

PERANCANGAN BARU HOTEL WHIZ PRIME DEZON N.V DENGAN PENDEKATAN BRAND IDENTITY

Venia Lorensya¹, Hana Faza Surya Rusyda² dan Irwana Zulfia Budiono³

^{1,2,3} *Desain Interior, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*

venialorensya@student.telkomuniversity.ac.id, hanafsr@telkomuniversity.ac.id,

irwanazulfiab@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Hotel Whiz Prime Dezon N.V. merupakan usaha perhotelan yang dikelola oleh PT Intiwhiz International. Hotel ini merupakan hotel bisnis bintang 3 yang berlokasi di Jalan Asia-Afrika No. 39, Kota Bandung, Jawa Barat. Berdasarkan hasil observasi lokasi perancangan. Jalan Asia-Afrika merupakan jalur utama bagi para wisatawan. Jalan ini merupakan jalan satu arah yang di sekitarnya terdapat bangunan – bangunan publik dan ruang publik, serta dikelilingi pula oleh beberapa hotel sejenis. Oleh karena itu, diperlukan *branding* yang kuat pada interior Hotel Whiz Prime Dezon N.V. guna memperjelas identitas dan karakteristik hotel agar dapat bersaing dengan hotel sejenis yang ada disekitarnya. Hal tersebut sejalan dengan visi atau tujuan dari hotel Whiz Prime, yaitu untuk menjadikan hotelnya sebagai hotel yang paling diminati dan berkembang pesat di Indonesia. Namun, berdasarkan hasil observasi terhadap Hotel Whiz Prime Pajajaran Bogor. Ditemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan penerapan *branding* pada interior hotel. Sehingga, diperlukan perancangan baru dengan pendekatan *brand identity* yang diharapkan dapat memperkuat *branding* hotel serta, meningkatkan kepuasan pengunjung terkait kualitas dan fasilitas ruang hotel.

Kata kunci: hotel bisnis, bintang 3, *branding*

Abstract: *Hotel Whiz Prime Dezon N.V. is a hotel business managed by PT Intiwhiz International. This hotel is a 3-star business hotel located at Jalan Asia-Afrika No. 39, Bandung City, West Java. Based on the results of observation of the design location. The Asia-Africa Road is the main route for tourists. This road is a one-way street in the vicinity of which there are public buildings and public spaces and is also surrounded by several similar hotels. Therefore, a strong branding is needed on the interior of Hotel Whiz Prime Dezon N.V. to clarify the identity and characteristics of the hotel in order to compete with similar hotels in the vicinity. This is in line with the vision or goal of the Whiz Prime hotel, which is to make the hotel the most desirable and rapidly growing hotel in Indonesia. However, based on the results of observations of the Whiz Prime Hotel Pajajaran Bogor. Found several problems related to the application of branding in hotel interiors. Thus, a new design is needed with a brand identity approach which is expected to strengthen hotel branding and increase visitor satisfaction related to the quality and facilities of hotel rooms.*

Keywords: *business hotel, 3-star hotel, branding*

PENDAHULUAN

Hotel Whiz Prime Dezon N.V. merupakan usaha perhotelan yang dikelola oleh PT Intiwhiz International. Hotel ini merupakan hotel berbintang 3 yang berstatus baru dan tergolong ke dalam jenis hotel bisnis karena lokasinya yang berada di daerah perkotaan, serta dikelilingi oleh perkantoran. Hotel ini akan dibangun di Gedung Cagar Budaya Dezon N.V. yang berlokasi di Jalan Asia Afrika, No. 39, Kota Bandung, Jawa Barat. Jalan Asia - Afrika dikelilingi oleh pertokoan, perkantoran, beberapa pusat perbelanjaan, Alun-Alun Kota Bandung, Masjid Raya Bandung, dan Museum Asia Afrika. Serta, dekat dari kawasan Braga dan dikelilingi oleh hotel – hotel sejenis. Sehingga, diperlukan *branding* yang kuat pada interior Hotel Whiz Prime Dezon N.V. *Branding* merupakan metode yang bertujuan untuk meningkatkan kesetiaan dan kepercayaan pelanggan agar Hotel Whiz Prime Dezon N.V. dapat bersaing dengan hotel sejenis disekitarnya. Hal tersebut sejalan dengan visi atau tujuan dari hotel Whiz Prime yang ingin hotelnya menjadi hotel yang paling diminati dan berkembang pesat di Indonesia.

