



## PERANCANGAN *INDOOR MODULAR BOOTH DISPLAY* UNTUK PRODUK PAKAIAN ARDHINA BATIK GORGA

**Rani Hermita**

Universitas Potensi Utama

**John**

Universitas Potensi Utama

**Wahyuni Latifah**

Universitas Potensi Utama

Alamat: JL. K.L Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3-A, Tanjung Mulia, Kec. Medan Deli, Kota  
Medan, Sumatera Utara 20241; Telepon: (061) 6640525

Korespondensi penulis: [ranihermita88@gmail.com](mailto:ranihermita88@gmail.com)

**Abstract.** *The growing development of shopping centers in the city of Medan creates business opportunities, starting from creating innovations in business opportunities. Currently, there are many kinds of markets emerging to accommodate business people, both new and old. So that many design problems have arisen in the display booth, the selection of appropriate materials and construction systems so as to answer the need for displays that have many functions (multifunctional), namely as accommodation for clothing display needs that are easy to disassemble (knockdown). In addition, to market their products, this market activity is an alternative to promote their brand, so that it can be known by the wider community. The method used in this design starts from the empathize and define stages starting from data collection, direct observation and interviews, both to tenants and pop-up market organizers. After the data collection stage is complete, the existing data is then analyzed. Then proceed to the ideate stage, through the process of brainstorming ideas, solving a problem, and determining the values of the design. After the ideate stage, proceed to the prototype stage, where the process of visualizing ideas to get the desired results to the manufacturing stage is realized in the form of a prototype with a scale of 1:1. After the prototype is finished, a test is carried out to get feedback from users and refined through the implementation stage to perfect the product. The result of this design is that products that have been designed are oriented to be transformed into various models from the same material, with functions that can accommodate the needs of clothing displays that are still fulfilled in each module. The application of the modular concept is applied with a knockdown system, using a stalbuis pipe consisting of 3 sizes, namely, 40 cm, 21.2 cm, and 20 cm. To connect the stalbuis pipe using uno joker connections, nuts and bolts connections, and inner connections. As a flat cross section using canvas tarpaulin which consists of 2 sizes, namely, 13 cm x 51 cm and 4 cm x 51 cm.*

**Keywords:** *Booth, Display, Indoor, Modular.*

**Abstrak.** Semakin berkembangnya *shopping centre* yang ada di kota Medan menjadikan peluang bisnis, mulai dari menciptakan inovasi dalam peluang usaha. Saat ini banyak bermunculan berbagai macam market untuk mawadahi para pelaku bisnis, baik yang baru ataupun yang sudah lama. Sehingga banyak bermunculan permasalahan desain pada *booth display*, pemilihan material bahan dan sistem konstruksi yang tepat sehingga menjawab

kebutuhan display yang memiliki banyak fungsi (multifungsi), yaitu sebagai akomodasi kebutuhan display baju yang mudah untuk dibongkar pasang (*knockdown*). Selain itu, untuk memasarkan produknya, kegiatan market ini menjadi salah satu alternatif untuk mempromosikan *brand* yang mereka punya, agar dapat dikenal oleh masyarakat luas. Metode yang digunakan dalam perancangan ini dimulai dari tahap *empathize* dan *define* mulai dari pengumpulan data, observasi secara langsung dan wawancara, baik kepada pihak *tenant* maupun pihak penyelenggara *pop-up* market. Setelah tahap pengumpulan data selesai, data yang sudah ada kemudian dianalisa. Kemudian dilanjutkan pada tahap *ideate*, melalui proses *brainstorming ide*, memecahkan suatu permasalahan, dan menentukan nilai-nilai dari perancangan. Setelah tahap *ideate* lanjut ke tahap *prototype*, dimana proses memvisualkan ide-ide untuk mendapatkan hasil yang diinginkan sampai ke tahap pembuatan yang diwujudkan dalam bentuk *prototype* dengan skala 1:1. Setelah *prototype* jadi, dilakukannya *test* untuk mendapatkan *feedback* dari pengguna dan disempurnakan melalui tahap implementasi untuk menyempurnakan produk. Hasil dari perancangan ini adalah produk yang telah dirancang diorientasikan dapat diubah menjadi berbagai model dari bahan yang sama, dengan fungsi yang dapat mengakomodasi kebutuhan *display* baju yang tetap terpenuhi di setiap modulnya. Penerapan konsep modular diaplikasikan dengan sistem *knockdown*, dengan menggunakan pipa stalbuis yang terdiri dari 3 ukuran yaitu, 40 cm, 21.2 cm, dan 20 cm. Untuk menyambungkan pipa stalbuis menggunakan sambungan uno joker, sambungan mur dan baut, serta sambungan dalam. Sebagai penampang datar menggunakan terpal kain kanvas yang terdiri dari 2 ukuran yaitu, 13 cm x 51 cm dan 4 cm x 51 cm.

