

PERANCANGAN INTERIOR HOTEL DENGAN PENDEKATAN URBAN HERITAGE DI BANDUNG

INTERIOR PLANNING FOR HOTEL WITH URBAN HERITAGE APPROACH AT BANDUNG

Paramayuda Maulana¹

¹Prodi S1 Desain Interior, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹maulanapyuda@student.telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Kota Bandung merupakan kota destinasi wisatawan dari berbagai daerah karena banyaknya jenis wisata yang terdapat di kota Bandung. Oleh karena itu tidak dipungkiri banyaknya kunjungan wisata menjadikan okupansi hotel menjadi meningkat sehingga pengelola hotel berlomba-lomba untuk meningkatkan fasilitas dan pelayanan hotel mereka. Dengan peningkatan wisatawan dan keinginan kota Bandung untuk memunculkan kembali citra kota, keduabelah pihak dapat saling integrasi untuk menciptakan hotel yang merespon lingkungan Bandung.

Dengan pendekatan wisatawan urban, hotel yang dirancang akan menjawab kebutuhan dan aktivitas wisatawan masa kini dimana mereka mencari pengalaman otentik pada satu daerah yang mereka kunjungi. Hal tersebut dibantu oleh citra kota yang dimanfaatkan dalam perancangan interior hotel sehingga integrasi antara ruang kota dengan ruang interior hotel memiliki keterhubungan.

Berdasarkan hasil perancangan, citra kota Bandung seperti “World’s Great Cities of Art Deco” dapat dimanfaatkan sebagai gaya dominan dalam perancangan interior dan gaya kontemporer dapat menjawab kedinamisan lingkungan wisatawan urban masa kini.

Kata Kunci: wisatawan, bandung, hotel, citra, kota, urban, otentik, art deco, kontemporer

Abstract

Bandung city is one of the very best place to holiday since the number of attractions that can be found round the city. Therefore the amount of tourists increase the hotel’s occupancy, thereby growing the hotel’s facilities and their service. Due to an increase in tourists and Bandung City’s intentions to promote the image of city, obviously they can integrate each other to create a hotel that can respond the Bandung environment.

Taking advantage of an urban tourist strategy, a hotel can be planned to answer the needs and activities of tourists, where they tend to find a new and authentic experience for their holiday. It make possible if they can take advantage of the image of city and will integrate every city and hotel spaces.

Based on the result of the thesis, the image of city such as “World’s Great Cities of Art Deco” can be used and utilised as a dominant style for a hotel interior and a contemporary style can answer the dinamism of urban tourist’s environment.

Keywords: bandung, holiday, hotel, city, urban, authentic, the image of city, art deco, contemporary

1. Pendahuluan

Bandung merupakan salah satu destinasi liburan masyarakat Indonesia terutama masyarakat urban Jakarta. Setiap akhir pekan, Bandung selalu menerima banyak wisatawan sehingga daerah kawasan pusat kota akan padat terhadap wisatawan. Salah satu penyebab datangnya wisatawan adalah banyaknya daya tarik wisata yang berada di Bandung seperti heritage, pendidikan, kuliner, belanja, alam, dan MICE (Meeting, Incentive, Convention, and Exhebiton). Untuk dapat menjelajahi semua jenis wisata tersebut tidak cukup dalam sehari sehingga para wisatawan memutuskan untuk menginap di Bandung.

Dengan beragamnya jenis wisata di Bandung, tidak diragukan lagi bahwa kelengkapan prasarana perkotaan seperti hotel sangat dibutuhkan. Permasalahan tersebut dapat dilihat dengan jelas pada akhir pekan atau musim liburan dimana permintaan prasarana tidak sebanding dengan permintaan masyarakat terhadap prasarana perkotaan. Fenomena

tersebut merupakan hasil konsekuensi dari kota Bandung yang merupakan kota wisata dan kota jasa yang berorientasi pada wisata belanja dan kuliner dan bahkan telah dimulai sejak 1920, dimana para bangsawan belanda yang tinggal di Jakarta memilih Bandung sebagai tempat pertemuan dan hiburan mereka.

