platform ini sebagai sarana pemasaran yang efektif (Kussudyarsana & Rejeki, 2020). Dalam konteks ini, penelitian ini

bertujuan untuk mendalaminya, menggali tujuan dari konten kecantikan *mature adult* dalam Instagram, khususnya yang diposting oleh Klinik Kecantikan Dermaster Jakarta.

Ketertarikan terhadap kecantikan di kalangan *mature adult* tidak dapat diabaikan. Dengan pengalaman hidup yang lebih kaya, mereka mengembangkan pandangan yang matang terhadap estetika dan perawatan diri. Klinik kecantikan seperti Dermaster Jakarta menyadari potensi pasar ini dan merancang konten digital marketing yang tidak hanya mengejar estetika visual tetapi juga mencerminkan kebutuhan dan keinginan khusus para dewasa dengan maturitas. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran visual, teks, dan gaya penulisan pada konten Instagram menjadi krusial untuk mencapai audiens *mature adult*.

Pentingnya memahami respon dan interaksi pengguna tidak bisa diabaikan. Studi kasus yang melibatkan analisis terhadap respon dan interaksi pengguna terhadap konten Dermaster Jakarta memberikan wawasan yang berharga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten yang berhasil mencapai tujuan branding dan meningkatkan kesadaran pelanggan adalah yang mampu menciptakan keterlibatan yang tinggi. Interaksi pengguna, seperti komentar positif dan pembagian konten, menjadi indikator keberhasilan konten digital marketing.

Penelitian ini menjelaskan tentang signifikansi konten digital marketing di Instagram dalam membentuk konsep kecantikan bagi individu dewasa dengan kematangan. Fokus utama penelitian ini adalah pada Klinik Kecantikan Dermaster Jakarta, yang menjadi subjek analisis untuk menggali tujuan dari konten kecantikan *mature adult* di platform tersebut.

Pemahaman terkait konsep kecantikan *mature adult* di Dermaster Jakarta tercermin dalam pendekatan menyeluruh mereka terhadap perawatan. Mereka mengakui bahwa kecantikan tidak dapat dipisahkan dari kesehatan secara menyeluruh, baik itu kesehatan fisik, mental, maupun rohani dalam diri. Oleh karena itu, setiap program perawatan di klinik ini dirancang dengan mempertimbangkan aspek-aspek tersebut.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif dengan data diperoleh melalui wawancara mendalam, untuk mendalami aspek-aspek psikologis, sosial, dan budaya yang sulit diukur

secara kuantitatif (Purwanto & Santoso, 2015).

Penelitian kualitatif, menekankan bahwa tujuan penelitian kualitatif adalah menggali pemahaman yang mendalam dan kontekstual tentang suatu fenomena. Penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan analisis dokumen untuk memahami kompleksitas dalam konteks tertentu (Yusuf, 2016).

Penelitian kualitatif sering digunakan dalam ilmu sosial, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menyelami realitas sosial dan dinamika hubungan antarindividu. Dengan fokus pada interaksi manusia dan interpretasi makna, penelitian kualitatif memberikan gambaran yang mendalam tentang konteks sosial yang kompleks (Moleong, 2002).

Melalui metode seperti wawancara kepada informan utama dan informan pendukung (konsumen/pemirsa) yang mendalam, analisis, dan studi kasus, penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami pandangan, sikap, dan persepsi subjek penelitian dengan cara yang sulit dicapai melalui pendekatan kuantitatif. Dengan merangkai data non-angka, penelitian kualitatif memberikan kontribusi signifikan dalam mengungkapkan nuansa dan kompleksitas fenomena yang diteliti.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Penerapan konsep kecantikan *mature adult* pada digital marketing Instagram klinik Dermaster Jakarta.

Dermaster Jakarta melakukan perawatan kecantikan, dengan fokus khusus pada konsep kecantikan untuk *mature adult*. Dibandingkan dengan pendekatan klinik kecantikan lain yang lebih menitikberatkan pada penampilan fisik semata, Dermaster Jakarta mengedepankan pendekatan menyeluruh yang mencakup aspek kesehatan mental, keseimbangan emosional, dan gaya hidup sehat, sebagaimana diungkapkan oleh para pemimpin dan pelanggan klinik tersebut.

Direktur Klinik Kecantikan Dermaster Jakarta, menekankan pentingnya memperhatikan kecantikan dari dalam. Ini bukan hanya soal perawatan fisik tapi juga tentang keseimbangan emosional dan pemilihan gaya hidup sehat. Program *Dermalicious* yang mereka tawarkan, contohnya, merupakan refleksi dari pemahaman ini, di mana makanan sehat menjadi bagian dari proses kecantikan.



