

PERANCANGAN ULANG INTERIOR HOTEL PATRA BANDUNG DENGAN PENDEKATAN CORPORATE IDENTITY

Salsabila Assa'diyah Siregar¹, Erlana Adli Wismoyo² 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*

salsabilasiregar@student.telkomuniversity.ac.id, erlanadliw@telkomuniversity.ac.id, dan

adityabayuperdana@telkomuniversity.ac.id

Abstrak : Hotel berkembang pesat di perkotaan dan pariwisata yang menjadi tujuan utama bagi masyarakat yang bepergian untuk berbagai kebutuhan, baik bekerja maupun bersantai menikmati wisata sekitar hotel. Berdasarkan data BPS Provinsi Jawa Barat, TPK hotel Mei 2021 mencapai sebesar 35,72%, dan kemudian meningkat menjadi 38,19% pada Juni 2021. Jumlah ini menjadi indikator majunya perkembangan pariwisata di Bandung, melebihi kota-kota lain di Jawa Barat. Hotel Patra Bandung yang merupakan city hotel bintang 4 di Jalan Dago, pusat kota Bandung, menarik minat pengunjungnya dengan slogan "*Your Second Home in Dago*". Perancangan ulang interior Hotel Patra Bandung bertujuan untuk memperkuat identitas, meningkatkan fungsi ruang dengan memenuhi fasilitas sesuai standar bintang 4, serta memperhatikan sirkulasi ruang dan kenyamanan pengunjung. Tema desain Hotel Patra Bandung diangkat dari slogan hotel untuk menciptakan kenyamanan dengan sirkulasi ruangan yang baik, dan ukuran elemen yang ergonomis, melalui konsep kontemporer modern dengan menghadirkan suasana masa kini. Identitas yang dimiliki hotel tersebut menjadi bagian dari pemecahan masalah karena mengutamakan kenyamanan pengunjung seperti suasana, fasilitas, sirkulasi, organisasi, dan penataan furnitur. Tema "*homey design*" diimplementasikan melalui konsep kontemporer modern dengan tujuan memenuhi kenyamanan pengunjung dari segi fasilitas, sirkulasi, dan penataan furnitur.

Kata Kunci : Hotel Bintang 4, *Your Second Home*, *Homey*, *Re-design*

Abstract : *Hotels are growing rapidly in cities and tourism which are the main destinations for people who travel for various needs, both for work and leisure to enjoy tours around the hotel. Based on data from the BPS West Java Province, the TPK for hotels in May 2021 reached 35.72%, and then increased to 38.19% in June 2021. This number is an indicator of the progress of tourism development in Bandung, surpassing other cities in West Java. Hotel Patra Bandung, which is a 4-star city hotel on Jalan Dago, downtown Bandung, attracts visitors with the slogan "Your Second Home in Dago". The interior redesign of the Patra Hotel Bandung aims to strengthen identity, improve the function of space by fulfilling 4-star standard facilities, and paying attention to space circulation and visitor comfort. The design theme of Hotel Patra Bandung is lifted from the hotel's slogan to*

create comfort with good room circulation, and ergonomic element sizes, through a modern contemporary concept by presenting a contemporary atmosphere. The identity of the hotel is part of solving the problem because it prioritizes visitor comfort, such as atmosphere, facilities, circulation, organization and furniture arrangement. The theme of "homey design" is implemented through a modern contemporary concept with the aim of fulfilling visitor comfort in terms of facilities, circulation and furniture arrangement.

Keywords: 4-star Hotel, Your Second Home, Homey, Re-design.

PENDAHULUAN

Hotel termasuk suatu hal yang berkembang pesat terutama di daerah perkotaan dan pariwisata. Hotel menjadi tujuan utama bagi masyarakat yang kerap berpergian untuk berbagai kebutuhan dan aktivitas, baik untuk bekerja maupun melepas penat menikmati wisata yang ada di sekitar hotel. Dilansir dari data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Barat, Tingkat Penghuni Kamar (TPK) hotel pada bulan Mei 2021 sebesar 35,72% kemudian meningkat pada bulan Juni 2021 menjadi 38,19%. Hal ini semakin memacu persaingan sehingga para pengelola hotel terus berusaha untuk mengembangkan dan menciptakan sesuatu hal baru untuk memikat pasar, baik dengan pelayanan dan fasilitas yang berkualitas ataupun perancangan interior hotel yang sedemikian rupa.

Hotel Patra Bandung yang merupakan salah satu *city hotel* sekelas bintang 4. *City hotel* merupakan hotel yang posisinya di tengah kota, yang digunakan masyarakat untuk tinggal sementara (Tarmoezi, 2000). Letak Patra Bandung yang sangat strategis berada di pusat kota Bandung, jalan Dago. Jalan Dago dikenal sebagai pusat aktivitas bagi pelancong, hal tersebut terbantu dengan adanya *factory outlet*, tempat kuliner, hotel dan *car free day* rutin (Aprillia et al., 2021). Posisinya yang berada di pusat kota ini memiliki fenomena tersendiri karena tingkat stress berdampak lebih besar terhadap masyarakat yang berada di perkotaan karena gaya hidup di perkotaan yang secara umum lebih tinggi, sehingga muncul sebuah fenomena *staycation*. *Staycation*

merupakan kegiatan mengisi waktu untuk merelaksasikan diri dengan berdiam diri dan menikmati fasilitas yang ada di hotel (Tri Anggraeni et al., 2022).