Hotel pada dasarnya merupakan tempat tinggal sementara untuk tujuan dan maksud tertentu. Seperti yang dikatakan oleh Frennd Lawson dalam bukunya *Hotel and Resort Design*, hotel merupakan area publik yang dikelola secara komersial untuk melayani para traveller atau wisatawan dan pengunjung temporer dengan berdasarkan dua jenis servis pelayanan yaitu akomodasi dan kuliner.

Dari pengertian hotel yang dikemukakan oleh Fred Lawson, dapat disimpulkan bahwa hotel merupakan bangunan atau fasilitas publik yang dikelola secara komersial dimana memiliki fungsi untuk melayani akomodasi para wisatawan dan pengunjung sementara dalam tujuan tertentu. Tujuan yang dimaksud dapat berupa berwisata dan atau mengadakan perjalanan bisnis

Dengan trend kedatangan wisatawan yang semakin meningkat dari tahun 2010 hingga 2015, hotel sebagai sarana penunjang dapat menjadi potensi untuk memberikan pengalaman wisata yang lebih menarik terhadap pengunjung. Latar belakang wisatawan sebagai masyarakat urban, membuat mereka berpikir rasional untuk mencari liburan yang memberikan pengalaman lebih. Selain itu, mereka juga membutuhkan aktualisasi diri atau pembuktian sosial sehingga hotel akan berpengaruh terhadap pengalaman liburan mereka.

Hotel dapat mengekspresikan citra kota Bandung seperti "*Bandung's precious tropical art-deco heritage*", "*World's Great Cities of Art Deco*", dan "*Bandung Emerging Creative City*" sehingga wisatawan dapat merasakan pengalaman yang lebih karena hotel dan kota memiliki kesamaan identitas dan wisatawan dapat menjiwai citra kota tersebut. Citra kota tersebut merangsang masyarakat untuk lebih kreatif dan stylish sehingga timbul urban lifestyle yang menarik untuk wisatawan. Citra kota tersebut juga dapat menghidupkan kembali atau melanjutkan aset budaya yang sempat terhenti dengan cara konservasi dan regenerasi lingkungan untuk memberikan pengalaman nostalgia.

Dari penjelasan di atas, hotel diharapkan dapat menciptakan suasana liburan yang menarik dengan memudahkan wisatawan sehingga hotel menjadi *all-in-one leisure place* untuk para wisatawan. Hotel yang menghadirkan suasana urban lifestyle bandung dengan pengaruh citra kotanya, dapat menjadi pilihan wisatawan karena memberikan pengalaman yang berbeda dari hotel yang lain. Wisatawan cenderung mencari pengalaman yang otentik, sehingga pemilihan hotel akan menjadi sangat berpengaruh terhadap pengalaman selama berlibur. Dengan ini, perancangan interior hotel dengan pendekatan urban lifestyle menjadi studi yang diangkat pada tugas akhir ini.

2. Kajian Literatur

1.1. Lokasi Kota Bandung

Kota Bandung merupakan Ibukota Propinsi Jawa Barat yang terletak pada 107° 36' Bujur Timur dan 6° 55' Lintang Selatan. Untuk lokasi Kota Bandung sendiri cukup strategis jika dilihat dari segi komunikasi dan perekonomian karena Kota Bandung dapat diakses dengan mudah melalui Ibukota Negara Jakarta.

Secara topografi Kota Bandung terletak pada ketinggian 791 meter diatas permukaan laut (dpl), dengan titik tertinggi adalah Bandung utara dengan ketinggian 899 dpl dan 400 dpl untuk daerah Bandung selatan yang merupakan titik terendah. Hal ini terlihat juga dari jenis datarannya dimana daerah utara permukaan tanah cenderung berbentuk perbukitan dan daerah selatan lebih datar. Dengan adanya perbukitan di daerah utara Bandung, orang-orang dapat menyaksikan panorama kota bandung secara langsung.

