

ZWEENA INSIGHT Edisi September 2026

THE NEW BEAUTY CODE

What's Trending - What's Changing - What Matters



Inside This Edition

Top Trends for 2026 & Beyond

Mengenal arah
beauty dan tren inovasi
produk di 2026.

Ingredient Insight

Menggali hero ingredients
yang semakin mendapat
perhatian pasar

Brand & Product Inspiration

Melihat bagaimana brand
mengaplikasikan tren dan
hero ingredients

Looks That Sell: Cosmetics Packaging Trends

Memahami kemasan
dapat meningkatkan
nilai plus suatu produk

UNSERIOUS EVERYTHING

Ketika Beauty Jadi Lebih Fun, Ringan, dan Relatable

Di tengah rutinitas yang makin penuh tekanan, konsumen mencari beauty experience yang memberi sedikit rasa senang. Unserious Everything menggeser beauty dari komunikasi yang terlalu serius dan klinis menuju humor, playful design, sensorial experience, dan self-care yang terasa lebih ringan. [1]

WHAT'S CHANGING?



SERIOUS BEAUTY

Clinical · Perfect · Functional · Formal



UNSERIOUS BEAUTY

Playful · Relatable · Expressive · Joyful

3 WAYS BEAUTY GETS “UNSERIOUS”

PLAYFUL COMMUNICATION



Beauty yang punya personality

Humor, dan nama produk yang catchy, relatable copy, hingga bahasa yang lebih conversational membuat beauty terasa lebih dekat dan tidak terlalu “serius”.

Witty copy · Unexpected names · Relatable language · Humor

JOYFUL TEXTURE



Tekstur jadi pengalaman

Tekstur tidak hanya memberikan performa, tetapi juga menciptakan sensory joy saat digunakan.

Gel-to-water · Balm-to-oil · Mousse · Cooling · Shimmer

SELF-CARE, NOT SELF-PRESSURE



Beauty sebagai little escape

Beauty bukan selalu tentang memperbaiki sesuatu, tetapi juga tentang mood booster, me-time, dan ritual reset di tengah kesibukan.

Little escape · Mood booster · Ritual reset · Me-time

THE RULE

FUN ≠ GIMMICK

Playful outside. Thoughtful inside.
Tetap aman · stabil · nyaman · fungsional · konsisten

**UNSERIOUS OUTSIDE.
SERIOUS INSIDE.**

SCULPTING BEAUTY

Beauty yang semakin fokus pada tampilan kencang, terdefinisi, dan terawat

Beauty kini tidak hanya tentang mengatasi masalah kulit, tetapi juga tentang menciptakan tampilan kulit yang lebih firm, smooth, dan well-conditioned. Konsumen mulai tertarik pada perawatan yang terasa lebih aktif dan menyeluruh, menggabungkan formula, teknik pijat, hingga beauty tools dalam satu ritual. [1]

ARAH PENGEMBANGAN PRODUK

FIRMING & SMOOTHING

Formula yang mendukung tampilan kulit lebih kencang, halus, dan terawat.

Firming Serum · Firming Cream · Body Serum · Body Lotion · Skin Smoothing Treatment



SCULPTING RITUAL

Produk dirancang bukan hanya untuk diaplikasikan, tetapi juga menjadi bagian dari ritual massage atau penggunaan beauty tools.

Sculpting Gel · Massage Cream · Facial Oil · Gua Sha · Face Roller · Body Roller



FORMULA + MASSAGE + TOOLS

Perawatan yang terasa lebih aktif, personal, dan menyeluruh.

GATEKEEPING

Ketika produk eksklusif terasa lebih menarik

Konsumen mulai tertarik pada produk yang tidak dimiliki semua orang. Di tengah tren yang cepat viral dan cepat berganti, sesuatu yang terasa terbatas, sulit ditemukan, atau hanya bisa diakses oleh kelompok tertentu justru menjadi lebih menarik. [1]

BENTUK GATEKEEPING DI BEAUTY BAGAIMANA BRAND MENCIPTAKAN RASA EKSKLUSIF?

LIMITED

- Edisi terbatas
- Kolaborasi
- Kemasan spesial



**[BLP X Nadin Amizah]
Lip Cloud**



**ESQA x Hello Kitty]
Sweet Cheeks Stick
Blush**

ACCESS

- Akses awal
- Khusus member
- Peluncuran eksklusif



**[Legacy Edition] Morris
Extrait De Parfum**



**[Member Exclusive]
Pramy Moisturizing
Setting Spray 65 ml**

EXPERIENCE

- Kustom
- Bundel khusus
- Hadiah personal



**[Spesial Bundle]
Jacquelle Magical
Beauty Gift Set**



**[Special Gift Package]
TAVI Lip Glide Sweet
Treats Include Scrunchie**

Eksklusif bukan selalu berarti mahal, tetapi terasa lebih sulit didapat dan lebih spesial untuk dimiliki.