**Kata kunci:** *Booth, Display, Indoor, Modular*

## LATAR BELAKANG

Berkembangnya *shopping centre* yang ada di kota Medan dari tahun ke tahun menjadikan peluang bisnis bagi para pelaku bisnis terutama di bidang fashion, karena banyaknya pengunjung yang datang ke *shopping centre*, dimana sebagian besar yang datang berkunjung karena ingin berbelanja pakaian atau hanya sekedar melihat-lihat saja. Kejadian tersebut menyebabkan kebanyakan mall atau pusat perbelanjaan yang menjual berbagai jenis fashion baik untuk pria maupun wanita yang berada di *boutique*, *factory outlet* ataupun di *department store* yang mempunyai fasilitas pelayanan dan mutu yang sesuai dengan *standart* yang diterapkan pada setiap toko. Fashion adalah jenis penyewa utama dari sebuah pusat perbelanjaan atau mall, berupa toko baju anak, pria dan wanita, termasuk toko sepatu dan aksesoris. Ketika pengunjung melihat pakaian yang dipajang di etalase toko dan menarik pengunjung tersebut, maka pengunjung akan membeli pakaian tersebut yang diinginkan walaupun harus mengeluarkan uang lebih demi mendapatkan pakaian yang diinginkan.

Tetapi dengan adanya perkembangan zaman yang *modern* ini, kegiatan berdagang didalam mall atau pusat perbelanjaan tidak terpaku pada penyewa utama yang ada di mall. Seperti yang kita ketahui baru-baru ini mulai *booming* tentang *pop-up market* yang ada di mall dengan menerapkan konsep dan tema-tema yang menarik. Bagi para pelaku bisnis yang baru

ataupun yang sudah lama dalam kegiatan bazaar yang berlangsung selama beberapa hari bahkan sampai bulanan, bisa menjadi peluang baru bagi pengusaha *fashion* untuk mengenalkan produk-produknya dan tentunya untuk mencari keuntungan. Dengan adanya kegiatan bazaar ini, munculah suatu tuntutan lain di dalam kegiatan berbisnis. Bagaimana cara menciptakan desain *stand* yang mudah untuk dibongkar pasang (*knockdown*) karena kegiatan bazaar hanya berlangsung beberapa hari atau beberapa bulan saja, memiliki banyak kegunaan ketika dipakai berjualan, karena seperti kita ketahui, ketika berbicara *fashion* berarti menyangkut banyak hal seperti pakaian, tas, sepatu dan aksesoris, sehingga mampu untuk menambah nilai dari produk-produk yang dijual atau yang ditawarkan sehingga memiliki *point of interest* bagi pengunjung yang datang.

## **KAJIAN TEORITIS**

Perancangan *Indoor Modular Booth Display* Untuk Produk Pakaian Ardhina Batik Gorga:

- II.1. Karya perancangan ini meninjau dari beberapa perancangan sejenis dari perancangan yang sebelumnya, yang berjudul Perancangan Modular Indoor Booth untuk Produk Pakaian, Sepatu dan Makanan yang membahas perancangan booth dengan sistem knockdown, sistem modular dengan fungsi sebagai display dan storage (Andrianto. 2022).
- II.2. Perancangan yang berjudul Perancangan Indoor Shape Changing Fashion Pop-Up Store dengan sistem Knockdown yang membahas sistem knockdown yang dapat dibongkar pasang dan dapat berubah bentuk (Suryawan. 2015).
- II.3. Perancangan Compact Booth untuk Produk Pakaian dan Aksesoris Pada Indoor Market yang membahas sistem knockdown, penggunaan hardware, dan modular set (Wijaya. 2016).
- II.4. Perancangan Indoor Modular Meuble untuk Booth Fashion Pop-Up Market di Surabaya yang membahas sistem knockdown dan sistem lipat (Tanzil, 2016).

