

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**DESAIN DAN PEMBUATAN *BOOTH* PAMERAN *FASHION  
OUTSHINE* UNTUK MEREPRESENTASIKAN IDENTITAS  
VISUAL *BRAND***

Diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.)

Program Studi D-3 Kriya Seni Minat Studi Tata Laksana Pentas



Oleh:

Tiana Dwi Kirana W

NIM: 222213021

**PROGRAM STUDI D3 KRIYA SENI**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN**

**INSTITUT SENI BUDAYA INDONESIA BANDUNG**

**2025**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**DESAIN DAN PEMBUATAN *BOOTH* PAMERAN *FASHION***  
***OUTSHINE* UNTUK MEREPRESENTASIKAN IDENTITAS**  
**VISUAL BRAND**

Telah disidangkan dihadapan penguji pada tanggal  
16 Desember 2025 disetujui dan disahkan oleh:

**Pembimbing I**



Riana Safitri, S.Sn., M.Pd.  
NIP. 197510112006042002

**Pembimbing II**



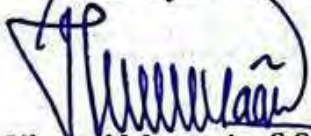
Muhammad Shidiq M.Pd.  
NIP. 199303172019031005

**Penguji**



Carina Sarasati, S.T., M.Ars.  
NIP. 198607132024212021

**Ketua Jurusan Kriya**



Khairul Mustaqin, S.Sn., M.Sn.  
NIP. 197405052003121003

**Kaprodi Kriya Seni**



Muhammad Shidiq M.Pd.  
NIP. 199303172019031005

**Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain**



Prof. Dr. Husen Hendriyana, S.Sn., M.Ds.  
NIP. 197203101998021003

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga proposal Tugas Ujian Akhir yang berjudul desain dan pembuatan *booth* pameran fashion outshine untuk merepresentasikan identitas visual *brand* dapat diselesaikan. Proposal ini diajukan untuk meraih gelar Ahli Madya (A.Md.) pada bidang keahlian Kriya Seni Kriya Seni Tata Laksana Grafis di Institut Seni Budaya Indonesia Bandung.

Penulis sadar bahwa proposal ini jauh dari kata sempurna, jika nantinya terdapat kekeliruan di dalamnya, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran agar berguna untuk proses kedepannya. Akhir kata semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca.

Bandung, 20 Januari 2025  
Penulis,

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG PENCIPTAAN.....	1
B. TUJUAN.....	3
C. PERANCANGAN .....	4
D. PUSTAKA ACUAN.....	5
E. METODE PENELITIAN DATA.....	6
F. SISTEMATIKA PENULISAN.....	11
BAB II.....	12
PENCIPTAAN.....	12
A. SUMBER PENCIPTAAN .....	12
B. DESAIN BOOTH .....	14
C. KONSEP PERWUJUDAN .....	15
D. SKENARIO (DEKORASI).....	18
E. PROSES PENCIPTAAN.....	20
BAB III.....	29
DESKRIPSI HASIL GARAPAN DAN PEMAPARAN KARYA .....	29
A. DESKRIPSI KARYA .....	29
B. PENYAJIAN KARYA .....	34
BAB IV.....	38
PENUTUP .....	38
A. KESIMPULAN.....	38
B. SARAN.....	38
DAFTAR PUSTAKA .....	39

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	
Referensi desain <i>booth</i> (sumber: pinterest vershome, 2025).....	7
Gambar 1.2	
Referensi desain <i>booth</i> (sumber: pinterest vershome, 2025).....	8
Gambar 1.3	
Referensi desain <i>booth</i> (sumber: pinterest vershome, 2025).....	8
Gambar 1.4	
Referensi desain <i>booth</i> (sumber: pinterest vershome, 2025).....	9
Gambar 1.5	
Referensi desain <i>booth</i> (sumber: pinterest vershome, 2025).....	9
Gambar 1.6	
Referensi desain <i>booth</i> (sumber: pinterest vershome, 2025).....	10
Gambar 1.7	
Referensi desain <i>booth</i> (sumber: pinterest vershome, 2025).....	10
Gambar 2.1	
Logo Outshine (sumber: Pribadi).....	13
Gambar 2.2	
Denah Mall Festival Citylink (sumber: office fcl).....	17
Gambar 2.3	
Desain Window display (sumber: pribadi).....	21
Gambar 2.4	
Desain Lengkung Belakang (sumber: pribadi).....	21
Gambar 2.5	
Desain Kamar Pas (sumber: pribadi).....	22
Gambar 2.6	
Desain Meja Kasir(sumber: pribadi).....	22
Gambar 2.7	
Desain Kursi Penunggu (sumber: pribadi).....	23
Gambar 2.8	
Patung (sumber: pribadi).....	23
Gambar 2.9	
Gambar Kerja Tampak Kanan (sumber: autocad).....	24
Gambar 2.10	
Gambar Kerja Tampak Kiri (sumber: autocad).....	24
Gambar 2.11	
Gambar Kerja Tampak Atas (sumber: autocad).....	25

Gambar 2.12	
Gambar Kerja Tampak Depan (sumber: autocad).....	25
Gambar 2.13	
Desain Tampak Atas (sumber: pribadi).....	26
Gambar 2.14	
Desain Tampak Samping Kiri (sumber: pribadi).....	26
Gambar 2.15	
Desain Samping Kanan (sumber: pribadi).....	27
Gambar 2.16	
Desain Tampak Depan (sumber: pribadi).....	27
Gambar 3.1	
Dokumentasi Proses Pengkaryaan (sumber: pribadi).....	30
Gambar 3.2	
Dokumentasi Proses Pengkaryaan (sumber: pribadi).....	30
Gambar 3.3	
Dokumentasi Proses Pengkaryaan (sumber: pribadi).....	31
Gambar 3.4	
Dokumentasi Proses Pengkaryaan (sumber: pribadi).....	31
Gambar 3.5	
Dokumentasi Proses Pengkaryaan (sumber: pribadi).....	32
Gambar 3.6	
Dokumentasi Proses Pengkaryaan (sumber: pribadi).....	32
Gambar 3.7	
Screen Shoot Vidio Aminasi (sumber: pribadi).....	33
Gambar 3.8	
Poster (sumber: pribadi).....	34
Gambar 3.9	
Maket Desain Booth (sumber: pribadi).....	35
Gambar 3.10	
Desain Rak Ukuran 1:1 (sumber: pribadi).....	35
Gambar 3.11	
Poster dan Moodboard (sumber: pribadi).....	36
Gambar 3.12	
Set Pameran Tugas Akhir (sumber: pribadi).....	36
Gambar 3.13	
Dokumentasi Sidang Akhir (sumber: pribadi).....	37
Gambar 3.14	
Dokumentasi Bersama Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji (sumber:pribadi).....	37

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Material Desain.....20



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penciptaan**

*Fashion* adalah tren atau gaya yang meliputi pakaian, alas kaki, riasan, aksesoris, yang digunakan untuk mengekspresikan diri. *Fashion* juga memiliki beberapa fungsi dalam kehidupan sehari-hari yaitu meningkatkan penampilan, mengekspresikan diri, identitas diri. Saat ini *fashion* sangat erat hubungannya dengan gaya hidup individu, dimana orang bisa menilai lewat cara berpakaian karena *fashion* bisa mencerminkan identitas, budaya, dan tren zaman.

