

MEMBUAT DESAIN PACKAGING PRODUK BODY CARE REVEUSE

MICHELLE CAROLINE KRISTANTO / CHRISTIAN ANGGRIANTO

Visual Communication Design

Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra

Citraland CBD Boulevard, Surabaya

ABSTRAK

Dalam meningkatkan kepercayaan diri akan penampilan, perempuan perlu menjaga kebersihan dan kesehatan tubuh dengan melakukan eksfoliasi kulit. Reveuse hadir dengan sebuah produk kecantikan berupa *natural body scrub cube* yang dapat merawat kulit secara efisien serta dapat meningkatkan kepercayaan diri perempuan yang berusia 18 hingga 29 tahun yang menyukai *skincare*. Dalam usaha menyelesaikan permasalahan tersebut, Reveuse menghadapi permasalahan dimana dalam membuat desain yang sesuai untuk *packaging* produk *body scrub* Reveuse karena produk yang ditawarkan berupa *body scrub cube* yang masih kurang diketahui dan dikenali oleh masyarakat. Maka dari itu, rumusan masalah jurnal ini yaitu bagaimana membuat desain *packaging* untuk produk *body care* Reveuse. Tujuan perancangan Tugas Akhir ini adalah membuat desain *packaging* untuk produk *body care* Reveuse agar produk lebih mudah untuk dikenali sebagai produk kecantikan dan memiliki daya tarik tersendiri. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dan kuantitatif melalui studi literatur, wawancara kepada tiga *expert user*, tiga *extreme user*, dan survei kepada 100 khalayak sasaran. Berdasarkan hasil analisa uji coba karya desain *packaging* Reveuse, maka akan dilakukan revisi terhadap beberapa desain yaitu pada penggunaan *typeface* utama Reveuse dan desain untuk *packaging pouch* yang kurang terlihat seperti produk *skincare*.

Kata Kunci: Perawatan Tubuh, Kemasan, Gaya Desain, Palet Warna, Tipografi

ABSTRACT

In increasing self-confidence in appearance, it is necessary to maintain a clean and healthy body by exfoliating the skin. Reveuse comes with a beauty product in the form of a natural body scrub cube that can treat skin efficiently and can increase the confidence of women aged 18 to 29 who love skincare. In an effort to solve these problems, Reveuse faces a problem in making a suitable design for the packaging of Reveuse body scrub products because the product being offered is a body scrub cube which is still not well known and recognized by the public. Therefore, the problem formulation of this journal is how to make packaging design for Reveuse body care products. The purpose of designing this final project is to create a packaging design for Reveuse body care products so that the product is easier to recognize as a beauty product and has its own charm. The research methods used were qualitative and quantitative through literature studies, interviews with three expert users, three extreme users, and a survey to 100 target audiences. Based on the results of a trial analysis of Reveuse's packaging design work, several designs will be revised, namely the use of Reveuse's main typeface and designs for packaging pouches that don't look like skincare products.

Keywords: Body Care, Packaging, Design Style, Color Palette, Typography

PENDAHULUAN

Penampilan merupakan faktor penting bagi manusia, khususnya bagi kaum perempuan. Namun, banyak perempuan yang merasa kurang percaya diri dengan penampilannya. Kepercayaan diri merupakan sikap positif individu yang berusaha memberikan penilaian positif terhadap diri sendiri dan lingkungan disekitar Fatimah dalam (Ifdil, Denich, & Ilyas, 2017, p. 108). Berdasarkan data survei Merz: *Discovering The Truth About Beauty and Self-Confidence* menunjukkan bahwa 70% responden di 11 negara Asia Pasifik merasa kurang percaya diri dan selalu membandingkan diri sendiri dengan orang lain (Merz, 2018).

Ada beberapa cara yang bisa dilakukan untuk meningkatkan penampilan, salah satunya dengan menjaga kebersihan dan kesehatan tubuh. Kebersihan tubuh dapat dilakukan dengan eksfoliasi kulit. Dengan melakukan eksfoliasi kulit menggunakan *body*

scrub dapat membersihkan kulit hingga ke pori-pori dari kotoran, debu, dan sel-sel kulit mati sehingga kulit menjadi lebih sehat dan segar (Gabriel, 2013).

