

PERANCANGAN INTERIOR GRAND WHIZ HOTEL DI KOTA BANDUNG DENGAN PENDEKATAN BRAND IDENTITY

Dea Ramdhani¹, Aida Andrianawati² dan Aditya Bayu Perdana³

^{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*
dearamdhani@student.telkomuniversity.ac.id, andriana@telkomuniversity.ac.id,
adityabayuperdana@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Kota Bandung, sebagai salah satu kota besar di Pulau Jawa, memiliki potensi bisnis, perdagangan, pariwisata, dan pusat pemerintahan yang tinggi. Pertumbuhan jumlah wisatawan yang signifikan menunjukkan kebutuhan akan fasilitas hotel yang memadai untuk memenuhi permintaan akomodasi pariwisata. Oleh karena itu, Grand Whiz Hotel hadir sebagai hotel bisnis bintang 4 dengan fasilitas sesuai standar peraturan Menteri Pariwisata. Berlokasi strategis di Jl. Jendral Sudirman, hotel ini menargetkan pebisnis, wisatawan, dan tamu transit. Perancangan ini bertujuan menciptakan hotel bintang 4 dengan identitas dan karakteristik unik Grand Whiz Hotel. Fokus desain interior adalah kenyamanan pengunjung dan memenuhi standar hotel serta Brand identity ditekankan untuk memperkuat citra merek hotel. Metode perancangan yang digunakan mencakup pengumpulan data melalui studi literatur dan observasi serta studi banding dengan hotel-hotel sejenis. Diharapkan perancangan ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, komunitas, institusi penyelenggara pendidikan, dan bidang keilmuan interior. Dan juga Hotel ini diharapkan dapat menjadi sarana akomodasi yang menarik bagi pebisnis dan wisatawan yang datang ke Kota Bandung, serta membantu meningkatkan ekonomi pariwisata di daerah Bandung.

Kata kunci: Hotel, Brand Identity, Bandung

Abstract: Bandung City, as one of the major cities in Java Island, offers significant potential for business, trade, tourism, and serves as a governmental center. The substantial growth in the number of tourists indicates the need for adequate hotel facilities to meet the demand for tourist accommodations. Therefore, Grand Whiz Hotel emerges as a 4-star business hotel with facilities complying with the standards set by the Ministry of Tourism. Strategically located on Jl. Jendral Sudirman, this hotel targets business travelers, tourists, and transit guests. The main objective of this design is to create a unique 4-star hotel with the identity and characteristics distinctive to Grand Whiz Hotel. The interior design emphasizes visitor comfort and meets hotel standards, with a strong focus on brand identity to reinforce the hotel's brand image. The design method involves data collection through literature studies, observations, and benchmarking with similar hotels. It is hoped that this design will benefit the community, organizations, educational institutions, and

the field of interior design. Moreover, the hotel is expected to provide an appealing accommodation option for business travelers and tourists visiting Bandung, thus contributing to the growth of the local tourism economy.

Keywords: Hotel, Brand Identity, Bandung

PENDAHULUAN

Grand Whiz Hotel adalah usaha perhotelan yang didirikan oleh Intiwhiz Internasional, anak perusahaan dari PT. Intiland Development Tbk. Hotel ini berada dalam kategori bintang empat dan berfokus pada segmen bisnis. Dengan lokasi utamanya di pusat kota dan daerah perkantoran serta toko, akses mudah menjadi salah satu keunggulannya. Cabang-cabangnya tersebar di berbagai kota di Indonesia, seperti Jakarta, Manado, Trawas Mojokerto, Nusa Dua Bali, dan Bromo. Meski sebagai brand baru, Grand Whiz Hotel bertujuan untuk menjadi jaringan hotel terkemuka di Indonesia, dengan berkontribusi pada pengembangan properti di negara ini melalui perluasan proyek-proyeknya.