Industri *fashion* di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang pesat. Merek-merek lokal semakin berkembang dan bersaing untuk menarik perhatian konsumen melalui desain produk, kualitas, serta pengalaman yang diberikan kepada pelanggan. Salah satu elemen penting dalam membangun identitas visual sebuah brand adalah melalui penyajian yang konsisten dan menarik dalam berbagai *platform*, termasuk dalam pameran atau acara *fashion*.

*Booth* pameran merupakan salah satu sarana vital dalam meningkatkan visibilitas dan eksposur sebuah merek di tengah kompetisi yang ketat. *Booth fashion* merupakan salah satu media promosi yang sering dijumpai dalam berbagai kegiatan seperti bazar, pameran, *fashion week*, kampus fair hingga *event* komunitas. Desain *booth* yang menarik dan sesuai dengan karakter *brand* akan menjadi faktor penting yang mempengaruhi kesan dan citra merek di mata pengunjung. Dalam konteks ini, desain dan konsep menjadi aspek penting untuk menunjukkan identitas sebuah *brand*. Penataan elemen-elemen visual, pemilihan warna,

material, pencahayaan, serta sirkulasi pengunjung harus dirancang sedemikian rupa untuk menciptakan daya tarik pengunjung. *Booth* yang dirancang dengan baik dapat memperkuat pesan dan identitas merek juga memberikan pengalaman visual yang mendalam bagi pengunjung, serta meningkatkan daya tarik *brand* di pasar yang semakin kompetitif. *Booth fashion* tidak hanya berfungsi sebagai tempat jual beli, tetapi menjadi tempat berinteraksi antara pelaku industri dan konsumen. Banyak dari mereka yang hanya menampilkan desain *booth* sederhana tanpa mempertimbangkan aspek visual *branding* akibatnya *booth* menjadi kurang menarik dan tidak mampu bersaing dengan kompetitor lain dalam *event* yang sama.

Outshine adalah sebuah usaha yang berdiri sejak tahun 2015 dan merupakan bisnis keluarga yang dibangun dengan penuh dedikasi dan semangat untuk menghadirkan karya terbaik dalam dunia *fashion*. Berawal dari kecintaan keluarga kami terhadap menjahit, Outshine hadir sebagai tailor yang tidak hanya menerima pesanan saja, tetapi juga memiliki koleksi desain sendiri yang terus berkembang.

Outshine, sebagai salah satu merek *fashion* lokal yang tengah berkembang, perlu mendesain *booth* pameran yang tidak hanya fungsional, tetapi juga mampu menciptakan pengalaman visual yang menggambarkan karakter dan nilai-nilai merek tersebut. *Booth* pameran yang efektif akan memperkuat citra Outshine di pasar, meningkatkan pengenalan merek, dan memberi dampak positif pada loyalitas pelanggan serta daya tarik pasar.

Dengan latar belakang ini, laporan tugas ujian akhir ini bertujuan untuk merancang dan membuat *booth* pameran yang berbeda dari *booth-booth*

lainnya. *Booth* yang dirancang dengan pendekatan desain yang kuat yang mampu membangun identitas *brand* yang kuat karena *booth* yang dibuat bertujuan untuk meningkatkan identitas visual *brand*, memperkenalkan koleksi *fashion* terbaru mereka, serta memberikan pengalaman yang tak terlupakan bagi pengunjung yang datang ke pameran. Desain *booth* ini akan memperhatikan elemen-elemen seperti estetika, fungsionalitas, serta kesesuaian dengan konsep dan nilai-nilai merek Outshine. Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep desain dan pembuatan *booth* pameran *fashion* Ousthine untuk merepresentasikan identitas visual brand?
2. Bagaimana teknik desain dan pembuatan *booth* pameran *fashion* Ousthine untuk merepresentasikan identitas visual *brand*?
3. Bagaimana penyajian desain dan pembuatan *booth* pameran *fashion* Ousthine untuk merepresentasikan identitas visual *brand*?

## **B. Tujuan**

Adapun tujuan dari desain dan pembuatan *booth* pameran *fashion* Ousthine untuk merepresentasikan identitas visual *brand* sebagai berikut:

1. Menjelaskan konsep desain dan pembuatan *booth* pameran *fashion* Ousthine untuk merepresentasikan identitas visual *brand*.
2. menjelaskan teknik desain dan pembuatan *booth* pameran *fashion* Ousthine untuk merepresentasikan identitas visual *brand*.
3. Menjelaskan penyajian desain dan pembuatan *booth* Pameran *fashion* Ousthine untuk merepresentasikan identitas visual *brand*.

## C. Perancangan

### 1. Estimasi / Batasan Karya

Ada beberapa fokus batasan karya pada pembuatan desain *booth* pameran *fashion* ini, diantaranya adalah:

- a. Desain mencerminkan karakter atau nilai pada produk Outshine, baik dari segi warna, logo, hingga elemen visual yang terdapat di dalam desain *booth*.
- b. *Booth* fungsional dan nyaman sehingga pengunjung mudah untuk meng-*explore booth* dan produk dari Outshine.
- c. Membuat desain yang menarik dan efektif.
- d. Pencahayaan yang baik untuk menonjolkan produk *fashion*, menciptakan atmosfer yang sesuai.
- e. Memastikan desain *booth* tidak terlalu ramai, namun tetap jelas menyampaikan pesan dari merk tersebut agar pengunjung terarahkan pada produk yang dipromosikan.
- f. Kerangka *booth* ditampilkan menggunakan bahan PVC.
- g. Karya ditampilkan dalam bentuk maket.