Patra Bandung yang sudah berdiri sejak tahun 1984 dan terakhir diperbarui kembali pada tahun 2012. Patra Bandung yang menarik minat pengunjungnya dengan slogan mereka yaitu *'Your Second Home in Dago'*, dengan memberikan pelayanan mereka yang membuat pengunjung merasa seperti berada di rumah (Pt.Pertamina, 2012). Pengertian lain dari kata *'home'* adalah *'homey'* yang merupakan terjemahan dari *'seperti di rumah'*, yang memiliki arti dapat memberikan suasana nyaman seperti berada di rumah sendiri bagi para pengunjungnya. Slogan yang mereka miliki ini dapat mendukung fenomena staycation karena dapat memberikan fasilitas penginapan ditengah kota dengan kesan yang *homey*. Meskipun demikian, Hotel Patra Bandung yang sekelas hotel bintang 4, namun masih memiliki kekurangan fasilitas sesuai dengan standar hotel bintang 4 tersebut. Selain itu, sirkulasi yang dimiliki antar pengunjung pada area *restaurant* saat ini terlalu sempit sehingga dapat dilakukan pengurangan kapasitas pada area tersebut dengan mengikuti standar yang dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung. Dengan *corporate identity* berupa slogan ini yang memiliki arti memberikan kenyamanan terhadap pengunjung sehingga dapat meningkatkan keinginan pengunjung untuk berkunjung kembali dan juga dapat meyakinkan masyarakat akan citra positif yang terdapat pada visi, misi dan slogan yang dimiliki perusahaan sehingga dapat membangun rasa kepercayaan masyarakat dalam menggunakan dan memilih jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan ulang interior Hotel Patra Bandung ini dilakukan dengan beberapa tahapan pengumpulan data. Tahap pengumpulan data tersebut antara lain :

Tahapan Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data dilakukan dengan pengumpulan data primer dan data sekunder. Berikut terkait pengumpulan data yang dilakukan:

Data primer

Dilakukan dengan cara observasi langsung ke Hotel Patra Bandung dan wawancara secara langsung dengan pihak arsitektur Hotel Patra Bandung. Selain itu, juga dilakukan pengambilan data arsip dan dokumentasi terkait data fisik Hotel Patra Bandung yang diperoleh dari pihak arsitektur hotel.

Data sekunder

Dilakukan berupa studi literatur meliputi kegiatan membaca, menganalisis dan menyimpulkan sebagai pemecahan dari permasalahan yang ditemukan. Data diperoleh dari jurnal terkait perancangan ulang Hotel Patra Bandung ini sebagai referensi dalam pemecahan masalah.

Tahapan Programming

Programming merupakan aktivitas menganalisis data dari seluruh data yang telah diperoleh untuk mengetahui segala isu dan permasalahan interior yang terdapat pada Hotel Patra Bandung. Isu dan permasalahan tersebut berupa identifikasi masalah yang kemudian ditemukan solusinya. Tema dan konsep dalam perancangan ulang interior Hotel Patra Bandung merupakan solusi dari isu dan permasalahan yang didapatkan dari bangunan Hotel Patra Bandung. Analisis data menghasilkan tabel kebutuhan ruang pengguna, *bubble diagram*, matriks, serta pengelompokan *zoning blocking* sesuai jenis aktivitas penggunaannya.

Tahapan Gambar Kerja dan Desain Akhir

Tahapan terakhir dari perancangan ulang interior Hotel Patra Bandung adalah tahapan pembuatan gambar kerja interior dengan mengikuti standarisasi dan ketentuan dari instansi. Gambar kerja perancangan ulang interior Hotel Patra Bandung menggunakan standar gambar kerja *digital* yang ada pada program studi desain interior, Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom. Standar gambar kerja *digital* tersebut meliputi dokumen siteplan, denah eksisting, denah khusus, pola lantai, *ceiling & ME*, tampak, potongan, detail furniture, detail interior dan perspektif interior.

HASIL DAN DISKUSI

Pendekatan Desain

Perancangan interior Hotel Patra Bandung akan menggunakan metode identitas perusahaan. “Seperti merek visual, identitas korporat menampilkan logo atau ikon yang mewakili citra yang ingin Anda sampaikan. Sedangkan sebagai representasi grafis, penciptaan corporate identity dapat mempengaruhi perkembangan budaya ini” (Raharjo, 2017). Aspek visual tersebut salah satunya adalah slogan yang dimiliki Hotel Patra Bandung yang digunakannya untuk menarik minat pengunjung, sehingga pengunjung dapat melihat gambaran implementasi interior yang dimiliki Hotel Patra Bandung.

Identitas perusahaan merupakan suatu bentuk visual untuk mengekspresikan ciri khas perusahaan dan dapat memengaruhi nasib suatu perusahaan. Oleh karena itu, penggunaan interior yang tidak sesuai dengan visi, misi, slogan ataupun cirikhas yang dimiliki suatu perusahaan dapat memengaruhi citra perusahaan itu sendiri. Tujuan dari proyek perancangan ulang interior Hotel Patra Bandung dengan pendekatan *corporate identity* ini bertujuan agar dapat memunculkan interior yang

sesuai dengan slogan yang dimiliki hotel Patra Bandung untuk menarik minat pengunjung.