Kota Bandung, kota besar di Pulau Jawa, memiliki peran penting sebagai pusat pemerintahan dan ekonomi di Jawa Barat. Sebagai kota keempat terbesar di Indonesia setelah Jakarta, Surabaya, dan Medan, Bandung menarik perhatian dengan potensi bisnis, perdagangan, penginapan, serta pertumbuhan pariwisata dan ekonomi yang positif. Data BPS Kota Bandung 2021 menunjukkan peningkatan wisatawan sekitar 0,10% - 0,15% per tahun. Ini berdampak pada sektor perhotelan, terutama hotel bintang, yang fasilitasnya cocok untuk pebisnis, wisatawan, dan keluarga. Menurut Kemenparekraf, Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel bintang di Jawa Barat naik dari 46,99% di Januari menjadi 57,67% pada Oktober 2022. Pertumbuhan kunjungan wisatawan mendorong kebutuhan akan akomodasi nyaman dan lengkap, baik untuk tujuan bisnis maupun rekreasi.

Grand Whiz Hotel dirancang sebagai akomodasi yang menyediakan fasilitas untuk bisnis dan rekreasi di Jl. Jenderal Sudirman, Cibadak, Astanaanyar, Kota Bandung, Jawa Barat. Terletak di jalur arteri nasional penting yang

menghubungkan Kota Bandung dan Cimahi, lokasi ini strategis bagi pebisnis. Hotel ini mengincar berbagai pasar seperti pebisnis, pelancong bisnis, pegawai perusahaan, serta keluarga dan tamu transit. Namun, observasi terhadap Grand Whiz Hotel menunjukkan penataan zona yang kurang efektif, fasilitas bisnis belum sesuai standar ergonomis, karakter brand kurang diterapkan, signage yang belum jelas, dan ukuran kamar tidak sesuai standar bintang empat. Perancangan ulang Grand Whiz Hotel di Kota Bandung akan menerapkan pendekatan *brand identity* untuk memperkuat citra hotel dan meningkatkan kepuasan pengunjung melalui peningkatan kualitas dan fasilitas kamar hotel.

Perancangan Grand Whiz Hotel hadir sebagai fasilitas penginapan bintang empat dengan fasilitas sesuai standar peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang standar operasional hotel. Hotel ini akan berkontribusi pada pertumbuhan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, serta mendukung kegiatan bisnis dalam penginapan. Tujuan perancangan adalah membangun identitas kuat dan karakteristik khas melalui desain interior, memudahkan konsumen mengenali dan membedakan Grand Whiz Hotel dari pesaing di Kawasan Jl. Jenderal Sudirman.

METODE PENELITIAN

Perancangan ini melakukan pengumpulan data dengan beberapa cara diantaranya:

Observasi

Observasi dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui suasana hotel bisnis dan brand Grand Whiz Hotel seperti apa. Dalam mengumpulkan data dengan metode ini didapatkan dengan data primer dan sekunder.

Studi Literatur

Studi literatur menggunakan data primer dan skunder sebagai tahapan dalam perancangan. Studi literatur terkait perancangan bisnis hotel dengan fasilitas yang mendukung aktivitas penunjang para user diperoleh dari publikasi online, jurnal, skripsi, tugas akhir dan tesis.

Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi Grand Whiz Hotel Poin Simatupang Jakarta.

Studi Komparasi

Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari sebuah Hotel maka dilakukanlah studi banding pada Hotel lain yaitu Grand Whiz Poin Simatupang Jakarta, Grand Whiz Megamas Manado, dan Grand Whiz Hotel Nusa Dua.

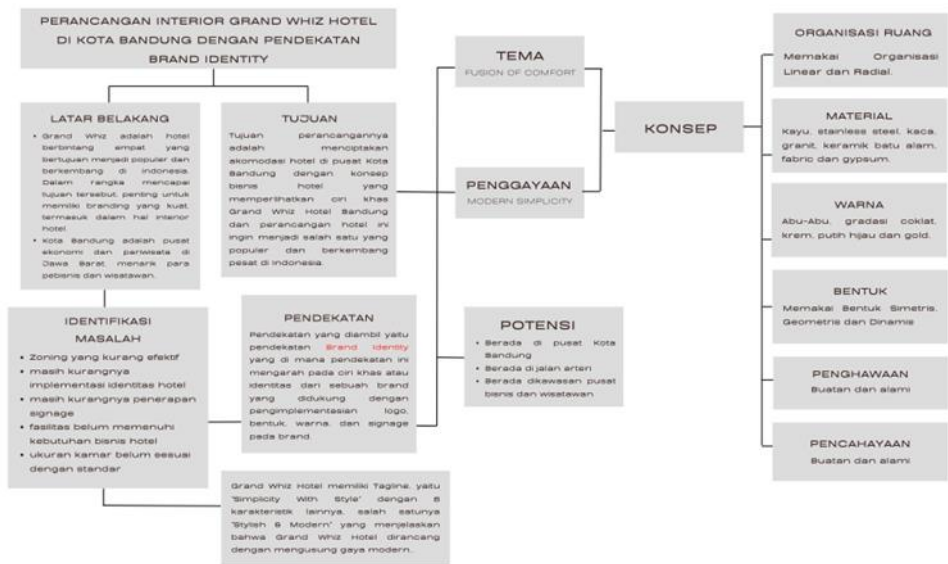
HASIL DAN DISKUSI

Dalam perancangan hotel Grand Whiz Bandung, tema perancangan menjadi landasan utama untuk menemukan solusi terhadap masalah yang ada. Tema ini dipilih berdasarkan pemahaman akan pendekatan yang diambil dan identifikasi masalah yang didapatkan melalui studi banding dan observasi terhadap lokasi perancangan serta Grand Whiz Poin Simatupang Jakarta.

Tema

Tema "Fusion of Comfort" dalam perancangan hotel ini menggabungkan kenyamanan dan elemen modern untuk memberikan pengalaman memuaskan bagi pengunjung. Ini mencakup kenyamanan, teknologi, desain menarik, ruangan fleksibel, pelayanan personal, budaya lokal, fasilitas bisnis, dan keberlanjutan. Tujuannya adalah menciptakan lingkungan hangat dan fungsional yang menggabungkan gaya modern dan sentuhan pribadi, serta mendukung pekerjaan dan kenyamanan tamu.

Penggunaan "Modern Simplicity" mendukung tema ini dengan penekanan pada kesederhanaan, fungsionalitas terorganisir, bentuk geometris, warna monokrom dengan sentuhan hijau, dan penggunaan material seperti kayu, logam, batu alam, dan kaca, yang merupakan ciri khas Grand Whiz Hotel.



Gambar 4. 1 Tema Konsep
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Suasana Yang Diharapkan

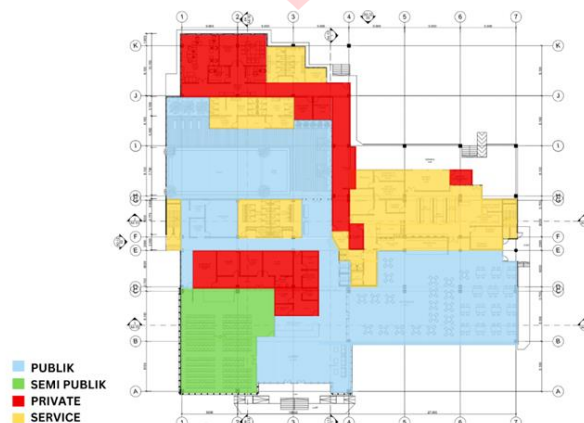
Dalam menciptakan suasana interior yang mencerminkan identitas brand, teori brand identity oleh Kim Kuhteubl menjadi penting. Dengan memanfaatkan elemen desain seperti dinding, ceiling, lantai, furniture, dan dekorasi, hotel dapat menerapkan bentuk dan warna logo untuk menciptakan ciri khas brand. Fokus pada visi jelas, cerita unik, dan energi perlu dijaga. Desain harus mencerminkan visi yang tegas, menceritakan keunikan hotel, dan menciptakan suasana yang energetik, merefleksikan identitas brand. Dengan menggabungkan elemen-elemen ini, hotel bisa menciptakan interior yang kuat, membedakan diri, dan menampilkan identitas brand kepada pengunjung.

Konsep Perancangan

Konsep perancangan merupakan konsep desain yang mendasari perancangan interior yang akan dirancang. Konsep dapat menjadi acuan desain dan solusi dari permasalahan yang telah ditemukan.