Reveuse hadir dengan menciptakan sebuah produk *scrub* yang dapat digunakan secara efisien dan cepat agar mempermudah merawat kulit serta dapat meningkatkan kepercayaan diri akan kulit tubuh mereka. *Scrub* ini menggunakan bahan alami yang aman bagi tubuh dan lingkungan yang dikemas dalam bentuk *cube* yang sesuai dengan takaran pemakaian sekali pakai agar *compact* dan praktis saat digunakan dan dibawa bepergian.

Dalam usaha menyelesaikan permasalahan akan tingkat kepercayaan diri yang rendah akan penampilan, Reveuse memiliki masalah dalam membuat desain yang sesuai untuk *packaging* produk *body scrub* Reveuse karena produk yang ditawarkan berupa *body scrub cube* yang masih kurang diketahui dan dikenali oleh masyarakat. Maka dari itu, rumusan masalah jurnal ini yaitu bagaimana membuat desain *packaging* untuk produk *body care* Reveuse. Tujuan perancangan Tugas Akhir ini adalah membuat desain *packaging* untuk produk *body care* Reveuse agar produk lebih mudah untuk dikenali sebagai produk kecantikan dan memiliki daya tarik tersendiri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menerapkan metode kualitatif melalui wawancara dengan tiga *expert user* di bidang desain dan sosial media marketing, tiga *extreme user*, dan penyebaran survei online kepada 100 *target market*. Penelitian ini juga didukung oleh pengumpulan data melalui studi literatur dengan sumber buku, jurnal, dan artikel yang berhubungan dengan gaya desain, tipografi, warna, dan *packaging*.

PEMBAHASAN

Untuk topik jurnal Membuat Desain *Packaging* Produk *Body Care* Reveuse, maka topik-topik literatur yang hendak diteliti yaitu gaya desain, tipografi, warna, dan *packaging*.

Gaya Desain

Karakteristik sebuah karya desain grafis dapat dilihat dari faktor ilustrasi, komposisi, gaya desain, tipografi, dan juga *tone* warna yang digunakan dan diaplikasikan menjadi satu kesatuan (Migotuwio, 2020). Dari teori-teori yang telah dipaparkan sangatlah

berkaitan dan mendukung rancangan awal untuk membuat desain packaging produk body care Reveuse.

Tipografi

Tipografi adalah proses menyusun huruf, kata, dan teks untuk semua konteks yang dapat dibayangkan dan merupakan salah satu faktor terpenting bagi seorang desainer untuk bisa berkomunikasi visual secara efektif (Dabner, Stewart, & Zempol, 2014, p. 62). Dari teori yang telah dipaparkan sangatlah berkaitan dan mendukung rancangan awal dalam membuat desain *packaging* produk *body care* Reveuse karena tipografi merupakan faktor penting dalam membuat sebuah desain grafis.

Warna

Warna adalah spektrum tertentu yang ada di dalam suatu cahaya sempurna yang berwarna putih. Ada 5 jenis warna yaitu, warna primer, sekunder, intermediate, tersier, dan kuarter. Warna primer merupakan warna pertama yang pembentukannya tidak disertai dengan warna yang lain. Warna sekunder merupakan warna yang didapat dari campuran antara dua warna primer. Warna intermediate merupakan warna pada lingkaran warna yang terletak diantara warna primer dan warna sekunder. Warna tersier merupakan warna yang berasal dari pencampuran warna primer dengan warna sekunder dan warna kuarter merupakan warna yang berasal dari 2 campuran warna tersier (materibelajar, 2020).

Dari teori yang telah dipaparkan sangatlah berkaitan dan mendukung rancangan awal dalam membuat desain *packaging* produk *body care* Reveuse karena warna merupakan elemen penting dalam membuat sebuah desain grafis.