Jika dilihat dari keadaan geologisnya, tanah Bandung merupakan lapisan alluvial hasil dari letusan Gunung Tangkuban Perahu. Untuk daerah Bandung Utara, lapisan tanah pada umumnya berjenis andosol dan untuk daerah selatan dan timur berjenis alluvial kelabu dengan bahan endapan liat. Dan untuk daerah tengah dan barat Kota Bandung berjenis andosol.

Unntuk iklim Kota Bandung sendiri dipengaruhi oleh iklim pegunungan yan gcenderung lembab dan sejuk. Rata-rata temperatur Kota Bandung adalah 23.5° C, dan curah hujan rata-rata 200.4 mm serta jumlah hujan perhari rata-rata 21.3 hari perbulan.

1.2. Sejarah Kota Bandung

Titik awal pembangunan Bandung ketika Daendels memerintahkan Bupati Bandung, R.A. Wiranatakusumah II, untuk memindahkan ibukota kabupaten Bandung ke tepi Jalan Raya Pos. Perintah tersebut langsung dilaksanakan oleh bupati dengan menentukan lahan sebagai calon ibukota dengan perhitungan mistik. Setelah mencapai kata persetujuan dari kriteria gubernur jendral dan persyaratan adat istiadat, lahan di tepian barat Sungai Cikapundung dan di tepi selatan Jalan Raya Pos ditetapkan sebagai pusat pemerintahan Kabupaten Bandung.

Tahun 1920 merupakan tahun dimana dimulainya perkembangan kota Bandung dalam hal kegiatan pariwisata. Harry kunto menjelaskan bahwa terdapat sebuah asosiasi yang disebut Voorruit Bandung yang bekerjasama dengan Gemeente Bandung yang dimana memiliki tujuan untuk mengembangkan Bandung untuk menjadi miniatur kota di Eropa. Sejak saat itu, Bandung menjadi pilihan utama para bangsawan Belanda untuk pergi berlibur. Bahkan, mereka datang pada akhir pekan secara khusus untuk menikmati suasana kota salah satunya di Jl. Braga, pusat perdagangan yang mengadaptasi suasana Eropa. Jalan Braga merupakan tempat rekreasi favorit para bangsawan kaya.

Pada tahun tersebut, kota Bandung memiliki julukan “Kota Bunga” karena kota Bandung dipenuhi dengan taman yang indah (Kunto, 1985). Pemerintah sering mengadakan festival penting pada tahun tersebut. Salah satu pameran yang terkenal adalah pameran “Bandung Blossom” yang terdiri dari pameran seni dariberbagai negara dan juga parade musik oleh para militer Belanda. Selain itu, terdapat pameran dan festival seni dan budaya yang diikuti oleh seniman Belanda serta seniman lokal. Acara-acara seperti ini ternyata menjadika daya tarik untuk Bandung dan mempromosikan pariwisata Bandung secara tidak langsung. Oleh karena itu hotel dan villa di Bandung menejadi sangat ramai setiap tahunnya karena pengunjung bervariasi mulai dari lokal hingga kota-kota lain.