Konsep Zoning

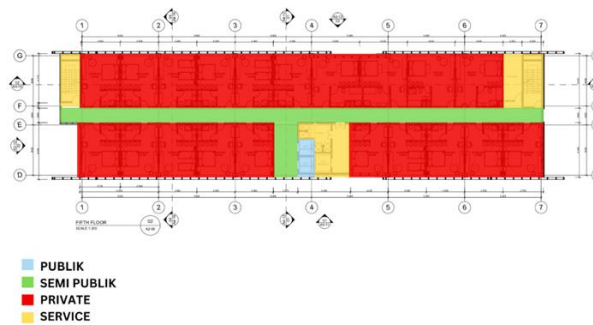
Konsep zoning pada Grand Whiz Hotel Bandung memperhatikan fungsi dan kebutuhan. Zona publik pada lantai dasar dan 1 terdiri dari lobby, *lounge*, restoran. Zona semi publik mencakup Ballroom, spa, gym, dan koridor menuju kamar di lantai 2-6. Zona private melibatkan kamar tamu, ruang staff, dan ruang *meeting*. Ini sesuai dengan zoning dari *brand* Grand Whiz Simatupang Jakarta, dengan area publik yang terbuka, semi publik yang lebih tertutup dibandingkan publik, dan private yang terbatas aksesnya.



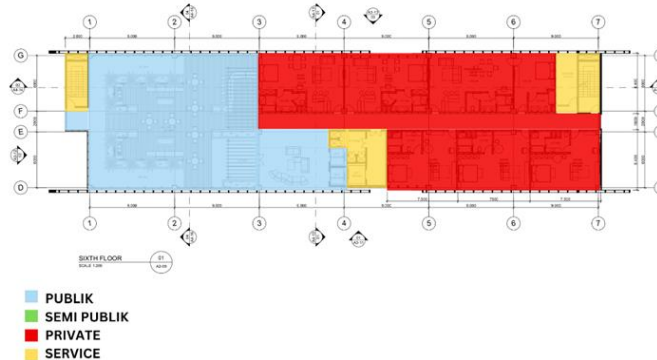
Gambar 4. 2 Zoning Lantai Dasar
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023



Gambar 4. 3 Zoning Lantai 1
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023



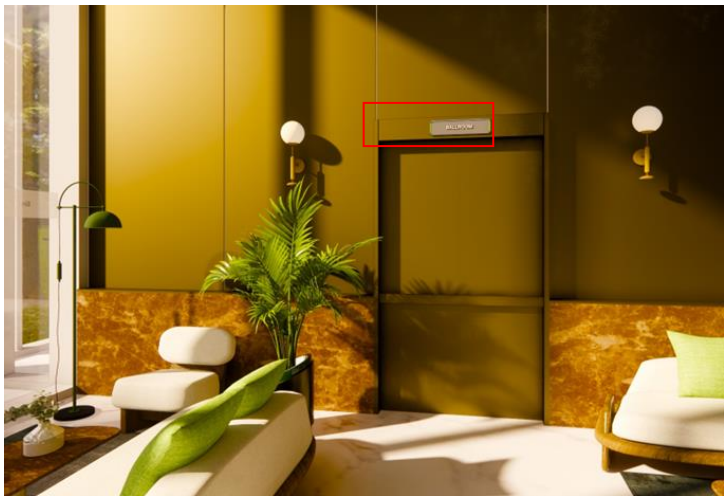
Gambar 4. 4 Zoning Lantai 5
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023



Gambar 4. 5 Zoning Lantai 6
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Konsep Signage

Konsep signage dalam perancangan hotel ini mempermudah pengunjung dengan penunjuk arah dan keterangan ruangan. Penambahan signage diperlukan, terutama di lobby, untuk memudahkan pengenalan dan navigasi area. Signage melibatkan penamaan ruang, menggunakan huruf yang mudah dibaca dengan ukuran ideal, dan kontras warna antara latar dan tulisan. Tujuannya adalah memastikan informasi mudah diakses oleh pengunjung.



