

# PERANCANGAN *EXHIBITION BOOTH* BERDASARKAN ASPEK MATERIAL SECARA MODULAR UNTUK *BRAND SKINTIFIC* GUNA MEMUDAHKAN MOBILISASI *BOOTH SKINTIFIC*

(Studi Kasus : PT Pentaprima Adv)

Alvian Fajar Setiawan<sup>1</sup>, Damar Nusantoro Aji<sup>2</sup> dan Fajar Sadika<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> *Desain Produk, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*  
alvianfsetiawan@telkomuniversity.ac.id, damarna@student.telkomuniversity.ac.id,  
fajarsadika@telkomuniversity.ac.id

**Abstrak:** Industri periklanan dan pameran memainkan peran penting dalam membangun citra merek dan menarik perhatian konsumen. Penelitian ini menyoroti peran perusahaan periklanan dan kontraktor dalam merancang booth pameran yang efektif dan efisien, dengan fokus pada merek Skintific dan PT. Pentaprima Adv. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menciptakan booth yang efisien, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna, dengan perhatian khusus pada pemilihan material untuk desain booth. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji aspek desain produk, pameran dan penggunaan booth, serta menggunakan analisis SWOT dan metode SCAMPER untuk menghasilkan ide-ide kreatif. Tinjauan literatur memberikan wawasan tentang berbagai pendekatan desain stan, sementara penelitian kualitatif dan studi kasus mengeksplorasi aspek desain dan penggunaannya, khususnya untuk Skintific. Hasil dari penelitian ini adalah desain booth Trans Hotel Bandung berukuran 6x6 meter untuk acara Bandung X Beauty 2024 yang menampilkan berbagai item dan perlengkapan yang sesuai dengan kebutuhan acara.

**Kata kunci:** desain booth, pameran, material, Skintific, SCAMPER.

**Abstract:** *The advertising and exhibition industry plays a crucial role in building brand image and attracting consumer attention. This research highlights the role of advertising companies and contractors in designing effective and efficient exhibition booths, with a focus on the Skintific and PT brands. Pentaprima Adv. The main objective of this research is to create a booth that is efficient, attractive, and in accordance with user needs, with special attention to the selection of materials for booth design. This research adopts a qualitative approach to examine aspects of product design, exhibitions and booth use, and uses SWOT analysis and the SCAMPER method to generate creative ideas. A literature review provides insight into various booth design approaches, while qualitative research*

and case studies explore aspects of their design and use, particularly for Skintific. The result of this research is a 6x6 meter booth design at the Trans Hotel, Bandung, for the Bandung X Beauty 2024 event, which displays various items and equipment that suit the needs of the event.

**Keywords:** booth design, exhibition, materials, Skintific, SCAMPER.

## PENDAHULUAN

Industri periklanan dan pameran mengalami pertumbuhan pesat sebagai respon terhadap persaingan pasar yang semakin ketat. Inovasi visual kini menjadi faktor utama dalam membentuk citra merek dan menarik perhatian konsumen, seperti yang dilakukan Skintific melalui pembuatan *booth* pameran dan berbagai elemen seperti *Standee* dan *Backwall*. Desain produk tidak hanya fokus pada aspek *visual* saja, namun juga bertujuan untuk meningkatkan kinerja, menurunkan biaya produksi, dan menciptakan keunggulan kompetitif (Kotler & Armstrong, 2014; Wahyuni, 2017).

Sebagai kontraktor spesialis dalam pembuatan *booth* dan desain *furniture*, PT.Pentaprima Adv mempunyai peranan penting dalam mendukung Skintific dengan menyediakan *booth* yang memenuhi standar teknis dan struktur, serta mempertimbangkan karakteristik material untuk menjamin ketahanan dan efisiensi (Ario Kurniadi, 2013). Penelitian ini akan mengeksplorasi penerapan desain produk dan sistem modular untuk meningkatkan efisiensi mobilisasi stan dan penggunaan material. Metode SCAMPER akan diterapkan untuk mengembangkan dan menyempurnakan desain *booth*.

Dengan semakin seringnya penggunaan *booth* pada pameran, penting bagi pelaku usaha untuk memilih bahan dan desain yang tepat dan efisien. *Booth* harus memenuhi kriteria fungsional, ergonomis dan ramah lingkungan, serta memberikan pengalaman yang memuaskan bagi penggunanya (Agustin, 2014; Widjaya). Penelitian ini bertujuan untuk merancang *booth* dengan pemilihan

material yang optimal, fokus pada ketahanan dan efektivitas untuk berbagai acara, serta memberikan manfaat bagi Skintific dan industri pameran pada umumnya..