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Tahapan Metode Perancangan**

#### **1. Understand**

Langkah penemuan latar belakang masalah dengan mengobservasi keadaan di masyarakat. Menemukan fakta-fakta baik yang positif maupun negatif sebagai dasar dari perumusan masalah.

## 2. *Define*

Menentukan apa yang akan dibuat berdasarkan hasil temuan observasi sebelumnya. Setelah menentukan produk akhir perancangan, mencari data-data yang mendukung perancangan tersebut, baik dari literatur maupun survey lapangan. Melakukan wawancara dengan pengguna *booth* atau *sales promotion*, pemilik *retail company* yang melakukan pameran, distributor atau kontraktor pembuat *booth*, dan pengunjung pameran. Selain itu juga menyebarkan angket untuk mengetahui pandangan atau pendapat mereka tentang *boothbooth* yang ada saat ini. Data yang diperoleh tersebut diolah dengan metode kualitatif. Hasil sintesa kemudian menjadi dasar dari konsep awal objek perancangan.

## 3. *Ideate*

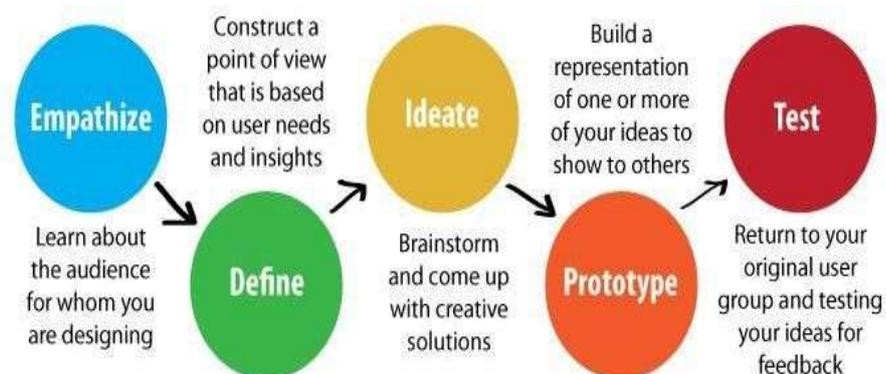
Menemukan konsep awal mengenai objek yang di rancang berdasarkan kebutuhan dan batasan yang ada. Mencari ide dengan membuat sketsa-sketsa awal. Kemudian membuat beberapa alternatif desain yang mungkin diwujudkan. Diskusi dengan dosen pembimbing dan klien hingga memperoleh desain final.

## 4. *Prototype*

Mewujudkan salah satu hasil desain yang dirasa paling tepat dalam skala 1:1. Dari *prototype* tersebut akan dapat dirasakan ruang yang terbentuk dan kemudian menjadi evaluasi.

## 5. *Test*

Produk *prototype* di uji coba dengan digunakan untuk pameran, untuk mengetahui apakah produk tersebut menjawab permasalahan yang ada.



**Gambar 1. Design Methodology**

## B. Konsep Perancangan

## *Perancangan Indoor Modular Booth Display Untuk Produk Pakaian Ardhina Batik Gorga*

Konsep yang dibawa dalam perancangan ini adalah *easy, efficient, compact and modular*. Konsep dari *easy* ditujukan pada kemudahan dalam penggunaan dan pemasangan serta kemudahan dalam pengangkutan. *Efficient* ditujukan pada efisien dalam pemanfaatan komponen menjadi booth dan memiliki banyak fungsi, efisien dalam kegiatan berjualan, efisien dalam pengemasan kembali. *Compat* ditujukan pada pemilihan bahan dan ukuran sesuai dengan kebutuhan, meminimalkan ruang dengan memanfaatkan bahan sebaik mungkin, *packaging* yang padat dan rapi. *Modular* ditujukan pada mudah dibawa, dapat dibongkar pasang.