Packaging

Packaging merupakan suatu wadah atau tempat yang melengkapi suatu barang agar aman, menarik, dan menambah daya tarik untuk menarik konsumen untuk membeli produk. *Packaging* juga bisa digunakan sebagai media komunikasi antara produsen dengan calon konsumen, sehingga didalam desain kemasan diperlukan informasi-informasi yang harus diketahui oleh calon konsumen (Mukhtar & Nurif, 2015). *Packaging* adalah salah satu kunci untuk publikasi gambar, warna, simbol, barang dan lambang pada jarak merupakan pengiriman yang paling intensif dan penting terkait antara konsumen dan

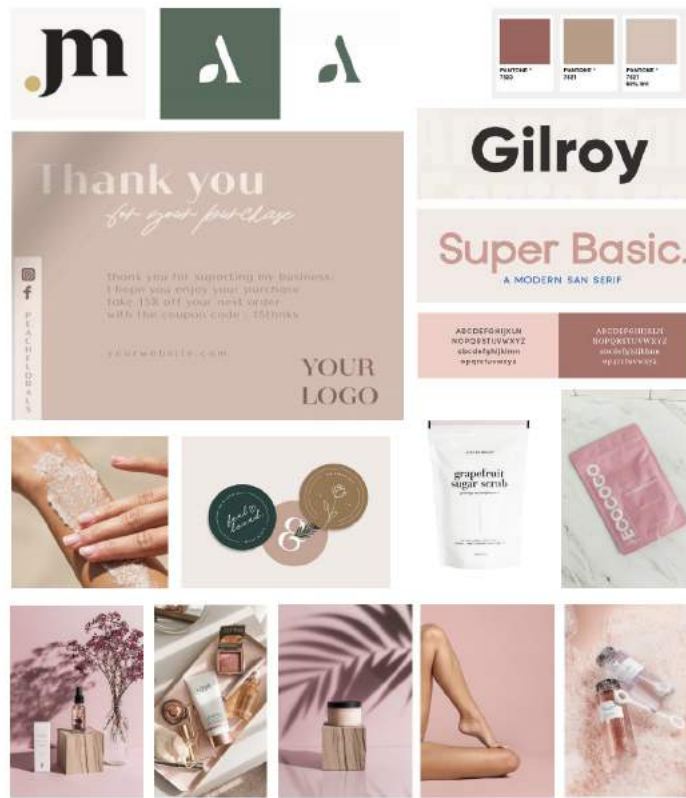
pemilik *brand* (Rambabu & Porika, 2020). Dari teori yang telah dipaparkan sangatlah berkaitan dan mendukung rancangan awal dalam membuat desain *packaging* produk *body care* Reveuse karena *packaging* merupakan elemen utama dalam membuat desain *packaging*.

Tinjauan Konsumen

Target market Reveuse adalah perempuan berusia 18 hingga 29 tahun dengan kondisi sosial ekonomi menengah hingga menengah ke atas yang berdomisili di kota-kota besar Indonesia. Bekerja sebagai pekerja atau pelajar yang memiliki jadwal cukup padat dan tidak memiliki cukup waktu untuk merawat diri. memiliki karakteristik *introvert*, *creative*, *loyal*, dan *passive*. Target *psikografis* dimana tertarik dengan dunia kecantikan khususnya *skincare*, suka menonton *film*, *travelling*, aktif di media sosial khususnya *instagram*, suka melihat dan berbelanja *online*, dan ingin tampil cantik dan sehat. Suka mengisi waktu luang di tempat tidur, melihat *instagram* dan melihat *youtube (tutorial dan vlog)*. Memiliki motivasi dalam membeli perawatan tubuh untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dialami dan memilih *referral* dan *word of mouth* sebagai *channel ads*.