Namun, berdasarkan hasil observasi terhadap Hotel Whiz Prime Pajajaran Bogor. Ditemukan beberapa permasalahan terkait organisasi ruang, visualisasi, konsep, persyaratan umum ruang dan fasilitas ruang. Padahal Kim Kuhteubl berpendapat, bahwa untuk memaksimalkan penerapan *branding* pada interior perlu memerhatikan aspek - aspek *interior branding*, yaitu Aspek *Clear Vision*, Aspek *Unique Story*, dan Aspek *Energy*. Oleh karena itu, perancangan baru untuk hotel ini dilakukan dengan pendekatan *brand identity* yang diharapkan dapat memperkuat *branding* hotel serta, meningkatkan kepuasan pengunjung terkait kualitas dan fasilitas ruang hotel.

Tinjauan Pustaka

Menurut, Surat Keputusan Menparpostel Nomor KM 94/HK 103/MPPT 1987. Hotel adalah jenis akomodasi yang sebagian atau seluruh bangunannya dipergunakan untuk memberika jasa pelayanan, penginapan, makan dan minum. Serta, jasa lain yang dikendalikan secara komersial. Hotel Whiz Prime Dezon N.V. terdolong kedalam jenis hotel bisnis dengan kriteria hotel bintang 3 (***)). Hotel ini dirancang dengan menggunakan pendekatan *brand identity*. Pendekatan *brand identity* ini diambil guna memperkuat *branding* pada interior Hotel Whiz Prime Dezon N.V. *Branding* sendiri merupakan metode yang bertujuan untuk meningkatkan kesetiaan dan kepercayaan pelanggan. *Branding* pada interior bertujuan untuk menonjolkan identitas dan karakteristik hotel agar dapat mudah dikenali dan mudah diingat oleh pengunjung hotel. Serta, dapat memberikan pelayanan terbaik kepada pengunjung hotel, sehingga Hotel Whiz Prime Dezon N.V. dapat bersaing dengan hotel – hotel lainnya.

Seperti yang telah dikatakan sebelumnya, Kim Kuhteubl berpendapat bahwa dalam menerapkan *branding* pada interior harus memerhatikan aspek – aspek *Interior Branding* yang membahas mengenai bentuk, warna, dan material dari elemen – elemen interior, organisasi ruang, dan persyaratan umum ruang. Dimana hal tersebut sangat menentukan keberhasilan *branding* pada interior hotel. Pengayaan yang diterapkan pada perancangan Hotel Whiz Prime Dezon N.V. ini adalah pengayaan modern. Pemilihan gaya interior *modern* disesuaikan dengan salah satu atribut inti hotel yang menjadi identitas dan karakteristik hotel, yaitu *Modern & Stylish* yang menjelaskan bahwa Hotel Whiz Prime memiliki desain yang modern dan bergaya atau trendi.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan Data

Tahapan metode perancangan yang digunakan dalam mengembangkan ide perancangan baru Hotel Whiz Prime Dezon N.V. ini adalah metode analisis kuantitatif. Metode analisis kuantitatif adalah ... berikut ini adalah tahapan metode perancangan yang diterapkan:

Studi Literatur

Studi literatur adalah salah satu Langkah pengumpulan data yang didapatkan dari berbagai buku, jurnal, aktikel, dan media yang lainnya.

Studi Banding

Studi banding adalah langkah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membandingkan beberapa objek sejenis, guna mengetahui apa saja kelemahan dan kelebihan pada masing-masing objek.

Survei dan Observasi Lapangan

Observasi adalah Langkah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengunjungi langsung tempat dari objek yang akan diteliti.

Analisa Data

Data – data didapatkan dari hasil studi literatur dan survei lapangan melalui observasi langsung, yang selanjutnya dianalisis agar mendapatkan jawaban untuk permasalahan yang ditemukan. Kemudian, dilanjutkan pada perencanaan proyek perancangan dengan memanfaatkan permasalahan yang ada sebagai acuan dan bahan masukan dalam menentukan konsep desain perancangan.

Programming

Setelah menganalisa data, maka tahap berikutnya adalah programming. Pada tahap ini, data yang telah dianalisa digunakan sebagai

acuan dalam penentuan pola aktivitas, kebutuhan ruang, sifat ruang, *zoning dan blocking, bubble diagram* ruang, dan lainnya.