### 2. Metode Visualisasi Karya

Terdapat beberapa tahap yang dilakukan dalam proses visualisasi karya desain *booth* pameran *fashion* tersebut, yaitu:

- a. Pembuatan konsep dengan menganalisa desain dan ciri khas dari merk Outshine
- b. Membuat acuan pengkaryaan (*visual language*) berupa *moodboard*
- c. membuat konsep dan sketsa desain *booth*
- d. Membuat gambar kerja terukur menggunakan *autocad*

- e. Membuat gambar tiga dimensi dengan *software sketch up*
- f. Tahap *rendering* desain *booth*
- g. Merancang maket desain *booth* dengan ukuran *skala 1:20*

#### D. Pustaka Acuan

Perancangan desain *booth* pameran *fashion* merek Outshine ini tidak terlepas dari beberapa acuan diantaranya:

**Agustin, Dyan (2012). Desain Booth Display Ramah Lingkungan Untuk Pemasaran Produk Olahan Hasil Tambak.** Jurnal ini menjelaskan tentang cara memajang produk yang menarik. Stand atau booth bisa untuk memajang produk mereka dengan menarik dan praktis dan bisa digunakan untuk beberapa produk yang lebih efektif dengan material yang ramah lingkungan (Agustin & Dyan 2012).

**Margaret Maile Petty (2016), *Designing Exhibition Space, Hoboken, Wiley.*** Buku ini memberi panduan tentang perancangan ruang yang efektif dengan fokus pada penggunaan ruang, pencahayaan, dan elemen visual yang dapat meningkatkan ketertarikan pengunjung.

**Setiawan, A. F., Nusantoro Aji, D., & Sadika, F. (2024). Perancangan Exhibition Booth Berdasarkan Aspek Material Secara Modular untuk Brand Skintific Guna Memudahkan Mobilisasi Booth Skintific (Studi Kasus: PT. Pentaprima Adv).** Jurnal ini memberikan acuan bagaimana memilih material & modul desain agar *booth* tidak hanya menarik visualnya tapi juga efisien. Industri periklanan dan pameran telah menjadi bagian yang semakin penting dalam mengembangkan citra merek dan menarik perhatian konsumen (Setiawan, A. F., Nusantoro Aji, D., & Sadika, F. 2024)

Laily Muzdalifah (2017) *The Effect of Stand Location and Booth Design on Purchase Decision Through Positive Emotion*. Buku ini membahas sistem booth yang mudah dirakit dan adaptif terhadap kondisi ruangan pameran. Stand location memiliki pengaruh terhadap positive emotion. Booth design memiliki pengaruh terhadap positive emotion (Laily Muzdalifah 2017)

Innes, Malcolm (2012). *Lighting for Interior Design*. Buku ini membahas pencahayaan dalam interior termasuk untuk ruang pameran dan *booth fashion*.

## E. Metode Penelitian Data

### 1. Metode Literatur

Perancangan desain ini didukung oleh buku-buku ataupun artikel yang diambil dari berbagai macam sumber. Sebagai acuan penulis juga membaca jurnal yang berjudul Perancangan *Exhibition Booth* Berdasarkan Aspek Material Secara Modular untuk *Brand Skintific* Guna Memudahkan Mobilisasi *Booth Skintific* (Studi Kasus: PT. Pentaprima Adv). Jurnal ini memberikan acuan bagaimana memilih material & modul desain agar *booth* tidak hanya menarik visualnya tapi juga efisien. Selain itu juga penulis membaca jurnal yang berjudul *Desain Booth Display Ramah Lingkungan Untuk Pemasaran Produk Olahan Hasil Tambak*. Jurnal ini menjelaskan tentang cara memajang produk yang menarik yang bisa menarik perhatian pengunjung dengan memakai material yang ramah lingkungan.

## 2. Metode Piktorial

Studi ini dilakukan untuk mempelajari dan menganalisa berbagai macam desain sebagai inspirasi dalam proses pengayaan dari segi warna, desain, tata letak dll. Gambar-gambar referensi tersebut diambil dari internet.



Gambar 1.1  
referensi desain *booth* (sumber: pinterest vershome, 2025)



Gambar 1.2  
referensi desain dalam *booth* (sumber: pinterest behance, 2025)



Gambar 1.3  
referensi desain *booth* (sumber: pinterest behance, 2025)



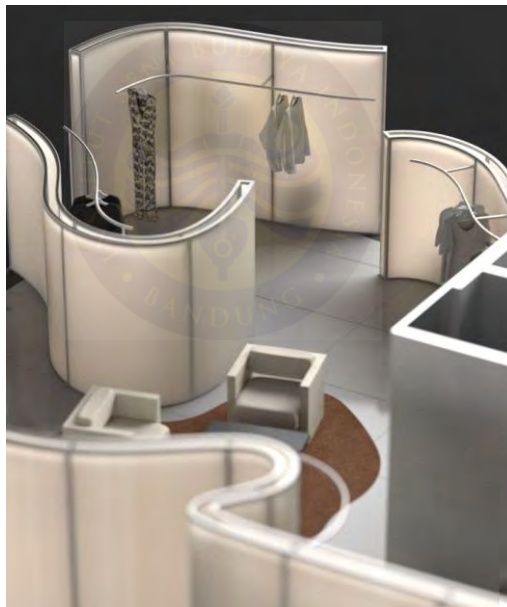
Gambar 1.4  
referensi desain *booth* (sumber: pinterest akari, 2025)



Gambar 1.5  
referensi desain *booth* (sumber: pinterest behance, 2025)



*Gambar 1.6*  
referensi desain *booth* (sumber: pinterest adrielly, 2025)



*Gambar 1.7*  
referensi desain *booth* (sumber: pinterest marina, 2025)

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam pembuatan Laporan Tugas Akhir nantinya yaitu sebagai berikut:

**BAB I Pendahuluan, berisi latar belakang penciptaan, rumusan masalah** (sebagaimana ditanyakan/dinyatakan dalam permasalahan), Sumber Pustaka (menjelaskan informasi tertentu yang relevan dengan karya yang akan dibuat, seperti ide, konsep, metode, bentuk, material, media, dan lain sebagainya); Metode Penelusuran Data (menjelaskan bagaimana cara menelusuri data); Sistematika penulisan (penjelasan bahasan dari rancangan bab yang berada dalam proposal).

**BAB II Proses Penciptaan, berisi Sumber Penciptaan** (penjelasan hal yang menjadi sumber penciptaan); Konsep perwujudan (penjelasan tentang pilihan estetika bentuk, gaya visual, tema, dan warna); Proses Penciptaan/Perwujudan Karya (paparan tentang proses visualisasi karya dari perancangan hingga perwujudan).

**BAB III Deskripsi Hasil Garap dan Pemaparan Karya**, berisi Deskripsi Karya (memaparkan keterangan dari masing-masing karya yang telah dihasilkan baik berupa gambar maupun 11 keterangan tambahan lainnya) Penyajian Karya (menjelaskan hal-hal berkait dengan penyajian karya, seperti bentuk penyajian dan pengemasan).