INGREDIENT KNOWLEDGE IS THE NEW NORMAL

2026 bukan lagi tentang mengejar **“produk viral”**, tetapi memahami apa yang benar-benar dibutuhkan kulit.

Di tengah pasar skincare yang semakin penuh dengan klaim, tren TikTok, dan istilah marketing, konsumen mulai menjadi lebih ingredient-conscious. Mereka tidak hanya bertanya **“produk apa yang bagus?”**, tetapi mulai mencari tahu:



- “Ingredient apa yang saya butuhkan?”
- “Berapa konsentrasinya?”
- “Apakah cocok dengan kondisi kulit saya?”

Bukan tentang menggunakan active sebanyak mungkin, melainkan memilih ingredient yang tepat, pada kadar yang tepat, untuk concern yang tepat.

Pergeseran Tren



Produk Viral



Semakin Banyak Active



Klaim Umum



Pemahaman Ingredient



Bahan Aktif Tepat



Kebutuhan Kulit Yang Spesifik

2026 adalah tentang menyaring informasi, lebih memahami kebutuhan kulit, dan memilih produk dengan lebih sadar. [2]



SKIN BARRIER / SENSITIVE SKIN HYPE

HERO INGREDIENT: HOCL (HYPOCHLOROUS ACID)

Di tengah tren skin barrier dan sensitive skin, konsumen semakin mencari bahan aktif yang efektif tetapi tetap gentle di kulit. Salah satu ingredient yang ikut mencuri perhatian adalah Hypochlorous Acid (HOCl). HOCl merupakan molekul yang secara alami diproduksi oleh sel darah putih sebagai bagian dari sistem pertahanan tubuh terhadap mikroorganisme.[3] Dalam skincare, HOCl dikenal memiliki aktivitas antimikroba dan antiinflamasi, sehingga menarik untuk produk acne care, sensitive skin, maupun calming skincare.[3,4]



HOCl

Antiseptik Lembut
yang Semakin Populer
dalam Skincare

Cara Kerja yang Efektif namun Tetap Lembut. HOCl bekerja melalui mekanisme oksidatif yang dapat mengganggu membran dan komponen penting mikroorganisme, sehingga membantu menghambat pertumbuhannya.[3,5] Di saat yang sama, HOCl juga berperan dalam membantu mengendalikan respons inflamasi. [3] Kombinasi aktivitas antimikroba + antiinflamasi inilah yang membuat HOCl semakin menarik sebagai ingredient untuk produk yang berfokus pada kulit berjerawat dan sensitif.[3,5]

Potensi untuk Kulit Berjerawat dan Sensitif HOCl telah diteliti dalam berbagai aplikasi dermatologi, termasuk dalam perawatan luka dan pengelolaan beban mikroba.[3,6] Karakternya yang relatif gentle juga membuat HOCl menarik untuk pengembangan produk yang ditujukan bagi kulit sensitif dan mudah mengalami kemerahan.[4,6]

MENGAPA HOCl SEMAKIN DIMINATI?

SOOTHING • GENTLE • ANTIMICROBIAL • MULTIFUNCTIONAL

Tren skin barrier dan minimalist skincare mendorong konsumen mencari bahan aktif yang efektif tanpa terasa harsh di kulit. HOCl menjadi salah satu ingredient yang sejalan dengan tren tersebut karena menawarkan aktivitas antimikroba sekaligus positioning yang gentle.[7,8]



HOCl bukanlah ingredient baru. Senyawa ini telah lama dikenal karena aktivitas antimikrobanya dan digunakan dalam berbagai aplikasi medis. **Dalam formulasi skincare, pH dan stabilitas menjadi faktor penting untuk mempertahankan HOCl dalam bentuk aktif.**[5,8]

[3] Rosenthal, A., et al. (2018). Status Report on Topical Hypochlorous Acid: Clinical Applications and Use in Wound Care. *Journal of Drugs in Dermatology*, 17(5), 547–552.

