

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Bandung merupakan salah satu destinasi liburan masyarakat Indonesia terutama masyarakat urban. 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)¹. 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 kuliner² dan bahkan telah dimulai sejak 1920, dimana para bangsawan belanda yang tinggal di Jakarta memilih Bandung sebagai tempat pertemuan dan hiburan mereka³.

Hotel pada dasarnya merupakan tempat tinggal sementara untuk tujuan dan maksud tertentu. Seperti yang dikatakan oleh Frened 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 kuliner⁴.

Dari pengertian hotel yang dikemukakan oleh Fred Lawson, dapat disimpulkan bahwa hotel merupakan bangunan atau fasilitas publik yang dikelola secara komersial dimana memiliki fungsi

¹ Pemerintah Kota Bandung. (2006). Rencana Induk Pengembangan Pariwisata. Departemen Kebudayaan dan pariwisata.

² Dyah, A. (2014). Evolusi Aktual Aktivitas Urban Tourism di Kota Bandung dan Dampaknya Terhadap Pembentukan Tempat-Tempat Rekreasi.

³ Soemardi, A. R., & Radjawali, I. (2004, July). Creative culture and urban planning: The Bandung experience. In The Eleventh International Planning History Conference.

⁴ Lawson, F. R. (1995). *Hotels and resorts: planning, design and refurbishment*. Butterworth-Heinemann Ltd.

untuk melayani akomodasi para wisatawan dan pengunjung sementara dalam tujuan tertentu. Tujuan yang dimaksud dapat berupa berwisata dan atau mengadakan perjalanan bisnis.

Dilihat dari perilaku wisatawan nusantara, mereka biasanya berkunjung secara individual maupun berkelompok dan sebagian besar dari mereka merupakan pengunjung loyal atau pengunjung yang pernah berlibur di Bandung. Tujuan mereka adalah ingin mendapatkan pengalaman wisata yang dikemas secara menarik dan memberikan pengetahuan lebih. Sedangkan perilaku wisatawan mancanegara sangat berbeda dari nusantara, mereka cenderung menjadikan Bandung sebagai wisata transit atau bukan tujuan utama mereka. Biasanya mereka mendatangi Bandung untuk mendapatkan pengalaman nostalgia masa kolonial⁵.

Dengan trend kedatangan wisatawan yang semakin meningkat dari tahun 2010 hingga 2015⁶, 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 mereka⁷.

Dari penjelasan di atas, hotel diharapkan dapat menciptakan suasana liburan yang menarik dengan memudahkan wisatawan sehingga hotel dapat menghadirkan suasana heritage Bandung dengan pengaruh kontemporer, dapat menjadi pilihan wisatawan karena memberikan variasi pengalaman kultur yang berbeda.

Dalam perancangan kali ini, perancang mendapatkan tugas untuk merancang interior dengan denah hotel fiktif yang berlokasi di Jalan Lembong, Bandung. Sehingga perancangan interior bersifat fiktif.

1.2. Identifikasi Masalah

Setelah mensurvey 2 hotel (The 101 Bandung Dago dan Sensa Hotel Bandung) dan observasi kawasan letak perancangan hotel (Jl. Lembong No.19), dapat diidentifikasi beberapa masalah yang dapat diangkat dalam perancangan hotel ini, masalah tersebut adalah :

1. Target pengunjung para wisatawan urban yang memerlukan aktualisasi diri.

⁵ Pemerintah Kota Bandung. (2006). Rencana Induk Pengembangan Pariwisata. Departemen Kebudayaan dan pariwisata.

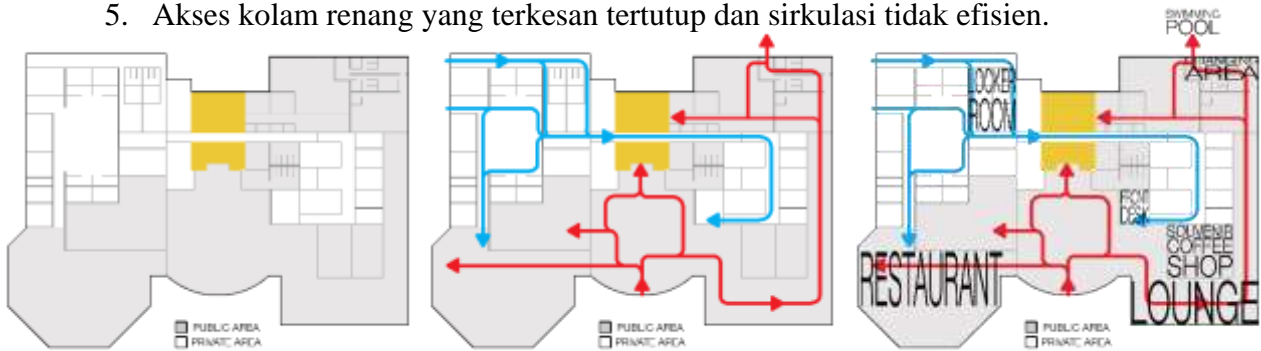
⁶ Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. (2015). Rekapitulasi Data Kunjungan Wisatawan yang Datang ke Kota Bandung Tahun 2010-2015.