Konsep Visual

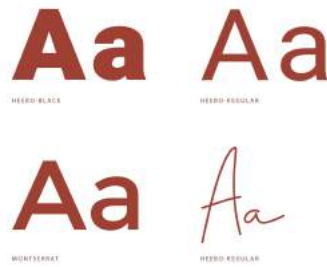
Reveuse akan menggunakan *style* desain *swiss typography* yang akan diaplikasikan pada *layout* desain *packaging*, media promosi, *website*, dan *merchandise*. *Swiss typography* merupakan *style* desain yang cenderung memiliki keseimbangan asimetris dengan menekankan faktor keteraturan, kerapian, keterbacaan, dan obyektivitas visual. Faktor penting pada *style* desain ini terdapat pada penempatan ruang kosong, elemen penataan tipografi, penggunaan warna, dan garis (Migotuwio, 2020, p. 43). Reveuse akan menggunakan *typeface sans serif* yang menonjolkan sisi *simple*, minimalis, elegan, dan *modern* karena Reveuse ingin agar konsumen mampu untuk mengenali dan mengingat *brand* Reveuse, baik dari logo, nama, slogan, dan *style* desainnya. Reveuse akan menggunakan warna *monochromatic scheme*, yang menggunakan satu warna yang divariasikan dengan *color shades*, *tints*, dan *tones*. Penggunaan warna *monochromatic* menonjolkan sisi elegan, nyaman di mata, dan menenangkan (Santoro, 2013).



Gambar 1 Moodboard

Sumber: Pinterest

Tipografi adalah proses menyusun huruf, kata, dan teks untuk semua konteks yang dapat dibayangkan dan merupakan salah satu faktor terpenting bagi seorang desainer untuk bisa berkomunikasi visual secara efektif (Dabner, Stewart, & Zempol, 2014, p. 62). Untuk mendukung citra *brand* Reveuse yang mandiri, tegas dan kuat maka akan menggunakan jenis *typeface sans serif* yang menekankan sisi *simple*, minimalis, elegan, dan *modern*. Dimana akan menggunakan jenis *typeface* sans serif yang lurus, tegas, dan *bold* sebagai *typeface* utama dan menggunakan jenis *typeface* handwriting sebagai pelengkap agar tetap menonjolkan sisi elegan dan feminim perempuan.



Gambar 2 Tipografi
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Monochromatic scheme merupakan prinsip penerapan satu warna yang divariasikan dengan *color shades*, *tints*, dan *tones*. Dengan penggunaan warna *monochromatic* akan menonjolkan sisi elegan, nyaman di mata, dan menenangkan (Santoro, 2013). Maka dari itu Reveuse akan menggunakan prinsip warna *monochromatic* dengan warna *pink* pastel yang mencerminkan *brand image* Reveuse yaitu elegan,



feminim, dan *modern*.

Gambar 3 Palet Warna
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Layout Komprehensif

Berikut merupakan *layout* komprehensif untuk desain packaging Reveuse yang dibuat untuk keperluan uji coba desain.

Gambar 4 Desain *Packaging* Reveuse

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Strategi Review dan Uji Coba Desain

Uji coba karya desain bertujuan untuk mengumpulkan data yang dapat dipakai sebagai dasar untuk mengetahui efektivitas, efisiensi, dan atau daya tarik dari desain yang akan dihasilkan. Subjek uji coba desain Reveuse terdiri dari *expert user*, *extreme user*, dan khalayak sasaran. Kriteria pemilihan *expert user* didasarkan pada pengalaman dan keahlian yang telah berhasil dan dapat dilihat secara nyata. Untuk Kriteria pemilihan *extreme user* didasarkan pada jenis kelamin, usia, pengguna *skincare* dan perawatan tubuh, dan berbelanja *online*. Berikut merupakan informasi *expert user*, *extreme user*, dan khalayak sasaran.

1. *Expert User*

- Ari Kurniawan - Apple Developer Academy *design mentor* yang ahli di bidang desain grafis, *layout*, dan tipografi. Wawancara untuk meminta *review* seputar desain *packaging* Reveuse
- Gabriele Wijasa - Apple Developer Academy *design mentor* yang ahli di bidang desain grafis, *layout*, dan tipografi. Wawancara untuk meminta *review* seputar desain *packaging* Reveuse

- Selly Fatmawati – *co-creator @longdistancecreator* yang ahli di bidang *sosial media marketing*. Wawancara untuk meminta *review* seputar desain *packaging* Reveuse

2. *Extreme User*

- Hardiyanti – Mahasiswi, menyukai *skincare* dan perawatan tubuh, suka berbelanja *online*. Wawancara untuk meminta *review* seputar desain *packaging* Reveuse
- Inneke Tanriady – Mahasiswi, rutin menggunakan *skincare* dan merawat kulit tubuh dengan *body lotion*, suka berbelanja *online*, suka mencoba *brand* lokal baru. Wawancara untuk meminta *review* seputar desain *packaging* Reveuse.
- Jocelyn - Mahasiswi, rutin menggunakan *skincare* dan merawat kulit tubuh dengan *body lotion* dan *body scrub*, suka berbelanja *online*. Wawancara untuk meminta *review* seputar desain *packaging* Reveuse