[4] Cleveland Clinic. (2024). What Is Hypochlorous Acid? And Why Should You Use It? <https://health.clevelandclinic.org/hypochlorous-acid-skin-care>

[5] CloroxPro. The Truth About Hypochlorous Acid (HOCl). <https://www.cloroxpro.com/blog/the-truth-about-hypochlorous-acid-hocl/>

[6] McKenna, P., et al. (2022). Effect of Stabilized Hypochlorous Acid on Re-epithelialization and Bacterial Load. *International Wound Journal*, 20(1).

[7] HOCl Trust. What is Hypochlorous Acid? <https://www.hocltrust.org/pages/what-is-hocl>

[8] Bosslett M. Social Media Mythbusters: Hypochlorous Acid Sprays. *Dermatology Times*. 2026 May 30. <https://www.dermatologytimes.com/view/social-media-mythbusters-hypochlorous-acid-sprays>

Beberapa Contoh Brand dengan kandungan HOCl:



1 Brand: Finally Found You

Product: 200 ppm HOCl Skin Relief Face & Body Spray [9]

- 200 ppm HOCl → ditujukan untuk acne-prone skin, redness & irritated skin
- Face & body spray → praktis dan versatile untuk berbagai kebutuhan
- Simple, convenient format → mudah digunakan kapan saja, mendukung on-the-go skincare

2 Brand: Cleanbee

Product: HOCL Food Grade Sanitizing Water Hypoallergenic [10]

- Food-grade HOCl → memberikan unique safety & purity story
- Alcohol-free + fragrance-free → cocok untuk konsumen yang mencari formula minimalis
- Multifunctional story → menunjukkan bagaimana HOCl dapat hadir dalam berbagai aplikasi, dari sanitizing hingga personal care.

3 Brand: For Skin's Sake (FSS)

Product: Hypochlorous Acid Spray HOCL 0.02% [11]

- 0,02% HOCl dengan konsentrasi yang transparan → memberi kesan technical & trustworthy
- "99,9% acne-causing bacteria" claim → benefit sangat konkret dan mudah dikomunikasikan.
- Simple formula: HOCl + RO Water → minimalist formulation yang relevan dengan tren skinalism

4 Brand: Pratista

Product: HOCL Cica Mist [12]

- HOCl + Cica → antimicrobial + soothing dalam satu produk
- Acne + redness care → menjawab dua concern kulit yang umum
- Cica mist format → familiar, gentle-looking, dan mudah digunakan secara rutin

[9] <https://id.shp.ee/6LdpbY7v>
[10] <https://id.shp.ee/Yc3WackV>

[11] <https://id.shp.ee/mErC2nTF>
[12] <https://id.shp.ee/LbP9iXsv>

ANTI AGING/ REGENERATIVE SKIN HYPE HERO INGREDIENT: PDRN

PDRN (Polydeoxyribonucleotide) adalah fragmen DNA yang dikenal dalam dunia dermatologi dan perawatan estetika karena potensinya dalam mendukung regenerasi dan pemulihan jaringan kulit. [13][14] Kini, **PDRN sedang naik kelas**. Dalam Top Trends for 2026 & Beyond, WGSN menempatkannya sebagai salah satu breakout beauty ingredients yang bergerak dari perawatan profesional K-Beauty menuju skincare rumahan. Serum, sheet mask, eye cream, hingga ampoule mulai membawa konsep perawatan regeneratif ke dalam rutinitas sehari-hari. [1] Yang membuat PDRN menarik adalah pergeseran fokus anti-aging: bukan hanya mengejar kulit yang tampak lebih muda, tetapi kulit yang sehat, kuat, dan mampu pulih.

Cara Kerja PDRN

REPAIR → RECOVER → RENEW

PDRN dikaitkan dengan proses yang mendukung **perbaikan dan regenerasi jaringan**, termasuk aktivitas sel kulit dan proses yang berhubungan dengan pembentukan kolagen. [13][14] Sederhananya, PDRN bukanlah **“kolagen instan”**. Potensinya lebih pada mendukung proses recovery dan regenerasi kulit.



MENGAPA PDRN SEMAKIN DIMINATI?

- **DARI KLINIK KE SKINCARE** PDRN sebelumnya lebih dikenal melalui dunia dermatologi dan perawatan estetika. Kini, popularitasnya mulai masuk ke produk skincare harian dan membuat konsep clinic-inspired skincare semakin dekat dengan konsumen.
- **WAJAH BARU ANTI-AGING** Anti-aging mulai bergerak dari sekadar wrinkle-fighting menuju konsep skin recovery, resilience, dan healthy aging.
- **REGENERATIVE BEAUTY** Konsumen semakin tertarik pada produk yang tidak hanya memberikan efek visual, tetapi juga membawa cerita tentang pemulihan dan kesehatan kulit jangka panjang.