Gambar 1 Program menu makanan sehat klinik Dermaster Jakarta.

Marketing Manager dari Dermaster, juga menegaskan bahwa pendekatan mereka bukan hanya terfokus pada kecantikan fisik, tapi juga pada aspek-aspek emosional yang seringkali diabaikan dalam industri kecantikan pada umumnya. Pendekatan ini memberikan wawasan yang lebih lengkap dan hal baru bagi pelanggan.

*Content Creator* di Dermaster, memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan ini melalui konten visual dan teks yang menginspirasi.

Dokter SE dan dr. GCA, masing-masing spesialis perawatan wajah dan tubuh, menambahkan bahwa konsep kecantikan di Dermaster bukan hanya tentang penampilan luar atau fisik semata, tapi juga tentang memahami dan menghargai keunikan setiap individu mature adult, serta menciptakan keseimbangan alami.

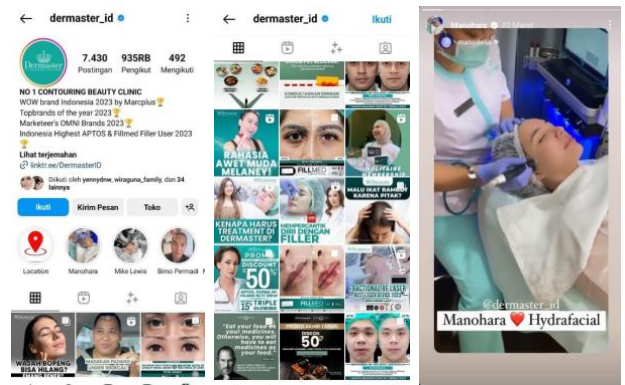
Pelanggan Dermaster, yang berusia di atas 30 tahun, menemukan bahwa pendekatan klinik ini tidak hanya mengubah penampilan fisik mereka, tapi juga memberikan pemahaman tentang perubahan fisik yang alami, pentingnya pola makan dan gaya hidup sehat, serta kesehatan mental dan kestabilan emosional.

Mengacu pada temuan penelitian, Dermaster Jakarta terlihat unik dalam pendekatannya, mengintegrasikan aspek fisik, emosional, dan mental dalam konsep kecantikan. Mereka tidak hanya menyediakan perawatan fisik, tapi juga memberikan pengalaman baru yang membangkitkan semangat dan mengedukasi tentang kesehatan dan gaya hidup.

Dalam konteks ini, referensi dari ahli dalam bidang kecantikan bisa memberikan wawasan lebih lanjut. Kecantikan tidak hanya berasal dari perawatan luar, tapi juga dari kesehatan dan emosional (Ilahiah, 2019). Dia menekankan bahwa keseimbangan dalam hidup, termasuk pola makan dan istirahat yang

sehat, adalah kunci untuk kecantikan yang berkelanjutan. Pendekatan ini sangat selaras dengan konsep yang dianut oleh Dermaster Jakarta.

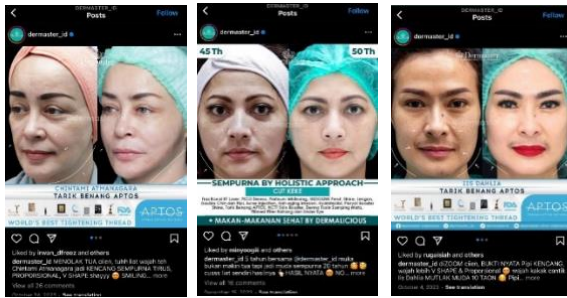
Secara keseluruhan, Dermaster Jakarta menawarkan pendekatan yang lebih berkelanjutan dan sehat dalam perawatan kecantikan, yang mencakup tidak hanya perawatan fisik tapi juga kesehatan dan emosional. Pendekatan ini, yang menghargai keunikan setiap individu mature adult dan memfokuskan pada keseimbangan alami, adalah apa yang membuat mereka berbeda dalam industri kecantikan.



Gambar 2 Penerapan visual digital instagram Sumber Instagram @dermaster\_id

Penerapan konsep kecantikan mature adult oleh Klinik Dermaster Jakarta dalam strategi digital marketing mereka, khususnya melalui Instagram, merupakan sebuah pendekatan yang efektif. Ini mencerminkan pemahaman tentang pentingnya komunikasi visual dan tekstual yang sesuai dengan kebutuhan audiens mereka.