**BAB IV Kesimpulan**, (berisi paparan pengalaman proses berkarya sesuai topik atau masalah yang diangkat).

## BAB II PENCIPTAAN

### A. Sumber Penciptaan

#### 1. Brand Fashion *Outshine*

Outshine merupakan *brand fashion* lokal yang didirikan pada tahun 2015 oleh keluarga penulis yang memiliki visi dan misi untuk menghadirkan busana yang berkualitas bagi konsumen. *Brand* ini hadir dan tumbuh dari semangat lokal yang modern, eksklusif, berkelas, dan berkualitas. Usaha ini bermula dari menerima jasa jahit secara sederhana dan promosi mulut ke mulut. Seiring waktu pesanan mulai datang dari beberapa individu hingga berkembang menjadi pesanan konveksi untuk keperluan penjualan kembali. Dari situlah mulai membangun Outshine sebagai sebuah merek yang menawarkan beragam pilihan desain, kini Outshine hadir tidak hanya menerima pesanan saja, tapi juga konsumen bisa berbelanja berbagai pilihan *fashion* menarik dari Outshine.

Sebagai usaha yang dimiliki dan dijalankan oleh keluarga, Outshine hadir bukan hanya sebagai merek, melainkan bentuk perjuangan dan perjalanan keluarga dalam merintis sesuatu yang memiliki makna. Penulis percaya bahwa *fashion* bukan hanya soal penampilan atau karya, tetapi *fashion* juga menunjukkan identitas kita. Di Outshine kita sangat memprioritaskan 3 hal yang menjadi hal utama bagi *brand* ini yaitu:

Kualitas dan Ketelitian Dalam Produksi

Setiap koleksi Outshine diproduksi dengan sangat memperhatikan kualitas dari mulai bahan, jahitan, benang yang dipakai, kualitas jahitan dll. Outshine menawarkan busana bagi pria dan wanita yang dapat

dikenakan di berbagai kesempatan, baik maupun formal, kasual tentunya dengan desain yang *timeles*.

Outshine tetap mempertahankan keunikan identitas budaya lokal di setiap desain nya. Dengan misi memberikan pengalaman berpakaian yang menyenangkan, berkelas, *timeless*, dan fungsional melalui produk yang berkualitas dan desain yang modern.



Gambar 2.1 logo Outshine (sumber: pribadi)

Logo Outshine dirancang secara sederhana namun penuh makna. Warna gelap memberi kesan eksklusif, bentuk lingkaran menyimbolkan pertumbuhan dan kesatuan, dan font modern memperkuat kesan profesional. Dengan tagline "*shining your day*" mendukung pesan positif dan optimis, sejalan dengan filosofi nama *brand*.

## B. Desain *booth*

*Booth* bukan hanya sekedar ruang yang menjadikan tempat jual beli antara konsumen dan penjual, tetapi juga merupakan wajah dari *brand* saat dilihat oleh pengunjung. Oleh karena itu desain *booth fashion* harus mampu menyampaikan identitas merek secara visual, menarik perhatian bagi para pengunjung. Desain *booth* ini dirancang secara eksklusif sebagai representasi visual yang kuat dari merek Outshine. Mengambil inspirasi langsung dari bentuk bulat pada logo Outshine, keseluruhan desain *booth* mengadopsi model dan elemen yang berbentuk bulat dan setengah lingkaran. Perpaduan warna biru dan putih diaplikasikan secara konsisten di seluruh elemen, menjadikannya perwujudan fisik dari identitas visual brand Outshine. Konsep desain *booth* ini berakar kuat pada logo Outshine. Setiap aspek desain telah dirancang sedemikian rupa untuk merepresentasikan identitas visual brand.

*Booth* yang dirancang dengan baik akan menjadi media komunikasi visual yang efektif yang bisa mendorong interaksi konsumen. Maka dari itu penulis memilih membuat desain *booth fashion* sebagai bidang utama untuk ditekuni dalam pelaksanaan tugas akhir ini, karena *booth fashion* yang dibuat memiliki beberapa fungsi sebagai berikut:

- 1). Memperlihatkan Identitas dan Nilai *Brand*

Desain *booth* yang dirancang mencakup penggunaan warna, logo,

- 2). Sarana Promosi

*Booth* yang memiliki spot strategis dan visual display yang menarik dapat membangun koneksi emosional dan menarik para pengunjung.

### C. Konsep Perwujudan

Dalam desain dan pembuatan *booth* pameran *fashion* Outshine ini penerapannya dalam media maket dan animasi, terdapat pemilihan gaya visual, pemilihan warna, ukuran, karya, bahan, dan teknik yang digunakan.

#### 1. Gaya visual

Saat ini, kita hidup di era modern dimana acara-acara pameran dan peragaan busana seringkali menampilkan berbagai *booth fashion*. Namun, tidak jarang kita menemui *booth fashion* tersebut terkesan biasa dan monoton. Keterbatasan dalam desain seringkali membuat mereka gagal menampilkan ciri khas dan keunikan yang menonjol dari sebuah merek, sehingga kurang mampu menarik perhatian para pengunjung.

Maka dari itu, konsep desain *booth* dibuat dengan mengusung visual yang berbeda. *Booth* ini dirancang dengan gaya terbuka yang memungkinkan setiap pengunjung bisa melihat, mengamati, dan menjelajahi produk dari berbagai sisi. Desainnya dibuat secara detail, menggabungkan perpaduan warna yang diambil langsung dari logo dan ciri khas utama dari *brand* tersebut, menciptakan tampilan yang menarik, memperlihatkan identitas *brand* tersebut. Lebih dari sekedar tempat untuk berinteraksi, tujuan utama dari desain *booth* ini adalah untuk mengundang dan menarik minat pengunjung. Setiap elemen mulai dari visual, penataan pencahayaan, pemilihan material, hingga skema warna diperhatikan secara detail. Karena *booth* ini dibuat memiliki tujuan yaitu bisa menciptakan pengalaman yang tidak hanya fungsional tetapi juga memikat, mendorong pengunjung untuk tidak hanya melihat tetapi juga berinteraksi dan merasakan langsung esensi dari *brand* tersebut.

## 2. Tipe booth

Ada beberapa jenis *booth* pameran yang umum digunakan, masing-masing dengan kelebihan dan kekurangannya. Berikut adalah jenis-jenis *booth*:

### a). *Booth inline*

*Booth* ini menempel pada dua *booth* lain di sisi kiri dan kanan, yang hanya memiliki satu sisi terbuka di bagian depan.

### b). *Booth peninsula*

*Booth* ini menempel pada satu *booth* lain di bagian belakang, tetapi terbuka di tiga sisi lainnya.

### c). *Booth corner*

*Booth* ini berada di sudut barisan, menempel pada satu *booth* lain di satu sisi dan terbuka di dua sisi (depan dan samping).