PDRN: MITOS ATAU FAKTA? Seberapa benar klaim yang beredar?



MYTHS

“PDRN adalah sperma salmon”

PDRN bukan sperma salmon mentah. PDRN merupakan fragmen DNA yang telah diekstraksi dan dimurnikan dari sumber biologis tertentu. Secara tradisional, PDRN banyak dikaitkan dengan sumber salmonid. [13]



FACTS

“PDRN bisa membuat kulit memproduksi kolagen.”

PDRN dikaitkan dengan aktivitas fibroblas dan proses yang berhubungan dengan perbaikan jaringan serta kolagen [13][16]



MYTHS

“Semakin tinggi kadar PDRN, semakin bagus.”

Bukan hanya soal jumlah. Ukuran fragmen, kemurnian, formulasi, stabilitas, dan delivery system juga berperan dalam menentukan performa bahan. [16]



MYTHS

“PDRN hanya bisa berasal dari salmon.”

Riset mulai mengeksplorasi sumber non-hewan, termasuk tanaman dan mikroba. Perkembangan inilah yang kemudian membuka pembicaraan tentang plant-derived dan microbial-derived PDRN. [14][15]

PDRN bukan “sperma salmon dalam botol” dan bukan pula kolagen instan. Yang lebih tepat: PDRN adalah bahan polinukleotida yang berpotensi mendukung proses pemulihan dan regenerasi kulit, dengan hasil yang dipengaruhi oleh karakteristik bahan dan formulasi. [13][16]

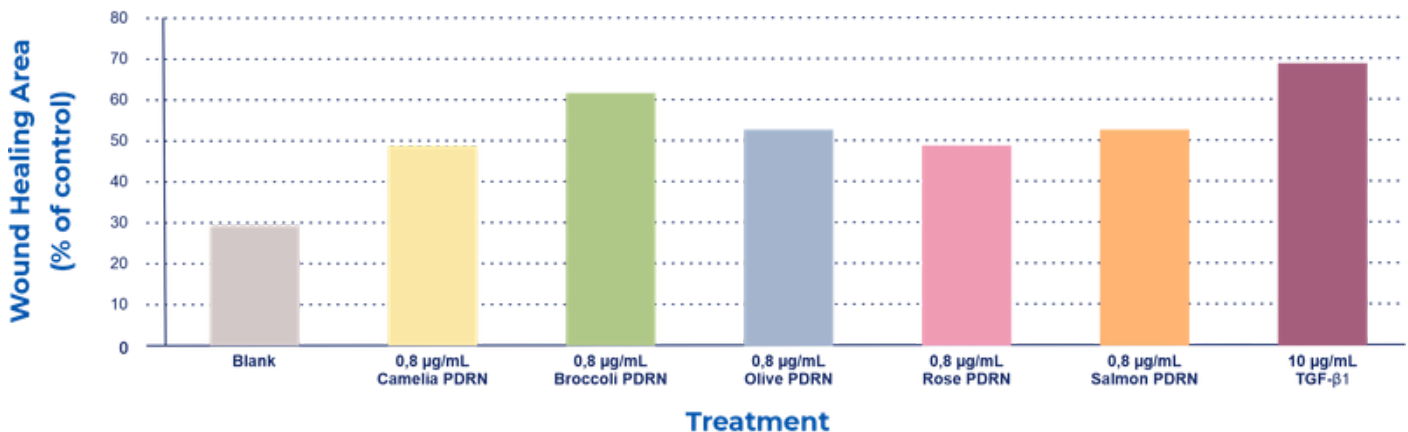


PLANT PDRN A New Alternative for Regenerative Beauty From Salmon to Plant-Based PDRN

PDRN kini tidak hanya dikenal dari sumber salmon. Plant PDRN mulai dikembangkan sebagai alternatif berbasis tanaman, dengan berbagai sumber yang dieksplorasi seperti broccoli, camellia, olive, dan rose. Menariknya, pengembangan ini membawa PDRN ke arah baru dalam regenerative skincare dengan fokus pada proses pemulihan dan regenerasi kulit.