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mengeksplorasi secara mendalam aspek produk dan desain pameran. Metode ini dipilih karena kemampuannya dalam memahami elemen subjektif yang sulit diukur dengan metode kuantitatif, seperti preferensi, persepsi dan interaksi manusia dengan desain (Sugiyono, 2018). Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengeksplorasi konteks budaya, sosial, dan sejarah yang mempengaruhi pengalaman desain.

Desain penelitian ini menggunakan studi kasus, berfokus pada kondisi alam objek dan menerapkan triangulasi data untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas hasil. Peneliti berperan sebagai alat utama dalam pengumpulan dan analisis data, dengan penekanan pada makna yang mendalam dibandingkan generalisasi statistik (Sugiyono, 2012). Teknik pengumpulan data melibatkan wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi tertulis, yang masing-masing memberikan pandangan berbeda mengenai kualitas bahan dan efektivitas desain *booth* (Patton, 1990).

Wawancara mendalam dilakukan kepada staf divisi PPIC di PT. Pentaprima Adv dan kepala desain Skintific (Kak Banyu) untuk mendapatkan wawasan tentang material dan strategi desain *booth*. Pengamatan langsung selama enam bulan di lokasi produksi memberikan wawasan tentang proses pembuatan dan penggunaan stan. Selain itu, studi literatur digunakan untuk meningkatkan pemahaman tentang peran material dalam desain *booth* dan pameran (Zed, 2008).

Dalam analisis data, teknik SCAMPER diterapkan untuk *brainstorming* dan pengembangan desain. SCAMPER, yang terdiri S (*Substitute*) yang merupakan

kepanjangan dari substitute artinya mengganti, C (*Combine*) artinya menggabungkan, A (*Adapt*) artinya mengadaptasi, M (*Modify*) artinya memodifikasi, P (*Put to other uses*), E (*Eliminate*) artinya mengeliminasi, dan R (*Reverse*) menata ulang. Digunakan untuk mengidentifikasi peluang inovasi dan modifikasi desain stan (Eberle, 1972). Proses desain diawali dengan ideasi dan *brainstorming*, dilanjutkan dengan pembuatan sketsa dan finalisasi desain, dengan penekanan pada kualitas material dan efektivitas penggunaan.

Validasi desain dilakukan melalui pertemuan dengan tim produk dan klien, sehingga peneliti dapat memperoleh masukan langsung terhadap desain. Proses ini memastikan bahwa desain memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, dan memungkinkan penyesuaian sebelum produksi akhir. Aspek yang dinilai dalam validasi meliputi kualitas material, efektivitas penggunaan *booth*, dan estetika desain, untuk memastikan produk akhir memenuhi solusi yang optimal dan memuaskan.

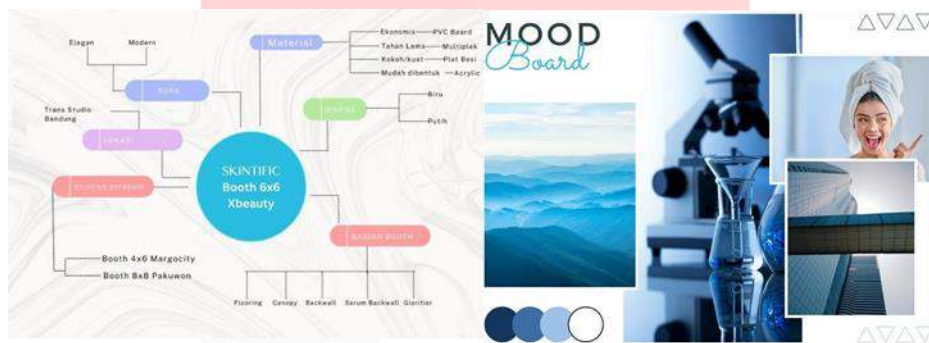
## HASIL DAN DISKUSI



Gambar 1 Booth Margo City 4x6 Skintific  
sumber: dokumentasi penulis

Desain *Booth* Skintific 6x6 ini didasarkan pada desain *booth* sebelumnya yang dibuat oleh Kak Banyu di Margo City, dengan tujuan utama untuk meningkatkan fungsionalitas dan estetika *booth*. Desain baru ini mencakup penataan ulang perlengkapan serta penambahan elemen seperti pemulia untuk meningkatkan tampilan dan visibilitas produk. Analisis SWOT menunjukkan

kelebihan seperti penggunaan material premium dan pencahayaan yang menarik, namun juga mengidentifikasi kelemahan seperti warna yang monoton dan penataan perlengkapan yang kurang efektif. Peluang desain mencakup pembuatan perlengkapan yang menarik dan pemilihan bahan premium, sedangkan ancamannya mencakup kesamaan warna dengan merek lain. *Booth* ini dirancang untuk memudahkan penjualan produk selama acara, memberikan kemudahan pembongkaran, dan meningkatkan fungsionalitas dibandingkan desain sebelumnya, dengan fokus pada pengguna berusia 19 tahun ke atas.



