

ABSTRAK

Hotel Mercure Bandung City Centre merupakan salah satu perusahaan jasa perhotelan yang masuk dalam Umbrella Brand dari Accor. Accor merupakan salah satu perusahaan terbaik di Eropa yang bergerak di bidang perhotelan dan pariwisata. Mercure didirikan pada tahun 1967. Hotel Mercure Bandung City Centre adalah hotel dengan jenis City Hotel. City Hotel didirikan di perkotaan, ditujukan untuk masyarakat yang menginap dalam waktu singkat. City hotel disebut juga sebagai transit hotel karena biasanya dihuni oleh para pelaku bisnis yang memanfaatkan fasilitas bisnis yang disediakan hotel tersebut. Branding yang kuat dapat membuat Hotel Mercure Bandung City Centre menjadi tujuan hotel bagi para wisatawan atau yang melakukan perjalanan bisnis karena memiliki lokasi sangat strategis. Branding adalah sebuah metode untuk meningkatkan kesetiaan pelanggan dan menciptakan sebuah awareness, branding merupakan nama, istilah, tanda, logo, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dengan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing. Logo dan corporate identity merupakan suatu elemen yang wajib dimiliki oleh suatu perusahaan karena logo dan corporate identity memegang peranan penting dalam mengkomunikasikan citra diri dan identitas suatu perusahaan. Menurut Kim Kuhteubl, penerapan branding pada interior akan maksimal apabila menerapkan ketiga aspek interior branding secara seimbang. Aspek clear vision adalah aspek yang berkaitan dengan kejelasan identitas dan visi / tujuan. Brand identitas Hotel Mercure memiliki visi, misi dan tagline Generate local tradition yang berarti Hotel Mercure harus mengangkat budaya lokal pada setiap masing-masing tempat daerah hotel berdiri. Hal ini tidak dapat dirasakan saat melakukan studi lapangan terhadap Hotel Mercure City Centre Bandung. Interior branding sebuah hotel tidak hanya terbentuk karena terlihat indah dan unik secara visual, melainkan juga terbentuk karena suasana hotel yang menyampaikan cerita dan pesan sebagai tujuannya. . Cerita dan pesan ini mempengaruhi persepsi pengunjung tentang identitas hotel yang ingin ditampilkan. Tujuan perancangan adalah untuk membuat suasana interior hotel lebih menonjolkan sisi lokalitas dari Jawa Barat pada hotel.

Kata Kunci : *City Hotel, Branding, Perancangan, Lokalitas*