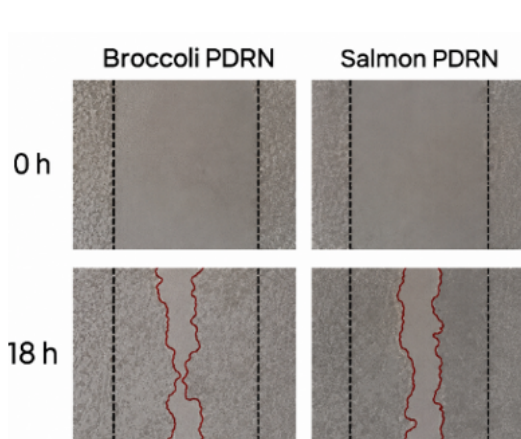
PLANT VS SALMON CELL REGENERATION EFFECT

Presentase Wound Healing Area Dibanding Kontrol



Keterangan

- Grafik menunjukkan presentase area luka yang sembuh (Wound Healing) dibandingkan kontrol
- Semakin tinggi nilai presentase menunjukkan semakin besar efek regenerasi
- Konsentrasi PDRN yang digunakan 0,8 µg/mL ; kontrol positif 10 µg/mL (TGF-β1)



Pada pengujian dengan konsentrasi yang sama (0,8 µg/mL), **Broccoli PDRN** menunjukkan wound healing area sekitar **61%**, sementara Salmon PDRN sekitar **51%**. Semakin besar area yang tertutup, semakin banyak sel yang bergerak mengisi area tersebut

18 HOURS LATER...

Hasil scratch assay menunjukkan area kosong pada sel semakin menyempit setelah 18 jam pada kedua perlakuan. Sederhananya: sel mulai bergerak mengisi bagian yang kosong, sebagai bagian dari proses pemulihan jaringan. [17]

WHY PLANT PDRN?



Alternatif berbasis tanaman

Membuka pilihan sumber PDRN selain sumber salmon.



High purity & efficiency

Pengembangan plant PDRN diarahkan pada material dengan kemurnian dan efisiensi tinggi.



Potensi regenerasi kulit

Menarik untuk dikembangkan dalam konsep skincare yang berfokus pada pemulihan dan regenerasi kulit.

Beberapa Contoh Brand dengan kandungan PDRN:



1 Brand: Glad2Glow

Product: Brightening Serum PDRN, 10% Niacinamide, 3% TXA [18]

- PDRN + Niacinamide + TXA → brightening sekaligus skin recovery
- Multi-active serum → menjawab beberapa skin concerns dalam satu produk
- Mass-market positioning yang kuat → kombinasi active yang familiar membuat PDRN lebih accessible bagi konsumen

2 Brand: Skintific

Product: PDRN Radiance Bright Serum Spray [19]

- PDRN dalam format spray → praktis, quick & convenient
- Radiance + skin renewal → memanfaatkan tren healthy, glowing skin
- Distinctive format + strong digital presence → mudah menarik perhatian dan menciptakan product differentiation

3 Brand: Somethinc

Product: PDRN + Exosome + Peptide Plumpy & Wrinkle Care Serum [20]

- PDRN + Exosome + Peptide → triple advanced active dengan strong regenerative story
- Plumpy + wrinkle care → benefit langsung terkait anti-aging
- Advanced skincare positioning → memanfaatkan hype clinical & regenerative beauty

4 Brand: Finally Found You

Product: The Ultimate Concentrate PDRN (Salmon DNA) + Green Algae [21]

- Salmon DNA PDRN + Green Algae → kombinasi hero ingredients dengan strong natural/regenerative story
- Concentrated ampoule format → memberi kesan intensive & targeted treatment
- Distinctive premium packaging → meningkatkan perceived value dan daya tarik visual

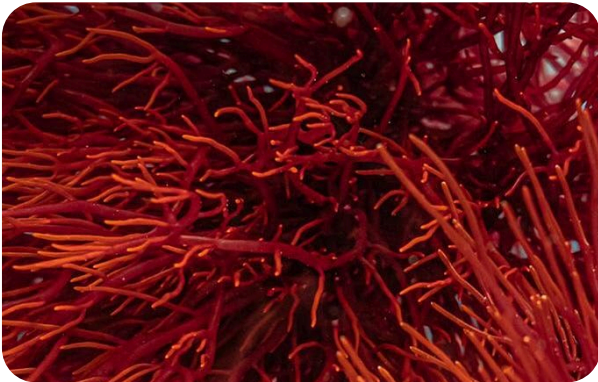


[18] <https://id.shp.ee/TYyJ1HqX>
[19] <https://id.shp.ee/5piwnr6Q>

[20] <https://id.shp.ee/NK4mMR5F>
[21] <https://id.shp.ee/yd5J3H7n>

BEAUTY FROM WITHIN HYPE

HERO INGREDIENTS: ASTAXANTHIN



Si Merah dengan Kekuatan Antioksidan

Pernah melihat warna merah-oranye pada salmon, udang, atau mikroalga? Salah satu senyawa yang memberikan warna tersebut adalah astaxanthin, yaitu pigmen alami yang dikenal memiliki aktivitas antioksidan.

