

PERANCANGAN ULANG RESTORAN HOTEL BISNIS

BIGLAND SENTUL BINTANG 4

DENGAN PENDEKATAN PSIKOLOGI RUANG

Salsabila Nazhifa Khansa¹, Ahmad Nur Sheha Gunawan², Imtihan Hanom³

^{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*
salsabilanaaz@student.telkomuniversity.ac.id, ahmadnursheha@telkomuniversity.ac.id,
imtihanhanum@telkomuniversity.ac.id.

Abstrak : Restoran merupakan salah satu fasilitas yang disediakan oleh Bigland Hotel Sentul yang dimana pengunjung yang datang didominasi dengan tamu bisnis. Namun saat ini pada restoran seringkali menerima tamu non-bisnis yang disebabkan dengan lokasi strategis sehingga membuat banyak pengunjung non-bisnis untuk berdatangan untuk makan di restoran. Dengan adanya 2 jenis tamu yang berbeda dengan perbedaan tujuan kunjungan menimbulkan sejumlah permasalahan, seperti suasana ruang yang kurang relevan bagi tamu non bisnis, kesan ruang yang kurang menarik, kurangnya batas privasi untuk tamu bisnis yang sangat membutuhkan area private, hingga bentrohnya aktivitas antar pengguna. Perancangan ini bertujuan menciptakan interior hotel yang dapat mengakomodasi kebutuhan kedua jenis tamu secara seimbang melalui pendekatan psikologi ruang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kualitatif melalui pengumpulan teori, analisis tapak, dan survei. Kesimpulan dan manfaat dari perancangan ini menunjukkan bahwa penerapan pendekatan psikologi ruang dapat menjadi landasan dalam menciptakan desain interior hotel yang lebih responsif terhadap kebutuhan fisik maupun emosional dan fungsional pengguna.

Kata kunci: Hotel Bisnis, Psikologi Ruang, Suasana Ruang.

Abstract : The restaurant is one of the facilities provided by Bigland Hotel Sentul, where the majority of visitors are business guests. However, the restaurant now frequently receives non-business guests due to its strategic location, attracting many non-business visitors to dine there. The presence of two different types of guests with differing visit purposes has led to several issues, such as an interior atmosphere that is less relevant for non-business guests, an unappealing interior design, insufficient privacy boundaries for business guests who require private areas, and conflicts between user activities. This design aims to create a hotel interior that can accommodate the needs of both types of guests in a balanced manner through a spatial psychology approach. The methods used in this study are qualitative,

involving the collection of theories, site analysis, and surveys. The conclusions and benefits of this design demonstrate that the application of a spatial psychology approach can serve as a foundation for creating hotel interior designs that are more responsive to the physical, emotional, and functional needs of users.

Keywords: *Business Hotel, Spatial Psychology, Spatial Atmosphere.*

PENDAHULUAN

Hotel bisnis Bigland Sentul merupakan hotel bisnis bintang 4 yang berlokasi di Sentul, Jawa Barat. Sentul merupakan area industri yang kini juga telah berkembang menjadi destinasi wisata dengan beragam tempat wisata. Hal ini menyebabkan tidak hanya tamu dengan tujuan bisnis yang datang ke hotel, tetapi juga banyak tamu non-bisnis memilih Bigland Hotel sebagai tempat untuk menikmati fasilitas hotel karna lokasinya yang strategis. Sehingga tamu pada hotel terbagi menjadi 2, yaitu tamu bisnis dan tamu non bisnis.

