

ABSTRAK

Hotel Aria Centra Surabaya merupakan salah satu perusahaan jasa perhotelan yang termasuk ke dalam grup lokal hotel yaitu Aria Hotel dibawah PT. Bintang Anugrah Persada. Hotel Aria Centra merupakan jenis hotel bisnis dengan target pasar utamanya adalah para pelaku perjalanan bisnis yang menginap dalam waktu relatif singkat. Branding dalam interior hotel dapat menjadi salah satu metode yang dapat meningkatkan kesadaran para tamu hotel akan keberadaan dan gambaran mengenai perusahaan tersebut. Nama, istilah, tanda, logo, perancangan, dan perpaduan dari seluruhnya termasuk ke dalam branding, yang dapat memberikan ciri khas dan perbedaan dengan barang maupun jasa para pesaingnya sekaligus memegang peranan besar dalam mengkomunikasikan citra perusahaan kepada para pengguna jasanya. Menurut Kim Kuhteubl, untuk memaksimalkan interior branding terdapat tiga aspek, yaitu aspek *clear vision*, aspek *unique story*, dan aspek *energy*. Sebagai hotel bisnis, Hotel Aria harus memiliki suasana yang formal untuk mendukung kegiatan perjalanan bisnis para tamunya dan menerapkan identitas perusahaan dalam interiornya. Berdasarkan hasil studi lapangan pada Hotel Aria Centra Surabaya, masih terdapat kekurangan dalam penerapan identitas perusahaan pada interior hotelnya. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menciptakan suasana formal pada interior hotel bisnis sekaligus menerapkan identitas perusahaan pada interiornya.

Kata kunci: Branding, Hotel Bisnis, Identitas, Interior, Jakarta