Gambar 2 *Mindmap & Moodboard Booth Skintific 6x6 Xbeauty*  
sumber: dokumentasi penulis

Perancangan *booth* diawali dengan pembuatan *mindmap* dan *moodboard* yang menampilkan lokasi dan nuansa yang diinginkan. Penggunaan material ekonomis dan sistem *knockdown* bertujuan untuk meningkatkan ketahanan dan kemudahan perakitan.



Gambar 3 *Sketsa Alternatif 1 & Sketsa Alternatif 2 Booth Skintific 6x6 Xbeauty*  
sumber: dokumentasi penulis

Evaluasi terhadap dua alternatif sketsa menunjukkan bahwa Sketsa 1 memiliki keunggulan dalam hal mobilitas dan efisiensi dibandingkan Sketsa 2. Desain akhir memadukan aspek fungsional dan estetika dengan penggunaan warna biru minimalis. Metode SCAMPER diterapkan untuk merangsang kreativitas dan mengoptimalkan desain, sedangkan sistem *knockdown* meningkatkan fleksibilitas dan kemudahan mobilisasi *booth*. Proses produksinya meliputi pembuatan rangka *booth* dan pemasangan perlengkapan menggunakan sistem modular untuk menjamin kekuatan dan kemudahan perakitan, dengan *finishing* menggunakan campuran *duco* dan *backspray* akrilik untuk mencapai hasil akhir yang berkualitas. Proses desain melibatkan tinjauan berulang serta pengumpulan umpan balik dari berbagai sumber untuk memastikan desain yang efisien dan memenuhi spesifikasi yang ditetapkan.



Gambar 4 Sketsa Final Booth Skintific 6x6 Xbeauty  
sumber: dokumentasi penulis

*Booth* Skintific 6x6 Xbeauty dipamerkan di Bandung X Beauty 2024 dengan desain akhir yang memenuhi spesifikasi dan harapan klien. *Booth* ini efektif dalam menawarkan solusi fungsional dan estetis, serta memenuhi kebutuhan pengunjung dan tujuan acara.

## KESIMPULAN

Peran industri periklanan dan pameran semakin penting dalam memperkuat citra merek dan menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu,

perusahaan seperti Skintific dan kontraktor seperti PT. Pentaprima Adv perlu merancang booth pameran yang efektif dan efisien dengan pemilihan material yang tepat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan studi kasus untuk mengeksplorasi desain produk dan material modular, dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas produk Skintific dan memberikan manfaat bagi lingkungan dan industri kecantikan. Skintific 6x6

Skintific dan PT. Pentaprima Adv disarankan untuk memperkuat kerjasama dalam desain booth dengan fokus pada pemilihan material yang ramah lingkungan dan tahan lama, guna meningkatkan brand image dan manfaat lingkungan. Selain itu, penting untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap desain produk dan kualitas material, serta melibatkan praktisi dan peneliti di bidang desain produk dan pameran untuk mendorong inovasi dan efektivitas booth.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anandya, R. (2015). *Analisis Pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Citra Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Sepatu Adidas Original (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ardiningrum, A. (2021). *Eksplorasi Material Kulit Vegan Berbahan Dasar Kulit Kopi pada Perancangan Sepatu Boots (Studi Kasus Sepatu Boots Milik PT.Nokha International Group)*. Bandung: Telkom University.
- Cahyati, H. (2017). *Efektivitas Teknik Scamper dalam Mengembangkan Kemampuan Berpikir Kreatif Matematis Siswa*. Jakarta: Universitas Islam Negeri.
- Chandra, A. P., & Santoso, T. (2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Outlet Mini Malt Surabaya. *Agora*,