Selain itu, pada tahun 1920 kota Bandung juga berkembang untuk memberikan jasa wisata yang menarik untuk bangsawan Belanda. Pada tahun tersebut, Bandung menjadi tempat liburan elit untuk bangsawan Belanda yang tinggal di Jakarta (*Societe Concordia*). Pada tahun 1933, Bandung memiliki banyak tempat menarik untuk rekreasi seperti bioskop yang pada saat itu sangat lah fenomenal dikalangan masyarakat. Bioskop merupakan tempat hiburan favorit masyarakat dan telah dibuka beberapa bioskop pada masa itu seperti Elita, Luxor, Roxy, dan Concordia. Tidak hanya itu, masyarakat Bandung juga senang untuk pergi ke teater walaupun penggemar teater hanya 16% dari penonton bioskop. Pada tahun 1950, pemerintah menyelenggarakan sebuah pasar malam yang menjadi sebuah aktivitas yang menyenangkan bagi masyarakat setempat. Tidak hanya itu, pada tahun tersebut Bandung memiliki pusat mode dan banyak fashion show yang diselenggarakan oleh asosiasi ibu-ibu yang disebut PIKAT dan Sin Bin Hui. Busana yang dipertunjukan adalah berbagai pakaian wanita. Di Bandung juga terdapat merek pakaian yang terkenal dengan gaya klasik Eropa.

2.3. Aktifitas Urban Tourism di Kota Bandung

Urban tourism merupakan penggabungan dua kata antara urban dan tourism yang dimana memiliki arti yang berbeda. Urban merupakan suatu yang berkenaan dngan perkotaan dan tourism (pariwisata) merupakan kegiatan rekreasi yang bersifat sementara karena aktifitas yang bersifat sukarela untuk mengunjungi suatu tempat untuk mendapatkan pengalaman baru (Wardhani,2012). Dengan penggabungan dua kata tersebut, tercipta suatu konteks aktifitas ruang yang berhubungan dengan wisata perkotaan. Pariwisata merupakan salah satu dampak dari perubahan sosio ekonomi pada lingkungan perkotaan sehingga menimbulkan kemungkinan keterhubungan antara turis dengan masyarakat lokal.

Dalam perkembangannya, dengan menghilangkan disparitas antara negara maju dan berkembang, negara berkembang mulai mempromosikan pariwisata unggulan mereka. Fenomena tersebut juga terjadi di Indonesia yang telah terkenal akan sumber daya alamnya yang fenomenal. Salah satu lokasi yang menjadi destinasi wisata adalah kota Bandung karena banyaknya daya tarik wisata yang menarik. Dalam perkembangannya Bandung merupakan tempat liburan para bangsawan Belanda yang tinggal di Jakarta (1920). Setelah itu pada tahun 1980-an sektor pariwisata menjadi sektor ekonomi paling penting di Bandung. Pada awalnya Bandung hanya terkenal akan wisata alam dan budayanya, akan tetapi Bandung berkembang menjadi kota wisata belanja dan kuliner.

Jika dilihat dari segi sosial, *urban tourism* merupakan salah satu fenomena sosio ekonomi yang muncul akibat dari era modern (Sharpey Richard, 2002). Pariwisata merupakan elemen penting dalam strategi pembangunan dan menjadi alat penting dalam menciptakan keseimbangan antara negara maju dan berkembang. Pariwisata dapat

didefinisikan dari perspektif antropologi sebagai kegiatan rekreasi yang bersifat sementara dalam kegiatan rekreasi dan untuk mendapatkan pengalaman baru dalam hidup mereka.

Pariwisata menjadi wadah integrasi yang memungkinkan terciptanya interaksi antar budaya sehingga mempengaruhi satu dan lainnya. Hal ini lah yang menciptakan adanya akulturasi budaya yang mejadikan suatu budaya berkembang. Pada umumnya, para wisatawan akan pergi ke suatu tempat untuk mendapatkan pengalaman yang otentik dimana berkaitan dengan identitas dan citra kota yang mereka kunjungi (Mac Cannell,1976).