Tema dan Konsep

Penentuan tema dan konsep ruang merupakan solusi dari permasalahan yang ada, nantinya tema dan konsep yang telah ditentukan akan diterapkan pada interior proyek perancangan.

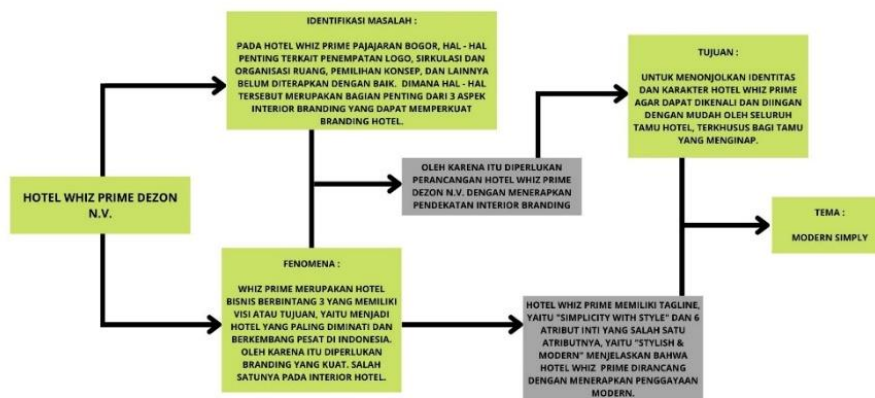
Output Akhir

Output akhir adalah hasil dari seluruh proses perancangan yang telah dilakukan. Output akhir berupa gambar kerja Teknik, *3d modeling*, video animasi, perspektif ruang, skema material dan lainnya

HASIL DAN DISKUSI

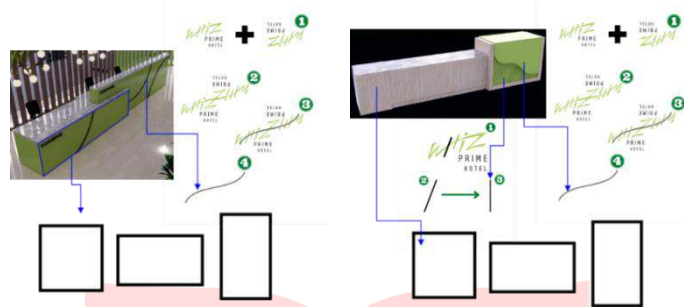
Tema dan Konsep Desain

Pada perancangan hotel Whiz Prime Dezon N.V. kali ini, dasar pemikiran yang dipilih adalah berdasarkan fenomena dan identifikasi masalah yang didapatkan melalui studi banding dan hasil observasi baik terhadap lokasi perancangan maupun terhadap Hotel Whiz Prime Pajajaran Bogor.



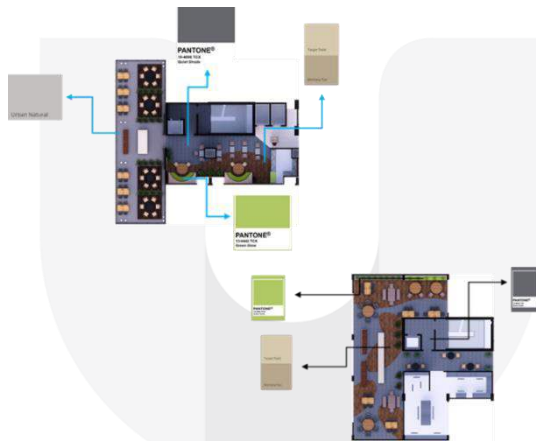
Gambar 1 Diagram tema perancangan Hotel Whiz Prime Dezon N.V sumber: dokumentasi penulis

Sementara, visual bentuk pada *furniture* adalah bentuk geometri yaitu, persegi, persegi panjang, dan oval. Serta, bentuk melengkung.

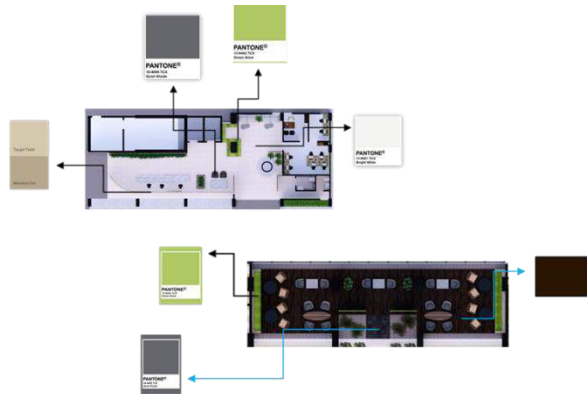


Gambar 4 Visualisasi konsep bentuk pada *furniture* sumber: dokumentasi penulis.