**Gambar 1. Stand Baju Ardhina Batik Gorga**



**Gambar 2. Rancangan *Modular Booth***

Pengaplikasian konsep terhadap perancangan diwujudkan melalui pemilihan bahan sebagai berikut:

### 1. *Pipa Stalbuis*

Material utama yang digunakan berupa pipa stalbuis dengan ukuran 1 dim, pertimbangan pengambilan bahan ini karena berat pipa stainless 6x lebih berat dari pipa stalbuis.



**Gambar 3. Pipa Stalbuis**

### 2. *Sambungan Uno Joker*

Sambungan yang digunakan menggunakan sambungan uno joker



**Gambar 4. Sambungan Uno Joker**

### 3. *Sambungan antar pipa*

- a. Sambungan mur dan baut



**Gambar 5. Sambungan Mur dan Baut**

- b. Sambungan Dalam



**Gambar 6. Sambungan Dalam**

#### **4. Terpal Kain Kanvas**

Kain kanvas yang digunakan berukuran:

- a. 91 cm x 15 cm
- b. 51 cm x 13 cm
- c. 4 cm x 4 cm



**Gambar 7. Terpal Kain Kanvas**

#### **5. Tutup Pipa**

- a. Tutup Pipa Plastik



**Gambar 9. Tutup Pipa Plastik**

- b. Tutup Pipa Besi



**Gambar 10. Tutup Pipa Besi**

### **C. Data yang Diperlukan**

Data yang diperlukan dikelompokkan menjadi beberapa bagian menurut sumber data dan proses pengumpulan data, di antaranya:

#### **1. Data lapangan**

Merupakan data hasil survey baik dari wawancara maupun pengamatan langsung, diantaranya berupa kebutuhan aktivitas, kebutuhan ruang dan perabot, karakter dan sistem *booth*.

#### **2. Data pembanding**

Diperoleh dari hasil survey tentang objek sejenis yang memiliki fungsi dan karakter serupa, yang diperoleh dari pengamatan langsung, literatur, dan internet.

#### **3. Data literature**

Merupakan data yang mendukung proses perancangan objek dan kebutuhannya, teori, jurnal, pendapat para ahli di bidangnya, serta contoh-contoh objek yang dapat menjadi acuan dan inspirasi bagi objek perancangan.

### **D. Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan untuk mendukung perancangan objek diantaranya:

#### **1. Studi pustaka**

Untuk memperoleh data yang berhubungan dengan objek perancangan dan landasan teori yang berasal dari buku, artikel ilmiah dan jurnal ilmiah. Serta beberapa media yang berkaitan dengan objek perancangan.

#### **2. Studi lapangan**

Merupakan metode untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan objek perancangan, melalui distributor atau kontraktor *booth*, *retail company*, serta *sales promotion* dengan mengadakan wawancara dan pengamatan langsung di lapangan.

## **E. Metode Pengolahan Data**

Data lapangan yang diperoleh dari hasil wawancara dan pengamatan lapangan diolah dengan membandingkan standar yang ada, untuk memperoleh kebutuhan-kebutuhan ruang dan perabot yang diperlukan dalam pembuatan konsep, sketsa ide hingga tercapainya desain yang sesuai kebutuhan pengguna objek perancangan.

## **F. Metode Analisa Data**

Semua data hasil survey, wawancara, dan pengamatan langsung dianalisa untuk mendapatkan hasil penelitian yang sesuai kebutuhan pengguna. Dari data survey dan wawancara akan diperoleh beberapa analisa seperti analisa aktivitas pengguna, analisa kebutuhan ruang, analisa kebutuhan perabot, analisa sirkulasi gerak, dan analisa cara menampilkan barang. Semua data yang disusun berdasarkan analisa tersebut akan menjadi konsep awal perancangan. Dengan membandingkan hasil analisa survey dan data objek sejenis pembanding yang sudah ada akan mendapatkan standar perancangan. Dari seluruh data yang sudah ada kemudian digunakan untuk membuat konsep dan sketsa ide. Kemudian perancangan dikembangkan untuk menjawab tujuan dan rumusan masalah di awal.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Ruang**

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan, saat kita menata sebuah ruang dalam *tenant*, yaitu:

