

PERANCANGAN ULANG HOTEL BISNIS BINTANG 4 PADA BANGUNAN MIX-US ED DI TANGERANG SELATAN DENGAN PENDEKATAN *BRAND IDENTITY*

Nisa Umniyyatun Naa'ifah¹, Hana Faza Surya Rusyda², Fernando Septony Siregar³

^{1,2,3} Desain Interior Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No. 1, Bandung Terusan Buahbatu - Bojongo soang,
Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257

nisaumniyyatun@student.telkomuniversity.ac.id, hanafsr@telkomuniversity.ac.id
[, fernandosiregar@telkomuniversity.ac.id](mailto:fernandosiregar@telkomuniversity.ac.id)

Abstrak: Hotel Trembesi di BSD Tangerang Selatan, yang merupakan hotel bisnis bintang 4, memiliki permasalahan dalam layout ruang yang tidak efisien, kenyamanan ruang yang kurang, dan kurangnya penerapan identitas brand. Perancangan ulang interior hotel dengan pendekatan identitas brand untuk mengatasi masalah tersebut. Melalui analisis layout dan fasilitas, desain baru ini bertujuan untuk menciptakan ruang yang lebih fungsional, nyaman, dan terintegrasi dengan identitas brand yang kuat. Perancangan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan daya saing hotel di pasar, tetapi juga menjadikannya destinasi favorit, khususnya bagi para pebisnis, serta mendukung pariwisata dan perekonomian lokal.

Kata kunci hotel trembesi, perancangan ulang, identitas brand, hotel modern.

Abstract: The Trembesi Hotel in BSD Tangerang Selatan, a 4-star business hotel, faced issues with inefficient room layout, lack of comfort, and insufficient brand identity implementation. A redesign of the hotel's interior using a brand identity approach aims to address these issues. Through an analysis of the layout and facilities, the new design seeks to create more functional, comfortable spaces that are seamlessly integrated with a strong brand identity. This redesign is expected not only to enhance the hotel's competitiveness in the market but also to make it a favorite destination, particularly for business travelers, while supporting local tourism and the economy.

Keywords: trembesi hotel, redesign, brand identity, modern hotel

PENDAHULUAN

Trembesi Hotel bintang 4 yang merupakan hotel bisnis berada pada bangunan *Mix – Used*, Trembesi Tower. Hotel ini berlokasi di BSD, Tangerang Selatan yang dikembangkan oleh PT Asia Propertindo Building (APB), Trembesi Hotel yang berada di kawasan strategis dekat dengan perkantoran dirancang khusus untuk kebutuhan bisnis dan akomodasi yang nyaman bagi para profesional serta wisatawan yang mencari pengalaman menginap modern dan berkualitas di Tangerang Selatan. Selain itu, karena lokasinya yang berada di tengah kota banyak wisatawan yang berkunjung untuk *staycation* mencari suasana yang lebih berkesan dan nyaman. Hotel yang merupakan bentuk salah satu usaha yang dikelola secara komersial dengan tujuan memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan untuk para tamu dan juga wisatawan (Noviastuti and Cahyadi, 2020).

Trembesi Hotel bintang 4 yang merupakan hotel bisnis berada pada bangunan Mix – Used, Trembesi Tower. Hotel ini berlokasi di BSD, Tangerang Selatan yang dikembangkan oleh PT Asia Propertindo Building (APB), Trembesi Hotel yang berada di kawasan strategis dekat dengan perkantoran dirancang khusus untuk kebutuhan bisnis dan akomodasi yang nyaman bagi para profesional serta wisatawan yang mencari pengalaman menginap modern dan berkualitas di Tangerang Selatan. Sejalan dengan kebutuhan masyarakat terhadap ruang terbuka hijau yang memadai di Tangerang Selatan (Fitri and Pangaribowo, 2022). Selain itu, karena lokasinya yang berada di tengah kota banyak wisatawan yang berkunjung untuk *staycation* mencari suasana yang lebih berkesan dan nyaman. Hotel yang merupakan bentuk salah satu usaha yang dikelola secara komersial dengan tujuan memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan untuk para tamu dan juga wisatawan (Noviastuti & Cahyadi, 2020).