### d). *Island booth*

Terbuka 4 sisi, berdiri sendiri tanpa menempel dengan *booth* lainnya. Tipe *booth* ini memberikan kebebasan desain karena tidak ada dinding pembatas, menciptakan tata letak yang unik dan kreatif karena semua sisi bisa dimanfaatkan.

Untuk tipe *booth* yang dipilih untuk *brand* ini adalah tipe *island booth*, karena tipe *booth* ini merupakan pilihan yang ideal yang bisa memberikan keunggulan maksimal. *Booth* tipe *island* adalah *booth* yang berdiri sendiri dan terbuka di keempat sisinya. Seperti sebuah pulau, *booth* ini tidak menempel dengan *booth* yang lain, memberikan kebebasan desain yang tak terbatas. *Island booth* memiliki visibilitas yang maksimal karena terbuka di semua sisi, *booth* ini dapat dilihat dan diakses dari sisi manapun. Hal ini bisa meningkatkan perhatian pengunjung dari sisi

manapun. Konsep terbuka di empat sisi memudahkan pengunjung untuk masuk dan keluar, menciptakan arus keluar masuk yang lancar. Dengan desain 360 derajat, pengunjung dapat mengelilingi *booth* untuk melihat koleksi secara menyeluruh. Ini mendorong mereka untuk benar-benar meng eksplor produk. Pengalaman ini menciptakan interaksi yang lebih dalam antara pengunjung dan merek. Secara keseluruhan, *booth* tipe island memberikan keuntungan strategis yang sangat besar dalam pameran *fashion*. Tipe ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat display, tetapi juga sebagai ruangan yang mengundang dan memberikan pengalam interaktif yang maksimal bagi setiap pengunjungnya. Tempat yang digunakan untuk pembuatan *booth* ini adalah mall festival citylink Bandung. Berikut denah mall festival citylink Bandung.



Gambar 2.2 denah mall festival citylink (sumber: office fcl)

#### D. Skenario (dekorasi)

Dekorasi desain *booth fashion* adalah proses perancangan dan penataan elemen visual dalam ruang pameran *booth* yang bertujuan untuk memperlihatkan karakter dan identitas *brand*.

##### 1. Unsur properti

Properti *booth* merupakan segala peralatan yang digunakan dan diperlukan di dalam *booth fashion*.

##### *Window display*

*Window display* ini terletak di samping kanan *booth*. Memiliki bentuk melengkung yang menciptakan efek visual yang dinamis dan modern. Desain ini tidak hanya memaksimalkan nilai estetika tetapi juga memaksimalkan visibilitas dari sudut pandang samping. Dan di bagian atasnya terdapat tulisan *Outshine* yang menjadi identitas dari *booth* tersebut.

##### 2. Display lengkung belakang

Display lengkung belakang memiliki bentuk yang sama dengan display *window*, namun diposisikan secara terbalik. Berbeda dengan display *window* yang menampilkan display khusus, display lengkung ini difungsikan khusus untuk menampilkan koleksi baju dan tas. Selain itu, pada bagian belakang display ini terdapat tulisan 'Outshine' yang berperan sebagai elemen branding tambahan, sehingga menarik perhatian konsumen yang melintas di sekitar *booth*.

##### 3. Kamar pas atau kamar ganti

Kamar pas ini dirancang dengan minimalis yang terletak di salah satu sudut booth, kamar pas ini dibangun menggunakan material kayu sebagai struktur utama, memberikan kesan natural sekaligus kokoh.

Sebagai penutup, digunakan kain gordena yang bersifat ringan namun cukup menutup secara menyeluruh, sehingga tetap menjaga privasi pengguna. Di bagian dalam kamar pas tersedia sebuah cermin yang menempel kepada dinding kamar pas tersebut untuk memudahkan pengunjung dalam melihat keseluruhan penampilan mereka saat mencoba produk.

#### 4. Meja kasir

Meja kasir yang berfungsi sebagai area transaksi, meja ini juga di desain secara multifungsi, dengan bagian bawahnya dimanfaatkan sebagai ruang penyimpanan untuk stok pakaian. Dengan desain ini, area kasir menjadi lebih efisien dan terorganisir, tanpa mengurangi nilai estetika dari keseluruhan tata ruang *booth*.

#### 5. Gantungan display

Gantungan display yang dirancang untuk memaksimalkan presentasi produk pakaian dalam *booth*. Display ini dibuat dengan struktur ringan sehingga mudah dipindahkan dan disesuaikan dengan layout ruang. Fungsi utamanya adalah untuk menggantung berbagai koleksi pakaian secara terbuka sehingga pengunjung dengan mudah melihat, memilih, dan membandingkan item yang tersedia.

#### 6. Kursi penunggu

Kursi penunggu atau *banch* terletak di bagian bawah display window di bagian samping kamar pas yang berfungsi untuk tempat duduk untuk pelanggan yang menunggu.

## 7. Patung

Patung pajangan ini menampilkan koleksi pakaian dari Ousthine. Patung ini berfungsi sebagai 'model diam' yang memperlihatkan pakaian secara detail dan nyata, sehingga memudahkan pengunjung untuk membayangkan bagaimana produk dikenakan.

## E. Proses Penciptaan

### 1. Alat dan Bahan

Table 2.1 material desain

<i>Property</i>	<b>Alat</b>	<b>Bahan</b>
<b>Display rak lengkung</b>	<b>las</b>	<b>Besi holo</b>
	<b>Meteran</b>	<b>Roda</b>
	<b>Cat</b>	<b>Pilox</b>
	<b>Kuas</b>	<b>Rante</b>
	<b>Gergaji besi</b>	<b>Kawat</b>

Persiapan alat dan bahan sebetulnya tidak semua *property* di realisasikan menjadi 1:1. Namun penulis membuat visualisasinya dalam bentuk maket dan animasi, sehingga para *audience* dapat membayangkan suasana dari desain *booth* yang telah dibuat.

