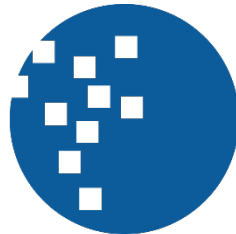


PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

BRAND SKINCARE PORE HERO



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Joshua Bonaventura Satya Rutji
00000043927

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

BRAND SKINCARE PORE HERO



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Joshua Bonaventura Satya Rutji
0000043927

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024

U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S

M
U
L
T
I
M
E
D
I
A

N
U
S
A
N
T
A
R
A

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Joshua Bonaventura Satya Rutji

Nomor Induk Mahasiswa : 00000043927

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL
*BRAND SKINCARE PORE HERO***

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 8 Januari 2024



(Joshua Bonaventura Satya Rutji)

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

BRAND SKINCARE PORE HERO

Oleh

Nama : Joshua Bonaventura Satya Rutji

NIM : 00000043927

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

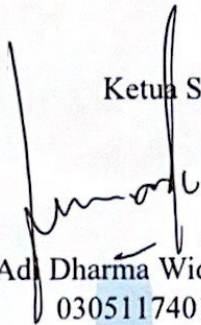
Telah diujikan pada hari Senin, 8 Januari 2024

Pukul 14.30 s.d 15.15 dan dinyatakan

LULUS

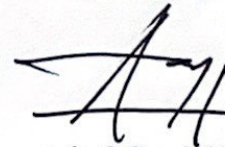
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M.Ds., A.C.P
0305117401/L00146

Penguji



Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.
0318127603/L00011

Pembimbing



Dedy Arpan, S.Des., M.Ds.
0324018607/E076482

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/E043487

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Joshua Bonaventura Satya Rutji

NIM : 00000043927

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Jenis Karya : Tesis/Skripsi/Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

BRAND SKINCARE PORE HERO

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 20 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Joshua Bonaventura Satya Rutji)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat rahmat Tuhan Yang Maha Esa karena atas kehendak-Nya penulisan tugas akhir dengan judul “Perancangan Identitas Visual *Brand Skincare Pore Hero*” dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi salah satu syarat untuk menerima gelar sarjana desain program studi Desain Komunikasi Visual pada fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara. Dalam proses perancangan ini saya menerima banyak bentuk bimbingan dan bantuan dari berbagai belah pihak. Maka dari itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dedy Arpan, S.Des., M.Ds. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman-teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, selaku *support system* yang senantiasa memberikan dukungan moral dan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Angelia Heriyanto, sebagai narasumber dari *brand Pore Hero* yang sangat bersedia untuk membantu penulis dalam mengumpulkan data yang diperlukan dan menyempatkan waktu dan tenaganya untuk wawancara.
8. Valencia Nathania, sebagai *owner* dari Pore Hero Beauty yang sudah berbaik hati untuk memperbolehkan saya menggunakan Pore Hero sebagai topik tugas akhir.

9. Smita Kirana Basuki, sebagai narasumber ahli *branding* sangat yang bersedia untuk membantu penulis dalam mengumpulkan data yang diperlukan dan menyempatkan waktu dan tenaganya untuk wawancara.
10. Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M.Ds., A.C.P dan Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds., selaku dewan sidang atas masukan dan saran yang diberikan selama perancangan tugas akhir ini, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
11. Dosen dan keluarga besar Universitas Multimedia Nusantara yang telah secara langsung dan tidak langsung membantu saya dalam perancangan tugas akhir ini.

Semoga laporan tugas akhir yang ditulis oleh penulis ini dapat dijadikan panduan oleh teman-teman mahasiswa/i, terutama mahasiswa/I Desain Komunikasi Visual maupun oleh mahasiswa program studi lain yang relevan dengan perancangan ulang identitas visual ini.