3. *Khalayak Sasaran*

- Melakukan uji coba desain kepada 100 khalayak sasaran melalui survei *online* yang disebar ke media Instagram, Twitter, komunitas, dan *personal chat*. Kriteria khalayak sasaran yaitu calon *target market* Reveuse perempuan berusia 19 hingga 29 tahun, pelajar atau pekerja, menyukai *skincare*, suka merawat tubuh, dan suka berbelanja *online*.

Pembahasan Review dan Hasil Uji Coba Desain

• *Expert user*

Berikut merupakan hasil wawancara dengan 3 *Expert user* yang dipilih berdasarkan pengalaman dan keahlian di bidang desain dan sosial media marketing. Pertama, Ari Kurniawan yang merupakan Apple Developer Academy Design Mentor yang berpengalaman di bidang *graphic design*, *layout*, dan tipografi. Kedua, Gabriele Wijasa yang merupakan Apple Developer Academy Design Mentor yang berpengalaman di bidang *graphic design*, *layout*, dan tipografi. Ketiga, Selly Fatmawati yang berpengalaman di social media marketing.

Tabel 1 Wawancara *Expert User Review Packaging*

Review Desain Packaging	
Ari Kurniawan	Untuk <i>layout</i> dan komposisi sudah baik, <i>packaging</i> produk terlihat <i>general</i> (Kurang spesifik untuk produk <i>skincare</i>), visual kurang berkomunikasi dengan baik, karena antar varian masih kurang ada pembeda.
Gabriele Wijasa	Suka dengan pemilihan jenis <i>packaging</i> , terlihat elegan, cantik dan <i>simple</i> , visual sudah berkomunikasi dengan baik karena sudah ada informasi produk yang lengkap.
Selly Fatmawati	Suka dengan pemilihan jenis <i>packaging</i> , karena berani beda dari produk-produk lain yang biasanya menggunakan <i>jar</i> , desain terlihat elegan dan menarik, visual sudah berkomunikasi dengan baik karena sudah ada informasi produk yang lengkap.
Kesimpulan	Pemilihan jenis <i>packaging</i> menarik dan unik, informasi yang diberikan jelas dan lengkap, visual sudah berkomunikasi dengan baik

- **Extreme user**

Berikut merupakan hasil wawancara dengan 3 *Extreme user* yang dipilih berdasarkan kesesuaian dengan kriteria target market Reveuse, yaitu perempuan berusia 19 hingga 29 tahun, pekerja/ mahasiswi, pengguna *skincare*, dan suka berbelanja *online*. Pertama, Inneke Tanriady, yang merupakan mahasiswi berusia 22 tahun, pengguna *skincare* dan suka berbelanja *online*. Kedua, Jocelyn, yang merupakan mahasiswi berusia

22 tahun, pengguna *skincare* dan suka berbelanja *online*. Ketiga, Hardiyanti, yang merupakan pekerja berusia 22 tahun, pengguna *skincare* dan suka berbelanja *online*.

Tabel 2 Wawancara *Extreme User Review Packaging*

Review Desain <i>Packaging</i>	
Inneke	Aman untuk dibawa, informasi yang ada sangat lengkap dan suka dengan adanya <i>QR code</i> , untuk <i>pouch rose</i> mencerminkan produk <i>body care</i> , namun untuk <i>pouch milk</i> dan <i>coffee</i> kurang terlihat seperti <i>body care</i> karena terlihat <i>general</i> , visual cukup berkomunikasi dengan baik.
Jocelyn	Desain cantik, tapi kurang bisa dikenali sebagai produk <i>body care</i> karena desainnya terlalu <i>general</i> (kurang menunjukkan sisi <i>body care</i>), visual cukup berkomunikasi dengan baik.
Hardiyanti	Untuk penempatan <i>typeface</i> di varian <i>rose</i> dan <i>milk</i> sudah sesuai dan terlihat elegan, tapi saat diaplikasikan ke <i>coffee</i> terlihat terlalu <i>manly</i> , suka dengan pemilihan <i>packaging</i> dan desainnya secara keseluruhan, visual cukup berkomunikasi dengan baik.
Kesimpulan	Pemilihan jenis <i>packaging</i> yang sesuai dengan produk yang ditawarkan, namun desain kurang terlihat seperti produk <i>body care</i> karena terlihat terlalu <i>general</i> .