Patra Bandung

Patra Bandung is located on the most iconic street of Bandung in Dago area, a strategic spot and a convenient starting point to various directions in the city. Patra Bandung is "Your Second Home in Dago", a place to spend your leisure and resting time. It has 85 rooms with various types and sizes that will cater the need of every type of traveler to the city. Guests can enjoy the sumptuos breakfast at its restaurant and the splendid outdoor terrace to enjoy the frequest sunny days in a mild weather temperature.

Gambar 1 Slogan Hotel Patra Bandung
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)

Berdasarkan slogan yang dimiliki hotel Patra Bandung disebutkan bahwa hotel Patra Bandung merupakan *"Your Second Home in Dago"*, *"home"* yang merupakan terjemahan dari kata *"rumah"* yang berarti bahwa hotel Patra Bandung memiliki tujuan agar pengunjung dapat merasakan kesan yang nyaman dan rileks sehingga pengunjung akan merasa seperti berada di rumahnya sendiri.

Deskripsi Proyek



Gambar 2 Logo Hotel Patra Bandung
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)

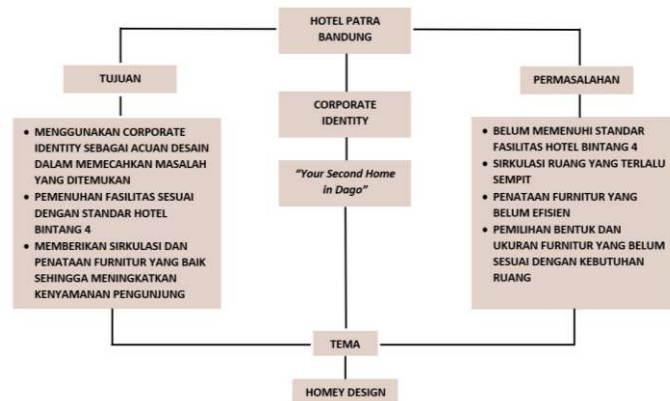
Nama Hotel : Hotel Patra Bandung

Lokasi Perancangan : Jl. Ir. H. Juanda No. 132, Lebakgede, Kec. Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat

Luas Perancangan : 848 m²

Area Perancangan : *Lobby, Restaurant, Lounge, Smoking Area, Executive Suite Room, Junior Suite Room, Superior Room*

Tema dan Konsep Perancangan



Gambar 1 Mindmap
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)

Tema desain yang akan diterapkan diangkat dari slogan *"Your Second Home in Dago"*. Kata *"Home"* yang diambil dari slogan Hotel Patra merupakan terjemahan dari kata *"rumah"* yang menjadi fungsi dari suatu bangunan secara fisik, sehingga tema yang digunakan yaitu *"homey"* yang merupakan gambaran dari sebuah rumah yang dapat memberikan perasaan nyaman secara suasana, fasilitas, sirkulasi, organisasi ataupun penataan furnitur (Okvianita et al., n.d.).

Konsep yang digunakan pada elemen interior Hotel Patra Bandung yaitu kontemporer modern. Pemilihan konsep yang digunakan didasarkan pada tema yang diimplementasikan yaitu mencerminkan suasana rumah orang kaya modern. Penggunaan konsep kontemporer ini juga dikarenakan kontemporer merujuk pada pengayaan masa kini, yang mana kondisi site eksisting hotel Patra yang telah mengalami perubahan dari zaman dahulu masa Belanda dan masa kini yang lebih modern, sehingga perancangan ulang interior Hotel Patra Bandung melalui pengayaan kontemporer modern ini bertujuan agar dapat menampilkan interior masa kini yang menekankan pada fungsionalitas dan efisiensi ruang.

Konsep Organisasi Ruang

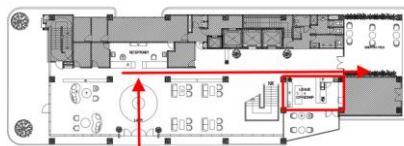


Gambar 2 Konsep Organisasi Ruang
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)

Organisasi ruang yang diterapkan pada perancangan ulang interior Hotel Patra Bandung berupa organisasi linear karena memiliki sifat ruang yang umumnya publik sehingga posisi ruangan dibentuk saling berderetan dan saling terhubung dengan bentuk dan ukuran ruangan yang berbeda sesuai fungsi ruangnya sehingga memberi kesan yang lebih luas di dalam ruangan. Hal ini juga bertujuan agar dapat mendukung interaksi antar pengguna ruang sehingga terciptanya suasana yang santai seperti dirumah sendiri.

Konsep Sirkulasi & Penataan Mebel

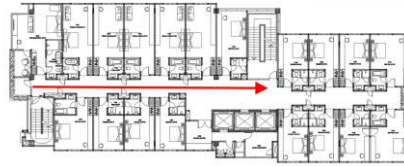
Sirkulasi ruang yang diterapkan pada lantai dasar dan lantai 4 hotel Patra Bandung berupa sirkulasi linear, dengan membentuk satu jalan lurus yang menjadi pembentuk deretan ruangan. Ruangan ditempatkan berdasarkan fungsinya sehingga ruangan akan saling terhubung.