1. Musik dapat membuat pengunjung tidak lagi memusingkan mengenai waktu dan tempat pada saat mengalami pengalaman ruang tertentu.
2. *Point of interest* dari sebuah pameran, apa yang membuat pengunjung ingin masuk ke dalam, mulai dari pengunjung yang ingin berbelanja, hanya sekedar melihat-lihat, yang membawa anak kecil, yang ingin berkumpul bersama keluarga, yang hanya ingin bermain tanpa mengeluarkan biaya (gratis).
3. Sampai seberapa jauh atau dekat jarak pandang yang sesuai untuk *stand* pada saat pengunjung ingin melihat-lihat sambil jalan, tanpa harus berhenti di depan *stand* tersebut. Karena sebuah pameran pasti dihadiri oleh banyak pengunjung pada satu waktu tertentu. Bagaimana jarak yang pas untuk pengunjung agar dapat mengetahui barang yang dipamerkan oleh *stand* tersebut.
4. Ruang yang berhasil adalah ruang yang dapat memberikan *mood* dan *feeling* yang diharapkan terjadi pada saat itu.

Pameran termasuk ke dalam lingkup ruang publik, dimana pengunjung dan *tenant* dapat bersosialisasi. Kebutuhan utama ruang publik yakni kenyamanan, relaksasi, penggunaan aktif, penggunaan pasif, dan pengalaman baru. Hal ini bisa didapatkan dengan membuka *stand* yang sebelumnya tidak dihadirkan pada kalangan masyarakat yang menjadi tujuan pameran dan *booth* yang dapat menarik minat dari pengunjung.

### **B. Display**

*Display* untuk bazaar identik ruang yang terbatas. Pada *event* bazaar, masalah yang sering timbul adalah penataan pada area yang sempit, waktu bongkar muat yang terbatas, dan tempat penyimpanan stok barang. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, desain *display* yang *simple* dan multifungsi. Sebagai contoh, tempat untuk memajang produk juga dapat difungsikan sebagai tempat menyimpan stok produk tanpa menyingkirkan kesan estetis. Tujuannya agar menarik perhatian pengunjung untuk membeli produk yang ditawarkan, sekaligus sebagai tempat untuk menyimpan stok barang.

Sistem *display* yang baik adalah yang menunjang presentasi karya dengan efektif sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Begitu pula halnya dengan sistem sirkulasi yang berhubungan erat dengan para pengunjung yang berkegiatan aktif didalamnya. Pengunjung diharapkan terus bergerak dan tidak bersikap statis saat memperhatikan karya, namun dilain sisi juga dapat memberikan kenyamanan ketika berdiri dalam memperhatikan karya dalam beberapa waktu tertentu. Karya dalam hal pameran adalah benda yang dijual atau ditawarkan kepada pengunjung. Faktor yang perlu diperhatikan dalam peletakkan *display* barang agar dapat menarik perhatian pengunjung adalah (Natasya & Maharani, Yuni. 2006):

1. Objek yang menggunakan pencahayaan yang terang dapat lebih mudah dilihat oleh pengunjung dalam waktu yang singkat. Hal ini biasanya digunakan pada *window display* sebuah toko, sehingga objek-objek tersebut dapat bercerita dan ditangkap oleh pengunjung dalam waktu singkat.
2. *Size*, objek dan detail yang besar akan lebih mudah dilihat pengunjung. Objek kecil membutuhkan pencahayaan yang lebih terang supaya dapat dilihat dengan jelas.
3. Kontras, tingkat kontras yang tinggi antara objek dan *background* dapat menarik perhatian pengunjung dengan baik. Kontras dapat dihasilkan melalui pencahayaan dan pemakaian warna.
4. *Brightness*, dapat memberikan bentuk yang jelas pada objek.

5. *Color*, warna yang kuat akan menguntungkan jika digunakan pada area yang kecil. Karena penggunaan warna yang kuat pada area yang luas/besar akan membingungkan, tidak menyenangkan, dan dapat merusak perhatian pengunjung terhadap barang yang dijual.