- **Survei (khalayak sasaran 106 responden)**

Berikut merupakan hasil survei dengan 106 responden yang dipilih berdasarkan kesesuaian dengan kriteria target market Reveuse, yaitu perempuan berusia 19 hingga 29 tahun, pekerja/ mahasiswa, pengguna *skincare*, dan suka berbelanja *online*.

Tabel 3 Hasil Survei Khalayak Sasaran *Review Packaging*

<i>Packaging</i>

Bagaimana pendapat anda untuk Packaging Reveuse?

103 responses

Kategori	Jumlah	Persentase
Terlihat elegan, feminim, dan simple	69	67%
Pemilihan media yang sesuai dan dibutuhkan	42	40.8%
Informasi yang diberikan sangat jelas d...	55	53.4%
Perpaduan warna yang sesuai	43	46.6%
Penggunaan font yang sesuai	35	34%

Pendapat desain, 67 % responden berpendapat bahwa desain terlihat elegan, feminim, dan *simple*.

Dari skala 1 - 4, seberapa menarik packaging Reveuse (dari segi warna, gaya desain dan font)

103 responses

Skala	Jumlah	Persentase
1	0	0%
2	3	2.9%
3	38	36.9%
4	62	60.2%

Tingkat ketertarikan, 60,2 % responden berpendapat bahwa packaging Reveuse sangat menarik.

Dari segi mana yang paling membuat Anda *tidak tertarik* dengan packaging Reveuse? (silahkan lanjut pertanyaan selanjutnya jika memang tidak ada yang membuat anda tidak tertarik)

42 responses

Kategori	Jumlah	Persentase
Warna yang terlalu feminim	3	7.1%
Tidak sesuai dengan selera desain anda	12	28.6%
Tidak suka dengan pemilihan model packa...	20	47.6%
Tidak bermanfaat	5	11.9%
Penggunaan warna, font, dan style desai...	5	11.9%

Segi ketidaktertarikan, 47,6 % responden berpendapat bahwa kurang suka dengan pemilihan model packaging.

Analisa Hasil Uji Coba Desain

Dari hasil dan kesimpulan uji coba karya desain maka bisa didapatkan strategi dan hasil perancangan Reveuse yang sudah berhasil yaitu, gaya desain yang sesuai dengan target market, perpaduan gaya desain dan warna yang baik dan sesuai, semua media sudah mengkomunikasikan visual dengan baik, penggunaan dan pemilihan media yang sesuai dengan target market, perancangan strategi promosi, konten, dan *timeline* yang sesuai dengan citra *brand* dan target market Reveuse. Untuk strategi dan hasil perancangan Reveuse yang belum berhasil yaitu, penggunaan *typeface* yang terlalu tebal sehingga terkesan terlalu *manly*, tegas dan kurang feminim. Dari strategi dan perancangan Reveuse yang belum berhasil akan digunakan sebagai dasar untuk melakukan revisi desain *packaging* Reveuse.

Revisi Desain

Berdasarkan hasil analisa uji coba karya desain Reveuse, maka akan dilakukan revisi terhadap beberapa desain di bawah ini:

1. Revisi penggunaan *typeface* utama Reveuse

Berdasarkan hasil analisa desain, Reveuse terdapat masalah pada penggunaan *typeface* yang terlalu tegas dan tebal sehingga kurang menonjolkan sisi elegan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka akan dilakukan revisi terhadap penggunaan *typeface* dengan diubah menjadi lebih tipis agar tidak terkesan terlalu *manly* dan tegas namun tetap menggunakan *typeface* yang sama dari *typeface* heebo black menjadi *typeface* heebo bold. Penggantian *typeface* ini diaplikasikan ke seluruh desain *branding* dan media



Reveuse.

