

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Bandung terkenal dengan keberanekaragaman destinasi atau tempat yang menarik untuk dikunjungi seperti wisata sejarah, wisata kuliner, potensi keindahan alam, tempat perbelanjaan, dan tempat untuk berkegiatan yang bersifat menyenangkan lainnya. Seiring dengan perkembangan industri pariwisata, berbagai hotel unik di Bandung mulai bermunculan sebagai upaya untuk menarik wisatawan. Kota Bandung memiliki citra yang melekat sebagai kota wisata.

Masa pandemi Covid-19 memberikan dampak yang merugikan pada sektor pariwisata termasuk diantaranya para wisatawan dan pebisnis. Adapun masyarakat penduduk kota juga mulai mengurangi kegiatan yang berkaitan dengan perjalanan liburan / berpariwisata terutama yang bersifat destinasi *outdoor*. Masyarakat penduduk kota memiliki rutinitas yang melelahkan dan menjenuhkan di tengah hiruk pikuk kota asal mereka, seperti bekerja ataupun berkegiatan yang mengakibatkan kejenuhan lainnya. *Lifestyle* perkotaan tersebut dapat menimbulkan stres yang berkepanjangan terlebih dengan adanya kondisi pandemi yang terjadi. Hal tersebut dapat memberikan dampak buruk bagi kondisi kesehatan fisik dan mental bahkan psikologis.

Oleh karena itu, penting bagi seseorang untuk bisa memaksimalkan istirahat dan melepaskan stress. Menurut Sukadiyanto (2010), terdapat berbagai cara yang dapat melepaskan stress, seperti mengatur pola makan yang sehat dan bergizi, melatih pernapasan, memelihara kebugaran jasmani, melakukan latihan relaksasi, melakukan aktivitas yang menyenangkan, menjalin hubungan yang harmonis, merencanakan kegiatan harian secara rutin, menghindari kebiasaan yang buruk, meluangkan waktu untuk diri sendiri atau keluarga, menghindari diri dalam kesendirian, dan terutama melakukan kegiatan berlibur / berpariwisata. Berbagai kegiatan tersebut bertujuan untuk memulihkan kekuatan fisik dan mental. Dari keadaan tersebut, solusi yang dapat dilakukan oleh masyarakat penduduk kota selain beristirahat adalah berlibur di sebuah tempat yang dapat memberikan efek atensi positif seperti ketenangan pikiran, jiwa, dan raga. Salah satu contoh kegiatan yang dapat dilakukan adalah *staycation*.

Staycation merupakan suatu fenomena baru yang muncul dikalangan generasi millennial ataupun penduduk kota yang dilakukan dengan waktu yang singkat. Kota Bandung merupakan salah satu kota besar dengan masyarakat yang mengikuti *trend* tersebut. Menurut Indonesia Millennial Report (2019), terdapat tiga destinasi favorit sebagai tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi yaitu Jogja, Bandung, dan Bali. Banyaknya wisatawan yang datang dan berkunjung ke kota Bandung saat melakukan kegiatan berlibur berdampak pada meningkatnya permintaan penyewaan kamar hotel. Hotel menjadi suatu kebutuhan aktifitas manusia. Dewasa ini, *staycation* dilakukan dengan menginap di hotel-hotel yang

letaknya di tengah kota maupun di pinggiran kota. Kegiatan *staycation* sangat erat kaitannya dengan kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan kenyamanan dan rasa rileks akibat stres setelah melakukan kegiatan yang monoton setiap harinya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa '*staycation*' dapat menghasilkan *eudaimonic* yang memberikan efek ketenangan pikiran, jiwa, dan raga dengan didukung oleh aspek estetika yang melibatkan reaksi dan pengalaman berbeda pada sebuah tempat yang dikunjungi.

Saat ini, salah satu jenis hotel yang menarik perhatian dan mulai diminati pengunjung seperti wisatawan dan pebisnis dalam melakukan *trend* berlibur *staycation* adalah hotel butik. Jenis hotel butik merupakan hotel yang mampu menarik pengunjung karena memiliki pengayaan desain dan pelayanan yang berbeda dari hotel biasanya. Peran psikologi ruang pada perancangan ini seperti memanfaatkan pencahayaan, warna, konfigurasi, skala, proporsi, yang dapat memberikan efek atensi positif kepada pengguna ruang. Elemen dan aspek interior tersebut dapat mempengaruhi kondisi psikologi dimana adanya interaksi antara manusia dan ruang untuk menciptakan kenyamanan dan lingkungan yang positif dan efisien.

