

ABSTRAK

Event Meeting, Incentive, Conference, Exhibition (MICE) yang diselenggarakan di Indonesia memberikan banyak keuntungan bagi kemajuan industri pariwisata termasuk bisnis Hotel. Namun perkembangan industri MICE di Kota Bandung masih menghadapi kendala yaitu; masih rendahnya *awareness* destinasi dan promosi daerah, terbatasnya fasilitas pendukung kegiatan MICE, dan perlunya menginformasikan potensi daerah mengarah pada identifikasi potensi sektor yang ada di Kota upaya promosi. Kota Bandung memiliki potensi sangat besar di bidang sektor Ekonomi kreatif. Historis Kota Bandung dikenal dengan julukan “Bandung Kota Kreatif” dikarenakan potensi masyarakatnya yang aktif dalam bidang industri kreatif sejak masa penjajahan hingga masa modern saat ini. Menjadi peluang daya tarik para wisatawan hingga pelancong bisnis, hotel sebagai gerbang pertama untuk memperkenalkan identitas suatu tempat. Perancangan baru hotel Mercure Bandung Jl. Supratman dengan pendekatan *spirit of place*, bertujuan untuk merancang hotel bisnis bintang empat yang mampu merespon perkembangan industri MICE di kota Bandung dengan menghadirkan fasilitas yang mengacu pada identitas “Bandung Kota Kreatif” upaya memenuhi kebutuhan pelaku bisnis ekonomi kreatif serta melestarikan budaya asli Kota Bandung, dan memanfaatkan potensi kualitas dan kekayaan produk kreatif Kota Bandung pada elemen desain interior upaya menciptakan karakter budaya yang kuat, sehingga meningkatkan *awareness* destinasi dan promosi Kota Bandung. Tahapan metode perancangan yaitu dengan menentukan isu dan fenomena terkait obyek perancangan, mengumpulkan data melalui studi literatur, observasi dan wawancara, menganalisis data dengan mengelaborasi teori *spirit of place* yang dikemukakan oleh (Garnham, 1985. Cormona et al, 2003. Hijaz Taufan, 2004) sehingga diwujudkan elemen pembentuk *spirit of place* dalam lingkup interior yang maksimal, melakukan programming, tema konsep, dan output akhir gambar kerja. Hasil perancangan mampu menciptakan desain interior hotel yang dapat merespon perkembangan MICE dengan mengacu pada potensi identitas daerah “Bandung Kota Kreatif”, diwujudkan dengan pengadaan fasilitas MICE yang optimal dan menciptakan identitas interior yang berkarakter.

Kata Kunci : Desain Interior, Hotel Bisnis, *Spirit of Place*, Kota Bandung.