Hibriditas budaya urban kontemporer di era globalisasi dengan komersialisasi budaya dapat memperbaharui citra kota (Malcolm Miles, 2007) dengan citra kota baru yang diakibatkan hibriditas tersebut, kota mendapatkan keuntungan dalam hal ekonomi karena kota dapat menambah daya tarik pengunjung. Tidak hanya itu, kegiatan budaya dan hiburan dapat Dengan komersialisasi budaya tersebut, kota Bandung memiliki berbagai citra kota untuk mengekspresikan identitasnya. Beberapa citra kota Bandung yang terkenal adalah "*Bandung's precious tropical art-deco heritage*" dimana Bandung sempat memperoleh peringkat kesembilan dari sepuluh kota-kota di negara Eropa sebagai "*world's Great Cities of Art Deco*" (Maryani, E dan Dina Siti, 2007). Kemudian Bandung berkembang menjadi "*Bandung Emerging Creative City*". Masih banyak citra kota Bandung yang tercipta untuk aktifitas pariwisata dimana hal ini membuat penjelasan akan identitas kota Bandung sebagai kota wisata.

2.4. Karakter City Centre Hotel

Pengertian hotel dapat dikategorikan dengan cara mengidentifikasi hirarki hotel dengan dasar lokasi pembangunannya. Jika melihat dari jenis-jenis hotel dan lokasinya dapat kita katakan luxury hotel dengan bintang 4/5 biasanya terletak pada pusat kota, budget hotel type A (biasanya merupakan bangunan yang beralih fungsi) terletak pada pusat kota dan pinggir pusat kota dan memiliki sasaran target adalah middle-management business travellers dan turis, business hotel dengan bintang tiga memiliki kawasan di daerah pinggir pusat kota dan memiliki sasaran para pebisnis dan pejabat luar kota.

Sangat jelas terlihat, luxury hotel memiliki lokasi pada pusat kota dan hal ini sesuai dengan refleksi keinginan dari pemilik hotel. Kompetisi diantara luxury hotel pada pusat kota juga sangat tinggi, dimana lokasi yang kurang bagus akan cenderung memiliki permintaan yang lebih sedikit dan tarif kamar yang lebih murah. Dengan lokasi yang berada di pusat kota, terlihat bahwa aktifitas jual beli sangat tinggi dan menjadikan lokasi strategis untuk pembangunan hotel.

Jika dilihat dari pengembangan hotel pada pusat kota, perancangan hotel biasanya bermunculan dengan cara mengalihfungsikan bangunan lama atau membeli bangunan lama untuk dijadikan hotel baru. Karakter hotel seperti ini biasanya diaplikasikan oleh hotel menengah dengan jumlah kamar antara 150 hingga 350 dengan menawarkan fasilitas khusus untuk karakter individu dan servis pelayanan yang lebih personal.

Program pembangunan kawasan urban biasanya dilakukan dengan skala besar. Hal ini bertujuan untuk menarik pengunjung dan investasi agar dapat memberikan keuntungan bagi investor. Hotel biasanya memiliki skema yang sangat komprehensif, dengan cara menyatukannya dengan bangunan perkantoran, pusat perbelanjaan, *MICE*, dan apartemen dalam satu kawasan atau bangunan.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa *city centre hotel* merupakan jenis hotel luxury yang berada di pusat kota. Dengan keberadaannya yang sangat strategis, hotel memiliki target pasar turis dan pebisnis yang sedang melakukan perjalanan dilihat dari tingginya aktifitas jual beli di kawasan pusat kota. *City centre hotel* merupakan hotel yang dapat mengalihfungsikan bangunan lama atau membangun bangunan baru pada pusat kota dengan menawarkan keunikan dan karakter yang berbeda untuk menarik pengunjung.

3. Konsep Perancangan Desain Interior

3.1. Konsep Perancangan

Identitas kota bandung yang telah dibentuk dengan rentetan sejarah yang panjang sudah menjadi sebuah keharusan untuk direspon dalam hal perancangan interior hotel sehingga terlihat kultur dan identitas Kota Bandung

tersebut. Dengan kemunculan identitas Kota Bandung yang sebenarnya, akan menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke Bandung.