Tangerang, 20 Desember 2023



(Joshua Bonaventura Satya Rutji)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

BRAND SKINCARE PORE HERO

(Joshua Bonaventura Satya Rutji)

ABSTRAK

Seiring berjalannya perkembangan zaman perawatan kulit atau *skincare* sudah tidak lagi ditujukan hanya kepada perempuan, namun juga laki-laki untuk menjaga penampilan agar terlihat layak untuk tampil di masyarakat. Pore Hero merupakan salah satu *brand skincare* lokal yang berfokus pada *skincare* eksfoliasi dan memiliki pesan kepada masyarakat untuk lebih percaya diri dengan apa pun kondisi kulit yang mereka miliki. Sama seperti merek pada umumnya, Pore Hero juga memiliki identitas visual mereka sendiri, namun terdapat ketidaksesuaian antara identitas visual terhadap target konsumen yang dituju, dimana identitas visual Pore Hero lebih dominan pada salah satu jenis kelamin, yaitu perempuan, padahal target konsumen dari Pore Hero merupakan laki-laki dan perempuan. Melihat masalah tersebut, penulis ingin memberikan solusi untuk melakukan perancangan ulang identitas visual *brand skincare* Pore Hero.

Kata kunci: Identitas Visual, Perancangan Ulang, Pore Hero

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

RE-DESIGNING VISUAL IDENTITY OF

PORE HERO SKINCARE BRAND

(Joshua Bonaventura Satya Rutji)

ABSTRACT (English)

As time goes by, skincare is no longer only for women, but also for men to maintain their appearance in order to look decent in society. Pore Hero is one of the local skincare brands that focuses on exfoliating skincare and has a message to the public to be more confident with any skin condition they have. Just like other brands, Pore Hero also has their own visual identity, but there is an incompatibility between the visual identity and the intended target consumers, where Pore Hero's visual identity is more dominant in only one gender, women, while the intended target consumers of Pore Hero are both men and women. Seeing this problem, the author wants to provide a solution to redesign the visual identity of the skincare brand Pore Hero.

Keywords: *Visual Identity, Redesign, Pore Hero*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

| | |
|--|----------|
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| ABSTRAK | vii |
| <i>ABSTRACT (English)</i> | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 3 |
| 1.3 Batasan Masalah..... | 3 |
| 1.4 Tujuan Tugas Akhir..... | 4 |
| 1.5 Manfaat Tugas Akhir..... | 4 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 6 |
| 2.1 Desain Grafis..... | 6 |
| 2.1.1 Elemen Desain..... | 6 |
| 2.1.2 Prinsip Desain | 8 |
| 2.1.3 Warna | 13 |
| 2.1.4 Tipografi..... | 25 |
| 2.2 <i>Brand Identity</i> | 29 |
| 2.2.1 <i>Brandmark</i> | 29 |
| 2.2.2 <i>Tagline</i> | 32 |
| 2.2.3 <i>Supergraphic</i> | 32 |
| 2.2.4 <i>Imagery</i> | 33 |
| 2.2.5 Warna | 34 |
| 2.2.6 Tipografi..... | 34 |
| 2.3 <i>Skincare</i> | 35 |
| 2.3.1 Permasalahan Kulit..... | 35 |