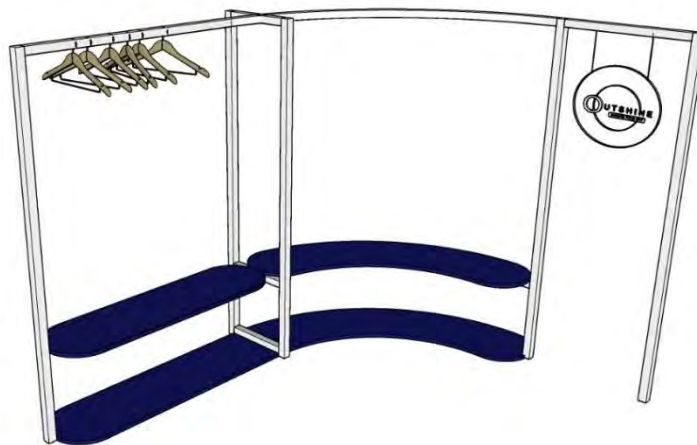
### 2. Perancangan *Property*

Untuk mewujudkan suatu karya tentu disediakan alat dan bahan terlebih dahulu serta referensi dengan mencari gambar gambar yang memiliki perancangan desain *property*. Setelah mendapatkan hasil

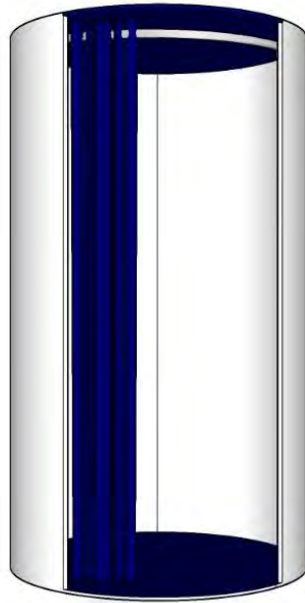
yang terbaik dari prosedur yang sudah dilakukan, lalu di aplikasikan pada proses komputer. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan keakuratan dalam ukuran dan bentuk desain yang akan dibuat. Adapun gambaran desain yang akan dibuat, sebagai berikut:



Gambar 2.3  
Desain *window display* (sumber: pribadi)



Gambar 2.4  
Desain lengkung belakang (sumber: pribadi)



Gambar 2.5  
Desain kamar pas (sumber: pribadi)



Gambar 2.6  
Desain meja kasir (sumber: pribadi)

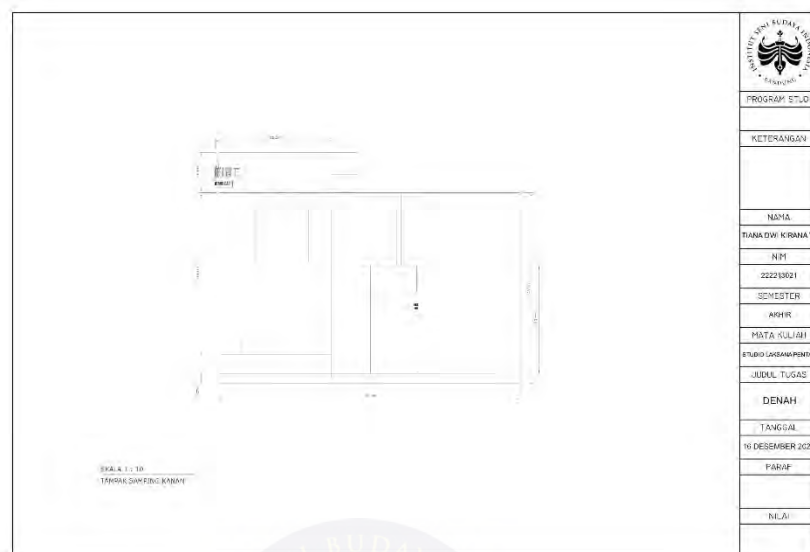


Gambar 2.7  
Desain kursi penunggu(sumber: pribadi)

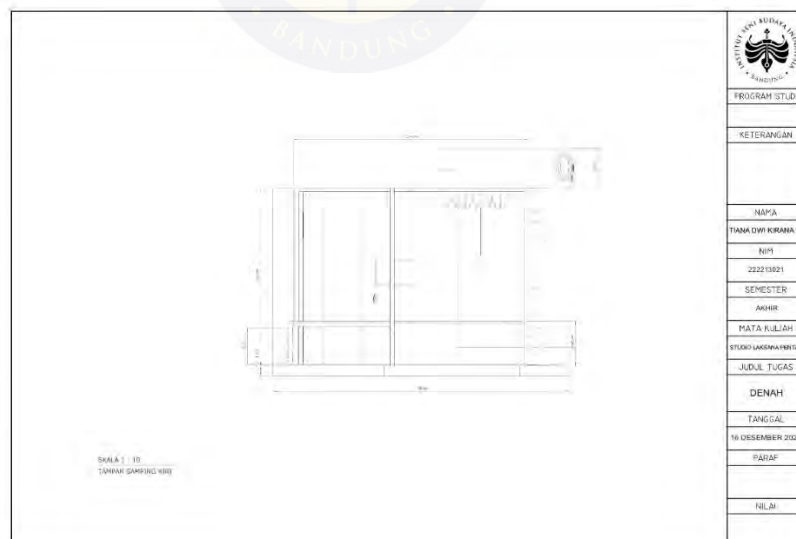


Gambar 2.8  
Patung (sumber: pribadi)