Tidak hanya sejarah kota Bandung yang telah melahirkan budaya yang otentik, gaya hidup wisatawan juga perlu diapresiasi dalam menjawab tantangan lingkungan urban di Kota Bandung. Dengan kehadiran wisatawan, masyarakat lokal menghadapi sebuah interaksi yang bersifat global dan menghasilkan budaya hibrid, dampak dari interaksi sosial antara masyarakat lokal dengan wisatawan.

Keharmonisan dan kedinamisan budaya lokal dengan wisatawan dapat dicerminkan dengan suatu desain yang lembut, nyaman, dan fungsional. Sehingga ketika budaya lokal Bandung yaitu heritage disatukan dengan budaya wisatawan yang menginginkan fungsi dan keindahan, menjadi suatu desain yang menarik karena saling mengisi satu sama lain.

Dengan adanya keinginan manusia untuk memiliki variasi dalam pengalaman berlibur, maka ide dasar dari perancangan ini adalah penggunaan gaya yang dapat menerima dan terbuka dengan sesuatu yang baru. Penggunaan gaya art deco serasi dengan pemikiran kontemporer dimana mereka dapat menerima sesuatu yang baru dan menjadi yang berbeda dari sekitarnya. Hal ini bukanlah menghasilkan sesuatu desain yang telah banyak digunakan di Bandung, melainkan menghasilkan desain yang memiliki variasi pengalaman kultur, yaitu penerapan gaya art deco yang kontemporer sebagai respon kaum urban dengan prinsip arsitektur heritage Bandung dengan batasan adaptasi bangunan

Dari penelusuran bangunan heritage di jalan Braga dengan aktifitas urban yang telah mempengaruhi masyarakat lokal, didapatkan tema yang ditentukan yaitu "*regeneration of urban heritage*" yang berarti regenerasi suasana heritage dengan sentuhan lingkungan kontemporer. Tema yang diangkat akan memberikan suasana interior yang mengadaptasi prinsip bangunan heritage dengan gaya art deco kontemporer sehingga menghasilkan desain yang responsif terhadap lingkungan dan gaya hidup kontemporer.

Dengan tema "*regeneration of urban heritage*", sudah sangat terlihat bahwa pengayaan yang akan diambil merupakan gaya art deco dengan klasifikasi streamline deco yang dimana terdapat permainan garis repetitif, dinding halus, penerapan warna monokrom dan sentuhan dinamis dalam penataan interior. Pemilihan *streamline deco* merupakan adopsi gaya pada bangunan hotel yang terdapat di Bandung seperti Preanger. Karena art deco dapat menerima pemikiran baru, maka ditambahkan gaya kontemporer dalam hal ornamen. Selain itu gaya tersebut mengadaptasikan prinsip bangunan seperti memaksimalkan cahaya natural dengan jendela yang tinggi, menggunakan sedikit ornamen pada dinding, menggunakan border lantai agar terlihat rapih.

Konsep Visual	Gaya art deco dengan dipadupadankan dengan gaya kontemporer untuk memberikan kesan dinamis.
Konsep Bentuk	Bentuk dinamis, dimana bentuk yang tercipta karena ruang tersebut. Bentuk dinamis dapat dijadikan sebagai pemecah kejenuhan bentuk heritage.
Konsep Material	Material yang memberikan kesan mewah dan elegan. Dan memberikan material kain dengan warna cerah untuk memberikan kesan nyaman dan santai.
Konsep Warna	Permainan layer warna dimana background warna adalah warna netral dan foreground dengan warna analogis dari biru dan coklat.
Konsep Spatial	Ruang dihubungkan oleh ruang transisi dan setiap ruang bersebelahan yang dibagi secara teratur. Penerapan organisasi ruang radia menjadikan ruang disekitar lobby menjadi pusat aktifitas.