Gambar 4. 6 Signage Ballroom
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023



Gambar 4. 7 Signage Restoran
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Konsep Bentuk

Konsep bentuk diambil dari transformasi logo Grand Whiz hotel yang menciptakan bentuk lengkung sebagai estetika ruang dan furniture.

Tabel 4. 1 Konsep Bentuk

Bentuk Logo	Penerapan
-------------	-----------



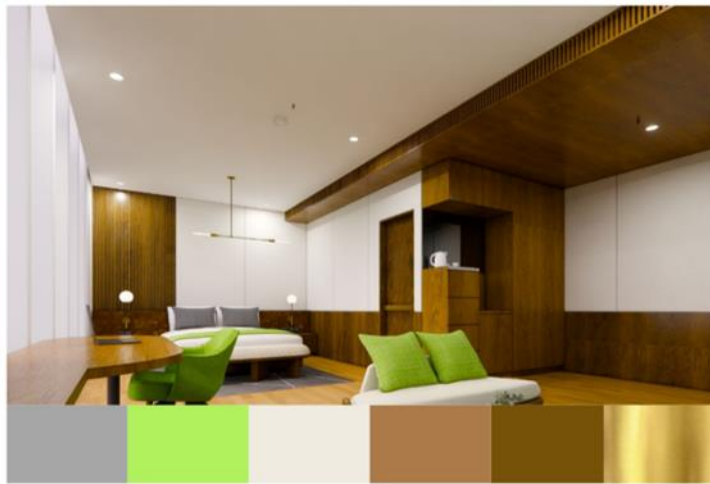
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Konsep Warna

Warna yang digunakan berdasarkan hasil dari Identitas brand dan breakdown tema dan konsep yang diambil.

1. Coklat, Sebagai warna pendukung dari cirikhas suasana pada brand
 1. Warna pada ceiling restoran
 2. Warna pada dinding restoran, kamar tamu dan ruang meeting
 3. Warna pada furniture
2. Abu-abu, Sebagai Identitas brand, dan pengimplementasian pada logo sebagai simbol visual yang merepresentasikan identitas merek.
 1. Warna pada furniture
 2. Warna pada backdrop dinding resepsionis, ruang meeting dan restoran
3. Putih, Sebagai elemen pengenalan brand dari logo
 1. Warna pada dinding kamar tamu dan ruang meeting
4. Hijau, Sebagai elemen untuk mengenali merek dan terdapat dalam logo, diterapkan pada dekorasi dan dinding
 1. Warna pada panel dinding lobby

2. Warna pada furniture
5. Gold, Sebagai warna pendukung dan sebagai pengimplementasian dari tema konsep yang diambil
 1. Warna pada dekorasi lampu
6. Krem, Sebagai warna pendukung dan sebagai pengimplementasian dari tema konsep yang diambil
 1. Warna pada furniture
 2. Warna pada backdrop kamar tamu



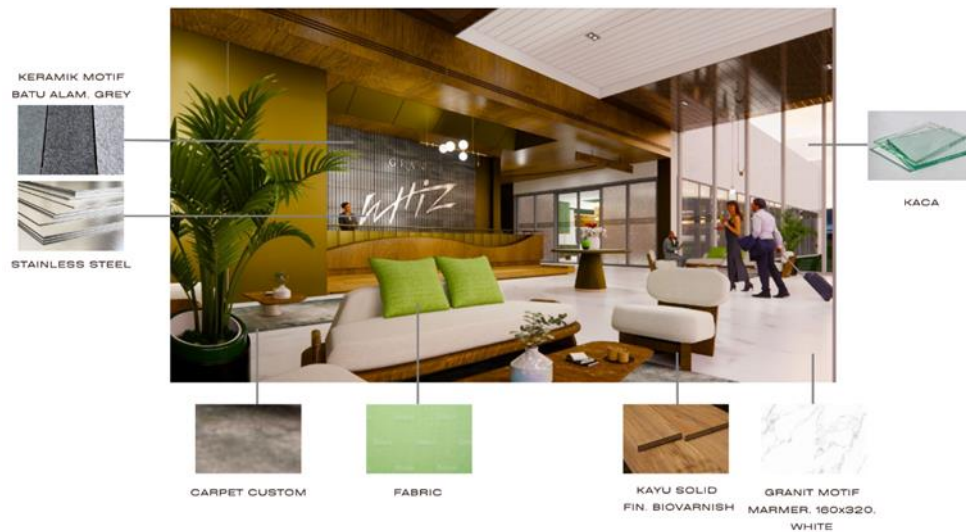
Gambar 4. 8 Konsep Warna Kamar Super Deluxe
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Konsep Material

Material yang digunakan berdasarkan hasil breakdown dari pendekatan dan tema konsep yang diambil.