### **C. Signage**

Pembentukan *signage* lebih dikhususkan kepada apakah pesan yang ingin ditunjukkan tersampaikan dengan baik, tidak terbatas hanya pada kata-kata saja, semakin sedikit huruf, semakin baik, semakin simple, semakin efektif. Perlakuan terhadap *signage* dapat menggunakan warna yang terang, digabung dengan *graphic design* yang memanfaatkan multimedia dengan maksimal. Bagaimana dengan desain yang ditampilkan, penerima dalam hal ini pengunjung tidak sampai salah menginterpretasi.

*Signage* dan *graphic* akan menghidupkan sebuah *interior booth*, sehingga mampu menyampaikan informasi dengan baik dan sekaligus menarik minat pengunjung (Lupton.2010).

### **D. Sistem Knock Down**

Perabot yang dapat dibongkar pasang sesuai keinginan, jika ada yang ingin dibuat permanen bisa dengan disekrup, namun bila perabot ingin dipindahkan, dapat dilepas dan dipasang kembali.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Perancangan dengan konsep *easy, efficient, compact, and modular* memberikan tantangan dalam inovasi desain. Setelah proses perancangan dan eksperimen konstruksi, upaya untuk menyelesaikan permasalahan multifungsi dan *knockdown* diuraikan sebagai berikut, produk yang telah dirancang diorientasikan dapat diubah menjadi berbagai model dari bahan yang sama, dengan fungsi yang dapat mengakomodasi kebutuhan *display* baju, sepatu, tas, dan aksesoris yang tetap terpenuhi di setiap modulnya.

Penerapan konsep modular diaplikasikan dengan sistem *knockdown*, dengan menggunakan pipa stalbuis yang terdiri dari 3 ukuran yaitu, 40 cm, 21.2 cm, dan 20 cm. Untuk menyambungkan pipa stalbuis menggunakan sambungan uno joker, sambungan mur dan baut, serta sambungan dalam. Sebagai penampang datar menggunakan terpal kain kanvas yang terdiri dari 2 ukuran, yaitu, 13 cm x 51 cm dan 4 cm x 51 cm.

Dalam pembuatan *prototype*, ditemui beberapa kendala mulai dari bahan, *hardware*, dan *finishing*. Perlu adanya pengembangan dan pertimbangan lagi untuk menyempurnakan desain. Untuk menyempurnakan kembali desain dari *indoor modular booth display* ini.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam pembuatan karya ilmiah ini, semoga kedepannya semakin bagus dalam penulisan karya ilmiah.

## DAFTAR REFERENSI

- Agustin, Lisa., Kusumarini, Yusita., & Suprobo, F.P. (2014). Perancangan Modular Indoor Booth Untuk Produk Pakaian, Sepatu dan Makanan. *Jurnal Intra* 2(2), 140-145.
- Andrianto. (2022). Perancangan Rak Sepatu Dengan Sistem Modular Untuk Penunjang Fasilitas Penyimpanan di Ruang Terbatas. *Jurnal Waca Cipta Ruang: Desain Interior* 8(1), 1-5.
- Filbert, Kevin Hartanto. (2017). Perancangan *Indoor Modular Booth Display* untuk Produk Fashion. *Jurnal Intra* Vol. 5, No. 2, (2017) 255-260.
- Lupton, Ellen. (2010). *Thinking With Type*, 2nd Revised and Expanded Edition. Massachusetts: Rockport Publishers, Inc.
- Natasya & Maharani, Yuni. (2006). Pengembangan Alur Sirkulasi, Sistem Display, dan Pencahayaan pada Bandung Contemporary Art Space.” *Jurnal Tingkat Sarjana Tingkat Seni Rupa*. 1-3.
- Suryawan, V.S., Kusumarini, Y., & Suprobo, F.P. (2015). Perancangan Indoor Shape-Changing Fashion Pop-Up Store dengan Sistem Knockdown. *Jurnal Intra* 3(2), 176-183.
- Tanzil, Jacqueline & Wibowo, Mariana. (2016). Perancangan Indoor Modular Meuble Untuk Booth Fashion Pop-Up Market di Surabaya. *Jurnal Intra* 4(2), 738-745.
- Wijaya, Felicia., Kusumarini, Yusita., & Rizqy, M.T. (2016). Perancangan Compact Booth Untuk Produk Pakaian dan Aksesoris Pada Indoor Market. *Jurnal Intra* 4(2), 212-223.