Astaxanthin menjadi salah satu functional ingredient to watch di **2026**, terutama dalam tren skin support dan beauty-from-within. [22]

KENAPA MENARIK UNTUK SKINCARE?

- **Bantu lawan stres oksidatif** Antioksidan membantu melindungi sel dari efek stres oksidatif yang dapat memengaruhi kondisi kulit. [23]
- **Bantu jaga kelembapan** Penelitian pada manusia menunjukkan potensi astaxanthin dalam membantu mempertahankan kelembapan kulit. [23]
- **Bantu jaga elastisitas** Astaxanthin juga menunjukkan potensi dalam membantu menjaga kulit tetap elastis. [23][24]

APA KATA PENELITIAN?

Meta-analisis terhadap 11 studi pada manusia menunjukkan potensi astaxanthin dalam membantu meningkatkan kelembapan dan elastisitas kulit. Namun, hasil terhadap kerutan belum menunjukkan efek yang konsisten. [23] Penelitian lainnya menunjukkan potensi astaxanthin dalam membantu kulit menghadapi stres akibat paparan UV dan mengurangi kehilangan kelembapan. [24]



Tetap gunakan sunscreen!

Astaxanthin bukan pengganti sunscreen. [24]

PELUANG ASTAXANTHIN DALAM SKINCARE

Antioksidan • Hydration • Skin Resilience

Astaxanthin hadir sebagai hero ingredient dengan potensi besar dalam inovasi skincare modern. Dikenal sebagai antioksidan kuat, Astaxanthin dapat menjadi bagian dari formulasi yang mendukung perlindungan kulit dari stres oksidatif, menjaga hidrasi, serta memperkuat skin resilience agar kulit tampak lebih sehat dan terawat.

Potensi Aplikasi Produk:

Serum • Moisturizer • Essence • Sleeping Mask

[22] Mintel GNPD & Black Swan Data. (2026). Functional Ingredients to Watch in 2026.

[23] Zhou, X., Cao, Q., Orfila, C., Zhao, J., & Zhang, L. (2021). Systematic Review and Meta-Analysis on the Effects of Astaxanthin on Human Skin Ageing. *Nutrients*, 13(9), 2917.

[24] Ito, N., Seki, S., & Ueda, F. (2018). The Protective Role of Astaxanthin for UV-Induced Skin Deterioration in Healthy People—A Randomized, Double-Blind, Placebo-Controlled Trial. *Nutrients*, 10(7), 817.

[25] Yoon, H. et al. (2014). Supplementing with Dietary Astaxanthin Combined with Collagen Hydrolysate Improves Facial Elasticity and Decreases Matrix Metalloproteinase-1 and -12 Expression. *Journal of Medicinal Food*

Beberapa Contoh Brand dengan kandungan Astaxanthin:



1 Brand: Marina

Product: Collagen UV White Asta Hand and Body Lotion [26]

- Astaxanthin + Collagen → antioxidant & skin nourishment
- UV protection + brightening → benefit yang relevan untuk daily bodycare
- Harga mass market + kategori body lotion yang familiar → mudah menjangkau konsumen luas

2 Brand: Natur-E

Product: Advanced Intensive Eye Treatment Astaxanthin [27]

- Astaxanthin → antioksidan untuk melindungi kulit dari oxidative stress
- Targeted eye treatment → menjawab concern spesifik seperti aging, dark circles, dan fine lines
- Natur-E punya positioning kuat di beauty-from-within & antioxidant care → ingredient terasa credible dan relevan

3 Brand: Erto's

Product: Brightening Essense (Cream) [28]

- Astaxanthin → membawa antioxidant story ke dalam brightening skincare [28]
- Essence-cream format → menggabungkan sensasi ringan essence dengan nourishment cream
- Brightening + antioxidant positioning → mengikuti demand konsumen terhadap kulit glowing sekaligus healthy-looking

4 Brand: Azarine

Product: PHA 10% + Astaxanthin Hilarious Serum [29]

