

DESIGNING AN EXHIBITION BOOTH FOR GIFT PRODUCTS FROM LOCAL SMES IN NORTH SUMATRA

Ivo Ramadhani^{1*}, Arwina Putri Harahap², Siti Indah Lestari³, Sri Wahyuni Panjaitan⁴

Fakultas Seni dan Desain, Universitas Potensi Utama
Tj. Mulia, Kec. Medan Deli, Kota Medan, Sumatera Utara. Indonesia

(ivor205@gmail.com, arwinaputri98@gmail.com, siti_Indah@potensi-utama.ac.id, yuniwandriani@gmail.com)

*Corresponden Author

Received : 2024-02-20

Revised : 2024-04-02

Accepted : 2024-06-019

Abstract

The introduction of local products typical of North Sumatra is carried out as an effort to enhance the brand image of each region, making them more recognizable to the local community and visitors from outside the province. The marketing strategy employed includes participating in or organizing exhibitions at cultural and national events, as these have the potential to attract more visitors, thereby increasing the achievement of the desired promotional mission and objectives. As times progress, the design of exhibition booths plays a crucial role in determining the success of an exhibition, as its appeal can attract visitors based on their curiosity and admiration. The design of the exhibition booth incorporates concepts through display arrangement, layout, aesthetics, and colors that reflect the culture of North Sumatra, creating a unique and valuable design atmosphere. The booth's size follows exhibition standards to reduce space consumption and effectively display products. The main material used for constructing the booth is plywood, known for its durability, lightweight, and ease of shaping.

Keywords; Local products, Exhibition, Exhibition booth, Exhibition design, Brand image

Abstrak

Pengenalan produk lokal khas Sumatera Utara dilakukan sebagai upaya meningkatkan citra merek setiap daerah agar lebih dikenal oleh masyarakat setempat maupun wisatawan dari luar provinsi. Strategi pemasaran yang diterapkan adalah dengan mengikuti atau mengadakan pameran dalam setiap acara kebudayaan dan nasional, karena ini berpotensi mendatangkan lebih banyak pengunjung, sehingga misi dan tujuan promosi yang diharapkan dapat tercapai dengan lebih baik. Seiring perkembangan zaman, desain booth pameran memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan sebuah pameran, karena daya tariknya dapat menarik pengunjung berdasarkan rasa penasaran dan kekaguman mereka. Perancangan booth pameran menerapkan konsep melalui tata pajang, tata letak, estetika, dan warna yang mencerminkan kebudayaan Sumatera Utara serta suasana desain yang unik dan bernilai. Ukuran booth disesuaikan dengan standar pameran untuk mengurangi konsumsi ruang dan efektif dalam menempatkan produk. Bahan utama yang digunakan untuk membuat booth adalah plywood yang memiliki kualitas tidak mudah rusak, ringan, dan mudah dibentuk.

Kata Kunci; Produk lokal, Pameran, Booth pameran, Desain pameran, Citra merek

PENDAHULUAN

Fenomena ketidaktahuan masyarakat terhadap brand image produk lokal suatu daerah sering ditemukan, dari mulai tidak mengetahui bentuk, jenis dan asal daerah produk. Bentuk upaya melakukan pengenalan kepada masyarakat setempat dan wisatawan yaitu perlu adanya peningkatan dari segi promosi agar banyak yang mengetahui dan minat untuk memiliki atau dijadikan sebagai oleh-oleh.

Provinsi Sumatera Utara memiliki berbagai produk lokal yang dapat dijadikan sebagai oleh-oleh khas daerah, dan membutuhkan penerapan berbagai strategi pemasaran yang kreatif dan efektif untuk dipromosikan. Dalam proses pemasaran promosi produk membutuhkan senjata strategi yang tepat sebagai pendukung misi dan tujuan yang tercapai. Adapun salah satunya yaitu mengikuti kegiatan pameran kebudayaan dan nasional yang diadakan baik oleh pemerintah maupun organisasi. Melalui kegiatan pameran diharapkan konsumen membeli produk yang didasari rasa ingin tahu dan sesuai kebutuhan.

