

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Hairpro merupakan salah satu brand lokal yang bergerak di bidang produk perawatan dan penataan rambut, dan merupakan bagian dari ekosistem Hairnerds. Dalam upaya memperkuat positioning brand sebagai solusi harian untuk kebutuhan styling rambut, dilakukanlah proses perancangan identitas visual yang baru, serta pengembangan desain kemasan produk dan media promosi yang konsisten dan terarah.

Perancangan ini bertujuan untuk membangun citra brand yang lebih profesional, komunikatif, dan mudah dikenali oleh target audiens, khususnya generasi muda yang peduli pada penampilan, namun tetap menginginkan produk yang terjangkau dan mudah digunakan. Produk Hairpro yang terdiri dari lima varian utama Hair Paste, Water Based, Dot Clay, Kurl Cream, dan Curly Foam menjadi fokus utama dalam perancangan kemasan dengan karakter visual yang konsisten namun tetap memiliki ciri khas masing-masing.

Seluruh proses perancangan dilalui dengan mengikuti tahapan strategi yang sistematis, dimulai dari pengumpulan data melalui wawancara dan observasi (*conducting research*), penentuan arah brand melalui perumusan brand brief dan mindmap (*clarifying strategy*), pembuatan elemen visual utama seperti logo, warna, dan supergrafis (*designing identity*), hingga pengaplikasian desain ke dalam media-media pendukung seperti kemasan, banner, poster, dan Instagram post (*creating touchpoints*). Tahapan terakhir yaitu *managing assets* diwujudkan melalui perancangan buku Graphic Standard Manual (GSM) sebagai panduan identitas visual Hairpro yang baru.

Dengan dilakukannya perancangan ini, diharapkan identitas visual Hairpro dapat merepresentasikan nilai, kepribadian, dan tone of voice brand secara utuh. Selain itu, hasil perancangan juga diharapkan mampu meningkatkan daya

saing produk di pasaran, memperkuat persepsi konsumen terhadap brand, serta menciptakan kesan profesional yang konsisten pada seluruh media visual Hairpro.

5.2. Saran

Perancangan identitas visual dan kemasan produk Hairpro ini diharapkan tidak hanya menghasilkan desain yang menarik secara estetika dan konsisten secara visual, tetapi juga mampu merepresentasikan nilai dan kepribadian brand secara menyeluruh. Selain itu, proses perancangan ini juga ditujukan untuk memperkuat brand positioning Hairpro sebagai solusi praktis dan modern dalam kebutuhan rambut. Berdasarkan hasil perancangan yang telah dilakukan, berikut beberapa saran yang ingin penulis sampaikan:

1. Untuk Dosen/Peneliti:

Diharapkan dapat melakukan pengembangan kajian lebih lanjut mengenai pengaruh desain kemasan dan identitas visual terhadap keputusan pembelian konsumen, khususnya dalam kategori produk grooming atau perawatan rambut. Selain itu, eksplorasi lebih dalam terkait strategi komunikasi visual pada brand lokal juga dapat menjadi fokus penelitian lanjutan.

2. Untuk Universitas:

Diharapkan dapat terus mendukung proses penelitian dan perancangan identitas visual dengan memberikan ruang kolaborasi bersama brand lokal. Universitas juga diharapkan dapat memfasilitasi mahasiswa dengan kegiatan seperti *workshop* bersama praktisi industri, serta pameran hasil karya mahasiswa agar hasil rancangan dapat diaplikasikan langsung dalam konteks profesional yang nyata.

3. Untuk Hairpro / Brand Lokal:

Diharapkan agar hasil perancangan ini dapat dijadikan referensi dalam pengembangan visual branding ke depannya, baik dalam media *offline* maupun digital. Konsistensi dalam menerapkan identitas visual yang telah dirancang akan sangat berperan dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen.