

**PERAN ELEMEN VISUAL DESAIN *BOOTH* DALAM
MENCIPTAKAN DAYA TARIK DI PAMERAN
ARCH:ID 2025**

PROYEK AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi
pada Program Diploma IV Prodi Pengelolaan Konvensi dan Acara
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun Oleh:

ADILA AULIA RAHMADINDA

Nomor Induk: 2021306006

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN KONVENSI DAN
ACARA
JURUSAN PERJALANAN
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
2025**

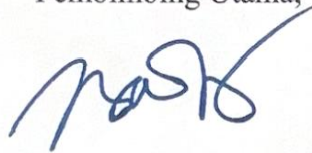
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR

**“DESAIN *BOOTH* SEBAGAI FAKTOR PENARIK PENGUNJUNG DI
PAMERAN ARCH:ID”**

NAMA : ADILA AULIA RAHMADINDA
NIM : 2021306006
JURUSAN : PERJALANAN
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA

Pembimbing Utama,

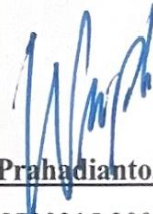


Bagus Githa Adhitya Muhamad,

MM. Par, CEP., CEM., CEE

NIP 19851124 202321 1 010

Pembimbing Pendamping,



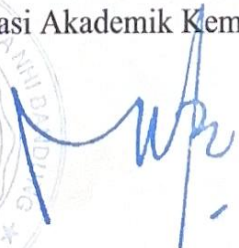
Wisnu Prahadianto, SE., M.Sc.

NIP 19750315 200605 1 002

Bandung, 18 Juni 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.

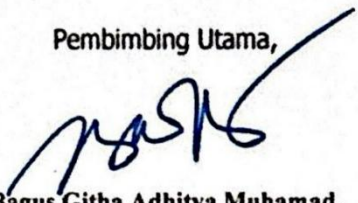
NIP. 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

"PERAN ELEMEN VISUAL DESAIN *BOOTH* DALAM MENCIPTAKAN DAYA TARIK DI PAMERAN ARCH:ID 2025"

NAMA : ADILA AULIA RAHMADINDA
NIM : 2021306006
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA

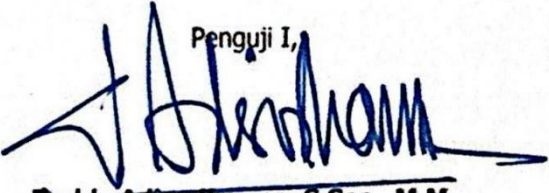
Pembimbing Utama,


Bagus Githa Adhitya Muhamad,
MM. Par, CEP., CEM., CEE
NIP 19851124 202321 1 010

Pembimbing Pendamping,


Wisnu Pradiyanto, SE., M.Sc.
NIP19730815 200605 1 002

Penguji I,


Deddy Adisudharma, S.Sos., M.M.
NIP 19700210 200312 1 001

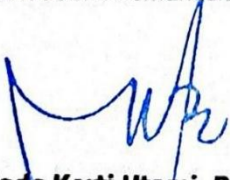
Penguji II,


Marsianus Raga, MM. Par.
NIP 19751024 200902 1 001

Bandung, 4 Agustus 2025

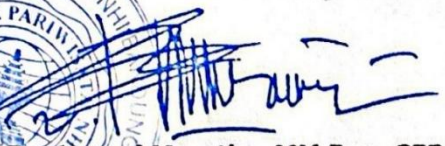
Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama


Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE
NIP 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung


Dr. Anwari Masatip., MM.Par., CEE
NIP 19750415 200212 1 001



PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : ADILA AULIA RAHMADINDA
Tempat/Tanggal Lahi : BANDUNG, 11 NOVEMBER 2003
NIM : 2021306006
Program Studi : PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA
Jurusan : PERJALANAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proyek Akhir yang berjudul: **“Peran Elemen Visual Desain *Booth* dalam Menciptakan Daya Tarik di Pameran ARCH:ID 2025”** ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik PariwisataNHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 6 Agustus 2025
Yang membuat pernyataan,



Adila Aulia Rahmadinda
NIM. 2021306006

ABSTRAK

Pameran merupakan medium strategis dalam komunikasi *brand*, di mana desain *booth* berperan penting dalam menarik perhatian dan menciptakan pengalaman pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis elemen desain *booth* yang berkontribusi sebagai daya tarik utama di pameran ARCH:ID 2025. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi partisipatif terhadap 50 *booth* peserta pameran serta wawancara mendalam dengan penyelenggara, *exhibitor*, dan kontraktor *booth*. Analisis difokuskan pada empat indikator utama desain visual, yaitu warna (*color*), bentuk (*shape*), dekorasi permukaan (*surface decoration*), dan tata letak (*layout*). Temuan menunjukkan bahwa kombinasi elemen desain yang selaras dengan identitas *brand*, penciptaan atmosfer yang imersif, serta penempatan elemen visual yang strategis secara signifikan meningkatkan ketertarikan dan interaksi pengunjung. Desain *booth* yang tidak hanya mengutamakan estetika, tetapi juga memperhatikan fungsi dan kenyamanan ruang, terbukti lebih berhasil dalam menciptakan pengalaman yang membekas bagi audiens. Penelitian ini memberikan rekomendasi praktis bagi *exhibitor* dan penyelenggara untuk merancang *booth* yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan merek serta membangun koneksi emosional dengan pengunjung.

Kata kunci: desain *booth*, pameran, daya tarik visual, ARCH:ID, pengalaman pengunjung

ABSTRACT

Exhibitions serve as a strategic medium for brand communication, where booth design plays a crucial role in attracting attention and shaping visitor experiences. This study aims to identify and analyze the visual design elements that contribute most significantly to visitor attraction at the ARCH:ID 2025 exhibition. A qualitative approach was employed, combining participatory observation of 50 exhibition booths with in-depth interviews involving the organizer, exhibitors, and booth contractors. The analysis focused on four key visual design indicators: color, shape, surface decoration, and layout. Findings indicate that a well-balanced combination of design elements aligned with brand identity, the creation of immersive atmospheres, and the strategic placement of visual components significantly enhance visitor engagement. Booth designs that integrate aesthetics with spatial function and comfort were found to be more effective in creating a memorable visitor experience. This research offers practical recommendations for exhibitors and organizers to design booths that are not only visually appealing but also effective in delivering brand messages and fostering emotional connections with visitors.

Keywords: booth design, exhibition, visual attraction, ARCH:ID, visitor experience

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas kesempatan dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir yang berjudul “Peran Elemen Visual Desain Booth dalam Menciptakan Daya Tarik di Pameran ARCH:ID 2025”. Penelitian ini disusun oleh penulis sebagai syarat dalam memenuhi akademik kelulusan Program Diploma IV dan Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara, Jurusan Perjalanan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Dengan penuh tanggung jawab, penulis telah menyusun Proyek Akhir ini agar dapat memberikan manfaat bagi pembaca di kemudian hari. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi, dukungan dan bantuan, dari semua pihak yang terkait, diantaranya:

1. Allah SWT atas segala berkah dan kemudahan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir.
2. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM.Par., selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE., selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama Politeknik Pariwisata NHI Bandung
4. Bapak Marsianus Raga, MM. Par., selaku Ketua Jurusan Perjalanan Politeknik Pariwisata NHI Bandung
5. Bapak Reza Nurizki, S.Pd., M.Sc., CHE., selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
6. Bapak Bagus Githa Adhitya Muhamad, MM. Par, CEP., CEM., CEE, selaku Dosen Pembimbing Utama
7. Bapak Wisnu Prahadianto, SE., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Pendamping

8. Seluruh Bapak Ibu Dosen dan Tenaga Kependidikan yang telah mendidik dan mendukung penulis selama menempuh pendidikan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung
9. PT. CIS *Exhibition* selaku penyelenggara pameran ARCH:ID
10. Ikatan Arsitektur Indonesia (IAI) selaku mitra kolaborasi penyelenggaraan pameran ARCH:ID
11. Seluruh narasumber yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu
12. Kedua orang tua serta keluarga yang senantiasa memberikan dukungan, baik secara moral maupun materiil, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik
13. Rekan-rekan Altairphilos (PKA 2021) yang terus memberikan semangat dan dukungan selama penulis mengerjakan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa selama penyusunan Proyek Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Untuk hal tersebut, penulis memohon maaf dan terbuka untuk masukan dan saran yang membangun. Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi penulis, tetapi bagi pembaca pada umumnya.

Bandung, 6 Agustus 2025

Adila Aulia Rahmadinda

NIM. 2021306006

DAFTAR ISI

MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN MAHASISWA	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Kajian Teori	13
B. Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Rancangan Penelitian	36
B. Partisipan dan Lokus Penelitian	37
C. Pengumpulan Data	38
D. Analisis Data	40
E. Pengujian Keabsahan Data.....	43
F. Jadwal Penelitian.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Hasil Penelitian	45
B. Pembahasan.....	70

BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI	85
A. Simpulan	85
B. Rekomendasi.....	86
DAFTAR PUSTAKA	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. GRAFIK JUMLAH VISITOR (PENGUNJUNG) PAMERAN ARCH:ID TAHUN 2020 – 2025.....	4
2. IN-LINE BOOTH	20
3. CORNER BOOTH.....	21
4. PENINSULA BOOTH.....	21
5. ISLAND BOOTH	22
6. RESPONS TERHADAP DESAIN BOOTH PAMERAN.....	24
7. THE CLASSIC DIAMOND LAYOUT.....	31
8. THE CLUB LAYOUT.....	32
9. RANDOM LAYOUT	32
10. THEATER LAYOUT	33
11. KERANGKA PEMIKIRAN	35
12. KOMPONEN DALAM ANALISA DATA (INTERACTIVE MODEL)	41
13. BOOTH WARM-COLOR (SINGRES TILES).....	59
14. BOOTH WARM-COLOR (WOW x BYO LIVING: CIRCULARITY IN CRAFTMANSHIP)	59
15. BOOTH COOL-COLOR (WAVEBOARD)	60
16. BOOTH COOL-COLOR (WOW x HIMALAYA ABADI: LAY. AR).....	60
17. BOOTH NEUTRAL-COLOR (PRISMA).....	60
18. BOOTH NEUTRAL-COLOR (VIRGO LAMINATES).....	61
19. COLOR HARMONY BOOTH (WOW x JAYABOARD x KNAUF x AQUAPANEL).....	61
20. COLOR HARMONY BOOTH (WOW x SANDEI: AWAKENING SENSE)	62
21. COLOR PSYCHOLOGY BOOTH (WOW x M DESIGN GROUP)	63
22. COLOR PSYCHOLOGY BOOTH (LIXIL SANITARY)	63
23. BRAND CONSISTENCY BOOTH (ROCA)	64
24. RECTANGULAR BOOTH (GREE)	64
25. CURVED BOOTH (ATEJA)	65
26. KOMPLEKSITAS PADA BOOTH (MITRA PABRIK)	66
27. VISUAL LOAD BOOTH (BLUM).....	67
28. KETERBACAAN & PENEMPATAN ELEMEN BOOTH (ARCHITECT) 67	
29. CLASSIC DIAMOND BOOTH (DEKSON)	68
30. THE CLUB BOOTH (TOTO)	68
31. RANDOM LAYOUT BOOTH (PACIFIC PAINT).....	69

32. THEATER BOOTH (GRANITO)	70
33. BOOTH WARM-COLOR (WOW x BYO LIVING: BITTE DESIGN STUDIO).....	71
34. BOOTH COOL-COLOR (LTECH)	71
35. HARMONISASI WARNA PADA <i>BOOTH</i> ROMAN.....	73
36. HARMONISASI WARNA PADA BOOTH ALMA FLOOR	73
37. COLOR PSYCHOLOGY PADA BOOTH TOTO	74
38. BRAND CONSISTENCY PADA BOOTH HIGOLD	75
39. BRAND CONSISTENCY PADA BOOTH IN-LITE	76
40. RECTANGULAR BOOTH (ESSENZA).....	76
41. CURVED BOOTH (AICA)	77
42. KOMPLEKSITAS VISUAL PADA BOOTH MITRA10	78
43. KOMPLEKSITAS VISUAL PADA BOOTH PENTA PRIMA	79
44. VISUAL LOAD PADA BOOTH GCR BOARD	80
45. VISUAL LOAD PADA BOOTH ALBA	80
46. PENEMPATAN ELEMEN PADA BOOTH PROPAN	81
47. CLASSIC DIAMOND (KORU).....	82
48. THE CLUB (ALUVEEN).....	83
49. THE CLUB (ARNA)	83
50. THEATER (SALING x SILANG)	84
51. BOOTH DESIGN GUIDELINES	87
52. BOOTH DESIGN GUIDELINES (LANJUTAN).....	88
53. BOOTH DESIGN GUIDELINES (LANJUTAN).....	89
54. BOOTH DESIGN GUIDELINES (LANJUTAN).....	90

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. WARNA DAN MAKNANYA	26
2. JADWAL PENELITIAN	43
3. JADWAL PENELITIAN (TABEL LANJUTAN)	44
4. KETERANGAN NARASUMBER	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
I. LAPORAN HASIL TURNITIN.....	94
II. SURAT PENGANTAR PENELITIAN DARI ADAK	95
III. SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN DARI LOKUS.....	96
IV. BUKTI TELAH BIMBINGAN PROYEK AKHIR	97
V. TABEL CHECKLIST OBSERVASI BOOTH DI PAMERAN ARCH:ID 2025	98
VI. TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PEO, PT. CIS EXHIBITION	112
VII. TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN OFFICIAL BOOTH CONTRACTOR	124
VIII. TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN EXHIBITOR (SINGRES TILES).....	132
IX. TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN EXHIBITOR (TOTO)	138
X. DOKUMENTASI WAWANCARA DENGAN NARASUMBER.....	143

DAFTAR PUSTAKA

- (2025). *34th Edition UFI Global Exhibitor Barometer*. UFI.
- Adu, P., & Miles, D. A. (2024). *Dissertation Research Methods*.
- ASPERAPI. (2022). *News & Update*. Retrieved from ASPERAPI: <https://www.ieca.or.id/publication/news-and-updates/>
- Baker, J., Berry, & Parasuraman. (1988). The marketing impact of branch facility design. *Journal of Retail Banking*, 10 (2):33-43.
- Bellizzi, J. A., Crowley, A. E., & Hasty, R. W. (1983). The effect of color in store design. *Journal of Retailing*, 59 (1):21-45.
- Bitner, M. J. (1992). *Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees*.
- Bloch, P. H., Gopalakrishna, S., Crecelius, A. T., & Murarolli, M. S. (2017). Exploring booth design as a determinant of trade show success. *Journal of Business-to-Business Marketing*.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Dr. Amruddin, S. M. (2022). Keabsahan Data Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pradina Pustaka.
- Dr. Ardhana Januar Mahardhani, M. (2022). Analisis Data Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pradina Pustaka.
- Dra. Lidia Evelina, M. (2005). *Event Organizer Pameran*.
- Getz, D. (2008). Event Tourism: definition, evolution and research. In *Tourism Management* (pp. 403-428).
- Gilliam, D. A. (2015). Trade show boothscapes. *Journal of Marketing Management*.
- Huang, M. (2000). Information load: Its relationship to online. *International Journal of Information Management*.
- ICE-BSD. (2024). Retrieved from ICE-BSD: <https://www.ice-indonesia.com/>
- Karsonno, D. (2016). *Bisnis Pameran*.
- Kim, S., & Hall, C. M. (2023). Storytelling and visitor engagement in exhibition booth design. *Journal of Event Design and Experience*.

- Kirchgeorg, M. (2005). Characteristics and forms of trade shows. In M. Kirchgeorg, W. M. Dornscheidt, W. Giese, & N. Stoeck, *Trade Show Management* (pp. 5-29).
- Kozak, N. (2006). The expectations of exhibitor in Tourism, hospitality and travel industry. *Journal of Convention and Event Management*, 99-116.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2021). *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing* (3rd ed.).
- Lawton, M. P., & Broody, E. M. (1969). Assessment of Older People: Self-Maintaining and Instrumental Activities of Daily Living.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pearce, D. G. (2007). Supplier selection in the New Zealand inbound tourism industry. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 57-68.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). Welcome to the Experience Economy. In *The Experience Economy*.
- Siskind, B. (2005). *Powerful Exhibit Marketing*.
- Tracy, S. J. (2013). *Qualitative Research Methods*.