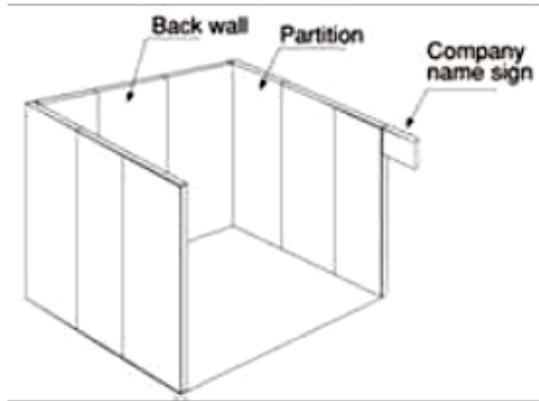
Kegiatan pameran merupakan kesempatan penjual untuk mempromosikan produk yang dipasarkan kepada konsumen. Berjalannya kegiatan pameran tentu memerlukan suatu wadah untuk adanya interaksi antara penjual dan pembeli, maka dari itu pentingnya mendesain Booth pameran dengan suasana menarik dan unik yang memiliki nilai jual yang bertujuan tersampainya informasi yang lengkap tentang jenis produk, kualitas produk, asal produk dan harga produk karena merupakan faktor yang berperan penting dalam keputusan pembeli untuk membelinya.

Pameran atau Exhibition merupakan suatu kegiatan untuk mempromosikan dan penyampaian informasi mengenai produk ke publik. Menurut Siskind (2005), berdasarkan kutipan oleh Glenaldo Calvin, dkk, pameran adalah pemasaran tatap muka di tempat seperti pameran dagang, pameran konsumen, kegiatan istimewa, road shows, pameran pribadi, kegiatan ramah tamah, peluncuran produk, seminar dan konferensi profesional. Proses kegiatan dari pameran adalah See Me, Feel Me, Tough Me, dan Buy Me, maka produk yang dipamerkan haruslah atraktif, menonjol, meyakinkan, dan mendorong calon target audiens untuk membeli/mengonsumsinya (Glenaldo Calvin, dkk, 2022).

Tujuan perancangan Exhibition Booth Gift North Sumatera Utara yaitu memaksimalkan tata pajang, tata letak dan estetika yang mencerminkan dari suku budaya Sumatera Utara, dengan demikian diharapkan mampu meningkatkan pendapatan hasil jual produk lokal UMKM dan tercapainya target pengenalan produk yang dipasarkan.

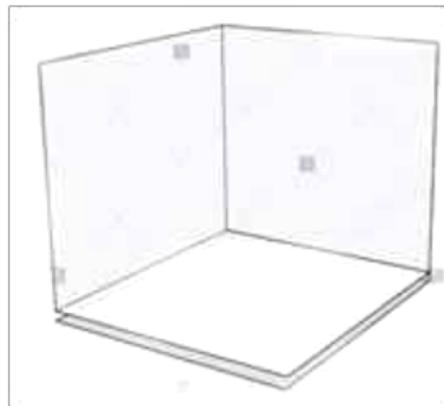
Posisi Booth Pameran dibedakan menjadi 4 macam, yaitu :

1. Inline Stand (posisi booth terbuka satu sisi)



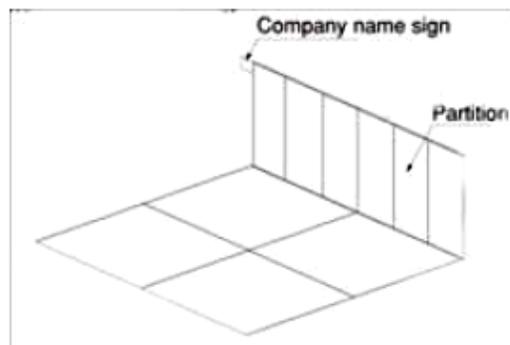
Gambar 1. Inline Stand
(Sumber: Iskandar Yansen F,dkk, 2017)

2. Corner Stand (posisi booth terbuka dua sisi)



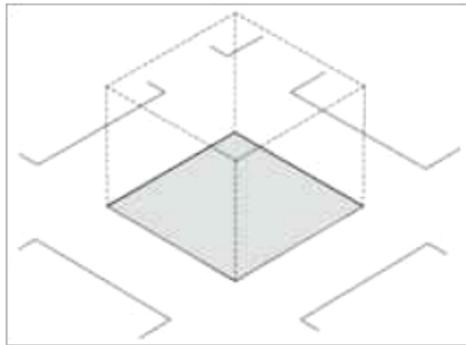
Gambar 2. Corner Stand
(Sumber: Iskandar Yansen F,dkk, 2017)

3. Peninsula Stand (posisi booth terbuka tiga sisi)



Gambar 3. Peninsula Stand
(Sumber: Iskandar Yansen F,dkk, 2017)

4. Island Stand (posisi booth terbuka empat sisi)



Gambar 4. Island Stand
(Sumber: Iskandar Yansen F,dkk, 2017)

Jenis perancangan Exhibition Booth Gift North Sumatera Utara Produk Lokal UMKM yaitu jenis Pameran Keliling (Travelling Exhibition) pameran yang dilakukan dengan cara berpindah keberbagai daerah Sumatera Utara yang diselenggarakan oleh exhibitor atau kerjasama dengan pihak lain. Waktu penyelenggaraan Pameran Keliling minimal berlangsung selama 10 hari (Jan Lorenc ,2007).