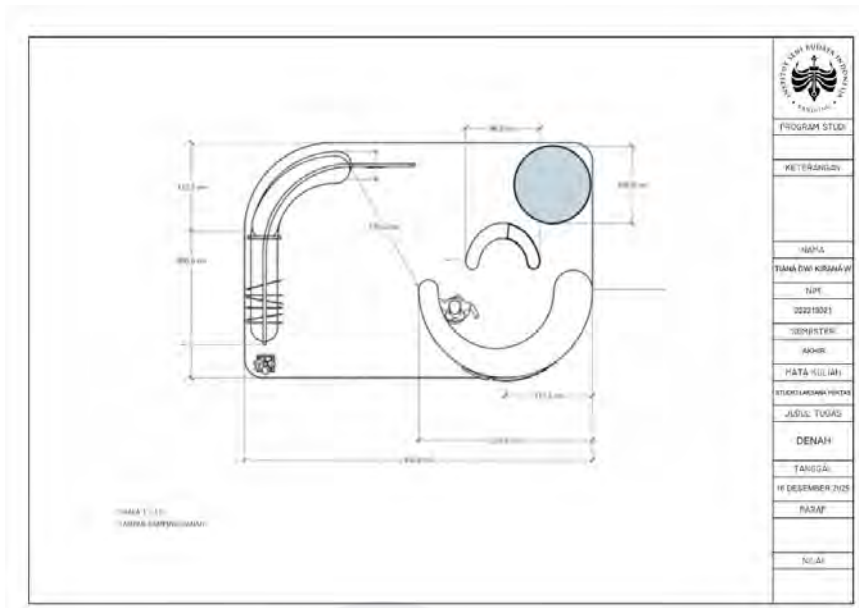
### 3. Denah dan gambar kerja desain



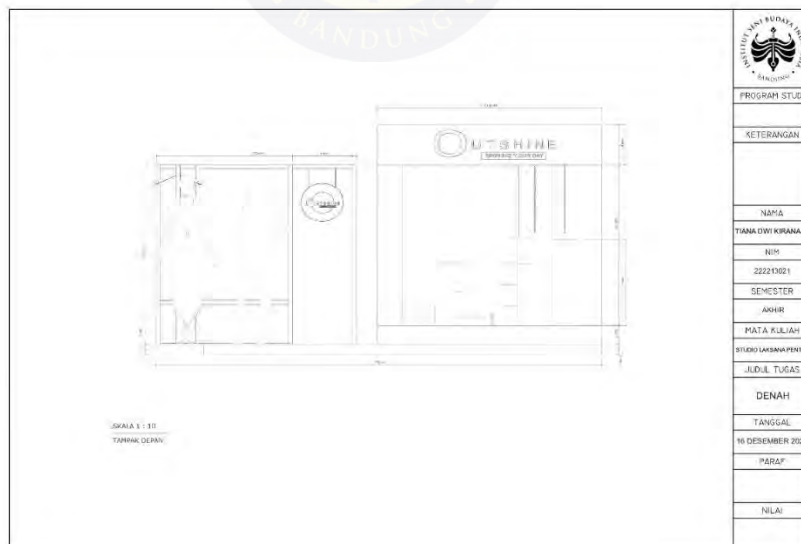
Gambar 2.9 gambar kerja tampak kanan (sumber: autocad)



Gambar 2.10 gambar kerja tampak kiri (sumber: autocad)

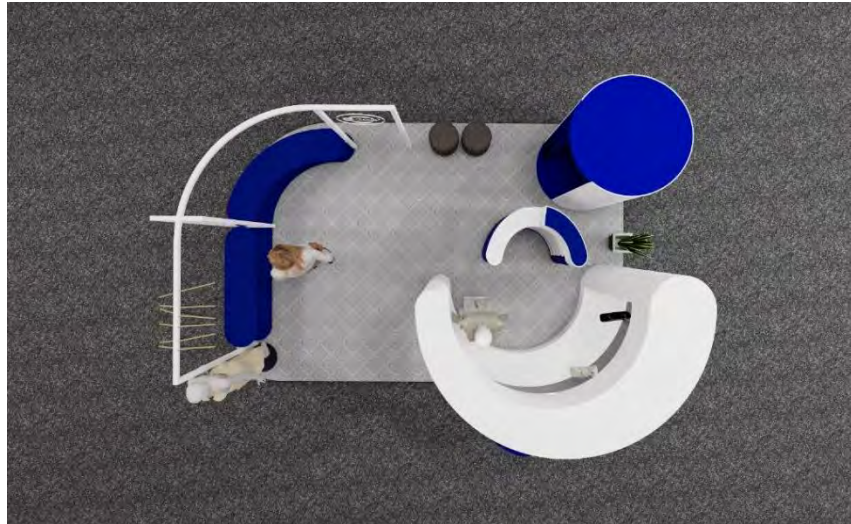


Gambar 2.11 gambar kerja tampak atas (sumber: autocad)



Gambar 2.12 gambar kerja tampak depan (sumber: autocad)

#### 4. Gambar desain *booth*



Gambar 2.13  
Desain tampak atas (sumber: pribadi)



Gambar 2.14  
Desain tampak samping kiri (sumber: pribadi)



Gambar 2.15  
Desain samping kanan (sumber: pribadi)



Gambar 2.16  
Desain tampak depan (sumber: pribadi)



Gambar 2.17  
Desain tampak belakang (sumber: pribadi)



### BAB III

#### DESKRIPSI HASIL GARAPAN DAN PEMAPARAN KARYA

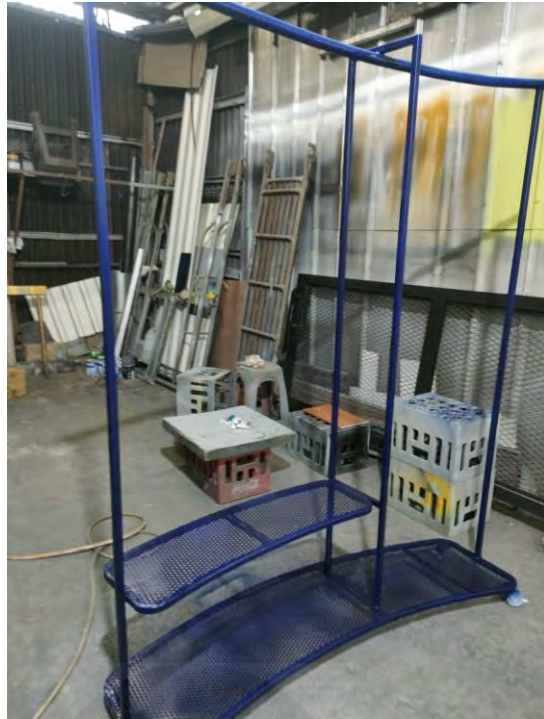
##### A. DESKRIPSI KARYA

*Booth fashion* Outshine dirancang dengan model *island booth* yaitu model *booth* yang terbuka di setiap sisi nya. Ide utamanya adalah menciptakan ruang yang tidak hanya menampilkan produk tapi juga memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman bagi para pengunjung. Penggunaan material utama berupa kayu dengan *finishing* natural, dipadukan dengan material transparan (akrilik atau kaca), menciptakan kesan hangat dan terbuka, selaras dengan citra merek Outshine.

*Booth* ini dibuat semenarik mungkin dengan memperhatikan setiap elemen, warna, tampilan *display* yang menarik. Pencahayaan menjadi elemen kunci dalam *booth* ini. Lampu sorot yang strategis digunakan untuk menyoroti setiap detail produk. *Booth* ini perpaduan antara desain yang matang, fungsionalitas yang terencana, presentasi yang kuat, menciptakan pengalaman yang berkesan bagi pengunjung.

##### 1. Karya Utama

Karya utama merupakan set desain *booth fashion* dari merek Outshine. Karya ini disajikan dengan bentuk 3D, maket, dan 1:1. Untuk proses pembuatan 1:1 dibuat menggunakan besi holo 2x2cm, karya ini di rangkai dengan detail ukuran yang sudah ditentukan penulis, karya ini berukuran 180x140 cm. Karya ini dirancang sedemikian rupa agar dapat terlihat dengan jelas dan tetap bisa merepresantiskan visual *brand*. Berikut beberapa dokumentasi saat pembuatan karya utama.