- PHA 10% + Astaxanthin → exfoliation + antioxidant dalam satu formula
- Multifunctional benefit → brightening, smoother skin & glowing appearance
- Azarine kuat di digital beauty market → ingredient combination yang "catchy" mudah dikomunikasikan dan menarik untuk consumer discovery

[26] <https://id.shp.ee/MJj9qoba>
[27] <https://id.shp.ee/HTwsgyKc>

[28] <https://id.shp.ee/8WC5ncEp>
[29] <https://id.shp.ee/PYZEzrWu>

BRIGHTENING / SKIN TONE HYPE HERO INGREDIENTS: GLUTATHIONE



Si Populer untuk Kulit Cerah & Merata

TAHUKAH KAMU? Glutathione sebenarnya diproduksi secara alami oleh tubuh. Senyawa ini terbentuk dari tiga asam amino, yaitu cysteine, glutamic acid, dan glycine, dan berperan dalam sistem pertahanan antioksidan tubuh. [30] Menariknya, glutathione juga berkaitan dengan jalur pembentukan melanin. Inilah salah satu alasan mengapa bahan ini populer dalam dunia brightening dan even skin tone. [30][31]

Jadi, glutathione bukan sekadar “bahan pemutih”, tetapi senyawa alami tubuh yang juga menarik untuk dikembangkan dalam produk skin & beauty.

KENAPA GLUTATHIONE BANYAK DILIRIK?

BRIGHTENING + MELANIN CARE Glutathione menarik perhatian karena berkaitan dengan jalur pembentukan melanin, sehingga banyak digunakan dalam produk yang menargetkan kulit kusam, pigmentasi, dan warna kulit yang tidak merata. [30][31]

BEYOND SKIN

Karena perannya dalam sistem antioksidan tubuh, glutathione juga membuka ruang eksplorasi ke konsep beauty & wellness yang lebih luas



SKIN

Brightening · Even Skin Tone · Radiance



WELLNESS

Antioxidant · Skin Support · Healthy Aging



HAIR

Scalp Care · Antioksidan · Healthy Hair

[30] Stanescu, C., Chiscop, I., Boev, M., et al. (2026). Glutathione in Skin Aging and Tissue Regeneration: A Systematic Review of Molecular Mechanisms, Redox Modulation, and Biomedical Implications. *Molecules*.

[31] Sarkar, R., Yadav, V., Yadav, T., et al. (2024). Glutathione as a Skin-Lightening Agent and in Melasma: A Systematic Review. *International Journal of Dermatology*.

Beberapa Contoh Brand dengan kandungan Glutathione:



1 Brand: Vaseline

Product: Gluta-Hya Flawless Bright Serum Burst Lotion [32]

- Jennie BLACKPINK sebagai “Jennie’s Pick” → celebrity appeal & strong social media buzz
- Glutathione + Hyaluronic Acid → kombinasi brightening + hydration yang mudah dikomunikasikan
- Serum Burst texture + strong brand awareness → sensory experience menarik dengan daya saing mass market

2 Brand: Wardah

Product: Smooth Glow F(X) Facial Foam [33]

- Glutathione dalam daily cleanser → mudah masuk ke rutinitas harian
- Harga dan format accessible → menjangkau konsumen luas
- Strong local brand + consumer trust → mudah menerima ingredient baru

3 Brand: White Diary

Product: Gluta Soap [34]

- Glutathione dalam format soap → praktis dan familiar bagi konsumen
- Harga accessible → low barrier untuk mencoba tren glutathione
- Nama “Gluta Soap” straightforward → hero benefit mudah dikomunikasikan

4 Brand: Purbasari

Product: Body Scrub Gluta Hya [35]

- Glutathione + Hyaluronic Acid → brightening + hydration
- Body scrub merupakan format yang familiar dan established di pasar Indonesia
- Affordable local brand + broad consumer base → kuat di mass market



[32] <https://id.shp.ee/HjckecE3>
[33] <https://id.shp.ee/HcdACFeL>

[34] <https://id.shp.ee/UsPRZcVo>
[35] <https://id.shp.ee/F8NY5pKM>

DIGITAL ENGAGEMENT : Ketika Kemasan Menjadi Konten



Sekarang, produk kecantikan tidak hanya ditemukan di rak toko. Media sosial dan platform online menjadi bagian penting dalam cara konsumen menemukan, melihat, dan memilih produk.