Untuk dapat mencapai kenyamanan dan kesan yang mudah di ingat dapat melalui ciri khas dari brand identity. Untuk dapat menciptakan ikatan emosional dengan pengguna melalui brand identity sangat penting untuk menumbuhkan loyalitas dan daya tarik jangka waktu panjang (Kurniawan, 2020). Dengan menerapkan ide desain yang konsisten dengan identitas hotel juga akan meningkatkan posisi hotel dan memberikan pengalaman yang disesuaikan kepada pengunjung. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya menciptakan ruang publik yang tidak hanya estetis, tetapi juga fungsional, mengingat aktivitas sosial sangat dipengaruhi oleh kondisi fisik lingkungan (Siregar and Adi, 2021). Dalam konteks branding hotel, kepercayaan dan komitmen dari konsumen atau tamu akan tumbuh ketika mereka mendapatkan pengalaman yang berkesan selama menginap, selain merasa puas dengan pelayanan yang diberikan (Dwitya et al., 2024).

Maka dari itu, Hotel Trembesi perlu dirancang ulang dengan mempertimbangkan fenomena terkini, isu-isu, tren desain, standarisasi, dan tantangan yang ada supaya bisa menciptakan suasana yang lebih nyaman, fungsional, dan berkesan. Tujuannya adalah untuk memperkuat brand identity yang konsisten di setiap ruangnya. Melalui visi dan misi hotel, diharapkan dapat menjadi destinasi utama yang memadukan kenyamanan, keberlanjutan serta meningkatkan daya saing di bidang perhotelan melalui pendekatan Brand Identity. Trembesi Hotel bintang 4 yang merupakan hotel bisnis berada pada bangunan Mix – Used, Trembesi Tower. Hotel ini berlokasi di BSD, Tangerang Selatan yang dikembangkan oleh PT Asia Propertindo Building (APB), Trembesi Hotel yang berada di kawasan strategis dekat dengan perkantoran dirancang khusus untuk kebutuhan bisnis dan akomodasi yang nyaman bagi para profesional serta wisatawan yang mencari pengalaman menginap modern dan berkualitas di Tangerang Selatan. Selain itu, karena lokasinya yang berada di tengah kota banyak wisatawan yang berkunjung untuk staycation mencari suasana yang lebih

berkesan dan nyaman. Hotel yang merupakan bentuk salah satu usaha yang dikelola secara komersial dengan tujuan memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan untuk para tamu dan juga wisatawan (Noviastuti & Cahyadi, 2020).

Untuk dapat mencapai kenyamanan dan kesan yang mudah di ingat dapat melalui ciri khas dari brand identity. Untuk dapat menciptakan ikatan emosional dengan pengguna melalui brand identity sangat penting untuk menumbuhkan loyalitas dan daya tarik jangka waktu panjang (Kurniawan, 2020). Dengan menerapkan ide desain yang konsisten dengan identitas hotel juga akan meningkatkan posisi hotel dan memberikan pengalaman yang disesuaikan kepada pengunjung. Dalam konteks branding hotel, kepercayaan dan komitmen dari konsumen atau tamu akan tumbuh ketika mereka mendapatkan pengalaman yang berkesan selama menginap, selain merasa puas dengan pelayanan yang diberikan (Dwitya et al., 2024).

METODE PENELITIAN

Studi kasus kajian ini berangkat dari latar belakang dan rumusan masalah yang ditemukan pada objek studi yaitu belum menerapkan aspek *brand identity* untuk dapat memperkuat daya tarik pengunjung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisa deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara mengumpulkan data, melakukan analisis dan survei langsung pada objek yaitu hotel trembesi. Adanya wawancara terhadap narasumber untuk dapat mengumpulkan data berupa informasi(Pratiwi et al., 2024). Dari wawancara tersebut informasi yang didapatkan seperti mengetahui persepsi, kebutuhan, dan harapan masing-masing pihak terkait desain dan pengalaman menginap di hotel tersebut yang kemudian akan dilakukan analisis berdasarkan perbandingan fakta serta fenomena terhadap teori pada studi literatur. Setelah data terkait objek peneliti terkumpul, selanjutnya akan dikaji dalam hasil dan diskusi. Terakhir adalah mengambil

kesimpulan terkait penerapan *brand identity* pada ruang dalam hotel Trembesi dan memberikan saran tehadap penerapan aspek tersebut sehingga dapat mencapai kualitas desain ruang yang lebih baik. Berikut metode yang digunakan dalam penelitian studi kasus hotel Trembesi:

Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan untuk membantu dalam mengumpulkan data dari lapangan yang meliputi pengamatan pada objek perancangan. Studi lapangan dilakukan dengan melakukan dua studi banding dan objek perancangan. Obyek yang terkait dengan perancangan diantaranya adalah *Courtyard by Marriot* Bandung Dago dan *Atria Hotel And Conference Gading Serpong* yang merupakan objek studi banding.