Gambar 3.1  
Dokumentasi proses pengkaryaan(sumber: pribadi)



Gambar 3.2  
Dokumentasi proses pengkaryaan(sumber: pribadi)



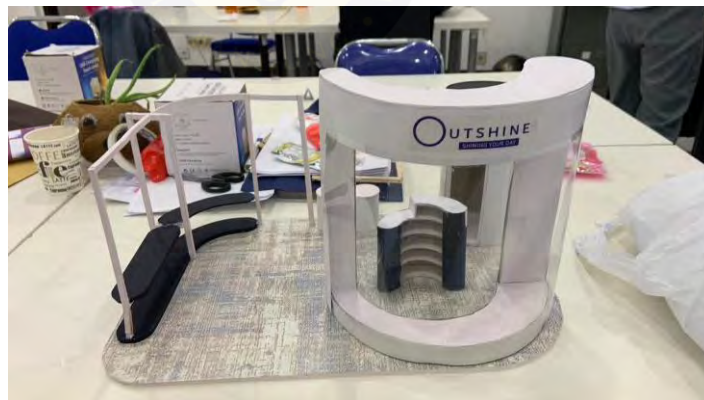
Gambar 3.3  
Dokumentasi proses pengkayaan(sumber: pribadi)



Gambar 3.4  
Dokumentasi proses pengkayaan(sumber: pribadi)



Gambar 3.5  
Dokumentasi proses pengkaryaan(sumber: pribadi)



Gambar 3.6  
Dokumentasi proses pengkaryaan(sumber: pribadi)

Untuk desain 3D diatas dibuat menggunakan *software Skecthup* sedangkan untuk maketnya sendiri menggunakan bahan pvc, duplek, cat, lem dan perkakas potong lainnya. Maket sendiri disesuaikan dengan skala 1:10.

## 2. Karya Pendukung

Karya pendukung berupa video animasi dan poster. Karya animasi dibuat menggunakan *software endscape* dengan format ukuran Full HD 1280px x 720px. Video animasi merupakan gambar desain yang diterapkan pada desain *booth* tersebut kemudian dijadikan aset digital dan digerakan. Berikut *screen shot* dari video animasi yang telah dibuat.



Gambar 3.7  
*Screen shoot* video animasi (sumber: pribadi)

Poster pendukung memiliki dua ukuran dan kegunaan yang berbeda. Poster A2 (420mm x 542mm) dipergunakan sebagai poster berbentuk fisik yang kemudian dicetak menggunakan kertas *artpaper* dengan gramasi 150gsm. Gramasi tersebut dipilih karena ketebalan yang dimiliki tidak terlalu tipis namun tidak juga terlalu tebal.

Sedangkan poster kedua memiliki ukuran 1080px x 1920px. Poster ini memiliki format warna RGB sesuai dengan format warna layar kaca. Berikut poster digital nya.



Gambar 3.8 Poster (sumber: pribadi)

## A. Penyajian Karya

Karya yang disajikan dalam bentuk pameran Tugas Akhir. Karya berbentuk 1:1, animasi dan maket dipamerkan secara bersamaan dengan karya pendukung dan serangkaian proses-proses pengerjaan Tugas Akhir ini. Pelaksanaan pameran Tugas Akhir di rencanakan pada bulan Desember 2025, dengan tujuan sebagai ajang unjuk gigi serta sebagai bentuk apresiasi, pembelajaran dan pengalaman. Berikut karya yang akan dipamerkan. Berikut hasil akhir dan dokumentasi dari pameran tugas akhir



Gambar 3.9 Maket desain *booth* (sumber: pribadi)



Gambar 3.10 desain rak ukuran 1:1 (sumber: pribadi)



Gambar 3.11 poster dan moodboard (sumber: pribadi)



Gambar 3.12 set pameran tugas akhir (sumber: pribadi)



Gambar 3.13 dokumentasi sidang akhir (sumber: pribadi)



Gambar 3.14 dokumnetasi Bersama dosen pembimbing dan dosen penguji  
(sumber: pribadi)

## **BAB IV PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Melalui proposal tugas akhir ini, penulis mengajukan perancangan dan pembuatan sebuah *booth fashion* yang bertujuan untuk merepresentasikan identitas visual *brand* dan nilai-nilai dari sebuah *brand* secara menyeluruh. Dalam industri *fashion* yang sangat kompetitif, kehadiran *booth* yang dirancang secara strategis dan estetis memiliki peran penting dalam memperkuat citra *brand*, menarik perhatian konsumen, serta menciptakan pengalaman ruang yang mendukung *branding* suatu brand.

Proyek ini akan menampilkan dan menggabungkan desain interior, branding, dan komunikasi visual untuk menciptakan *booth* yang tidak hanya fungsional, tetapi juga mampu menyampaikan karakteristik dari brand kepada audiens secara efektif. Diharapkan hasil akhir dari tugas akhir ini dapat menjadi solusi kreatif yang bermanfaat dalam dunia pemasaran visual, khususnya di dalam bidang *fashion*.

### **B. Saran**

Sebagai langkah lanjutan dari tugas akhir ini, disarankan agar pengembangan *booth fashion* tidak hanya fokus pada aspek visual dan desain saja, tetapi juga mempertimbangkan aspek interaktivitas dan teknologi digital untuk meningkatkan keterlibatan pengunjung. Strategi promosi dan pemasaran juga perlu diperkuat, baik secara online maupun offline, agar produk ini dapat dikenal lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Dyan. (2012). *“Desain Booth Display Ramah Lingkungan Untuk Pemasaran Produk Olahan Hasil Tambak.”* Jurnal Ilmiah Teknik Lingkungan 4(2). UPN “Veteran” Jawa Timur.
- Innes, Malcolm (2012). *Lighting for Interior Design*. Laurence King Publishing. London.
- Laily Muzdalifah (2017) *The Effect of Stand Location and Booth Design on Purchase Decision Through Positive Emotion*.sentralisai, Univesitas Nahdhatul Ulama Sidoarjo, Indonesia.
- Lupton, E., & Phillips, J. C. (2015). *Graphic Design and Visual Communication: A History of Visual Media*. Princeton Architectural Press.
- Margaret Maile Petty (2016), *Designing Exhibition Space*, Hoboken, Wiley.
- Setiawan, A. F., Nusantoro Aji, D., & Sadika, F. (2024). *Perancangan Exhibition Booth Berdasarkan Aspek Material Secara Modular untuk Brand Skintific Guna Memudahkan Mobilisasi Booth Skintific (Studi Kasus: PT. Pentaprima Adv)*. Open library Telkom University. Bandung.
- Roland Barthes. *“The Fashion System”*, California, University of California Press.
- Suri, R., & Voss, G. B. (2017). *“The Role of Branding in Fashion Industry: The Effect of Branding on Consumer Perception.”* *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 10(3), 188-197.
- Walle, J. (2019). *“Pengembangan Identitas Visual dalam Desain Interior Booth Pameran Fashion.”* *Jurnal Desain dan Arsitektur*, 12(2), 33-44.