4. Konsep Perancangan Denah Khusus

4.1. Pemilihan Denah Khusus

Dalam perancangan hotel bintang empat ini, area yang dipilih untuk denah khusus merupakan ruang yang memiliki fungsi publik dan memiliki kaitan dengan masyarakat urban sekarang seperti *restaurant*, *coffeeshop*, dan 3 jenis kamar (*standard*, *deluxe*, dan *suite*). Setiap ruang tersebut dapat merepresentatifkan tema yang diangkat pada perancangan ini yaitu *revival urban heritage*.

4.2. Area Restaurant

Pada area lantai restaurant menggunakan dua jenis marmer yaitu karpet dan marmer. Penggunaan karpet untuk memberikan kesan mewah dan sebagai akustik agar tidak memantulkan suara di area restaurant. Sedangkan marmer untuk memberikan kesan mewah pada area restaurant.

Treatment dinding sendiri tidak begitu di mainkan, hanya menggunakan dinding putih untuk menciptakan suasana heritage. Dinding putih ini diberikan volume dengan molding yang biasa digunakan pada bangunan lama. Selain itu, nuansa heritage tersebut didukung pula oleh bentuk jendela yang tinggi.

Untuk furniture, area restaurant menggunakan furniture kontemporer skandinavian untuk memberikan kesan mewah dan simple sehingga penggabungan antara heritage dan kontemporer dapat serasi.

4.3. Area Coffeeshop

Area Coffeeshop sendiri menggunakan lantai marmer dan lantai tegel dengan pattern costum. Lantai tegel tersebut agar memerikan karakter heritage tetap i lantai tegel menggunakan pattern geometric sehingga tercipta nuansa kontemporer. Selain itu, marmer juga memberikan kesan mewah pada area coffeeshop tersebut.

Untuk dinding sendiri tidak jauh berbeda dengan area restaurant, menggunakan warna putih dengan molding untuk memberikan nuansa heritage. Agar tidak terlalu formal, dinding area coffeeshop diberikan artwork kontemporer sehingga dinding menjadi menarik.

Ceiling pada area coffeeshop menggunakan ceiling warna putih sehingga aksan ruang terlihat pada furniture dan artwork pada ruang tersebut.

Untuk furniture tetap menggunakan furniture kontemporer skandinavian agar interior tetap serasi dengan heritage. Untuk area bar sendiri menggunakan kayu vertikal sebagai pembeda bahwa area tersebut merupakan area bar dan kasir.

4.4. Area Guestroom

Dinding are guestroom menggunakan warna putih untuk memmberikan kesan bersih dan luas pada ruang tersebut. Selain itu, warna putih sebagai warna background untuk memunculkan warna aksan ruang yaitu warna kayu. Warna kayu sendiri diletakkan sebagai backdrop tv dengan lampu sorot dari ceiling. Kayu disusun vertikal agar memberikan kesan luas pada ruang dalam.

Lantai foyer kamar menggunakan parket kayu, pemilihan parket dikarenakan untuk perawatan yang mudah karena, pengunjung akan masuk dan melepaskan sepatu di area foyer, selain itu, ketika keluar masuk toilet melalui foyer, sehingga parket tidak akan membuat kaki pengunjung dingin ketika keluar masuk dari toilet. Untuk area tidur dan living area, penggunaan karpet untuk menghangatkan kaki pengunjung dan secara teknis sebagai akustik ruang agar tidak memantulkan suara yang dapat mengganggu.

Ceiling juga menggunakan ceiling putih dengan permainan drop ceiling pada area yang tidak dilalui oleh ducting sehingga ruang terasa tinggi. Untuk ceiling sendiri ditreatment bersih dari teknikal seperti lampu yang menggunakan lampu spotlight tanam dan hanya terdapat sprinkler dan smoke detector sebagai standar kemanan.

Furniture kamar tetap menggunakan furniture berjenis kontemporer skandinavian dengan warna biru yang menarik. Furniture dapat memberikan kesan mewah simple yang berbeda dari hotel lain. Jenis finsihingnya pun menggunakan fabric yang halus sehingga terasa kehangatan pada furniture tersebut. Meja yang terdapat pada kamar menggunakan kayu jati yang menambah kehangatan ruang.