Observasi

Observasi yang dilakukan di Trembesi Hotel bertujuan untuk memahami suatu kondisi lingkungan melalui pengamatan mendalam dan analisis data yang dikumpulkan. Proses ini membantu menghasilkan informasi yang valid dan relevan sebagai dasar untuk melanjutkan studi atau menemukan solusi terhadap permasalahan yang ada di lapangan.

Wawancara

Wawancara yang dilakukan dengan pihak desainer untuk mengetahui tentang visual desain. Kemudian wawancara yang dilakukan dengan pihak hotel untuk mengetahui tentang profil perusahaan dan juga permasalahan yang sering di keluhkan dari pengunjung. Serta melakukan wawancara dengan salah satu pengunjung untuk mengetahui secara langsung apa yang di rasakan oleh pengunjung.

Studi Literatur

Studi literatur adalah metode pengumpulan data tentang objek studi dengan cara mempelajari buku-buku, literatur, catatan, dan tesis yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Memberikan landasan teori yang kuat dan untuk

memahami konteks serta temuantemuan sebelumnya. Studi literatur yang dilakukan melalui jurnal dan buku yang berkaitan dengan objek perancangan.

Analisis Data

Analisis data berdasarkan studi literatur, wawancara, quisioner dan google review yang telah dilakukan untuk menumukkan permasalahan yang ada pada objek perancangan. Tujuan dari analisis data adalah untuk mengubah data menjadi informasi yang berguna supaya dapat menarik kesimpulan berdasarkan data yang tersedia.

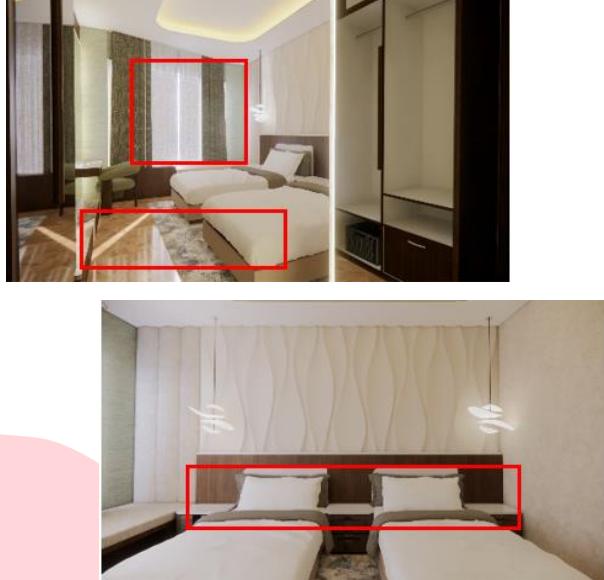
HASIL DAN DISKUSI

Tema perancangan

Hotel bisnis adalah hotel yang diperuntukan bagi masyarakat terdiri dari jangka waktu pendek dan tamu datang kebanyakan bertujuan untuk bisnis, pertemuan, seminar, dagang, dan acara resmi perusahaan, sebagai sarana untuk bisnis dengan gedung bertingkat (Fathurrahman, Irwin and Khaliesh, 2021). Desain hotel di Tangerang Selatan yang bertemakan "*Nature Sanctuary in the City*" menggabungkan unsur desain modern dan organik. Tujuannya adalah untuk menciptakan suasana yang tenang jauh dari hiruk pikuk kota sehingga pengunjung dapat berinteraksi dengan alam. Desain hotel ini modern dan organik, dengan bentuk organik dan aksen minimalis. Berdasarkan konsep Kim Kuhteubl (Febrianti *et al.*, 2024), konsep suasana yang digambarkan dalam desain ini terkait dengan elemen identitas brand. Secara konsisten menerapkan tiga komponen identitas brand, , yaitu aspek clear vision, unique story, dan energi sesuai dengan visi dan misi.