Konsep Visual Warna



Gambar 5 Visualisasi konsep warna pada restoran (*indoor*), *café* & restoran (*outdoor*) sumber: dokumentasi penulis.

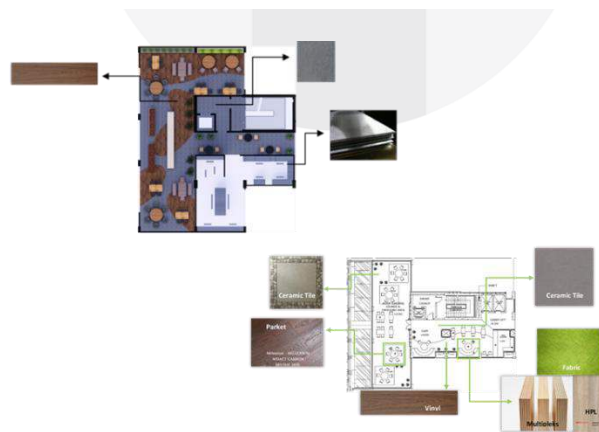


Gambar 6 Visualisasi konsep warna pada lobby & lounge area
sumber: dokumentasi penulis.

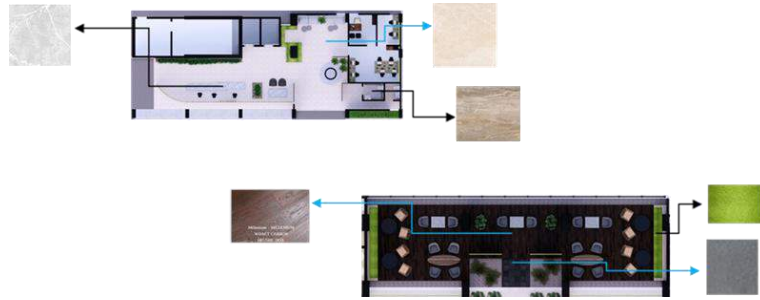


Gambar 7 Visualisasi konsep warna pada kamar tipe suite & deluxe
sumber: dokumentasi penulis.

Konsep Visual Material



Gambar 8 Visualisasi konsep material pada restoran (indoor, café) & restoran (outdoor)
sumber: dokumentasi penulis.



Gambar 9 Visualisasi konsep material pada lobby & lounge area
sumber: dokumentasi penulis.



Gambar 10 Visualisasi konsep material pada kamar tipe twin & suite
sumber: dokumentasi penulis.

Konsep Pencahayaan

Tabel 1 Visualisasi konsep pencahayaan buatan

| Nama | Diaplikasikan pada Ruang | Visualisasi |
|---|---|-------------|
| <p>Downlight Merek: Philips Warna: Neutral White</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Lobby • Restoran (Indoor) • Lounge Area • Ballroom • Meeting Room • Café • Gym • SPA • Kids Club • Kantor Eksekutif • Kantor Manajemen dan Akuntan • Front Office • Kamar Tidur Suite • Kamar Tidur Deluxe Twin • Kamar Tidur Deluxe Double | |

| | | |
|---|---|---|
| <p>LED Strip Warna: Warm White</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Lobby • Restoran (Indoor) • Lounge Area • Ballroom • Meeting Room • Café • Kamar Tidur Suite |  |
| <p>Pendant Light Warna: Warm White</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Lobby • Restoran (Indoor) • Lounge Area • Ballroom • Restoran (Outdoor) • Kamar Tidur Suite • SPA |  |
| <p>Ceiling light Warna: Warm White</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Lobby • Ballroom • Meeting Room |  |

sumber: dokumentasi penulis.

Konsep Pengkondisian Suara

Beberapa ruangan menggunakan material *Perforated wood acoustic* panel pada dinding panel tersebut merupakan panel akustik yang terbuat dari MDF dengan *finishing* laminating motif tekstur kayu. Panel akustik ini dilengkapi dengan lubang-lubang mikro yang berfungsi untuk meredam suara dengan prinsip *Helmholtz* Resonator.