*Vol. 7, No. 1, 121-131.*

- Dr. J. R. Raco, M. M. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 7 Nomor 1, 17-32.*
- Farhan, M. Y., & Kamal, M. (2016, September). Analisis Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus pada Konsumen Nike di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management, Vol. 0, 80-89.*
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* (Edisi 5 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goutama, H., Mulyono, G., & Nilasari, P. F. (2018). Perancangan Produk Interior Modular Multifungsi Berbasis Material Kayu Olahan. *Jurnal Intra, Vol.6 No.2, 69-77.*
- Haryono, T., & Marniyati, S. (2017). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Bisnis dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis & Manajemen, Vol.17 No.2, 51-68.*  
doi:doi:10.20961/jbm.v17i2.17174
- Hastuti, S., Widodo, J. D., & Purwanto. (2023). Implementasi Metode Scamper Dalam Produksi Program Budaya Di TVRI Surabaya. *Jurnal Heritage, Vol11 No 1, 28-37.* doi:https://doi.org/10.35891/heritage.v11i1.3719
- Hidayat, T. (2019). *Pembahasan Studi Kasus Sebagai Bagian Metodologi Penelitian*. Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Homer, P. M. (2008, July). Perceived quality and image: When all is not “rosy”. *Journal of Business Research, Volume 61(Issue 7), 715-723.*  
doi:https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.05.009
- Kusumowardani, D. (2021, December). Penerapan Teknologi Modular Dalam



- Konsep Perancangan Arsitektur. *Jurnal Desain Interior*, Vol.6(No.2), 89- 91.
- Mandasari, W., Hawa, S., & Yosef, Y. (2020). *Penerapan Metode Scamper terhadap Hasil Belajar dan Keaktifan Peserta Didik Kelas IV Sekolah Dasar* (Vol. 7). Sumatera Selatan: Universitas Sriwijaya. doi:10.36706/jisd.v7i1.11624
- Mariné Aghekyan-Simonian, Forsythe, S., Won, W., & Chattaraman, V. (2012). The Role of Product Brand Image and Online Store Image on Perceived Risks and Online Purchase Decisions for Apparel. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 19(Issue 3), 325-331. Retrieved from . (2012). The Role of Product Brand Image and Online Store Image on Perceived Risks and Online Purchase Decisions for Apparel. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Mavilinda, E. S., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Tolak Angin Pada Masa Pandemi di Surakarta. *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Vol.10 Nomor 2, 213-221.
- Megarita, G. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Ultra Milk di Jakarta Utara*. Jakarta: Kwik Kian Gie.
- Noviani, L. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok "Liar". *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.2 (1), 2076-2086.
- Özyaprak, M. (2016). The effectiveness of SCAMPER Technique on Creative Thinking Skills. *Journal for the Education of Gifted Young Scientists*, Vol.4(1), 31-31. doi:10.17478/JEGYS.2016116348
- Palim, L. T. (2017). Perancangan Functional Minimalism Compact booth Untuk Display Pakaian dan Footwear. *Jurnal Intra*, 5 No.2, 1005-1013.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. London : New Dehli: SAGE Publications.

- Pratama, R. B. (2019). *Metodelogi Penelitian*. Bandung: UNIKOM.
- Prof. Augusty Ferdinand, D. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (Edisi 5 ed.). Semarang: Universitas Dipenogoro Press.
- Purawanto, Y. (2015). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha R15. *Jurnal Ilmiah Universitas Bakrie, Vol.3 No.3*, vii-viii.
- Rachman, B. J., & Santoso, S. B. (2015, May). Analisis Pengaruh Desain Produk dan Promosi terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian Yang Dimediasi oleh Citra Merek (Studi pada Customer Distro Jolly Roger Semarang). *Diponegoro Journal of Management, Vol.0*, 266-279.
- Reven, D., & Ferdinand, A. T. (2017, Aug). Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta). *Diponegoro Journal of Management, Vol.6 No.3*, 152-164. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17323>
- Rosyida, R. H., & Yamit, Z. (2022, July 13). Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada PT Paragon Technology and Innovation di Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen, Vol.1 No.2*, 119-130. From <https://journal.uui.ac.id/selma/article/view/24564>
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Setiawan, A. F., & Chalik, C. *Rhinoceros Software As A Digital Modeling Development Of 3d Products Case Study: Students' Digital Model Design of Product Design Department Telkom University*.
- Setiawan, A. F., & Bahri, N. F. (2022). *Design of Portable Clean Water Storage Facilities for Street Vendors. Journal of Industrial Product Design Research and Studies Vol, 1(1)*, 1-8.
- Sihombing, S., & Sitanggang, D. (2018). Analisis Desain Produk dan Jasa. *Jurnal*

*Riset Akuntansi dan Keuangan, Vol.4 No.2, 137-156.*

doi:10.1234/akuntansi.v4i2.456

Suari, M. T., Telagawathi, N. W., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen, Vol.5, 26-33.*