Dari sebuah studi yang dikemukakan oleh Lucienne Anhar (2011), tentang karakteristik orisinalitas kebanyakan hotel butik memiliki konsep yang berbeda dari hotel berbintang lainnya, sehingga sebuah hotel memiliki identitas yang kuat dengan *style* yang unik. Di kota Bandung terdapat beberapa hotel butik seperti *Tama Boutique Hotel*, *Beehevie Café & Boutique Hotel*, serta *Sukajadi Hotel and Gallery*. Akan tetapi, belum terdapat hotel butik yang menawarkan konsep *anamorphic optical illusion* seperti pada *New Majestic Hotel* (Singapura), *The Curtis Hotel* (Amerika Serikat), dan *Hotel Gaston* (Perancis). Permasalahan yang ditemukan sebelumnya yaitu banyaknya hotel butik yang hanya sekedar nama tanpa konsep dan desain *Boutique Hotel* yang kuat. Pada permasalahan interior terdapat jenis pengayaan dan standar ruang-ruangnya seperti jalur sirkulasi yang kurang efektif, pola ruang yang terlihat monoton, fasilitas penunjang yang masih sedikit, dan bagaimana memberikan suasana dan konsep hotel yang berbeda untuk tamu dengan pemilihan material dan konsep desain sebagai pendukung suasana nyaman yang diterapkan secara maksimal. Pemilihan lokasi perancangan berada di daerah Pasupati, Bandung. Lokasi ini dipilih karena posisinya yang sangat strategis, dimana letaknya tidak jauh dari pusat kota, pusat perbelanjaan, tempat wisata disekitaran daerah tersebut, dan hanya berjarak 10 menit dari Bandara.

Tujuan dari perancangan hotel butik ini adalah membuat sarana akomodasi berada di tengah kota yang lokasinya mudah diakses oleh pengunjung dalam melakukan kegiatan *staycation* dengan menawarkan pengalaman yang berbeda dari hotel biasanya. Hal ini dikarenakan masih sedikitnya jenis hotel butik di kota Bandung yang menawarkan pengayaan desain yang unik. Sehingga dirasa dengan pemilihan tema dan konsep tersebut dapat memberikan sebuah pengalaman baru yang berkesan dengan target lebih menyeluruh mencakup wisatawan dan pebisnis. Hal tersebut didukung dengan konsep *anamorphic optical illusion* sehingga memiliki identitas yang baru dan ideal guna menunjang kegiatan relaksasi dan *staycation*. Perancangan tersebut diterapkan untuk

mendukung tercapainya suasana dimana para pengunjung yang dapat merasakan ketenangan dan kenyamanan pikiran dan tubuh dalam menuju kedamaian, ketenangan, relaksasi yang mendalam didukung dengan fasilitas-fasilitas penunjang seperti sarana olahraga dan kebugaran didalam hotel. Karena keunikan konsep ini juga menjadi nilai tambah dan strategi *branding* untuk menunjang kegiatan yang sedang *hits* yaitu selfie. Nantinya, solusi dari permasalahan tersebut diharapkan dapat menonjolkan sisi hotel butik yang unik dan menarik, serta memberikan pengalaman baru bagi pengunjung.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari hasil survey, wawancara, serta latar belakang yang telah dikemukakan dalam studi literatur, berikut merupakan identifikasi masalah yang ditemukan:

1. Meningkatnya kebutuhan wisatawan / pebisnis untuk melakukan aktifitas berbeda diluar dari rutinitasnya seperti kegiatan (*staycation*) dengan menyajikan tema dan konsep interior hotel yang belum ada sebelumnya.
2. Belum terdapat perancangan hotel butik di kota Bandung dengan menggunakan konsep *anamorphic optical illusion* dan menawarkan interior desain yang memiliki identitas baru pada hotel butik.
3. Perlunya hotel butik yang mempertimbangkan penerapan aspek dan pendekatan psikologi ruang pada perancangan interiornya.
4. Perlunya hotel butik yang mempertimbangkan aspek kenyamanan visual pada ruang interiornya.
5. Perlunya desain perancangan baru yang sesuai dengan kebutuhan pengguna terutama pengunjung hotel dengan pola sirkulasi yang lebih baik dan efektif.
6. Perlunya sarana fasilitas yang dapat mendukung wisatawan dalam mencari hiburan untuk berlibur di hotel butik kota Bandung.