LITERATURE REVIEW

Literatur mengenai perancangan booth pameran menunjukkan bahwa desain booth yang efektif dapat meningkatkan brand image dan menarik perhatian pengunjung. Penelitian oleh Angelica R. H. Natashia et al. (2017) mengemukakan bahwa desain booth yang menarik dan sesuai tema dapat memengaruhi persepsi pengunjung terhadap produk yang dipamerkan. Penelitian lain oleh Ernanda Cut Nora et al. (2019) menyoroti pentingnya penggunaan elemen budaya lokal dalam desain booth untuk menciptakan identitas yang kuat dan autentik bagi produk lokal.

Selain itu, Glenaldo Calvin et al. (2022) menunjukkan bahwa booth yang dirancang dengan memperhatikan tata letak dan elemen branding dapat meningkatkan daya tarik visual dan memudahkan pengunjung dalam memahami informasi produk. Penelitian ini juga menekankan pentingnya integrasi elemen visual yang konsisten dengan identitas merek untuk memperkuat ingatan pengunjung tentang merek tersebut.

Rusjd M. Hanif et al. (2012) membahas tentang efektivitas desain booth dalam pameran Solo Exhibition and Convention Center, menekankan bahwa booth yang dirancang dengan baik dapat menjadi alat pemasaran yang kuat. Penelitian ini menyarankan penggunaan bahan dan warna yang sesuai untuk menciptakan suasana yang mendukung identitas merek dan menarik minat pengunjung.

Dalam konteks Sumatera Utara, perancangan booth pameran yang mencerminkan budaya lokal dapat memperkuat promosi produk lokal. Strategi ini tidak hanya membantu dalam menarik perhatian pengunjung lokal, tetapi juga meningkatkan minat wisatawan terhadap produk khas daerah. Kajian literatur ini menyoroti pentingnya inovasi dalam desain booth untuk menciptakan pengalaman pameran yang memikat dan efektif.

METODE

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian deskriptif. Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada tujuan untuk menggali lebih dalam tentang elemen-elemen desain yang mempengaruhi efektivitas booth pameran. Penelitian ini melibatkan observasi langsung dan wawancara dengan desainer booth serta pengunjung pameran untuk mendapatkan pandangan yang komprehensif mengenai desain booth yang efektif.

Populasi penelitian terdiri dari desainer booth pameran dan pengunjung yang menghadiri pameran di Sumatera Utara. Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria inklusi yaitu desainer yang memiliki pengalaman dalam merancang booth untuk pameran budaya dan pengunjung yang telah mengunjungi lebih dari tiga pameran dalam dua tahun terakhir.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan panduan wawancara yang telah divalidasi sebelumnya. Selain itu, observasi langsung dilakukan untuk melihat interaksi pengunjung dengan booth pameran. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis tematik untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dalam konteks desain booth pameran.

Penelitian ini juga mempertimbangkan aspek etika penelitian, seperti menjaga kerahasiaan informasi peserta dan memastikan bahwa partisipasi dalam penelitian ini bersifat sukarela. Langkah-langkah ini diambil untuk memastikan bahwa penelitian ini dilakukan dengan integritas dan transparansi yang tinggi, sehingga hasil penelitian dapat diandalkan dan direplikasi oleh peneliti lain di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sumatera Utara memiliki lokasi untuk pameran kebudayaan setiap daerah yang bernama PRSU (Pekan Raya Sumatera Utara) berlokasi di Jl. Jenderal Gatot Subroto No.KM.5, Sei Sikambing C. II, Kec. Medan Helvetia, Kota Medan, Sumatera Utara 20123. Gelaran Pekan Raya Sumatera Utara dilaksanakan setiap tahun dan banyak diikuti oleh pelaku UMKM untuk mempromosikan dan menjual produk yang dihasilkan kepada setiap

pendatang. Kegiatan ini menjadi wadah penting bagi pelaku UMKM untuk memperluas pasar dan memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas.