Dermaster, telah menerapkan strategi yang fokus pada tampilan visual, khususnya melalui proses perawatan *before & after*. Pendekatan ini bukan hanya menarik secara visual, tetapi juga memberikan bukti nyata dari efektivitas perawatan yang ditawarkan oleh klinik. Ini sangat penting karena konsumen saat ini cenderung mencari bukti visual sebelum memutuskan untuk melakukan perawatan kecantikan.

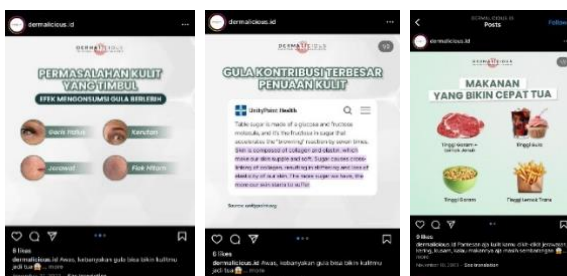


Gambar 3 Visual before & after pada digital instagram  
Sumber Instagram @dermaster\_id

Klinik Dermaster Jakarta mengimplementasikan konsep kecantikan *mature adult* dalam strategi *digital marketing* mereka, khususnya melalui platform Instagram, tidak hanya menonjolkan aspek estetika fisik semata, tetapi juga emosional, kesehatan serta edukasi. Melalui konten visual yang kreatif dan informatif, mereka mempromosikan konsep kecantikan *mature adult*, sebuah konsep yang merangkul keindahan dalam segala aspek, baik fisik maupun emosional. Dermaster Jakarta dengan cermat menerapkan strategi ini, mengoptimalkan visual yang dikombinasikan dengan teks digital yang kuat. Hal ini mencerminkan bagaimana pendekatan menyeluruh dan kreatif dalam digital marketing dapat mengubah cara pandang kita terhadap konsep kecantikan di era modern.

## 2. Konten promosi yang dilakukan klinik Dermaster Jakarta melalui digital marketing Instagram.

Strategi digital marketing melalui Instagram yang diimplementasikan oleh Klinik Dermaster Jakarta merupakan contoh yang menyasar segmen *mature adult*. Dengan menekankan pada visual dan teks yang relevan dan menarik bagi audiens ini, Dermaster Jakarta membuat sebuah model promosi yang bukan hanya menarik tetapi juga mengedukasi dan informatif.



Gambar 4 Konten promosi yang edukatif dan informatif.  
Sumber: Instagram @dermalicious.id

Direktur Klinik Dermaster, memahami pentingnya konten visual dan teks yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi *mature adult*. Dalam dunia digital marketing, kekuatan visual dalam menyampaikan pesan tidak bisa diremehkan, menekankan bahwa visual yang tepat dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan membantu membangun merek yang kuat di mata konsumen.

*Marketing Manager*, menambahkan nilai dengan memilih visual yang memberikan inspirasi dan membawa pesan positif, seperti foto *before & after*, yang sangat efektif dalam menunjukkan hasil nyata dari perawatan yang ditawarkan. Ini sesuai dengan teori dalam "*The Power of Visual Storytelling*", yang menyatakan bahwa cerita visual dapat mempengaruhi emosi dan keputusan pembelian konsumen dengan cara yang lebih mendalam (Walter, 2013).

*Content Creator* di Dermaster, berkontribusi dengan menciptakan konten yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga mudah dipahami melalui teks. Ini mencerminkan pendekatan agar konten digital harus seimbang antara estetika dan kemudahan pemahaman untuk mencapai efektivitas maksimal.

Dokter seperti dr. SE dan dr. GCA, yang spesialisasi di perawatan wajah dan tubuh, berperan penting dalam mengedukasi klien tentang perawatan yang sesuai untuk *mature adult*. Mereka membawa dimensi tambahan ke dalam konten dengan memberikan informasi yang berwawasan dan berbasis ilmu pengetahuan. dalam buku "*Communication in the Digital Age*," yang menyatakan bahwa konten edukatif dapat meningkatkan nilai dan kredibilitas sebuah merek (Rofiah, 2023).

Pelanggan, memberikan testimoni yang memperkaya konten, memberikan perspektif nyata dan kepercayaan kepada audiens. Seperti yang diungkapkan dalam "*Customer Engagement in the Digital Era*," testimoni pelanggan adalah alat pemasaran yang sangat efektif karena menawarkan bukti sosial yang dapat meningkatkan kepercayaan dan minat konsumen (Lim & Rasul, 2022).