| | | |
|-----------------------|--|-------------|
| 2.3.2 | Jenis-Jenis <i>Skincare</i> | 39 |
| 2.3.3 | Bahan <i>Skincare</i> | 42 |
| 2.4 | Pore Hero | 43 |
| 2.4.1 | Visi dan Misi Pore Hero | 44 |
| 2.4.2 | Produk Pore Hero | 44 |
| BAB III | METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN | 46 |
| 3.1 | Metodologi Penelitian | 46 |
| 3.1.1 | Metode Kualitatif | 46 |
| 3.1.2 | Metode Kuantitatif | 63 |
| 3.2 | Metodologi Perancangan | 71 |
| BAB IV | STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN | 74 |
| 4.1 | Strategi Perancangan | 74 |
| 4.1.1 | <i>Conducting Research</i> | 74 |
| 4.1.2 | <i>Clarifying Strategy</i> | 75 |
| 4.1.3 | <i>Designing Identity</i> | 81 |
| 4.1.4 | <i>Creating Touch Points</i> | 90 |
| 4.1.5 | <i>Managing Assets</i> | 103 |
| 4.2 | Analisis Perancangan | 106 |
| 4.2.1 | <i>Analisis Beta Test</i> | 106 |
| 4.2.2 | <i>Analisis Identitas Visual</i> | 107 |
| 4.2.3 | <i>Analisis Graphic Standard Manual</i> | 111 |
| 4.2.4 | <i>Analisis Packaging</i> | 112 |
| 4.2.5 | <i>Analisis Profile Instagram</i> | 114 |
| 4.2.6 | <i>Analisis Stationery</i> | 115 |
| 4.2.7 | <i>Analisis Merchandise</i> | 119 |
| 4.2.8 | <i>Analisis Souvenir</i> | 122 |
| 4.3 | <i>Budgeting</i> | 126 |
| BAB V | PENUTUP | 128 |
| 5.1 | Simpulan | 128 |
| 5.2 | Saran | 129 |
| DAFTAR PUSTAKA | | xvii |
| LAMPIRAN | | xx |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| Tabel 3.1 Tabel Produk Pore Hero..... | 56 |
| Tabel 4.1 Tabel SWOT Pore Hero..... | 77 |
| Tabel 4.2 Alternatif <i>big idea</i> perancangan ulang identitas visual Pore Hero..... | 78 |
| Tabel 4.3 <i>Budgeting</i> perancangan ulang identitas visual Pore Hero..... | 126 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Garis | 6 |
| Gambar 2.2 Bentuk | 7 |
| Gambar 2.3 Warna | 7 |
| Gambar 2.4 Tekstur..... | 8 |
| Gambar 2.5 Format | 8 |
| Gambar 2.6 Keseimbangan | 9 |
| Gambar 2.7 Hierarki Visual | 9 |
| Gambar 2.8 Ritme | 10 |
| Gambar 2.9 Kesatuan | 10 |
| Gambar 2.10 Similarity | 11 |
| Gambar 2.11 Proximity | 11 |
| Gambar 2.12 Continuity | 12 |
| Gambar 2.13 Closure | 12 |
| Gambar 2.14 Common Fate | 13 |
| Gambar 2.15 Continuing Line..... | 13 |
| Gambar 2.16 Additive dan Subtractive Color..... | 14 |
| Gambar 2.17 Hue | 15 |
| Gambar 2.18 Value | 15 |
| Gambar 2.19 Saturation | 16 |
| Gambar 2.20 Primary Color | 16 |
| Gambar 2.21 Secondary Color | 17 |
| Gambar 2.22 Tertiary Color | 17 |
| Gambar 2.23 Monochromatic Color | 18 |
| Gambar 2.24 Complimentary Color..... | 18 |
| Gambar 2.25 Analogus Color | 19 |
| Gambar 2.26 Color Psychology of Red | 19 |
| Gambar 2.27 Color Psychology of Orange..... | 20 |
| Gambar 2.28 Color Psychology of Yellow | 20 |
| Gambar 2.29 Color Psychology of Green..... | 21 |
| Gambar 2.30 Color Psychology of Turquoise..... | 21 |
| Gambar 2.31 Color Psychology of Blue | 22 |
| Gambar 2.32 Color Psychology of Purple | 22 |
| Gambar 2.33 Color Psychology of Magenta..... | 23 |
| Gambar 2.34 Color Psychology of Brown..... | 23 |
| Gambar 2.35 Color Psychology of Black | 24 |
| Gambar 2.36 Color Psychology of Gray..... | 24 |
| Gambar 2.37 Color Psychology of White..... | 25 |
| Gambar 2.38 Old Style..... | 25 |