1. Kayu, Sebagai material pendukung tema konsep dan Identitas brand yang diambil
 1. Material furniture
 2. Material panel dinding
 3. Material ceiling
 4. Material signage
2. Kulit, Sebagai material pendukung konsep yang diusung

5. Material bantalan sofa restoran
3. Batu alam, Sebagai material yang menjadi ciri khas brand
 1. Material area dinding restoran
 2. Material backdrop dinding resepsionis
4. Stainless Steel, Sebagai material pendukung suasana yang akan dituju
 1. Material dekorasi
 2. Material kusen jendela
 3. Material kusen pintu
 4. Material logo
5. Granit motif marmer, Sebagai material pendukung gaya yang diusung
 1. Material lantai restoran
 2. Material lantai lobby
 3. Material lantai kamar suite
 4. Material dinding kamar mandi pada kamar tamu
6. Keramik, Sebagai material pendukung gaya yang diusung
 1. Material pada dinding restoran
 2. Material pada lantai kamar mandi
7. Kaca, Sebagai material pendukung tema konsep yang diambil
 1. Material pada area lobby, restoran, kamar tamu, dan ruang meeting
8. Karpet, Sebagai material pendukung tema konsep yang diusung
 1. Material pada lobby
 2. Material lantai pada ruang meeting
 3. Material pada kamar tamu

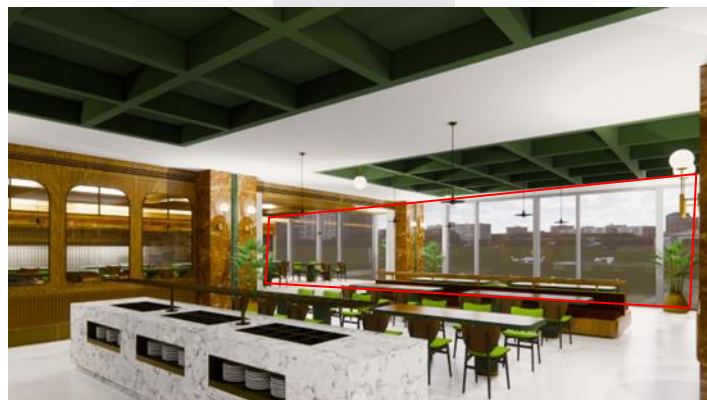


Gambar 4. 9 Konsep Material Lobby
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Konsep Pencahayaan

Dalam konsep pencahayaan ruang terdiri dari sistem pencahayaan alami dan buatan, konsep pencahayaan sangat mempengaruhi dalam membentuk kenyamanan ruang dan karakter ruang.

1. Pencahayaan alami dimanfaatkan dalam interior ruangan untuk menciptakan kesan yang positif. Dalam area publik dekat bukaan, pencahayaan dari jendela kaca digunakan pada pagi hingga sore, mengurangi kebutuhan cahaya buatan.



Gambar 4. 10 Konsep Pencahayaan Alami Restoran
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

2. Pencahayaan buatan menggunakan lampu standar seperti downlight, wall lamp, pendant lamp, task lamp, dan standing lamp. Downlight untuk cahaya umum, sementara wall, pendant, task, dan standing lamp untuk estetika. Penggunaan lampu LED juga ditambahkan. Cahaya buatan menggunakan warna natural white dan warm untuk menggabungkan gaya modern dan tema comfort.