1.3. Rumusan Masalah

Berikut merupakan rumusan masalah yang muncul setelah identifikasi masalah didapatkan:

1. Bagaimana merancang dan mendesain hotel butik yang dapat memfasilitasi kebutuhan pengunjung terutama saat melakukan kegiatan *staycation*?
2. Bagaimana merancang dan mendesain interior hotel butik di kota Bandung dengan penggunaan konsep *anamorphic optical illusion* sebagai identitas baru pada perancangan?
3. Bagaimana faktor dalam perancangan interior hotel yang dapat mempengaruhi kenyamanan dan kualitas istirahat serta relaksasi pengguna ruang terutama bila dikaitkan dengan psikologi ruang?
4. Bagaimana faktor yang dapat mempengaruhi kenyamanan visualisasi terhadap pengunjung saat berada dalam ruangan hotel butik?
5. Bagaimana menerapkan sebuah sirkulasi yang baik untuk menunjang kenyamanan terhadap pengguna ruang?

6. Bagaimana merancang dan mendesain interior hotel yang mendukung wisatawan dalam mencari hiburan untuk berlibur di hotel butik kota Bandung?

1.4. Tujuan dan Sasaran Perancangan

1.4.1. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan adalah untuk membuat sarana akomodasi yang berada di tengah kota dimana lokasinya yang mudah diakses oleh pengunjung/wisatawan yang ingin melakukan kegiatan *trend staycation* dengan menawarkan pengalaman yang unik dan berbeda dari hotel lainnya yang berada di Kota Bandung. Mendukung fenomena *staycation* serta mengakomodasi wisatawan (baik itu generasi millennial maupun keluarga) bahkan pebisnis yang datang ke Kota Bandung.

Perancangan tersebut juga bertujuan untuk menciptakan suasana yang lebih nyaman di hotel butik didukung dengan pendekatan psikologi ruang yang akan dicapai melalui konsep *anamorphic optical illusion* dimana dapat menciptakan visualisasi, fungsionalitas, estetika, serta memanfaatkan material guna mendukung suasana dengan tema *unique and modern space* sehingga mewujudkan tampilan ruang agar terlihat menarik.

Disamping itu, pengunjung juga disediakan fasilitas penunjang yang lengkap seperti pusat kebugaran (gym), spa, serta menyediakan fasilitas penunjang bagi pelaku bisnis seperti ruang *meeting*, *café*, restoran, dan *longue* sesuai standar ruang yang ditetapkan oleh pemerintah dan sumber jurnal/artikel terkait. Dengan capaian desain sebagaimana perkembangan zaman era industri kreatif 4.0 saat ini, tujuan perancangan tersebut diterapkan dengan mempertimbangkan aspek pada pengolahan elemen ruang interior maupun elemen pendukung untuk sasaran perancangan sesuai standar klasifikasi hotel butik.

1.4.2. Sasaran Perancangan

Sasaran dari Perancangan Interior Hotel Butik di Kota Bandung adalah sebagai berikut:

1. Untuk memfasilitasi kebutuhan pengunjung terutama saat melakukan kegiatan *staycation* di hotel butik kota Bandung.
2. Untuk merancang dan mendesain interior hotel butik dengan menggunakan konsep *anamorphic optical illusion* yang akan menjadi identitas baru pada perancangan tersebut.
3. Untuk merancangan dan mendesain interior hotel butik dengan menciptakan suasana ruang yang lebih nyaman menggunakan elemen-elemen dasar desain interior.
4. Untuk menciptakan suasana ruang yang lebih nyaman melalui visual dengan mengoptimalkan penggunaan warna, pencahayaan, dan bentuk yang dapat membuat pengunjung merasa lebih nyaman di hotel butik.

5. Untuk membuat pengunjung / pengguna ruang dapat meningkatkan kualitas istirahat dengan mengoptimalkan bukaan-bukaan yang lebar sehingga aliran udara dan pola sirkulasi lebih baik dan efektif.
6. Untuk merancang dan mendesain hotel butik di kota Bandung yang memiliki fasilitas memadai dalam mendukung fenomena berlibur *staycation*.