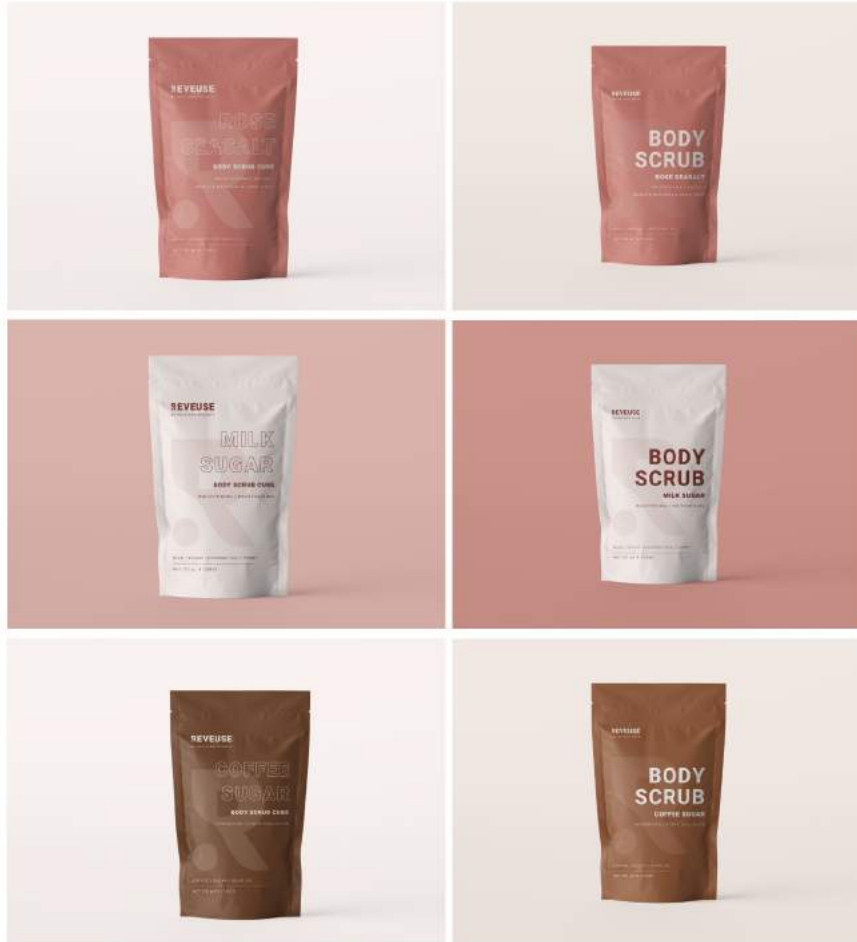
Gambar 5 Logo Reveuse Sebelum dan Sesudah Revisi

Sumber: Dokumentasi Peneliti

2. Revisi *packaging pouch*

Berdasarkan hasil analisa desain, Reveuse terdapat masalah pada desain *packaging pouch* yang kurang terlihat seperti produk *skincare*. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka akan dilakukan revisi terhadap penulisan informasi produk, dimana mengubah informasi produk *body scrub* sebagai *headline* dan varian produk sebagai *sub-headline* agar produk bisa dengan mudah dikenali oleh konsumen. Untuk

typeface headline yang awalnya berupa *outline* juga diubah menjadi *color fill* agar lebih mudah untuk dibaca. Untuk permasalahan warna *varian coffee* bewarna coklat tua yang



terkesan terlalu *manly* juga diganti menjadi warna coklat *nude* yang lebih muda agar terkesan lebih feminim dan elegan.