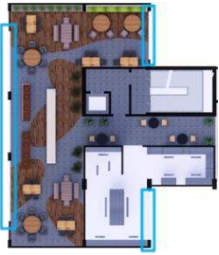


Gambar 20 Perforates Wood Panel Acoustic
sumber: dokumentasi penulis.

Konsep Penghawaan dan Pencahayaan Alami

Untuk material rangka dan kaca jendela yang digunakan adalah rangka *stainless* dan kaca *low-e*. Kaca *low-e* dipilih karena kelebihanannya yang dapat mendistribusikan cahaya, sehingga cahaya yang masuk ke dalam ruangan tidak menimbulkan panas.

Tabel 2 Visualisasi konsep penghawaan dan pencahayaan alami

| Nama | Visualisasi |
|--------------------------|--|
| Jendela <i>Frameless</i> |  <p style="text-align: center;">Lobby</p> <p style="text-align: center;">Lounge Area</p> |
| Jendela <i>Fixed</i> |  <p style="text-align: center;">Restoran (<i>Indoor</i>)</p> |





sumber: dokumentasi penulis.

Konsep Penghawaan

Penghawaan alami di dalam hotel menggunakan sistem AC sentral, yaitu VRF yang merupakan sistem pendingin ruang yang dapat diatur per-ruangan dengan menggunakan HEPA atau *High Efficiency Particulate Air*.





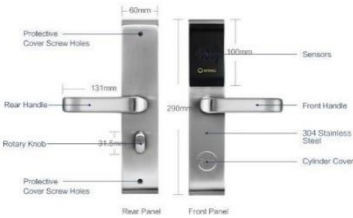
Tabel 3 Visualisasi konsep penghawaan buatan

| Nama Ruang | Visualisasi |
|---------------------------------|--|
| <p>Lobby & Front Office</p> |  |
| <p>Restoran (<i>Indoor</i>)</p> |  |

sumber: dokumentasi penulis.

Konsep Pengamanan (Disabilitas, jalur evakuasi, penempatan APAR dll)

Tabel 4 Visualisasi konsep pengamanan umum

| Jenis Pengamanan | Studi Image |
|------------------|--|
| CCTV |  |
| HYDRANT |  |
| Smoke Detector |  |
| Sprinkler |  |
| Key Card System |  |

sumber: dokumentasi penulis.

Tabel 5 Visualisasi konsep pengamanan aksesibilitas

| Nama | Studi Image |
|--|--|
| <p>Signage Tangga Darurat :</p> <p>Terdapat <i>signage</i> yang menunjukkan lokasi tangga darurat atau jalur evakuasi. <i>Signage</i> ini penting guna mempermudah pengevakuasan penghuni gedung maupun dalam upaya penyelamatan diri</p> |  |
| <p>Signage Petunjuk Arah:</p> <p>Berfungsi untuk membantupengunjung dalam mencari ruanganatau area yang dituju.</p> |  |

sumber: dokumentasi penulis.

Hasil Desain

Lobby & Front Office

Pada ruang *lobby* warna didominasi oleh coklat dan hijau, warna coklat dipilih agar ruangan terlihat lebih natural. Sementara warna hijau dipilih sebagai implementasi dari warna logo Hotel Whiz Prime. Selain warna, terdapat pula bentuk – bentuk yang merupakan implentasi dari bentuk logo Hotel Whiz Prime.



Gambar 21 Lobby & front office
sumber: dokumentasi penulis.

Restoran (*Indoor*)

Restoran (*indoor*) pada hotel ini didominasi oleh warna cokelat dan abu – abu. Warna cokelat untuk memberikan kesan natural sedangkan warna abu – abu diambil dari warna logo Hotel Whiz Prime. Sama halnya dengan *lobby*, pada restoran (*indoor*) ini juga mengimplementasi bentuk logo pada plafon, lantai dan dekorasi.



Gambar 22 Restoran (*indoor*)
sumber: dokumentasi penulis.

Lounge Area

Pada lounge area warna didominasi oleh cokelat dan hijau, terdapat pula warna abu – abu pada *furniture* yang digunakan. Lantai pada area ini memiliki ketinggian 15 cm dengan tepian ruangnya dikelilingi oleh batu – batu kecil dan tanaman yang memberikan kesan alami.



Gambar 23 Lounge area
sumber: dokumentasi penulis.