⁷ Maslow, A. H., & Iman, N. (1993). Motivasi dan kepribadian: teori motivasi dengan pendekatan hierarki kebutuhan manusia. Pustaka Binaman Pressindo.

2. Variasi pengalaman yang dapat memberikan kesan istimewa terhadap wisatawan.
3. Hotel dengan kebebasan berekspresi untuk merespon kota Bandung

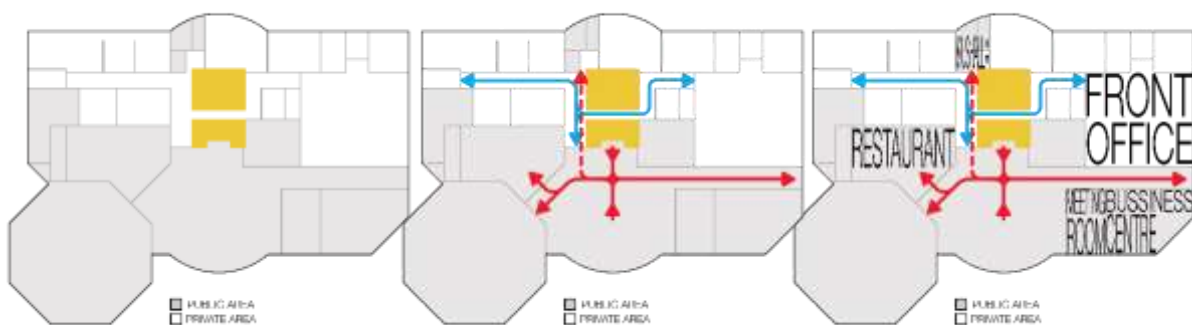
Hasil analisa denah eksisting hotel ternyata memiliki beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi seperti berikut :

1. Pada lantai satu, sirkulasi pengunjung yang terarah mengakibatkan kejenuhan dan lelah pada pengunjung.
2. Layout restaurant masih dapat dikembangkan untuk mengekspresikan interior hotel.
3. Strategi spasial yang diterapkan pada resepsionis dirasa kurang tepat karena visual pengunjung terhalang oleh tangga.
4. Area souvenir dan coffeeshop yang kurang terorganisir mengakibatkan terpecahnya area lounge
5. Akses kolam renang yang terkesan tertutup dan sirkulasi tidak efisien.



Gambar 1. 1 Blocking Ruang (Pribadi, 2017)

6. Sirkulasi “*pass through space*” pada area BOH dirasa kurang tepat untuk digunakan.
7. Organisasi ruang pada lantai dua kurang terolah, terutama pada area *conference room*, *front office*, dan *bussiness centre*.
8. Masih terdapat ruang mati yang tidak diantisipasi.
9. Terdapat konflik sirkulasi antara private dan public pada area menuju mushalla
10. Tidak terdapat ruang janitor untuk area public.



Gambar 1. 2 Blocking Ruang (Pribadi, 2017)

1.3.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis, dapat dirumuskan beberapa permasalahan seperti berikut :

1. Bagaimana perancangan interior hotel dengan target pengunjung wisatawan urban?
2. Bagaimana membuat pengunjung merasakan variasi pengalaman kultur yang menarik dalam pengalaman menginap mereka?
3. Bagaimana tata ruang dan pemilihan elemen interior yang baik sehingga dapat merepresentatifkan pengalaman pengunjung?

1.4.Batasan perancangan

Luasan yang akan dirancang kurang lebih 2279 m² mencakupi area lobby, restaurant, meeting room dan bussiness centre, health club dan kamar hotel sebagai area fokus perancangan. Fasilitas yang akan dihadirkan pada setiap area meliputi fasilitas restaurant beserta public bar dan coffee shop, lounge area, receptionist beserta front desk, meeting room dengan tipe board room dan class room, toilet umum, dan kamar tamu dengan tiga tipe kamar yang berbeda.

Adapun beberapa alasan yang meliputi :

1. Lobby

- Meeting point bagi seluruh ruang yang terdapat pada hotel.
- Sebagai *first impression* bagi sebuah hotel tersebut.

2. Restoran dan Coffeeshop

- Restoran pada hotel dapat menjadi daya tarik pengunjung untuk bertemu dengan kolega atau bahkan pengunjung nonresiden yang ingin berkunjung karena keunikannya.
- Restoran sebagai area publik yang memperlihatkan keunikan hotel.