Gambar 3 Sirkulasi dan Penataan Mebel Lantai 1
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)

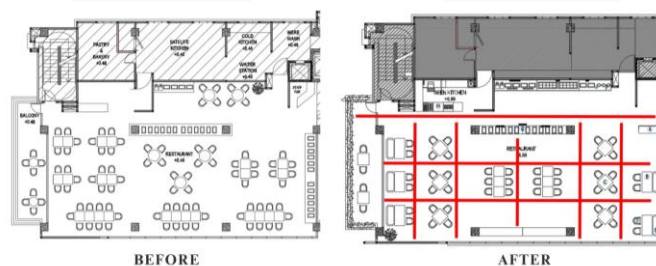
Pada lantai dasar terdapat area *receptionist*, *lounge*, *smoking area* dan fasilitas tambahan berupa *coffee shop* memperlihatkan sirkulasi dan penataan

mebel membentuk sirkulasi linear karena posisi sirkulasi membentuk satu jalan lurus, yang setiap ruangnya saling terhubung dan membentuk sebuah deretan ruangan. Hal ini bertujuan untuk mempermudah pengunjung dalam mengakses area satu dengan area yang lainnya tanpa adanya sekat. Hal ini juga dapat memberikan kesan yang lebih luas didalam ruang.



Gambar 4 Sirkulasi dan Penataan Mebel Lantai 4
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)

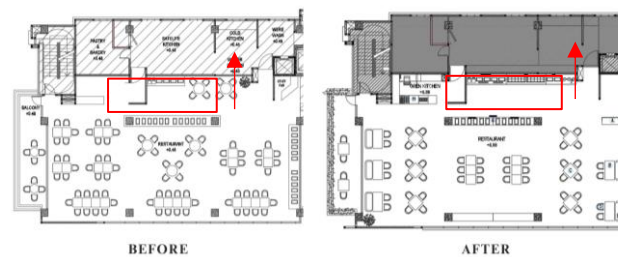
Lantai 4 yang merupakan kamar tidur hotel yang menggunakan sirkulasi linear karena posisi sirkulasi membentuk satu jalan lurus. Pada area kamar umumnya menggunakan furnitur custom dan built in dengan menyesuaikan ukuran dan kebutuhan ruang sehingga dapat memaksimalkan fungsi ruang kamar hotel sesuai dengan aktivitas dan kebutuhan pengunjung.



Gambar 5 Sirkulasi Lantai 3
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)

Pada lantai 3 yang terdapat area *restaurant* dan dapur menggunakan pola sirkulasi grid. Restaurant yang awalnya dapat menampung kapasitas 85 orang memiliki sirkulasi antar pengunjung yang terlalu sempit, sehingga setelah dilakukannya observasi dan perhitungan sesuai standar Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. PM.53/HM.001/MPEK/2013 Tentang Standar Usaha Hotel, 2013 dalam lampiran 2 dapat dilakukan pengurangan kapasitas

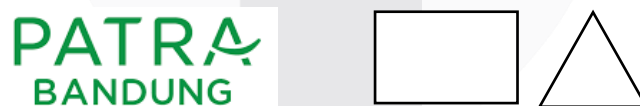
menjadi 60 orang. Pada standar disebutkan bahwa jumlah kursi 50% atau lebih dari total kamar hotel. Hotel Patra Bandung memiliki 83 kamar, sehingga pengurangan kapasitas menjadi 60 orang ini masih sesuai dengan standar yang berlaku.



Gambar 6 Penataan Mebel Lantai 1
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)

Area duduk yang tadinya berada diantara pintu staff dan buffet dialih fungsikan menjadi buffet yang bertujuan untuk tidak mengganggu privasi pengunjung sehingga dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung di dalam ruang. Selain itu, penempatan buffet diantara kedua sisi duduk berdasarkan dengan aktivitas pengunjung yang bertujuan untuk memudahkan akses pengunjung dalam mengambil atau menambah makanan saat sudah berada di kursi mereka.

Konsep Bentuk



Gambar 7 Konsep Bentuk
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)

Bentuk yang akan diterapkan pada perancangan ulang Hotel Patra Bandung berupa bentuk - bentuk *clean* geometris dan modern yang disesuaikan dengan tema dan konsep modern kontemporer yang memiliki karakteristik berupa peng gayaan masa kini dengan bentuk yang sederhana. Bentuk lainnya

yang akan digunakan berupa bentuk dinamis yang menyesuaikan dengan bentuk logo dan bangunan eksisting Hotel Patra Bandung.



Gambar 8 Pengaplikasian Bentuk
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)

Pada elemen dinding menerapkan bentuk berupa garis – garis yang berulang dengan *finishing* yang digunakan berupa material yang memberikan kesan seperti material solid berupa kayu dan linen yang memperlihatkan serat alamnya. Kedua material ini dapat memberikan kesan yang hangat di dalam ruangan sehingga dapat mendukung tema dan konsep yang digunakan.

Konsep Furnitur

Furniture yang akan digunakan pada perancangan ulang Hotel Patra Bandung menggunakan bentuk yang simpel dan modern, dengan material alami sehingga dapat memberikan kesan ruang yang *clean*, namun tetap menarik. Furnitur yang digunakan disesuaikan dengan fungsi dan kebutuhan ruang penggunaannya. Penggunaan furnitur built-in diaplikasikan pada beberapa area agar dapat menghemat ruang, namun tetap memenuhi kebutuhan pengguna.

