

GLOOFA Packaging and Structure Design



GLOOFA

Care for Your Skin, Care for The Earth

Maraknya polusi sekarang ini, Gloofa hadir sebagai solusi alami untuk kehidupan yang lebih ramah lingkungan. Kami percaya bahwa dengan memulai sebuah langkah kecil seperti spons dapat membantu lingkungan. Oleh karena itu kami menyediakan spons alami dari serat gambas—alami, tahan lama dan 100% biodegradable.



Front view



Back view



Side view

Brand Communication

Kemasan ini memakai konsep *less packaging* yang meminimalisir sampah plastik yang ditambah menggunakan bahan yang ramah lingkungan. Hal-hal tersebut dibuat *brand* agar dapat mengkomunikasikan *principle* yang dianut seperti menggunakan bahan yang berkelanjutan, bersih dan aman karena menggunakan bahan alami dan ramah lingkungan.

Usability

Terdapat lubang di bagian atas yang memungkinkan produk ini digantung di rak toko, meningkatkan visibilitas produk di display ritel. Bentuk terbuka pada kemasan juga memungkinkan pelanggan melihat dan menyentuh tekstur loofah sebelum membeli.

23 CM

Prototype material : Art Carton 230gsm
Real material : Kraft Paper



6 CM

Packaging Structure

Aesthetics

Desain kemasan ini mengusung tema *less packaging*, selaras dengan konsep mengurangi limbah plastik. Ilustrasi shower dan busa di latar belakang membantu memperjelas bahwa produk ini ditujukan untuk keperluan mandi.

ID 608 GLOOFA Packaging and Structure Design

Kristin Selomitha Mulana S, Wynne Taletha H, Vincent, Yana Erlyana, S.Sn, MM

The design of sustainable packaging is becoming increasingly important in response to the environmental impact of consumer products. This research focuses on the packaging design of Gloofa, a natural bath sponge brand made from dried loofah (gambas). The aim is to create a packaging solution that not only protects and promotes the product, but also communicates values of wellness and environmental awareness. Using a design thinking approach and user-centered design method, the study analyzes target audience behavior, sustainability trends, and aesthetic preferences. The research also explores the integration of visual identity, typography, material selection, and sustainable branding strategies. Findings indicate that effective storytelling and minimalist yet elegant design can strengthen product appeal, particularly among younger consumers who prioritize natural skincare and eco-conscious living. This project contributes to the field of sustainable design by offering a replicable model for natural product branding, combining tradition, self-care, and ecological responsibility into a cohesive visual communication system.