3. Kamar Tamu Hotel

- Area utama sebuah hotel karena okupansi pada sebuah hotel dapat mencapai 70% dari total luasan hotel.
- Sebagai area utama dalam sebuah hotel karena tujuan dari pengunjung adalah menginap.

- Area publik yang dikomersialkan sehingga memiliki privasi khusus untuk penyewa.

4. Meeting Room

- Salah satu tujuan pengunjung bisnis untuk mengadakan pertemuan.
- Treatment khusus karena kebutuhan privasi ditengah area publik.

Selain itu, pemilihan lokasi dari hotel ini adalah pada jl. Lembong no.19. Lokasi hotel sangat strategis karena terletak pada area “*heritage tourism*” dan berada pada pusat kota sehingga akses menuju hotel dan fasilitas kota tidak terlalu jauh.

Pendekatan yang dilakukan pada perancangan ini adalah pendekatan urban heritage yaitu pendekatan yang mencoba untuk beradaptasi dengan lingkungan hotel dengan cara mempelajari beberapa prinsip arsitektur heritage dan masyarakat urban yang kontemporer, dalam batasan perancangan yaitu jalan Braga dan Lembong. Selain itu, perancangan hotel ini juga mengangkat *Urban conservation and regeneration* yang menjadi trend pada wilayah Asia tenggara termasuk Indonesia, dimana interior hotel akan melakukan regenerasi sejarah kawasan sehingga pendekatan urban heritage ini akan mengarah pada kontinuitas budaya dengan ekspresi citra kota dan gaya urban. Untuk titik awal, konseptual ide perancangan dimulai dari lingkungan kawasan hotel sehingga dapat menghadirkan suasana lingkungan kawasan.

1.5. Tujuan dan Sasaran Perancangan

1. Tujuan dalam perancangan interior hotel ini adalah beresplorasi dengan gaya kontemporer dan heritage dengan sasaran menerapkannya pada interior hotel seperti pengolahan dan pemilihan elemen interior.
2. Selain itu, perancangan hotel ini juga bermaksud untuk menggabungkan dua pola pikir yang berbeda, yaitu heritage dan kontemporer dengan sasaran menjadi pembeda antara interior hotel yang ada di Bandung.

1.6. Metodologi Perancangan

1. Fenomena dan Issue

Melihat fenomena pada kota Bandung tepatnya kawasan “*heritage tourism*” meliputi Asia-Afrika, Braga, dan Lembong. Fenomena yang terjadi merupakan

meningkatnya wisatawan dan mereka mencari pengalaman otentik yang tidak didapatkan di kota lain. Selain itu, dengan berkembangnya trend “ *urban conversation and regeneration*”, akan memberikan nilai tambah jika dipadupadankan dengan gaya hidup urban wisatawan.

2. Studi Preseden

Melakukan perbandingan perancangan yang telah terbangun untuk dijadikan contoh baik dan buruk. Hotel yang dijadikan sebagai studi preseden adalah The 101 Bandung Dago, dan Sensa Hotel Bandung. Kedua hotel ini memiliki contoh dalam penerapan gaya hidup urban dalam hal pengayaan dan hotel sensa yang memberikan kesan formal terhadap para pebisnis.

3. Permasalahan

Setelah mengetahui site plan dan fenomena yang terjadi, dirumuskan beberapa permasalahan seperti penerapan konsep yang tepat untuk mendukung tema hotel, pengisi ruang yang tepat untuk digunakan, strategi spatial dan sirkulasi yang tepat untuk diterapkan agar pengunjung merasakan area publik yang tepat.

4. Studi Literatur

Setelah melakukan studi preseden, dilakukan perbandingan hasil observasi dan menganalisa dengan literatur yang digunakan yaitu buku *Hotels and Resorts: Planning, design, and refurbishment* dan beberapa jurnal dan thesis master perguruan tinggi.

5. Menentukan tujuan & sasaran perancangan

Dengan melakukan perbandingan antara permasalahan lapangan dengan literatur, ditentukan tujuan perancangan yang ingin dicapai beserta sasaran perancangannya. Tujuan ini ditemukan setelah didapatkan permasalahan lapangan dan isu fenomena yang terjadi, sehingga tujuan dari perancangan akan menjawab isu fenomena beserta permasalahan lapangan.

6. Programmatik

Pemilihan kata kunci sebagai pedoman dalam perancangan seperti *project brief* yang ditentukan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan tetapi tidak

menghilangkan kebutuhan dasar hotel yang terdapat pada standard hotel. Membuat mapping kebutuhan setiap aktifitas sehingga fungsi ruang dapat dikendalikan.