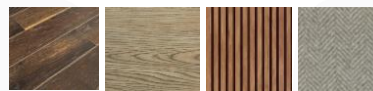




Gambar 9 Konsep Bentuk
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)

Konsep Material

Pemilihan material mengikuti pengayaan yang akan diterapkan sehingga material yang digunakan merupakan material yang memperlihatkan serat alamnya, seperti kayu diaplikasikan dengan parquet, HPL dan conwood. Selain itu, penggunaan granit pada lantai dan furniture untuk memberi kesan yang lebih mewah dan modern pada ruangan.



Gambar 10 Konsep Material
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)

Konsep Warna

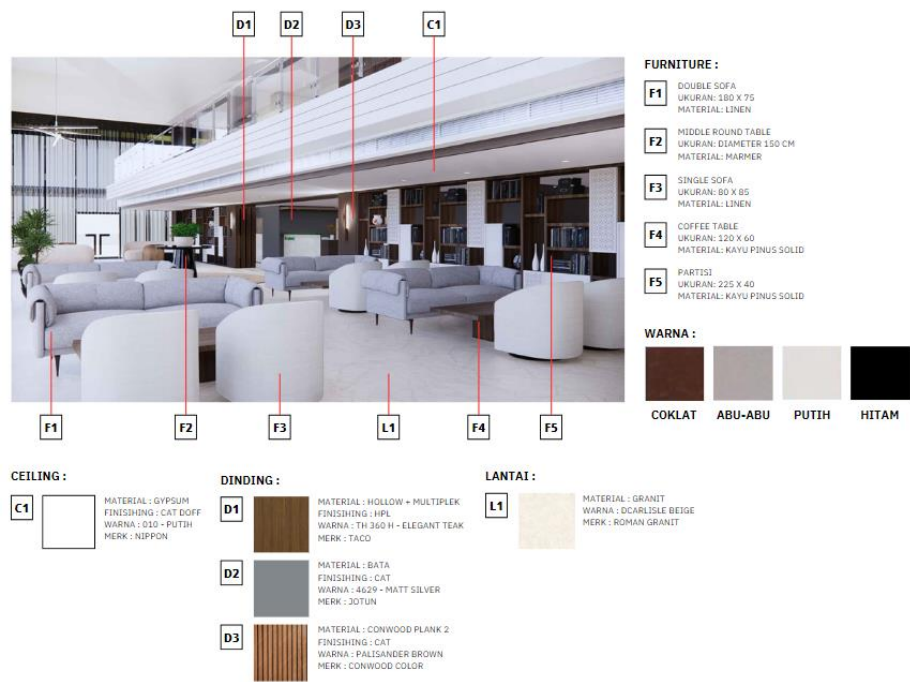
Menurut (Wismoyo, 2013), kontemporer modern menggunakan warna yang sesuai dengan fungsi bangunan dan psikologis pengguna ruang. Warna netral dan aromatik seperti hitam, putih dan abu menggambarkan suasana kota. Warna hitam juga memberikan kesan yang megah dan elegan, putih memberikan kesan yang bersih, *innocence* dan warna abu sebagai penetral antara kedua warna tersebut. Selain itu, warna yang akan digunakan adalah warna – warna alami yang dapat memberikan kenyamanan dan agar tercapainya tujuan dari slogan Hotel Patra.



Gambar 11 Konsep Warna
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)

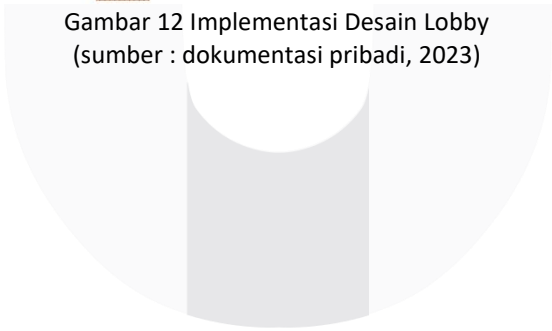
Hasil Akhir Perancangan

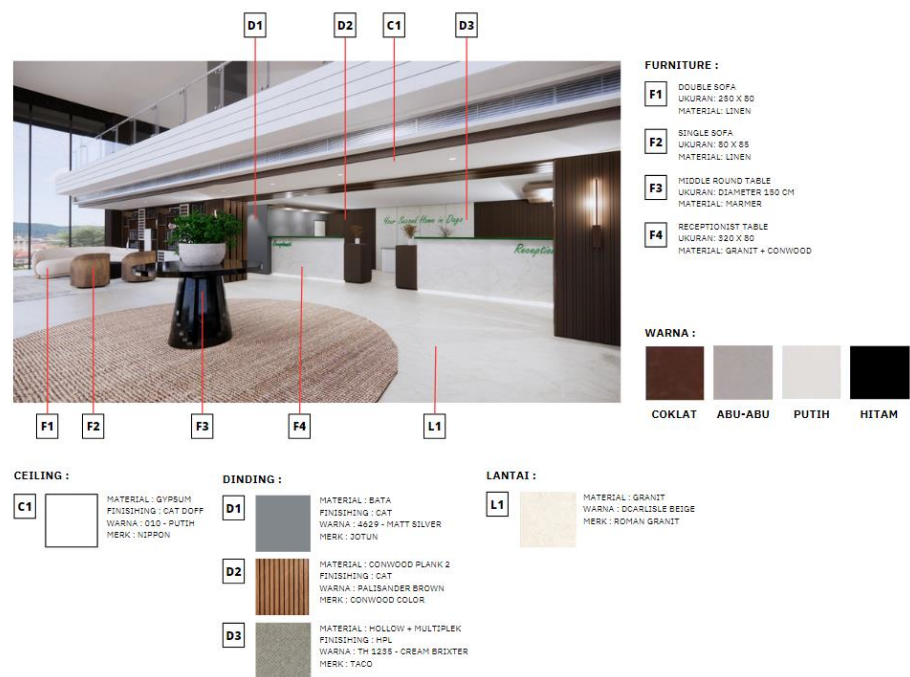
Lobby



Gambar 12 Implementasi Desain Lobby
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)