Temuan penelitian terbaru menunjukkan bahwa penyajian konten promosi yang memadukan visual yang menarik dengan teks yang mudah dipahami oleh *mature adult* adalah kunci dalam digital marketing. Menyesuaikan konten dengan kebutuhan spesifik kelompok usia ini membutuhkan pemahaman tentang perubahan fisik dan kebutuhan mereka. "*Marketing to Mature Audiences*" menegaskan bahwa pemahaman tentang audiens target

adalah fondasi utama dalam menciptakan strategi pemasaran yang berhasil (Chambers, 2018).

Pendekatan Klinik Dermaster Jakarta dalam mengelola konten Instagram mereka adalah perpaduan antara seni dan sains digital marketing. Mereka menarik *audiens mature adult* tetapi juga membangun hubungan yang lebih intent, dengan menawarkan konten yang informatif, edukatif, sekaligus menjaga integritas dan profesionalisme merek mereka. Pendekatan ini tidak hanya efektif dalam jangka pendek, tetapi juga berpotensi membangun kesetiaan jangka panjang dari pelanggan mereka.

### 3. Konten digital marketing Instagram klinik Dermaster Jakarta yang mempromosikan konsep kecantikan *mature adult*.

Pentingnya pemanfaatan digital marketing melalui Instagram oleh Klinik Dermaster Jakarta dalam mempromosikan konsep kecantikan untuk *mature adult* merupakan topik yang sangat relevan dan aktual di era digital saat ini. Dalam konteks kekinian, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai platform media sosial, tetapi juga sebagai sarana yang efektif untuk mempromosikan kepada audiens yang lebih luas.

Klinik Dermaster Jakarta, mengoptimalkan potensi Instagram sebagai alat digital marketing yang utama. Upaya ini didasarkan pada kesadaran bahwa Instagram memiliki jangkauan yang luas dan mampu menjangkau segmen *mature adult* di seluruh Indonesia. Dengan menggunakan Instagram, Dermaster tidak hanya menampilkan promosi tetapi juga mengedukasi audiens mereka mengenai konsep kecantikan *mature adult* yang menyeluruh.

*Marketing Manager*, mengakui bahwa Instagram memiliki potensi besar dalam mempromosikan konsep kecantikan *mature adult*. Platform ini memungkinkan Dermaster untuk memperlihatkan hasil nyata dari perawatan mereka melalui visual yang menarik, testimoni pelanggan, dan informasi edukatif. Ini sesuai dengan tren saat ini, di mana konsumen cenderung mencari informasi *online* sebelum mengambil keputusan terkait perawatan kecantikan.

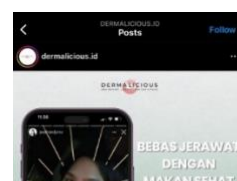
Gambar 4.5 Testimoni  
Sumber Instagram @dermalicious.id

Klinik Dermaster, menganggap media Instagram sebagai alat promosi yang sangat penting dan potensial. Konten yang dibuat secara kreatif dan informatif dapat menarik perhatian *audiens mature adult* dan membangun koneksi yang lebih mendalam. Konten ini tidak hanya menarik secara visual tetapi juga memberikan informasi yang berguna dan relevan untuk mereka.

Dari sisi praktisi medis, pentingnya Instagram dalam menyampaikan informasi tentang perawatan wajah dan tubuh untuk *mature adult* juga tidak dapat diremehkan (Irwanto & Hariatiningsih, 2020). Melalui platform ini, mereka dapat mengedukasi audiens tentang perawatan yang tepat dan pentingnya merawat diri sesuai dengan usia.

Pelanggan juga menekankan pentingnya kehadiran Instagram dalam pengambilan keputusan mereka. Banyak di antara mereka yang pertama kali mengetahui tentang Dermaster melalui Instagram, yang menunjukkan betapa pentingnya platform ini dalam strategi pemasaran.

Temuan penelitian mengkonfirmasi bahwa promosi melalui platform Instagram oleh Klinik Dermaster Jakarta sangat potensial dalam menjangkau *audiens mature adult*. Hal ini dikarenakan Instagram memungkinkan konten untuk disampaikan secara kontinyu dan berkelanjutan dengan jangkauan yang luas. Ini menciptakan kesempatan untuk Dermaster Jakarta tidak hanya untuk memperluas jangkauan mereka tetapi juga untuk membangun reputasi dan kepercayaan dalam segmen *mature adult*.



## SIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini sekaligus menjawab RQ:

“Bagaimana proses konsep kecantikan mature adult dikomunikasikan melalui konten visual dan teks dalam digital marketing di Instagram pada akun Klinik Kecantikan Dermaster Jakarta?”