Dengan adanya 2 jenis tamu dengan tujuan yang berbeda, kebutuhan yang harus dipenuhi oleh hotel pun akan bervariasi. Ketidakseimbangan desain interior yang disebabkan karna terdapatnya tamu dengan aktivitas yang berbeda saat ini memunculkan sejumlah permasalahan, diantaranya adalah tamu bisnis membutuhkan suasana ruang yang lebih profesional sedangkan tamu non bisnis akan lebih membutuhkan suasana yang santai, dimana suasana ruang pada hotel memiliki peran penting dan akan menjadi penilaian pengunjung (Huang and Tsaih, 2022) dan suasana yang diciptakan oleh pilihan desain memainkan peran penting dalam memunculkan perasaan yang diinginkan (E.J. and B.I., 2023) serta pemilihan desain keseluruhan akan mempengaruhi kondisi emosional dan tingkat kepuasan tamu. Dari segi kebutuhan privasi atau batasan tamu non-bisnis membutuhkan ruang yang lebih private sehingga diskusi antar rekan lebih terasa leluasa dan nyaman sedangkan tamu non-bisnis lebih membutuhkan ruang yang lebih fleksibel

dan nyaman dengan suasana santai dan lebih terbuka. Penerapan fasilitas pada restoran juga tidak memenuhi jumlah pengunjung baik yang menginap maupun yang tidak menginap sehingga tamu merasa tidak nyaman karena harus mengantri.

Dengan permasalahan yang ada pada kondisi hotel saat ini dapat disimpulkan bahwa interior desain pada hotel masih belum menyesuaikan dengan kebutuhan aktivitas pengguna. Seperti menyesuaikan jumlah pengguna dengan fasilitas ruang, kebutuhan privasi pengguna dan kebutuhan suasana ruang menyesuaikan dengan kebutuhan emosional pengguna, serta kombinasi suasana ruang yang dapat diterima baik untuk tamu bisnis maupun untuk tamu non-bisnis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut (Mouwn Erland, 2020) metode kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisa. Dan dalam penelitian seringkali menunjukkan prespektif subjek, proses dan makna dari penelitian tersebut. Dalam metode kualitatif yang dilakukan adalah :

a. Observasi Lapangan

Melakukan 2x survey langsung pada bigland hotel sentul. Pada survey tersebut ditujukan untuk menganalisa dan merasakan ruangan secara langsung, mengetahui site dan kondisi sekitar hotel, serta mendapatkan data – data yang dibutuhkan untuk mendukung perancangan ulang Bigland Hotel Sentul.

b. Wawancara

Melakukan wawancara sebanyak 2x pada pihak hotel untuk mengetahui kondisi hotel, rencana hotel, serta informasi mendetail lainnya tentang Bihland Hotel Sentul.

c. Dokumentasi

Melakukan dokumentasi pada ruang yang akan dirancang sebagai referensi visual dalam proses analisis dan pengembangan konsep desain.

d. Studi Literature

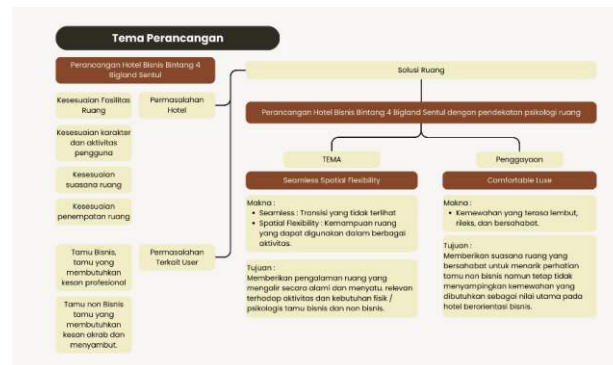
Melakukan kajian pustaka dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, yang berkaitan dengan perancangan ulang bigland hotel sentul.

e. Analisis Data

Data yang diperoleh dari observasi lapangan, wawancara, dokumentasi dan studi literatur yang didapatkan kemudian dianalisis untuk menemukan permasalahan, potensi, serta kebutuhan desain yang sesuai dengan tujuan perancangan ulang Bigland Hotel Sentul.