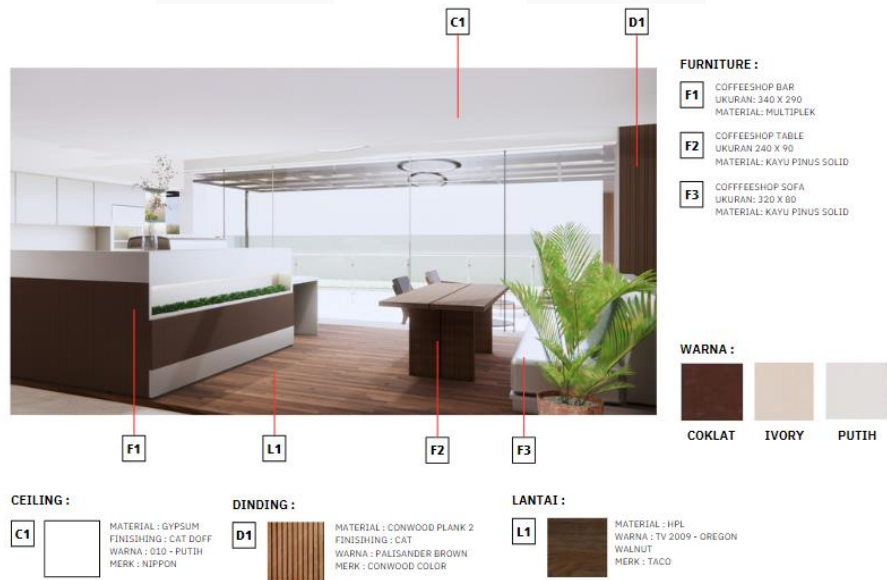
Receptionist





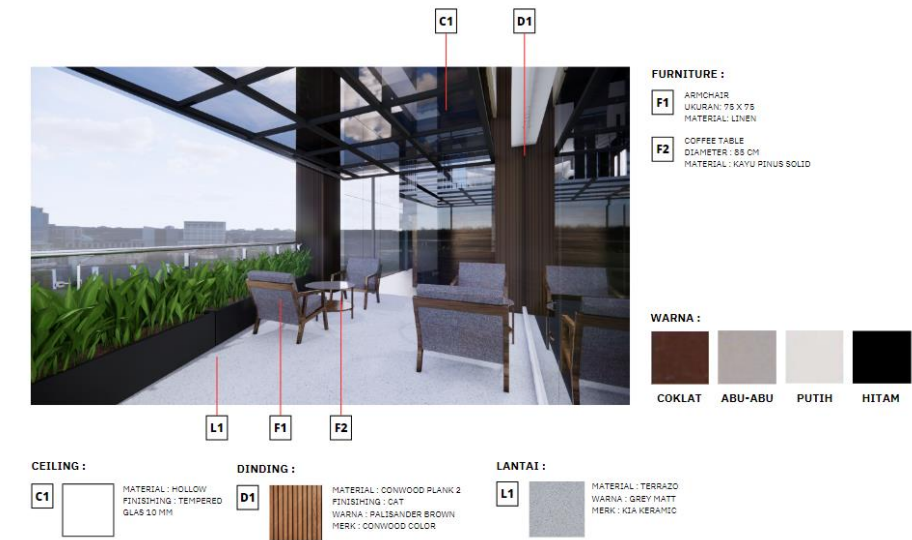
Gambar 13 Implementasi Desain Receptionist
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)

Lounge & Coffeeshop



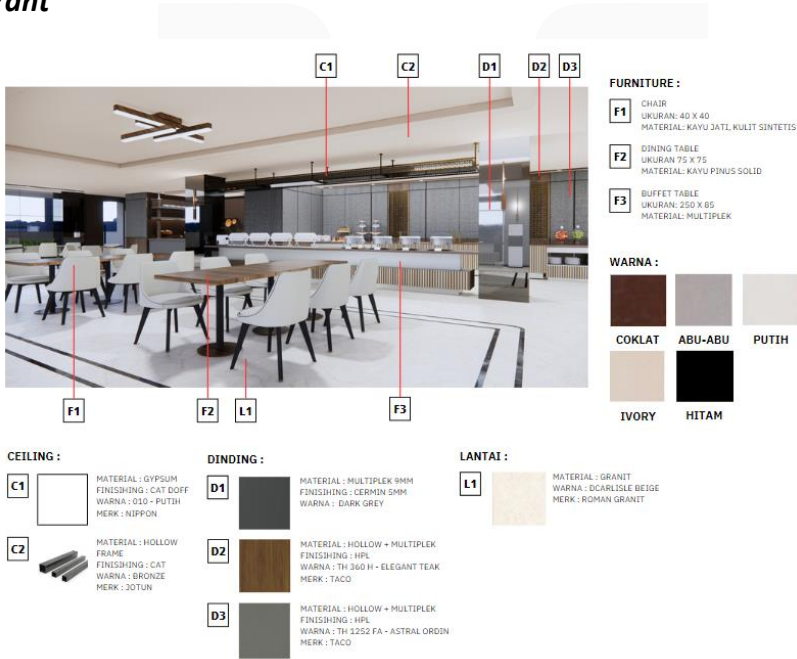
Gambar 14 Implementasi Desain Lounge & Coffeeshop
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)