Café & Restoran (*Outdoor*)

Restoran (*outdoor*) merupakan ruang terbuka, sehingga terdapat atap kanopi yang menutupi area duduk dan area tenan. Agar area ini terlihat lebih cerah atau lebih hidup, maka digunakan *furniture* dengan warna yang terang dan penambahan tanaman hias sebagai dekorasi.



Gambar 24 *Café & restoran (outdoor)*
sumber: dokumentasi penulis.

Kamar Tipe *Deluxe*

Pada kamar tipe *deluxe* warna dominan adalah abu-abu dan coklat dengan warna hijau logo sebagai warna aksen.



Gambar 25 Kamar tipe *deluxe twin & deluxe double*
sumber: dokumentasi penulis.

Kamar Tipe *Suite*

Pada kamar *suite* didominasi oleh warna abu-abu dan coklat, dinding kamar yang terekspos memberikan kesan sejuk. Ditambah dengan

penggunaan HPL bermotif kayu pada *furniture* membuat ruangan terkesan lebih natural. Selain itu, lampu yang digunakan pun tidak terlalu terang. Menyesuaikan dengan aktivitas pengunjung ketika di dalam kamar.



Gambar 26 Kamar tipe *suite*
sumber: dokumentasi penulis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi, penelitian, studi banding, dan pembahasan yang dilakukan. Maka, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Identitas dan karakteristik Hotel Whiz Prime Dezon N.V. dapat tercapai melalui penerapan konsep warna serta bentuk yang merupakan implementasi logo Hotel WhizPrime
2. Identitas dari lokasi Hotel Whiz Prime Dezon N.V. dapat tercapai melalui penerapan unsur lokalitas pada interior hotel
3. Suasana ruang menjadi lebih ceria, nyaman, dan lebih modern sehingga dapat memberikan kesan pertama yang baik terhadap tamu hotel. Diharapkan dapat membuat hotel semakin mudah diingat dan dikenali oleh tamu hotel.
4. Permasalahan terkait organisasi dan sirkulasi ruang sudah dicapai dengan menerapkan sistem linear. Selain itu organisasi dan sirkulasi ruang sudah disesuaikan dengan bentuk bangunan

maupun ruangan yang ada. Diharapkan hal tersebut dapat mempermudah pergerakan penghuni.

5. Permasalahan terkait pengkondisian suara sudah dicapai dengan pengaplikasian material *mineral wool* dengan *perforated wood wall panel* yang terbuat dari material MDF. Selain itu, pengaplikasian karpet pada ruang – ruang meeting dan koridor juga dilakukan agar mencegah terjadinya kebisingan. Diharapkan hal tersebut dapat membuat suasana di dalam hotel lebih tenang tanpa kebisingan.
6. Permasalahan terkait pencahayaan sudah dicapai dengan merancang sistem pencahayaan buatan yang kuat penerangannya sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI).

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, D. R. S. (n.d.). TINJAUAN AKUSTIK PERANCANGAN INTERIOR GEDUNG PERTUNJUKKAN
- Ching, F. D. K. (2007) *Arsitektur: Bentuk, Ruang, dan Tata*nan. Edisi Ketiga.
- Dirjen Pariwisata RI (Republik Indonesia) SK: Kep-22/U/VI/78. Jakarta: Dirjen Pariwisata
- GRAND ORCHID HOTEL YOGYAKARTA. *Jurnal Media Wisata*, 17(1).
- Krestanto Nidn, H., Akademi, D., & Yogyakarta, P. (2019). HUNIAN DI
- Natasha, C., Kusuma Wardhani, D., & Herry Purwoko, G. (n.d.). PERANCANGAN PROYEK KANTOR FIRST WAP OLEH KONSULTAN C&I INTERIOR ARCHITECTURE.

Nugroho, I. C., Wulandari, R., Rusyda, H. F. S. (n.d.). PERANCANGAN BARU DEALER PIAGGIO MOTOPLEX DI BANDUNG.

Oktavianto, R. (2015). CITY HOTEL BINTANG 3 DENGAN PENEKANAN DESAIN ARSITEKTUR MODERN

Permen Parekraf RI (Republik Indonesia). (2013) Peraturan Mentri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 53 Tahun 2013 Tentang Standar Usaha Hotel

Setiadi, H. (2016). Perancangan Rebranding Bengkel N'S Garage.