Kegiatan PRSU mengundang masyarakat dari berbagai daerah Sumatera Utara, kesempatan tersebut adalah waktu yang tepat untuk memperkenalkan produk unggulan ciri khas dari daerahnya. Selain produk yang dikenalakan, pentingnya dalam bentuk penyajian ataupun tataletak produk yang tepat agar lebih mudah diketahui asal produk yang dipamerkan dan diperjual belikan. Pengaturan booth yang menarik dan informatif dapat meningkatkan daya tarik produk serta memudahkan pengunjung untuk mengenali dan memahami keunikan produk yang ditawarkan.

Partisipasi dalam pameran dan event lokal seperti mengikuti pameran atau event lokal, terutama yang berkaitan dengan kuliner dan kerajinan tangan. Ini dapat menjadi peluang untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas. Pameran ini juga berfungsi sebagai media edukasi bagi masyarakat tentang keberagaman budaya dan produk lokal Sumatera Utara, sehingga dapat meningkatkan apresiasi terhadap produk-produk tersebut.

Adapun strategi yang dilakukan adalah membuat rancangan Exhibition Booth Gift North Sumatera Utara Produk Lokal UMKM yang akan digunakan oleh para pelaku UMKM. Desain booth yang kreatif dan representatif dari budaya lokal dapat menarik perhatian pengunjung dan memberikan pengalaman yang menyenangkan. Selain itu, penting juga untuk menyertakan informasi yang jelas dan komprehensif tentang produk, seperti asal usul, bahan, dan proses pembuatan, yang dapat meningkatkan minat dan kepercayaan konsumen.

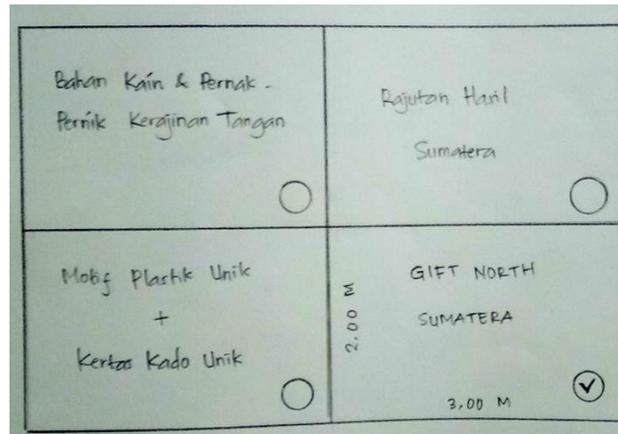
Dalam menyusun desain booth, aspek estetika dan fungsionalitas harus seimbang. Elemen-elemen dekoratif yang mencerminkan budaya Sumatera Utara, seperti motif tradisional dan warna-warna khas, dapat digunakan untuk memperkuat identitas visual booth. Sementara itu, tata letak yang ergonomis dan efisien akan memastikan bahwa produk ditampilkan dengan cara yang mudah diakses dan dilihat oleh pengunjung.

Promosi yang efektif selama pameran juga memerlukan interaksi aktif antara penjual dan pembeli. Pelaku UMKM harus dilatih untuk dapat menjelaskan produk mereka dengan baik, termasuk keunggulan dan nilai tambah yang ditawarkan. Demonstrasi langsung atau sesi mencicipi produk, terutama untuk produk kuliner, dapat menjadi cara efektif untuk menarik minat pengunjung.

Selain itu, penggunaan media sosial dan alat pemasaran digital lainnya dapat memperluas jangkauan promosi selama pameran berlangsung. Melalui strategi pemasaran yang terintegrasi ini, diharapkan produk lokal Sumatera Utara dapat lebih dikenal dan diminati, tidak hanya oleh masyarakat lokal tetapi juga oleh wisatawan dari luar daerah. Ini pada gilirannya akan membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi pelaku UMKM dan mempertahankan warisan budaya lokal.

Floor Plan Exhibition

Floor Plan Exhibition adalah tata letak visual yang menunjukkan lokasi dan penempatan berbagai stan, booth, disuatu acara pameran. Denah ini memberikan pandangan menyeluruh tentang ruang pameran dan membantu peserta, pengunjung, dan penyelenggara untuk merencanakan dan mengelola acara dengan lebih efisien.