Smoking Area



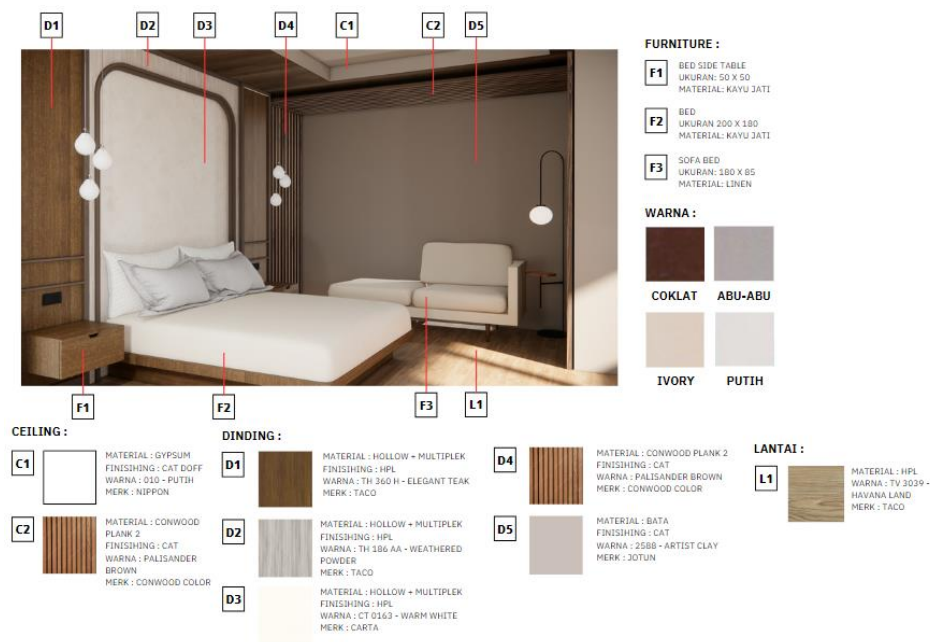
Gambar 15 Implementasi Desain Smoking Area
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)

Restaurant

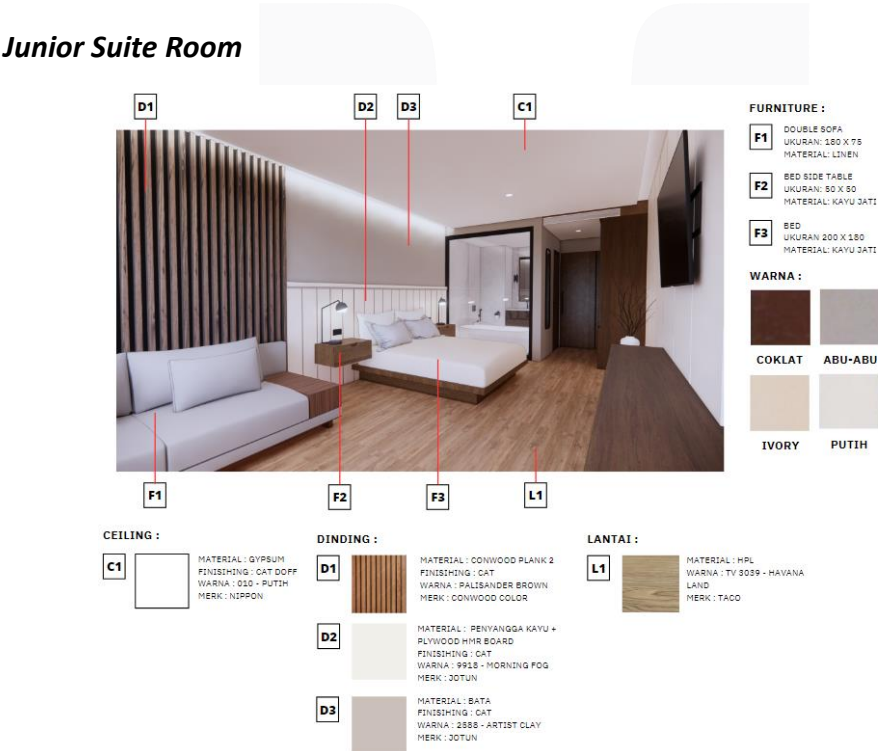


Gambar 16 Implementasi Desain Restaurant
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)