1.5. Batasan Perancangan



Keterangan:

Gambar 1.1. Lokasi Denah

Sumber: Google.com, 2021

Batasan lokasi denah eksisting memiliki batasan sebagai berikut:

Nama brand bangunan	: Hotel Butik (Hotel Bisnis Bintang 3)
Lokasi	: Jl. Babakan Jeruk I Bandung, Jawa Barat
Luas area bangunan	: 2070,00 m ² (Lt. Lobby, Lt. Mezzanine, Lt.1-3, Lt.4 / 4 Lantai)
Fasilitas rancangan	: Ruang Lobby, Resepsionis, Ruang Tunggu Lobby, Café & Restaurant, BOH, Lantai Mezzanine (Area Loungue), Ruang Meeting Umum, Ruang Meeting Private, Koridor, Ruang Kamar Tamu (Tipe Kamar Superior, Deluxe)
Fasilitas tambahan rancangan	: Lantai 4 (Ruang Gym dan Spa)
Kepemilikan	: Independent Hotel
Sifat proyek	: Semi-fiktif

1.6. Manfaat Perancangan

1.6.1. Bagi Masyarakat

Untuk menciptakan dan mengembangkan karya anak bangsa yang dapat meningkatkan antusias masyarakat khususnya generasi urban millennial terhadap desain interior dan dunia seni ilusi optik yang akan diterapkan pada desain interior hotel butik di kota Bandung dengan perencanaan perancangan pendekatan psikologi ruang yang memiliki tema dan pengayaan unik, serta nyaman sehingga juga dapat meningkatkan peringkat kota tersebut pada sektor pariwisata di Indonesia.

1.6.2. Bagi Kampus/Institusi Pendidikan

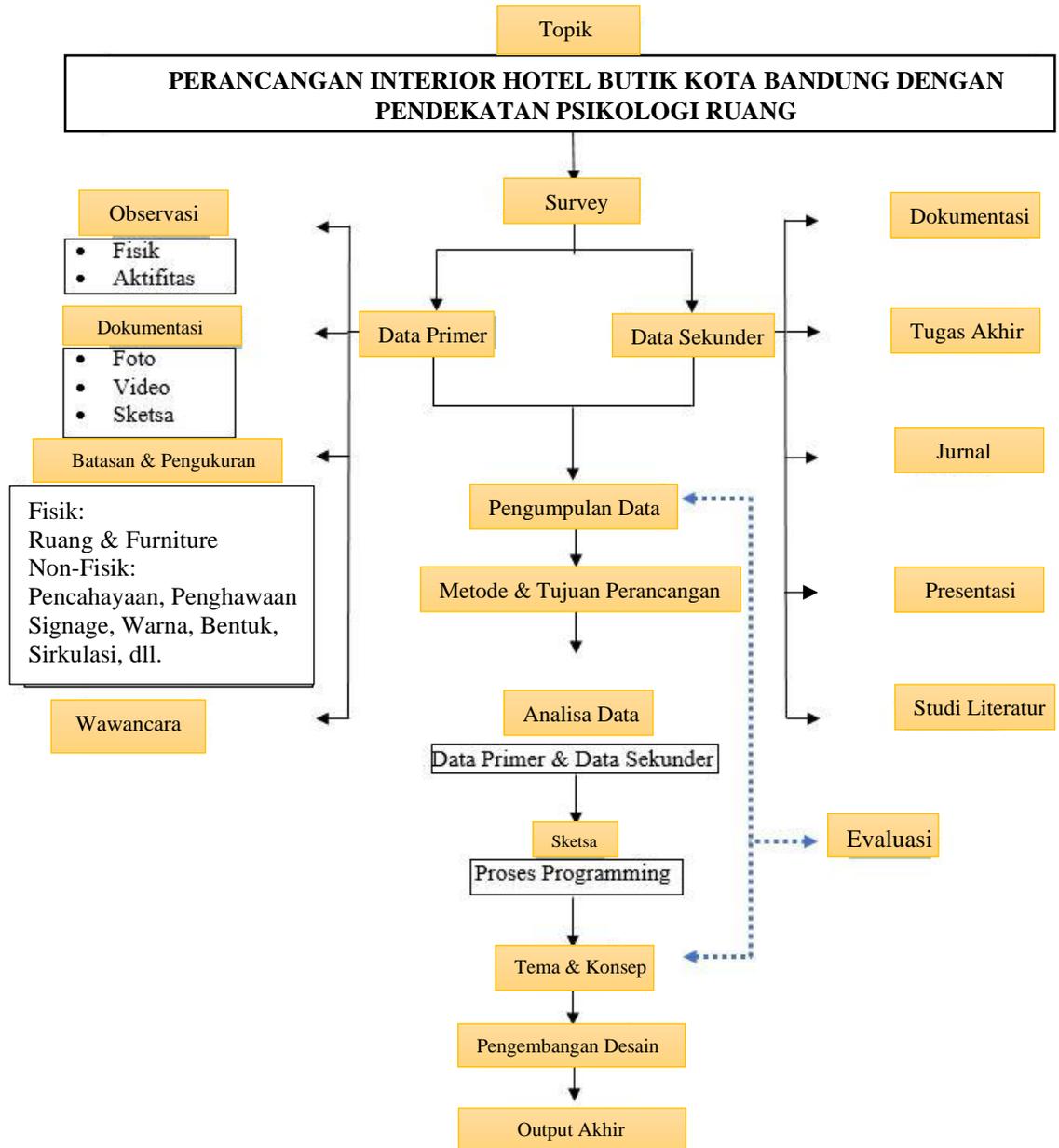
Untuk turut mewujudkan visi misi kampus tersebut dalam menjadi perguruan tinggi berkelas dunia yang berperan aktif dalam pengembangan ilmu pengetahuan seni dan desain berbasis teknologi informasi dengan cara menerapkan ilmu, meneliti, dan merancang interior menggunakan ilmu pengetahuan seni dan desain yang telah dikembangkan, diajarkan, dan disebarluaskan oleh pengajar-pengajar dari kampus tersebut.