Data Jakpat menunjukkan bahwa 92% shoppers di Indonesia melakukan transaksi melalui platform online pada semester kedua 2025, naik tipis dari 91% pada periode yang sama tahun sebelumnya. Tingginya angka ini menunjukkan bahwa kanal digital telah menjadi bagian yang semakin penting dalam perjalanan konsumen berbelanja. [37]

Artinya, kemasan perlu tetap menarik dan mudah dikenali meski pertama kali dilihat melalui layar, bukan langsung di tangan.

KEMASAN YANG “CAMERA-READY”

Kemasan dengan bentuk unik, warna menarik, atau pengalaman membuka produk yang seru lebih berpotensi mencuri perhatian dan menjadi konten.



**BENTUK
UNIK**



**UNBOXING
MENARIK**



**DETAIL YANG
“INSTAGRAMABLE”**

DILIHAT → DIINGAT → DIBAGIKAN

Kemasan yang kuat secara visual membantu produk lebih mudah dikenali dan menonjol di dunia digital

[36] Where Beauty Brands Take Shape – Berlin Packaging, April 2026.

[37] Indonesia E-Commerce Trends – 2nd Semester of 2025 | Jakpat Premium Report, 2025

INCLUSIVE DESIGN : Kemasan yang Ramah un

Konsumen masa kini semakin memperhatikan apakah sebuah brand dapat memenuhi kebutuhan yang beragam. Inclusive design membuat produk kecantikan lebih mudah digunakan oleh berbagai kelompok usia dan kemampuan. Studi Kantar menemukan bahwa 75% konsumen global mempertimbangkan pendekatan brand terhadap diversity & inclusion dalam keputusan pembelian. [36]

KEMASAN YANG MUDAH DIGUNAKAN

Inclusive packaging tidak hanya tentang tampilan, tetapi juga tentang kenyamanan dan kemudahan saat digunakan. Hal ini juga mencakup konsumen dengan dexterity issues, yaitu kesulitan dalam melakukan gerakan tangan dan jari seperti menggenggam, memutar tutup, menekan tombol, atau membuka kemasan. Kondisi ini dapat dialami oleh sebagian orang dengan keterbatasan motorik, mobilitas, maupun karena faktor usia.



BENTUK YANG MUDAH DIGENGAM

DETAIL BERTEKSTUR

BUKA-TUTUP YANG MUDAH

KONTRAS WARNA YANG JELAS

DARI “ONE-SIZE-FITS-ALL” → DESAIN UNTUK SEMUA

Kemasan yang baik tidak hanya terlihat menarik, tetapi juga mudah dipegang → mudah dibuka → mudah digunakan.



Looks That Sell: Cosmetics Packaging Trends

PLAYFUL PORTABILITY : Kemasan Ringkas, Praktis, dan Bisa Dibawa



Gaya hidup modern membuat rutinitas kecantikan semakin sering dilakukan on-the-go. Konsumen membutuhkan kemasan yang ringkas, mudah dibawa, dan praktis digunakan kapan saja dan di mana saja.

Format berukuran kecil dan travel-friendly semakin diminati karena memudahkan konsumen membawa produk kecantikan sehari-hari. Di sisi lain, kemasan mulai dibuat lebih playful dan dapat menjadi bagian dari gaya personal, seperti keychain, bag charm, hingga aksesoris yang dapat dikenakan. [36]

KECIL, PRAKTIS, DAN TETAP STYLISH

Beberapa format yang mulai berkembang:

FORMAT RINGKAS

FORMAT STICK

KEMASAN YANG DAPAT DIJADIKAN AKSESORI

KEMASAN MODULAR (Dapat ditumpuk atau disambungkan sesuai kebutuhan).

Bukan hanya **MUDAH DIBAWA** → **MUDAH DIGUNAKAN**, tetapi juga **MENARIK** → **PERSONAL** → **MUDAH DIBAGIKAN**.

[36] Where Beauty Brands Take Shape – Berlin Packaging, April 2026.

[37] Indonesia E-Commerce Trends – 2nd Semester of 2025 | Jakpat Premium Report, 2025



Insight Today, Beauty Product Tomorrow.

Maklon Skincare dan Kosmetik Inovatif Bersama Zweena Adi Nugraha

More Info

Customer Service :



+62 811-2677-704



+62 822-5500-6664



+62 812-2736-2270



Kantor Pemasaran

Jl. Empu Tantular No.1,
Songgolangit, Gentan, Kec. Baki,
Kabupaten Sukoharjo, Jawa
Tengah 57556



Scan Here



Zweena Adi Nugraha

Dk. Bulurejo RT.04 RW.01, Krajan
Gatak - Sukoharjo
Jawa Tengah - Indonesia