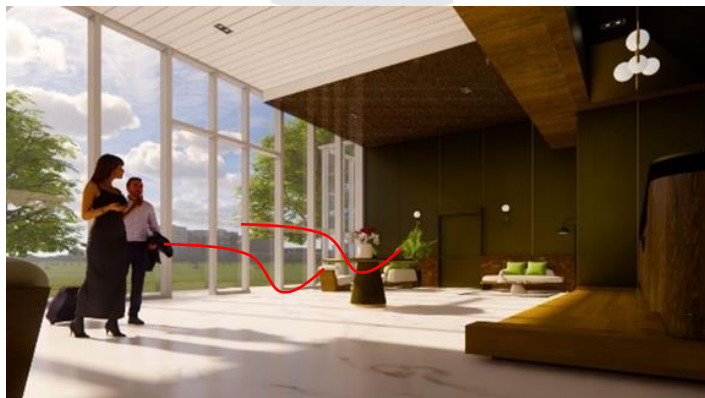
Gambar 4. 11 Konsep Pencahayaan Buatan Lobby
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Konsep Penghawaan

Konsep penghawaan dibagi menjadi system penghawaan alami dan buatan. Konsep penghawaan mempengaruhi kenyamanan ruang.

Penghawaan Alami

Penghawaan alami berasal dari sinar matahari yang berasal dari bukaan jendela atau pintu masuk seperti pada area lobby.



Gambar 4. 12 Konsep Penghawaan Alami Lobby
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Penghawaan Buatan

Penghawaan buatan digunakan di ruang indoor tanpa sumber penghawaan alami, seperti meeting room dan restoran. Penghawaan buatan menggunakan AC multi split VRV yang dapat disembunyikan dengan diffuser, sesuai konsep ruang.



Gambar 4. 13 Konsep Penghawaan Buatan Meeting Room
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Konsep Keamanan

Konsep keamanan yang digunakan pada proyek perancangan ini berupa alat penanganan kebakaran dan pencegahan pencurian, diantaranya:



Gambar 4. 14 Konsep Keamanan *Sprinkler*

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

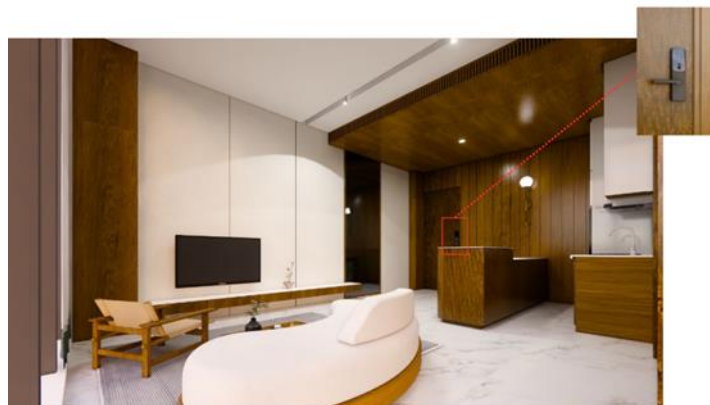
Sistem pemadam kebakaran dipasang di langit-langit untuk memadamkan api. *Sprinkler* melepaskan air saat mendeteksi kebakaran dan digunakan di seluruh area untuk keselamatan.



Gambar 4. 15 Konsep Keamanan *Smoke Detector*

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Smoke detector terpasang di langit-langit untuk mendeteksi asap. Ketika asap terdeteksi, detector akan beri peringatan audio/visual kebakaran. Sistem ini berlaku di seluruh area kecuali dapur dan toilet.



Gambar 4. 16 Konsep Keamanan *Smart Lock*

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Sistem *Smart Lock* menggunakan teknologi smartphone atau kartu pintar untuk mengontrol akses. Ini memungkinkan pengaturan akses yang lebih aman

dan efisien. Smart lock diterapkan di semua cabang hotel brand dan pada semua kamar tamu.

Konsep Fasilitas Ruang

Dalam perancangan hotel ini, terdapat 4 tipe kamar dengan fokus fasilitas bisnis. Fasilitas dan layanan didesain untuk mendukung kegiatan bisnis di dalam kamar. Area kerja dengan meja sesuai standar ergonomi Human Dimension and Interior Space (76.5-121.9 cm lebar dan 45.7-55.9 cm panjang) disediakan untuk pelaku bisnis yang melakukan kegiatan di kamar.