1.6.3. Bagi Bidang Keilmuan Desain Interior

1. Untuk turut menerapkan ilmu, meneliti, dan merancang interior dengan menggunakan keilmuan desain interior supaya keilmuan tersebut tetap lestari dan terus berkembang.
2. Untuk membantu peneliti selanjutnya yang juga akan mendesain hotel butik di kota Bandung dengan pendekatan psikologi ruang.
3. Untuk membantu peneliti dalam memecahkan masalah ada pada proses perencanaan dan perancangan baru interior, dengan menerapkan gagasan dan mengembangkan ide kontekstual yang terbentuk.
4. Untuk syarat kelulusan pada Program Studi Desain Interior Telkom University, Bandung, Jawa Barat.

1.7. Metode Perancangan

1.8. Kerangka Berpikir



1.9. Sistematika Penulisan

Berikut merupakan sistematika atau pembaban dari penulisan perancangan yang dilampirkan dalam beberapa poin.

- **BAB I Pendahuluan**
Membahas tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan sasaran perancangan, batasan perancangan, manfaat perancangan, metode perancangan, pembaban, dan kerangka pikir dalam perancangan hotel butik.
- **BAB II Kajian Literatur dan Standarisasi**
Membahas tentang definisi proyek, klasifikasi proyek, standarisasi proyek, dan pendekatan desain yang meliputi teori pendukung serta preseden desain sebagai sebuah acuan yang akan digunakan dalam perancangan dan penyusunan laporan.
- **BAB III Studi Banding dan Studi Eksisting**
Membahas tentang analisis studi banding 1, analisis studi banding 2, analisis studi banding 3, tabel komparasi, dan deskripsi proyek yang meliputi analisis elemen interior, analisis *site*, analisis alur aktivitas, analisis kebutuhan ruang, analisis besaran ruang, *bubble diagram*, *zoning* dan *blocking* dan teori konsep yang akan diterapkan sebagai acuan pada perancangan.
- **BAB IV Tema, Konsep, dan Pengaplikasian Perancangan**
Membahas tentang keputusan pemilihan tema dan konsep yang sesuai dan didukung oleh pendekatan desain yang telah ditentukan sebagai solusi dari perancangan. Berisi konsep-konsep perancangan mulai dari konsep layout, visual, pencahayaan, penghawaan, sirkulasi, ruang, material, furniture, maupun aksesoris lainnya yang akan diaplikasikan pada desain hotel butik.
- **BAB V Kesimpulan dan Saran**
Membahas tentang kesimpulan dari seluruh proses perancangan yang telah dilaksanakan. Berisi tentang hasil ringkasan setiap bab untuk memperoleh sebuah kesimpulan. Bagian saran menjadi sebuah masukan untuk perancang agar selalu dapat memperbaiki kekurangan dalam mendesain yang akan menjadi sebuah pertimbangan kedepannya untuk menghasilkan rancangan.