HASIL DAN DISKUSI

a. Tema dan Konsep Perancangan



Gambar 1 Mind Mapping Tema Perancangan

Sumber : Dokumentasi Penulis

Tema perancangan yang digunakan adalah “Seamless Spatial Flexibility”. Dimana tema ini diangkat berdasarkan fenomena restoran pada hotel untuk memberikan desain ruang yang sesuai dan relevan bagi tamu bisnis maupun non-bisnis. Penerapan tema ini bertujuan untuk menciptakan kesan ruang yang mampu beradaptasi terhadap berbagai kebutuhan emosional tamu baik formal maupun informal. Ruang dirancang agar mampu memberikan kesan profesional bagi tamu bisnis, sekaligus memberikan suasana yang akrab bagi tamu non – bisnis. Oleh karna itu karakter ruang yang dihadirkan bersifat fleksibel dengan transisi yang mengalir alami, profesional, namun tetap ramah dan mengundang. Konsep “flexibility” dalam perancangan ini mengacu pada prinsip desain ruang mampu menyesuaikan sesuai dengan aktivitas dan kebutuhan pengguna baik secara fisik maupun secara fungsional. Dengan penerapan fleksibilitas pada ruang mampu menciptakan koneksi emosional antara ruang dengan penghuninya yang membuat pengguna merasa lebih dihargai dan diterima.

Penerapan tema konsep pada ruang akan diterapkan melalui pencahayaan, seperti menurut (Annisa and Lestari, 2021) pemilihan warna cahaya akan mempengaruhi suasana, penerapan material, penerapan warna, dimana warna sangat mempengaruhi emosional

pengguna (Augustin, 2009), penerapan bentuk untuk memberikan komposisi visual agar lebih mudah dipahami (Ching, 2015). Dan mengkombinasikannya dan penerapan teori psikologi ruang seperti well designed place untuk menyesuaikan fasilitas dengan kebutuhan (Augustin, 2009), teritorial yang merupakan batasan yang diciptakan oleh lingkungan (Brower, 1980), proxemic untuk menentukan jarak fisik antara individu dan jarak berinteraksi (Hall, 1982) dan personal space dari penelitian (McCann and Sommer, 1970) yang merupakan salah satu kebutuhan ruang individu yang mengelilingi seseorang, tidak dapat terlihat namun bisa melindungi (Anita Mutiarabia and Mutia, 2022).

Dengan itu nantinya desain pada restoran akan menciptakan koneksi emosional antara ruang dan penghuninya dengan baik, dimana tamu akan merasa nyaman dan tidak terganggu saat menikmati hidangan meskipun terdapat aktivitas dan jenis tamu yang berbeda di dalam satu ruang yang sama. Pendekatan psikologi ruang akan membantu memberikan lingkungan fisik yang dapat mempengaruhi perasaan, perilaku, dan pengalaman pengguna dengan baik. Dengan demikian, Restoran pada Bigland Hotel Sentul dapat menjadi ruang makan yang nyaman, menyenangkan dan sesuai dengan kebutuhan emosional dan sosial tamu.