Gambar 4. Floor Plan Exhibition
(Sumber : Arwina,dkk 2024)

Perancangan Floor Plan Exhibition dilakukan untuk mengetahui penataan booth Gift North Sumatera Utara yang berukuran 2m x 2m, booth dirancang dengan konsep portable dan bisa dibongkar pasang agar memudahkan pelaku UMKM dalam menggunakannya pada setiap event.

Perancangan sketsa desain pameran melibatkan pemikiran kreatif dan tata letak yang efektif untuk menciptakan ruang pameran yang menarik dan fungsional. Dalam merancang sketsa desain exhibition mengikuti langkah-langkah sebagai berikut :

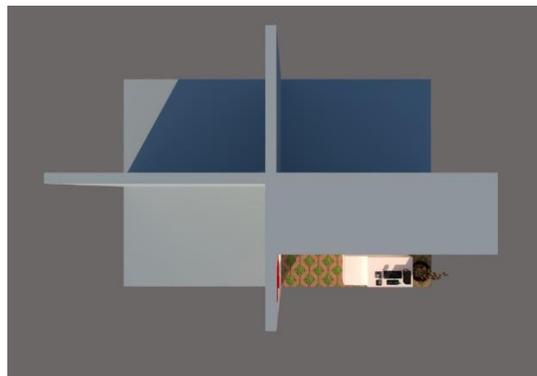
1. Melakukan identifikasi ruang dan pembatasan yang berguna untuk mengetahui ukuran dan bentuk ruang pameran seperti posisi outlet listrik, pintu, atau area lalu lintas pengunjung. .
2. Mempertimbangkan fleksibilitas desain sehingga pameran dapat diadaptasi untuk berbagai ukuran ruang seperti membuat sketsa konsep visual yang mencakup tata letak stand, elemen dekoratif, dan elemen desain utama lainnya
3. Memilih material dan warna yang sesuai dengan tema tujuan pameran.

dampak yang signifikan dalam menarik minat pengunjung dan memaksimalkan efektivitas pameran.

Desain Digital



Gambar 6. Desain Digital Exhibition
(Sumber : Arwina,dkk, 2024)



Gambar 7. Tampak Atas Desain Digital Exhibition
(Sumber: Arwina,dkk, 2024)



Gambar 8. Tampak samping Desain Digital Exhibition
(Sumber: Arwina,dkk, 2024)

KESIMPULAN

Desain booth pameran memegang peran krusial dalam menentukan kesuksesan suatu pameran atau event. Kesimpulan dari proses desain ini harus mencerminkan identitas merek, menarik perhatian pengunjung, dan memberikan pengalaman yang tak terlupakan dan hal yang mendasar untuk menciptakan sebuah desain booth pameran yang sesuai dengan kebutuhan adalah dengan mengetahui tujuan pameran diadakan.

Desain booth pameran merupakan aspek kritis dalam memastikan keberhasilan dan daya tarik sebuah merek atau produk dalam acara pameran. Dalam merancang sebuah booth, beberapa elemen penting yang harus dipertimbangkan melibatkan pemahaman tujuan, identifikasi target audiens, dan memastikan bahwa desain mencerminkan identitas merek.

REFERENSI

- Angelica R. H, Natashia & dkk (2017). Perancangan Exhibition Booth Untuk Wedding. *Intra*. 5 (2), 712-721
- Ernanda, Cut Nora & dkk (2019). Perancangan Aceh Exhibition Center dengan Pendekatan Konsep Ikonik Tema Cultural Symbol. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Arsitektur Dan Perencanaan*. 3(3),28-33
- Glenaldo, Calvin & dkk (2022). Perancangan Booth Pada Pameran Gaikindo Indonesia International Auto Show (Giias) Sebagai Brand Image Pt Nissan Motor Indonesia. *Jurnal Seni & Reka Rancang*. 4 (2), 153-170
- Iskandar , Ferdinant Yansen & dkk (2017), Perancangan Desain Booth Pameran “Citi-9, Indonesia Paviliun, Chevrolet” Di Gresik Dan Jakarta. *Kreasi*. 2(2),37-62
- Liem, Michael Yohanes & dkk (2018). Perancangan Booth Pameran Volvo Untuk Event Giias 2017, Ufo Elektronika Di Atrium Tp 3, Dan Darmo HillApartments Di Ciputra World, *Kreasi*, 3 (2),161-192
- Mandasari, Dewi Jayanti & dkk (2019) Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*. 13(1) 123-128
- Rusjd, M. Hanif & dkk (2012). Solo Exhibition And Convention Center. *Imaji* 1 (3), 505-514