

PERANCANGAN ULANG HOTEL BINTANG 4 SARI ATER KAMBOTI DENGAN PENDEKATAN *BRAND IDENTITY*

ABSTRAK

Perubahan preferensi wisatawan yang kini lebih memilih penginapan dengan pengalaman unik, personal, nyaman seperti di rumah, dekat dengan alam, serta dilengkapi teknologi, sejalan dengan tren desain interior yang memadukan konsep modern dan alami, menjadikan persaingan hotel semakin ketat. Hotel Sari Ater Kamboti adalah hotel bintang 4 di Bandung dengan lokasi strategis dan fasilitas memadai, namun menghadapi permasalahan desain interior yang belum sepenuhnya mencerminkan identitas merek. Selain itu, terdapat kekurangan pada aspek pencahayaan, penghawaan, akustik, tata letak, signage, dan aksesibilitas sesuai standar hotel bintang 4. Perancangan hotel ini bertujuan merancang interior yang mampu meningkatkan daya tarik dan daya saing hotel melalui penerapan konsep desain tren terkini dan mencerminkan identitas serta karakter hotel, sehingga memberikan pengalaman berkesan bagi pengunjung. Metode yang digunakan meliputi observasi lapangan, wawancara, kuesioner, dokumentasi, dan studi literatur, dilanjutkan analisis dan sintesis data. Konsep Natural Modern dipilih untuk menggabungkan gaya modern, nuansa alam, dan budaya lokal, dengan mengacu pada pendekatan brand identity berdasarkan teori interior branding Kim Kuhteubl (clear vision, unique story, energy) dan teori place identity Kim & Wang (physical setting, activity, meaning). Hasil perancangan diharapkan dapat menjadi solusi untuk meningkatkan daya tarik dan saing hotel sesuai identitas merek dan standar hotel bintang 4.

Kata kunci: hotel, identitas merek, natural modern, desain interior