7. Konsep desain

Pembuatan konsep dimulai dari strategi spatial dan sirkulasi sehingga kebutuhan setiap aktifitas dapat tercapai. setelah mendapatkan spatial dan sirkulasi yang tepat, dibuat konsep warna dan pengisi ruang dengan metode 4x4, yaitu metode yang digunakan untuk mencari konsep warna, furniture, dan bentuk sehingga terciptanya karya *pictogram* yang menjadi acuan visual dalam perancangan.

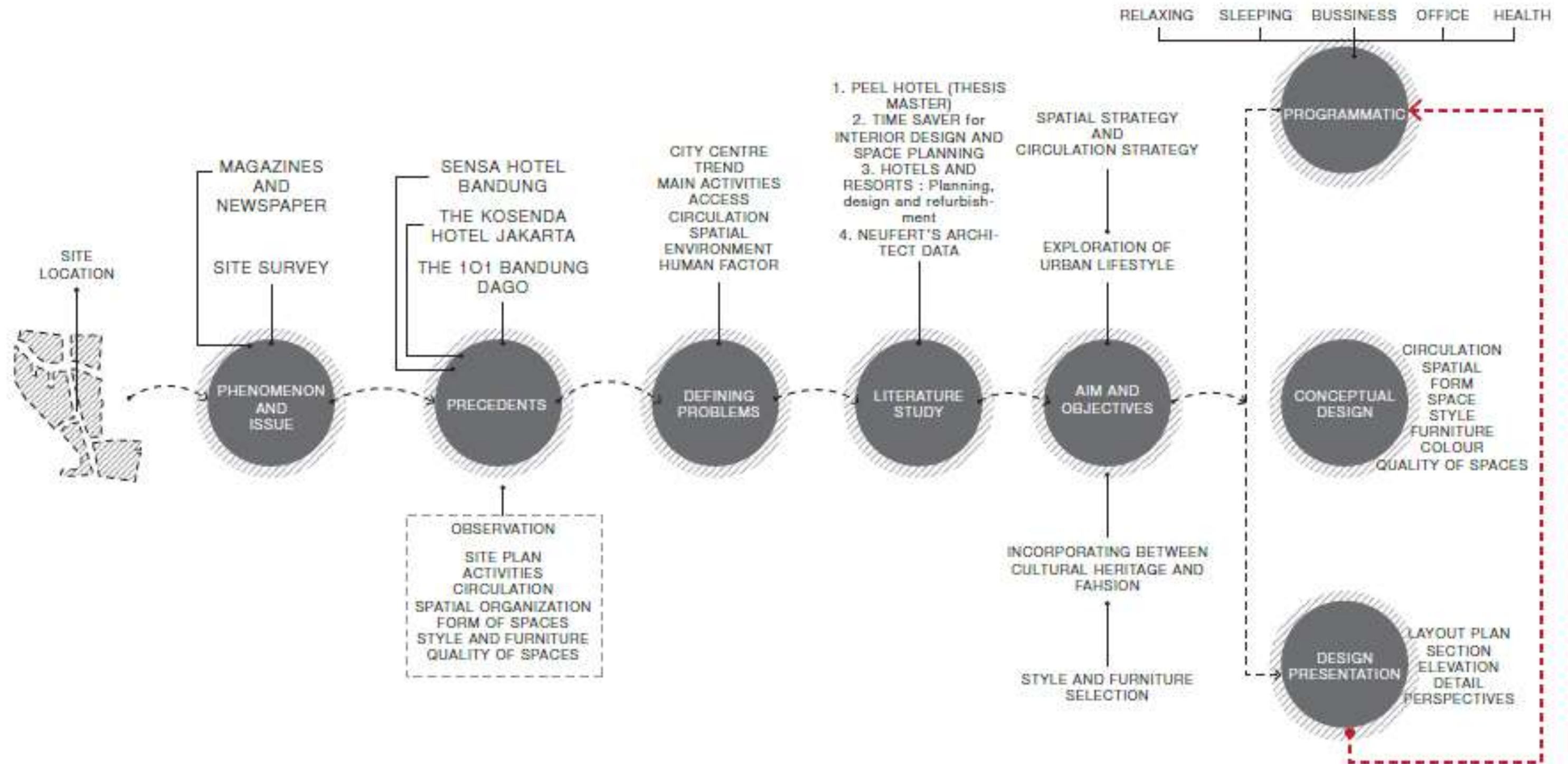
8. Desain awal

Desain awal merupakan hasil dari konseptual desain yang masih mentah dimana masih dibutuhkan *feedback* untuk pengembangan desain selanjutnya sehingga terciptanya desain yang objektif.

9. Feedback

Pada fase ini, desain telah mendapatkan kritik dan masukan yang menjadi pertimbangan dalam melakukan perancangan sehingga hasil akhir dari perancangan mendapatkan hasil yang terbaik

1.7.Kerangka Berpikir



Bagan 1. 1 Kerangka Berpikir (Pribadi, 2017)