Gambar 6 *Packaging Reveuse Sebelum dan Sesudah Revisi*

Sumber: Dokumentasi Peneliti

PENUTUP

Setelah melakukan penelitian melalui studi literatur, wawancara, survei, dan uji coba desain, dapat disimpulkan bahwa untuk membuat desain *packaging* untuk produk *body care* Reveuse perlu memperhatikan faktor berupa gaya desain, palet warna, tipografi, jenis packaging, dan tata letak elemen. Diperlukan perpaduan yang baik dan sesuai dari faktor-faktor tersebut agar bisa menghasilkan desain yang nyaman, baik dan sesuai

dengan target market yang dituju. Selain dari desain yang diterapkan juga diperlukan informasi-informasi yang perlu dicantumkan di sebuah packaging agar konsumen bisa secara mudah mengenali produk yang ditawarkan dan bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan secara lengkap dan detail. Hal ini diperkuat dan divalidasi dengan dilakukan uji coba ke *expert user*, *extreme user*, dan 100 khalayak sasaran. Dari hasil uji coba dapat disimpulkan bahwa *packaging* Reveuse masih perlu dilakukan perbaikan karena desain *packaging pouch* yang kurang terlihat seperti produk *skincare*. Ada dua faktor penting yang perlu diperbaiki, yaitu pada tata letak dan penggunaan tipografi. Untuk tata letak penulisan informasi seputar kategori produk yang kurang terlihat sehingga sulit dikenali sebagai produk *skincare* dan tipografi yang digunakan masih terlalu tebal dan tegas sehingga terkesan *manly*. Saran ke depan untuk penelitian ini dapat dilanjutkan dalam penerapan desain yang sesuai untuk produk kecantikan dengan menerapkan prinsip-prinsip desain dan melakukan uji coba desain kepada *expert user* dan khayalak sasaran agar mendapatkan pendapat dan saran yang bisa mendukung dalam perbaikan desain.

DAFTAR PUSTAKA

Ifdil, I., Denich, A. U., & Ilyas, A. (2017). Hubungan Body Image dengan Kepercayaan Diri Remaja Putri.

Merz. (2018, November 21). *Merz Aesthetics Unveils New Consumer Campaign "Merz Aesthetics Serendipity Journey" (MASJ)*. Retrieved from merz.com: <https://www.merz.com/blog/news/merz-aesthetics-unveils-new-consumer-campaign-merz-aesthetics-serendipity-journey-masj/>

Gabriel, J. (2013). *Holistic Beauty From the Inside Out*. New York: Seven Stories Press.

Permitasari, N. (2019). Persepsi Konsumen Terhadap Brand Image Produk Kecantikan Prosumer BLP Beauty. 3.

Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management*. United States: Pearson Education.

Moote, I. (2013). *60 Minute Brand Strategist*. Canada: John wiley; Sons.

Pratiwi, F. A., Utama, R. D., & Dirgantari, P. D. (2018). GAMBARAN BRAND COMMUNICATION BRAND TRUST DAN BRAND LOYALTY PELANGGAN KOSMETIK SARIAYU DI INDONESIA.

Kapferer, J. N. (2008). *the new strategic brand management*. USA: British Library.

Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *STRATEGI PROMOSI PEMASARAN*. Jakarta.

Prasetya, A. A., Saputra, J. K., & Stevani. (2020). CAMPAIGN FOR THE REAL BEAUTY SHAMPOO DOVE DITINJAU DARI TERMINOLOGI PEMASARAN 360 DERAJAT.

Kurniawan, H. H. (2017). PENGARUH PERCEIVED QUALITY TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI MEDIASI BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST.

Kenyon, G. N., & C.Sen, K. (2015). *The Perception of Quality*. USA: Springer.

Migotuwio, N. (2020). *Desain Grafis Kemarin, Kini, dan Nanti*. Lampung: Alinea Media Dipantara.

Santoro, S. W. (2013). *Guide to Graphic Design*. USA: Pearson Education.

Dabner, D., Stewart, S., & Zempol, E. (2014). *Graphic Design School*. Canada: John Wiley & Sons.

Ramadhani, I., Yulika, F., & Syafwandi. (2018). RE-BRANDING IDENTITAS LOGO ABIDAUFa.

Mukhtar, S., & Nurif, M. (2015). Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen.

Rambabu, L., & Porika, R. (2020). Packaging strategies: knowledge outlook on consumer buying behaviour.

materibelajar. (2020, Desember 13). *Pengertian Warna – Jenis-Jenis Warna dan Istilah Warna*. Retrieved from <https://materibelajar.co.id/pengertian-warna/>