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa konsep kecantikan mature adult dalam digital marketing Instagram, pada akun Klinik Kecantikan Dermaster Jakarta tidak hanya tentang aspek fisik semata, melainkan juga menggambarkan kecantikan dalam kedalaman emosional dan kematangan pada individu *mature adult*.

Proses komunikasi konsep ini melibatkan pemilihan tema dan pesan yang disesuaikan dengan audiens target, yakni *mature adult*. Pesan utama yang dirancang bertujuan untuk menyoroti keindahan emosional dan fisik, sehingga menciptakan hubungan emosional yang kuat dengan pengikut akun Instagram.

Selain itu, desain visual yang dipilih mencerminkan kedewasaan, keanggunan, dan kedalaman emosional, dengan penggunaan warna, gambar, dan simbolisme yang relevan. Teks yang digunakan sesuai dengan karakter *mature adult*, bijaksana, autentik, dan menginspirasi, dengan penggunaan kata kunci dan frasa yang relevan. Keselarasan antara gambar dan teks, serta penggunaan caption yang mendukung pesan visual, menjadi kunci dalam mengefektifkan komunikasi konsep kecantikan *mature adult* melalui Instagram.

## Referensi

- Aprilita, D., & Listyani, R. H. 2016. “Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @Mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @Papan\_girl)”. *Paradigma: Jurnal Online Mahasiswa SI Sosiologi UNESA*, 4(3).
- Chambers, J. 2018. “Marketing English Language Services to a Mature Audience: A Comparative Study of Japan and South Korea”. *The Educational Review, USA*, 2(11).
- Chintya Dewi, W., & Nursanti, E. 2022. “Body Image Dengan Harga Diri Pada Wanita Dewasa Awal Pengguna Skincare (Perawatan Wajah)”. *IDEA: Jurnal Psikologi*, 6(2).
- Effiyantini, A. 2011. “Pusat Kecantikan dan Kebugaran Muslimah di Suarakarta”.
- Gayatri, R. R. P. A., & Rahmasari, D. 2022. “Penerimaan Diri pada Beauty Vlogger yang Mengalami Body Shaming”. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(1).
- Ilahiah, Y. C. S. 2019. Apa itu Inner Beauty? Ini Penjelasan dan Cara Memaksimalkannya. (<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-ambivert/>, diakses 13 Februari 2024).
- Irwanto, & Hariatiningsih, L. R. 2020. “Penggunaan Skincare Dan Penerapan konsep Beauty 4.0 Pada Media Sosial (Studi Netnografi Wanita Pengguna Instagram)”. *Journal Komunikasi*, 11(2).
- Khairani, R., & Putri, D. E. 2008. “Kematangan Emosi Pada Pria Dan Wanita Yang Menikah Muda”. *Jurnal Psikologi*, 1(2).
- Kussudyarsana, K., & Rejeki, L. 2020. “Pengaruh Media Sosial Online Dan Media Promosi Offline Terhadap Pemilihan Merek Produk Skincare Dan Klinik Kecantikan”. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 22(1).
- Lim, W. M., & Rasul, T. 2022. “Customer engagement and social media: Revisiting the past to inform the future”. *Journal of Business Research*, 148.
- Moleong, L. J. 2002. Metodologi Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya.
- Pea, I. C. R. 2020. “Riasan Wajah Sebagai Bagian Gambar Diri”. *Indonesian Journal of Theology*, 8(1).
- Purwanto, & Santoso, B. 2015. Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi Dan Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rofiah, C. 2023. “Tren Pemasaran Masa Depan”. *MARGIN ECO*, 7(2).
- Thahir, A. (2018). Psikologi Perkembangan. Lampung: Aura Publishing.
- Tilaar, M. 2017. Kecantikan Perempuan Timur. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Walter, E. 2013. *6 Ways to Get Customers Hooked and Raving About Your Brand*. Entrepreneur. (<https://www.entrepreneur.com/science-technology/6-ways-to-get-customers-hooked-and-raving-about-your-brand/227997>, Accessed 13 February 2024).
- Wiharsari, J. C. 2019. “Konsep Kecantikan Dan Pemanfaatan Produk Kosmetik Wajah Pada Mahasiswi Surabaya”. *E-Journal Unair*, 8(2).

- Yunita, B., Erawan, E., & Nurliah. 2019. "Representasi Kecantikan Dalam Iklan Wrp On The Go Untuk Membentuk Citra Perempuan Cantik. *EJournal Ilmu Komunikasi*", 7(4).
- Yusuf, A. M. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.