| | |
|--|----|
| Gambar 2.39 Transitional..... | 26 |
| Gambar 2.40 Modern | 26 |
| Gambar 2.41 Slab Serif..... | 27 |
| Gambar 2.42 Sans Serif..... | 27 |
| Gambar 2.43 Blackletter | 28 |
| Gambar 2.44 Script | 28 |
| Gambar 2.45 Display | 29 |
| Gambar 2.46 Word Marks..... | 30 |
| Gambar 2.47 Letterforms | 30 |
| Gambar 2.48 Emblems..... | 31 |
| Gambar 2.49 Pictorial Marks | 31 |
| Gambar 2.50 Abstract Marks | 32 |
| Gambar 2.51 Supergraphic..... | 33 |
| Gambar 2.52 Illustration | 33 |
| Gambar 2.53 Photography | 34 |
| Gambar 2.54 Warna | 34 |
| Gambar 2.55 Tipografi..... | 35 |
| Gambar 2.56 Acne | 36 |
| Gambar 2.57 Pores..... | 37 |
| Gambar 2.58 Rosacea..... | 37 |
| Gambar 2.59 Melasma | 38 |
| Gambar 2.60 Age Spots | 38 |
| Gambar 2.61 Dark Eye Circle..... | 39 |
| Gambar 2.62 Cleansing..... | 39 |
| Gambar 2.63 Serums | 40 |
| Gambar 2.64 Moisturizer | 40 |
| Gambar 2.65 Eye Creams | 41 |
| Gambar 2.66 Exfoliator..... | 41 |
| Gambar 2.67 Masks | 42 |
| Gambar 2.68 Sunscreen | 42 |
| Gambar 2.69 Logo Pore Hero | 44 |
| Gambar 2.70 Produk Pore Hero | 45 |
| Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara dengan Pore Hero..... | 47 |
| Gambar 3.2 Dokumentasi Wawancara dengan ahli branding..... | 49 |
| Gambar 3.3 Dokumentasi Focus Group Discussion | 52 |
| Gambar 3.4 Observasi Identitas Visual Pore Hero | 54 |
| Gambar 3.5 Observasi Instagram Pore Hero..... | 57 |
| Gambar 3.6 Observasi TikTok Pore Hero..... | 58 |
| Gambar 3.7 Observasi Facebook Pore Hero | 59 |
| Gambar 3.8 Observasi Shopee Pore Hero..... | 60 |

| | |
|---|----|
| Gambar 3.9 Observasi Website Harlette..... | 61 |
| Gambar 3.10 Observasi Produk Pore Hero pada Website Harlette | 61 |
| Gambar 3.11 Data Pekerjaan atau Kesibukan Responden..... | 64 |
| Gambar 3.12 Persentase Responden yang Menggunakan Skincare..... | 64 |
| Gambar 3.13 Data Permasalahan Kulit Responden | 65 |
| Gambar 3.14 Persentase Awareness Responden Terhadap Pore Hero | 65 |
| Gambar 3.15 Persentase Awareness Responden Terhadap Pore Hero Setelah Disajikan Visualisasi dan Penjelasan Mengenai Pore Hero..... | 66 |
| Gambar 3.16 Kesan yang diberikan Pore Hero berdasarkan visualnya..... | 67 |
| Gambar 3.17 Kesan mengenai value Pore Hero berdasarkan visualnya..... | 67 |
| Gambar 3.18 Kesan mengenai target Pore Hero berdasarkan visualnya | 68 |
| Gambar 3.19 Kesan mengenai latar belakang Pore Hero berdasarkan visualnya. | 69 |
| Gambar 3.20 Persentase responden dalam membeli Pore Hero | 69 |
| Gambar 3.21 Alasan Responden tidak tertarik dengan Pore Hero..... | 70 |
| Gambar 4.1 Mindmap perancangan ulang identitas visual Pore Hero..... | 77 |
| Gambar 4.2 Mindmap brand manta Pore Hero | 79 |
| Gambar 4.3 Moodboard perancangan ulang identitas visual Pore Hero..... | 80 |
| Gambar 4.4 Alternatif sketsa komprehensif logo Pore Hero | 81 |
| Gambar 4.5 Alternatif logo Pore Hero | 81 |
| Gambar 4.6 Alternatif sketsa komprehensif logo Pore Hero 2 | 82 |
| Gambar 4.7 Alternatif logo Pore Hero 2..... | 82 |
| Gambar 4.8 Logo Pore Hero | 83 |
| Gambar 4.9 Responsive logo Pore Hero | 84 |
| Gambar 4.10 Supergrafis Pore Hero | 85 |
| Gambar 4.11 Alternatif warna Pore Hero | 86 |
| Gambar 4.12 Warna Pore Hero..... | 86 |
| Gambar 4.13 Helvetica..... | 87 |
| Gambar 4.14 Typography Pore Hero | 88 |
| Gambar 4.15 Imagery Pore Hero | 89 |
| Gambar 4.15 Layout dan grid packaging kotak Pore Hero..... | 90 |
| Gambar 4.16 Ukuran packaging kotak Pore Hero | 91 |
| Gambar 4.17 Layout dan grid label packaging Pore Hero..... | 91 |
| Gambar 4.18 Ukuran label packaging Pore Hero | 92 |
| Gambar 4.19 Layout dan grid sosial media Pore Hero | 92 |
| Gambar 4.20 Social media Pore Hero..... | 93 |
| Gambar 4.21 Layout dan grid business card Pore Hero..... | 94 |
| Gambar 4.22 Layout dan grid letterhead Pore Hero | 94 |
| Gambar 4.23 Layout dan grid envelope Pore Hero..... | 95 |
| Gambar 4.24 Layout dan grid memopad Pore Hero | 95 |
| Gambar 4.25 Layout dan grid pen Pore Hero | 96 |