Executive suite room

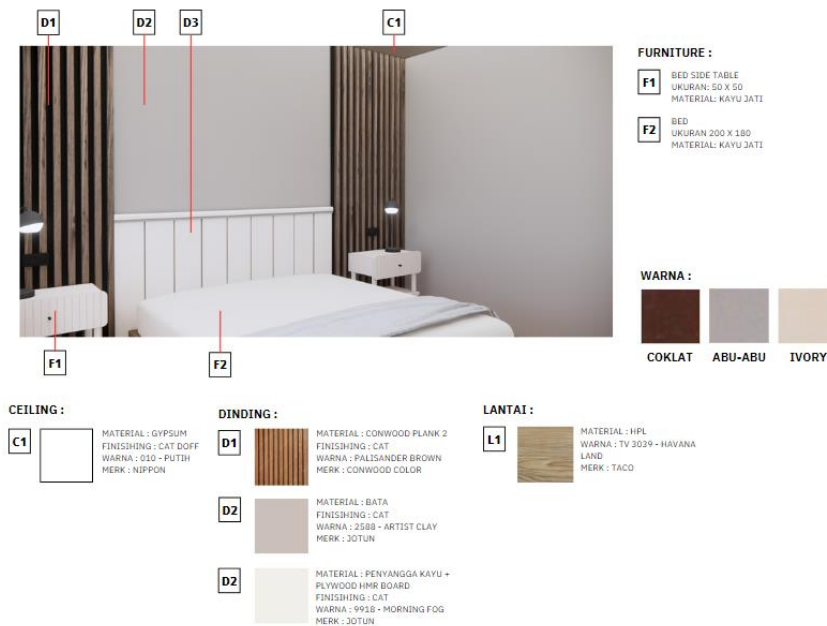


Gambar 17 Implementasi Desain Executive Suite Room
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)



Gambar 18 Implementasi Desain Junior Suite Room
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)

Superrior room



Gambar 19 Implementasi Desain Superior Room
(sumber : dokumentasi pribadi, 2023)

KESIMPULAN

Setelah dilakukannya evaluasi terhadap permasalahan, identitas perusahaan yang dimiliki oleh Hotel Patra Bandung dapat menjadi solusi dalam pemecahan masalah karena mengutamakan kenyamanan pengunjung. Namun, suasana, fasilitas, sirkulasi, organisasi ataupun penataan furnitur belum sesuai untuk menciptakan kenyamanan bagi pengunjung. Sehingga melalui pendekatan *corporate identity* ini dapat menjadi acuan terhadap permasalahan tersebut. Penggunaan tema yang diterapkan pada perancangan ulang ini diangkat dari identitas perusahaan 'home', sehingga tema yang diterapkan yaitu 'homey design', kemudian diimplementasikan melalui konsep kontemporer modern karena memiliki karakteristik yang dapat mendukung identitas perusahaan. Penerapan tema dan konsep bertujuan untuk memenuhi kenyamanan pengguna

didalamnya dengan memenuhi fasilitas, sirkulasi dan penataan furnitur sehingga dapat mendukung aktivitas dan kenyamanan pengguna ruang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprillia, K. F., Rochimah, E., & Rochimah, E. (2021). KAJIAN DESAIN LANSKAP KORIDOR JALAN DAGO BERDASARKAN PERSEPSI MASYARAKAT DALAM MENDUKUNG CITY BRANDING KOTA BANDUNG. *Nature: National Academic Journal of Architecture*, 8(1), 78. <https://doi.org/10.24252/nature.v8i1a8>
- Bagyono. (2007). *Pariwisata dan Perhotelan* (ed.)).
- Dagli, Z. (2015). Corporate identity in interior design. In *Selected Paper of 4th World Conference on Design and Arts* (Vol. 3, Issue 03).
- Kusuma, M. A., Anwar, H., & Haristianti, D. V. (n.d.). *PENDEKATAN CORPORATE IDENTITY PADA PERANCANGAN INTERIOR CITY HOTEL DI KOTA BANDUNG*.
- Neufert, E. (2005). *Data Arsitek Jilid 2*. Erlangga.
- Okvianita, F., Aryani, S. M., & Sasongko, S. (n.d.). *THE APPLICATION OF HOMEY CONCEPT IN INTERIOR DESIGN OF BOOK CENTER IN SOLO*.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia No. PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang standar usaha hotel, (2013).
- Prasetyo, F. A. (2019). *Bandung dan Pemaknaan Dago dalam Sejarah: Masa Lalu, Masa Kini*. 15(1).
- Pt.Pertamina. (2012). *Wajah Baru Hotel Patra Jasa Bandung "Your Second Home In Dago"*. Diakses pada 15 Februari 2023, dari Pertamina: <https://pertamina.com/id/news-room/energia-news/wajah-baru-hotel-patra-jasa-bandung-%E2%80%9Cyour-second-home-in-dago%E2%80%9D>
- Rahardja, E. S., Adib, A., Wijayanti, A., Kristen, U., Surabaya, P., Desain, J., Visual, K., Sastra, F., & Rupa, S. (n.d.). *Re-design Corporate*

*Identity'.Identity'.[Q]H\$WW,QWHULRUU'-VLJQ''GLL6XUDED*D *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain.*

Rucitra, A. A. (2020). *Merumuskan Konsep Desain Interior* (Vol. 5, Issue 1).

Sayyidah, S. (2018). *homey*.

Suharto, C. (2004). *CORPORATE IDENTITY SEJARAH DAN APLIKASINYA*.

Tri Anggraeni, E., Nur Arief Hapsoro, A., & Hambali Wilman, R. A. (2022).
PERANCANGAN BARU INTERIOR CITY HOTEL BINTANG EMPAT DI DAGO, BANDUNG.

Wismoyo, E. (2013). *Desain Interior Indonesia Urban Art Center Bandung (Dengan Pendekatan Modern Kontemporer sebagai Tema).*