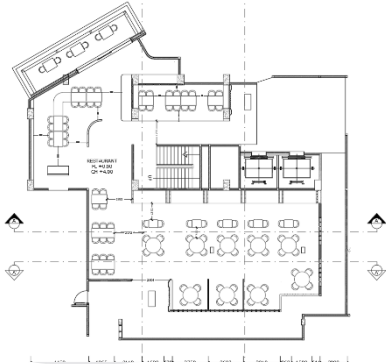
b. Hasil Perancangan Restoran




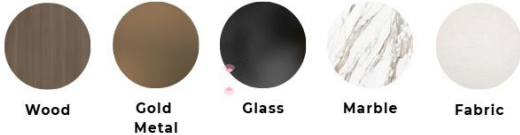



Gambar 3 Redesign Restaurant
Sumber : Dokumentasai Pribadi



Gambar 2 Redesign Restaurant
Sumber : Dokumentasi Penulis

User	Restoran pada hotel dirancang agar dapat diakses dan dinikmati oleh tamu bisnis maupun non bisnis dengan tujuan menginap maupun tidak menginap.
Aktivitas	
Fasilitas	Pada area ini diberikan fasilitas untuk memenuhi aktivitas pengguna seperti arm chair, meja makan untuk 2-8 orang, dan buffet table.
Organisasi Ruang & sirkulasi, layout	<div></div> <p>Organisasi ruang yang diterapkan adalah linear sehingga sirkulasi yang tercipta adalah pengguna akan bergerak dari satu titik menuju titik lainnya secara garis lurus. Penerapan ini ditujukan untuk memberikan sirkulasi ruang yang optimal dan menghindari konflik pada area dengan keterbatasan ruang.</p>
Bentuk	Jenis bentuk yang diterapkan pada elemen interior didominasi dengan bentuk tegas dan garis lurus.

	 <p>Namun pada furniture menerapkan bentuk lengkung. Sehingga kesan yang diberikan seimbang. Terasa mewah namun tidak tegas dan kaku.</p>
Penghawaan	 <p>Penghawaan yang diterapkan adalah penghawaan buatan yaitu ac central. dengan bentuk persegi panjang dan diletakkan secara linear.</p>
Pencahayaan	 <p>pencahayaan yang diterapkan adalah warna 2700k (kekuningan) – 4000k (netral) untuk memberikan kesan yang lebih akrab, sehingga akan terasa nyaman untuk berbincang. Material yang diterapkan adalah fabric, kayu, metal, marble dengan penerapan warna coklat, beige, hijau, emas, abu dan hitam untuk memberikan kesan mewah, tegas namun tetap terasa lembut dan santai.</p>
Material	 <div style="display: flex; justify-content: space-around; text-align: center;"> <div>Wood</div> <div>Gold Metal</div> <div>Glass</div> <div>Marble</div> <div>Fabric</div> </div>

	Material yang digunakan adalah material lembut seperti fabric dan kayu. Serta material metal dan marble untuk memberikan kesan mewah.
Warna	 <p>Pemberian warna alami seperti coklat, beige dan hijau untuk memberikan rasa nyaman dan santai yang membuat ruang tidak terlalu kaku. Serta warna hitam dan emas yang memberikan kesan tegas dan mewah.</p>
Pendekatan Psikologi Ruang	<p>Pendekatan psikologi ruang pada yang diterapkan pada restoran adalah dengan menerapkan konsep teritorial, proxemic, dan personal space. Berikut merupakan penjelasannya :</p> <p>Teritorial : Pada konsep teritorial adalah dengan menerapkan teritori komunitas pada restaurant disusun untuk kelompok besar yang butuh berkomunikasi terutama untuk tamu bisnis atau tamu non bisnis yang datang berkelompok,</p> <p>Proxemic : penerapan konsep proxemic adalah dengan menerapkan personal distance dengan jarak 45-120cm untuk memberikan rasa nyaman untuk berkomunikasi antara teman atau rekan sambil menikmati hidangan tanpa mengganggu kontak fisik pengunjung.</p> <p>Personal Space : Penerapan personal space adalah tamu bisa menyesuaikan area duduk sesuai dengan jenis komunikasi yang dibutuhkan. Bila membutuhkan area yang lebih privat terdapat area khusus pada resto yang memberikan privasi lebih. Terdapat</p>

	elemen / sekat pada area resto untuk menciptakan batas personal space. Dan terdapat area makan yang terbuka untuk mendukung komunikasi.
--	---