5. Kesimpulan

Hotel bintang 4 memiliki standar yang lebih baik dibandingkan bintang dibawahnya, selain itu cangkupan target pasar yang middle up harus didukung dengan suasana kebutuhan mereka. Hotel yang terletak dilokasi yang terbilang strategis dan dekat dengan wisata heritage, dapat mendukung dan merespon wilayah tersebut dengan menciptakan pengayaan dan suasana hotel yang menarik sehingga pengunjung merasakan heritage yang berbeda ketika diluar dan didalam bangunan.

Penggabungan gaya heritage dan kontemporer skandinavian yang diterapkan pada interior hotel dapat memberikan nuansa heritage yang berbeda. Tidak seperti halnya hotel dengan gaya dominan heritage, hotel ini memberikan nuansa kontemporer mewah dan elegan karena sentuhan skandinavian, sehingga pasar pebisnis dan wisatawan akan merasa terpukau karena mereka akan merasakan interior yang nyaman dan berbeda dari yang lain.

Tema yang diangkat untuk hotel ini yaitu *revival urban heritage*, yaitu membangkitkan kembali heritage pada wilayah perkotaan. Karena bangunan hotel ini baru, sehingga kita dapat membangkitkan semagnet heritage tersebut dengan cara mempelajari detail bangunan heritage yang terdapat pada area braga dan tamblong lalu diterapkan pada detail interior hotel tersebut. Bukan berarti nuansa heritage harus diterapkan secara mentah-mentah, akan tetapi sebagian besar ciri khas heritage seperti dinding putih, jendela besar, permainan vertikal, volume dinding, lantai menggunakan pattern, dan ceiling yang tinggi yang diterapkan sehingga ruang interior dapat tercipta seperti ruang heritage. Selain itu perkotaan yang kontemporer menggunakan gaya skandinavian diamna dapat mendukung interior heritage dan pasar middle up. Skandinavian dapat serasi dengan warna putih dan dapat memberikan sentuhan mewah elegan karena finishing furniture yang halus dan hangat.

Dengan perancangan hotel dengan pendekatan seperti ini, diharapkan hotel yang berlokasi strategis dapat merespon wilayah tersebut sehingga pihak hotel dan lingkungan sekitar dapat saling melengkapi. Hubungan mutualisme yang tercipta pada konsep ini, hotel-hotel dapat bersaing bereksplorasi dengan lingkungan sekitar sehingga hotel tidak perlu lagi melihat trend, tetapi mereka dapat menciptakan trend tersebut.

Daftar Pustaka:

- [1] De Chiara, J., Panero, J., & Zelnik, M. (1991). Time-saver standards for interior design and space planning. McGraw-Hill Companies.
- [2] Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. (2015). Rekapitulasi Data Kunjungan Wisatawan yang Datang ke Kota Bandung Tahun 2010-2015.
- [3] Dyah, A. (2014). Evolusi Aktual Aktivitas Urban Tourism di Kota Bandung dan Dampaknya Terhadap Pembentukan Tempat-Tempat Rekreasi.
- [4] HEATHER CARD, N. D. (2008). Hotels. Boston: Northeastern University School of Architecture.
- [5] Lawson, F. R. (1995). Hotels and resorts: planning, design and refurbishment. Butterworth-Heinemann Ltd.
- [6] Maslow, A. H., & Iman, N. (1993). Motivasi dan kepribadian: teori motivasi dengan pendekatan hierarki kebutuhan manusia. Pustaka Binaman Pressindo
- [7] Pemerintah Kota Bandung. (2006). Rencana Induk Pengembangan Pariwisata. Departemen Kebudayaan dan pariwisata.
- [8] Soemardi, A. R., & Radjawali, I. (2004, July). Creative culture and urban planning: The Bandung experience. In The Eleventh International Planning History Conference.