| | |
|---|-----|
| Gambar 4.26 Layout dan grid mug Pore Hero..... | 96 |
| Gambar 4.27 Layout dan grid skincare pouch Pore Hero..... | 97 |
| Gambar 4.28 Layout dan grid scented candle Pore Hero..... | 97 |
| Gambar 4.29 Layout dan grid tumbler Pore Hero..... | 98 |
| Gambar 4.30 Layout dan grid face towel Pore Hero..... | 98 |
| Gambar 4.31 Layout dan grid headband Pore Hero..... | 99 |
| Gambar 4.32 Layout dan grid thank you card Pore Hero..... | 99 |
| Gambar 4.33 Layout sticker set Pore Hero..... | 100 |
| Gambar 4.34 Layout dan grid skincare sample Pore Hero..... | 101 |
| Gambar 4.35 Layout dan grid string pouch Pore Hero..... | 101 |
| Gambar 4.36 Layout dan grid facial puff Pore Hero..... | 102 |
| Gambar 4.37 Modular grid GSM Pore Hero..... | 103 |
| Gambar 4.38 Sketsa Kateren GSM Pore Hero..... | 104 |
| Gambar 4.39 Layout GSM Pore Hero..... | 104 |
| Gambar 4.40 Hasil beta test perancangan ulang identitas visual Pore Hero..... | 105 |
| Gambar 4.41 Logo final Pore Hero..... | 107 |
| Gambar 4.42 Typography final Pore Hero..... | 107 |
| Gambar 4.43 Warna final Pore Hero..... | 108 |
| Gambar 4.44 Supergraphic final Pore Hero..... | 109 |
| Gambar 4.45 Imagery final Pore Hero..... | 110 |
| Gambar 4.46 Mockup GSM Pore Hero..... | 111 |
| Gambar 4.47 Mockup packaging kotak Pore Hero..... | 112 |
| Gambar 4.48 Mockup packaging Pore Hero..... | 113 |
| Gambar 4.49 Mockup profile Instagram Pore Hero..... | 114 |
| Gambar 4.50 Mockup buseiness card Pore Hero..... | 115 |
| Gambar 4.51 Mockup letterhead Pore Hero..... | 115 |
| Gambar 4.52 Mockup envelope Pore Hero..... | 116 |
| Gambar 4.53 Mockup memopad Pore Hero..... | 116 |
| Gambar 4.54 Mockup pen Pore Hero..... | 117 |
| Gambar 4.55 Mockup mug Pore Hero..... | 117 |
| Gambar 4.56 Mockup skincare pouch Pore Hero..... | 118 |
| Gambar 4.57 Mockup scented soy candle Pore Hero..... | 119 |
| Gambar 4.58 Mockup tumbler Pore Hero..... | 119 |
| Gambar 4.59 Mockup face towel Pore Hero..... | 120 |
| Gambar 4.60 Mockup headband Pore Hero..... | 121 |
| Gambar 4.61 Mockup thank you card Pore Hero..... | 122 |
| Gambar 4.62 Mockup sticker set Pore Hero..... | 122 |
| Gambar 4.63 Mockup skincare sample Pore Hero..... | 123 |
| Gambar 4.64 Mockup string pouch Pore Hero..... | 123 |
| Gambar 4.65 Mockup facial puff Pore Hero..... | 124 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|--------|
| Lampiran A Form Bimbingan..... | xx |
| Lampiran B Turnitin | xxii |
| Lampiran C Transkrip Wawancara | xxiii |
| Lampiran D Transkrip Focus Group Discussion | xxxiii |
| Lampiran E Hasil Kuesioner..... | xx |
| Lampiran F Hasil Beta Test | xx |

