

ABSTRAK

Kota Bandung merupakan kota dengan pusat segala aktivitas ekonomi, jasa, dan industri baik dari skala nasional maupun internasional, hal tersebut membuat pengaruh besar pada perkembangan kepariwisataan Kota Bandung (Herlambang, 2019). Dalam hal ini hotel menjadi salah satu sarana pokok kepariwisataan, hal tersebut karena hotel sangat berkaitan dengan wisatawan yang datang (Handra, 2015). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat wisatawan terhadap sarana hotel yakni harga dan fasilitas hotel. Menurut Direktur Operasional PT Dyandra Media International, hotel bintang 3 merupakan hotel dengan okupansi tertinggi karena fasilitas yang memadai dengan harga yang ekonomis. Dalam sudut pandang desain, untuk meningkatkan fasilitas tersebut maka hal yang perlu diperhatikan adalah pembentuk dan pengisi ruangnya agar memberikan kesan dan pengalaman berbeda terhadap pengguna ruang. Hal tersebut dapat diwujudkan melalui penerapan *corporate identity* pada interiornya, penerapan tersebut guna menarik minat pengunjung dan mempertahankan hotel dari persaingan yang kuat (Gunawan, dkk, 2017). Dalam perancangan ini, penulis memilih Naval Hotel sebagai objek perancangan dengan lokasi site di Jl. Wastukencana, Kota Bandung. Alasannya dari hasil observasi dan studi banding ditemukan beberapa kekurangan seperti; kurangnya tema atau pengayaan khusus pada interior hotel tersebut yang memperkuat *corporate identity* hotel, kebutuhan ruang yang belum sesuai dengan standar hotel, dan adanya rencana kedepan dari Naval Hotel yaitu pengembangan hotel dari bintang 2 menjadi bintang 3. Untuk mengatasinya maka dibuat perancangan hotel dengan pendekatan *corporate identity* dan membuat rancangan sesuai standar bintang hotel dalam peraturan Indonesia.

Kata kunci : hotel, fasilitas, bintang 3, *corporate identity*