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil perancangan ulang Restoran Hotel Bisnis Bigland Sentul dengan pendekatan psikologi ruang, dapat disimpulkan menjadi beberapa poin, diantaranya :Belum adanya keseimbangan fasilitas untuk pengguna bisnis dan non-bisnis pada hotel. Dengan penerapan psikologi ruang pada perancangan mampu untuk menyesuaikan kebutuhan desain dengan jenis pengguna yang berbeda sehingga pengguna bisnis akan merasa nyaman saat makan didalam restoran. Hal ini akan membantu pengunjung untuk datang kembali lagi ke hotel. Desain restoran menerapkan psikologi ruang agar mampu untuk memberikan kesan ruang yang inviting, memberikan kehangatan dan suasana yang ramah untuk menarik tamu non bisnis namun tetap bisa menggabungkan desain yang elegan, profesional untuk memberikan kesan yang sesuai dengan tamu bisnis. Dengan adanya jenis pengguna yang berbeda pada hotel. Pada perancangan membuat desain restoran menjadi lebih fleksibel yang memiliki lebih dari satu kegunaan didalam masing masing ruang guna untuk menyesuaikan aktivitas dan kebutuhan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

Anita Mutiarabia and Mutia, F. (2022) 'Dampak kualitas ruang pada personal space pengguna di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Jawa Timur', *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 18(1), pp. 86–97. Available at: <https://doi.org/10.22146/bip.v18i1.2007>.

- Annisa, D.A.N. and Lestari, K.K. (2021) 'Pengaruh Pemilihan Jenis dan Warna Pencahayaan pada Suasana Ruang Serta Kesan Pengunjung Kafe', *Sinektika: Jurnal Arsitektur*, 18(1), pp. 78–84. Available at: <https://doi.org/10.23917/sinektika.v18i1.13325>.
- Augustin, S. (2009) 'Place Advantage: Applied Pshychology for Interior Architecture', p. 328.
- Brower, S.N. (1980) 'Territory in Urban Settings', in. Available at: <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:140794626>.
- Ching, F.D.K. (2015) 'Arsitektur : Bentuk, Ruang, dan Tatahan', *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 3(1), pp. 1–15. Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056><https://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827><https://doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005><http://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005>
- Chressetianto, A. (2013) 'Pengaruh Aksesoris dan Elemen Pembentuk Ruang terhadap Suasana dan Karakter Interior Lobi Hotel Artotel Surabaya', *Jurnal Intra*, 1(1), pp. 1–7.
- E.J., E. and B.I., I. (2023) 'Hotel Atmospherics and Guests' Experience in the Nigerian Hospitality Industry', *Research Journal of Hospitality and Tourism Management*, 2(1), pp. 1–17. Available at: <https://doi.org/10.52589/rjhtm-w5dtneuv>.
- Hall, E.T. (1982) *The Hidden Dimension, Sustainability (Switzerland)*. Available at: <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y><http://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005>https://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.
- Huang, H. Te and Tsaih, L.S.J. (2022) 'Prioritizing hotel lobby design factors: perspectives of hotel operators in China', *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 21(5), pp. 1801–1813. Available at: <https://doi.org/10.1080/13467581.2021.1966016>.
- McCann, G.C. and Sommer, R. (1970) 'Personal Space: The Behavioral Basis of Design.', *American Sociological Review*, 35(1), p. 164. Available at: <https://doi.org/10.2307/2093905>.
- Mouwn Erland (2020) *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif, Rake Sarasin*.

- Reddy, S.M., Chakrabarti, D. and Karmakar, S. (2012) 'Emotion and interior space design: An ergonomic perspective', *Work*, 41(SUPPL.1), pp. 1072–1078. Available at: <https://doi.org/10.3233/WOR-2012-0284-1072>.
- Winansih, E. (2003) 'Pengaruh Suara (Sound) Pada Tempat Kerja (Workplace)', *Jurnal Arsitektur*, 4(1).
- Yar Bilal, S., Aslanoğlu, R. and Olguntürk, N. (2022) 'Colour, emotion, and behavioral intentions in city hotel guestrooms', *Color Research and Application*, 47(3), pp. 771–782. Available at: <https://doi.org/10.1002/col.22746>.