Gambar 4. 17 Meja Kerja Super Deluxe
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023



Gambar 4. 17 Meja Kerja Deluxe
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perancangan, pengolahan data dan juga analisa yang telah dilakukan maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Grand Whiz Hotel di Kota Bandung ditekankan pada tema "Fusion Of Comfort," mengedepankan kesederhanaan, fungsionalitas yang terorganisir baik, dan gaya modern. Identitas unik dibentuk melalui penerapan teori brand identity dalam desain interior, mencerminkan visi jelas, cerita unik, dan suasana energik untuk memperkuat citra dan membedakan hotel dari pesaing.
2. Perancangan mencakup zoning, signage, visual, bentuk ruang/mebel, warna, material, pencahayaan, dan penghawaan. Zoning dibagi menjadi zona publik, semi publik, dan private sesuai fungsinya. Konsep signage dan visual untuk identitas brand yang kuat.
3. Desain interior mengambil inspirasi dari tema konsep dengan penerapan bentuk, warna, dan material yang sesuai. Warna-warna seperti coklat, abu-abu, putih, hijau, dan gold dipilih berdasarkan identitas brand dan tema. Material seperti kayu, kulit, batu alam, dan lainnya mendukung nuansa yang diinginkan.

Grand Whiz Hotel di Kota Bandung diharapkan menjadi pilihan bagi pebisnis, wisatawan, dan tamu transit. Identitas unik membuatnya menonjol dalam industri perhotelan Indonesia serta berkontribusi pada pertumbuhan pariwisata dan ekonomi kota Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

Andrianawati, Aida & Yuniati, Arnanti Primiana. (2022). Integrasi Branding Dalam Interior Warunk Upnormal. Jurnal Ilmiah Desain Interior, 8(2), 97-101.

- Badan Standardisasi Nasional, 2001b, SNI 03-6575-2001 Tata Cara Perancangan Sistem Pencahayaan Buatan Pada Bangunan Gedung, BSN, Jakarta.
- Bovy, Manuel Banud & Lawson, Fred, Tourist Recreation Development, 1985 : Hal.1
- Gunawan, A. I. (2017). Penerapan Interior Branding Pada Hotel Yello. JURNAL INTRA Vol. 5, No. 2, (2017) 247-254.
- Kasavana, & Brooks. (1988). The American Hotel and Motel Association (AHMA). United States of America: Educational Innstitute American Hotel and Motel Association.
- Keputusan Direktur Jenderal Pariwisata No: 14/U/II/88. Jakarta: Dirjen Pariwisata. Tentang Pelaksanaan Ketentuan Usaha dan Penggolongan Hotel Direktur Jenderal Pariwisata.
- Keputusan Dirjen Pariwisata SK : Kep-22/U/VI/78. Jakarta: Dirjen Pariwisata.
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2013. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 Tentang Standar Usaha Hotel. Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Jakarta.
- Lawrence, Amanda & Lamere, Joel. (2008). Hotels. Northeastern University of Architecture School. Massachusetts. <https://issuu.com/neuarchitecture/docs/hotels>.
- Neufert, Ernst. (2002). Data Arsitek Jilid II. Terjemahan Sunarto Tjahjadi, PT. Erlangga, Jakarta.
- Panero, Julius & Zelnik, Martin. "Human Dimension and Interior Space". Jakarta: Erlangga, 1979.
- Pariwisata, K., & Kreatif, E. (2022). Tingkat Penghunian Kamar Hotel Bintang Tahun 2022.

Surat Keputusan Menteri Perhubungan R.I. No. PM 10/PW – 301/Phb. 77, tanggal 12 Desember 1977. (1977). Jakarta: Departemen Perhubungan.

Soedewi, Sri & Murdowo, Djoko. et al. (2020). Perancangan Signage Lapangan Gasmin Kota Bandung. Jurnal Visualita, 9(1), 170.

University, M. (2019, 08 23). Interior Signage Standards. Canda, Sherbrooke, Montreal.