<p><i>Clear vision</i></p> <p>kejelasan identitas dan visi dari perusahaan. Hal ini bisa dilihat melalui penempatan logo, signage, batasan ruang, organisasi ruang dan layout furniture. (Sulistio, 2021)</p>	   <p>- Visi ini tercermin dalam signage yang jelas, yang ditempatkan di lokasi strategis dan menggunakan font yang konsisten. Selain itu, layout dirancang untuk menyesuaikan dengan aktivitas dan layout ruang, sehingga memudahkan pengunjung untuk beraktivitas.</p>
--	--

<i>Unique Story</i>	<p>pesan atau cerita yang ingin dibagikan kepada pengunjung melalui logo maupun desain interior. bentuk, warna, dan material yang digunakan dalam desain interior untuk dapat mempengaruhi suasana dan fungsi ruang (Sulistio, 2021).</p>    
Energy	<ul style="list-style-type: none"> - Filosofi pohon Trembesi menjadi dasar dari hotel ini, di mana setiap ruangan memiliki makna yang lebih bermakna. lobby dan lounge seperti batang pohon yang kokoh, membentuk dasar yang megah dan indah untuk hotel ini. Café dan bar melambangkan cabang-cabang yang rindang, menjadi pusat interaksi dan sosial bagi para tamu. Kamar melambangkan daun, memberikan suasana privat dan perlindungan, memastikan setiap tamu dapat menikmati ketenangan dan privasi.

<p>Keindahan dan kualitas ruang yang menarik perhatian dan menunjang kenyamanan pengunjung (Sulistio, 2021).</p>	 <ul style="list-style-type: none"> - Energy sangat mengutamakan kenyamanan tamu dan menciptakan lingkungan penginapan yang ideal melalui berbagai elemen desain. Untuk mengurangi kebisingan dan menciptakan suasana yang tenang, hotel ini menggunakan material <i>wall acoustic</i> dan karpet. Selain itu, dengan menggunakan kaca <i>low-e</i> dan <i>double curtain</i>, untuk mengurangi suhu tinggi dan silau telah diatasi secara efektif, yang tidak hanya menjamin kenyamanan visual tetapi juga menjaga suhu dalam ruangan tetap stabil.
--	---

Tabel 1. Penerapan konsep Brand Identity

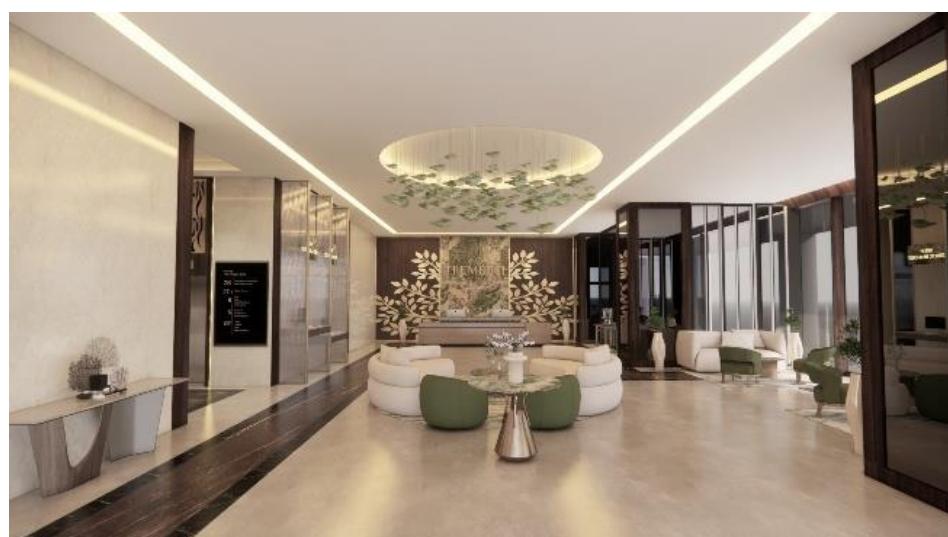
Sumber: Analisis Pribadi, 2025

Konsep Organisasi Ruang dan Layout

Organisasi ruang hotel ini menerapkan konsep linear dari Francis D.K. Ching, yang bertujuan untuk menciptakan sirkulasi yang efektif dan efisien di seluruh area bangunan, diterapkan dalam organisasi ruang hotel. Polanya yang linear ini diterapkan secara konsisten di seluruh bangunan: menghubungkan lobi, kafe/bar, dan ruang pertemuan di lantai dasar; menghubungkan langsung ballroom,

restoran, spa, gym, dan area bermain anak-anak di lantai 6 dan 16; serta memudahkan tamu untuk menuju kamar mereka di lantai kamar tamu. Oleh karena itu, organisasi ruang linear ini merupakan organisasi utama yang memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi setiap tamu hotel selama menginap.

Penerapan Konsep Pada Ruang



Gambar 1. Lobby & Lounge

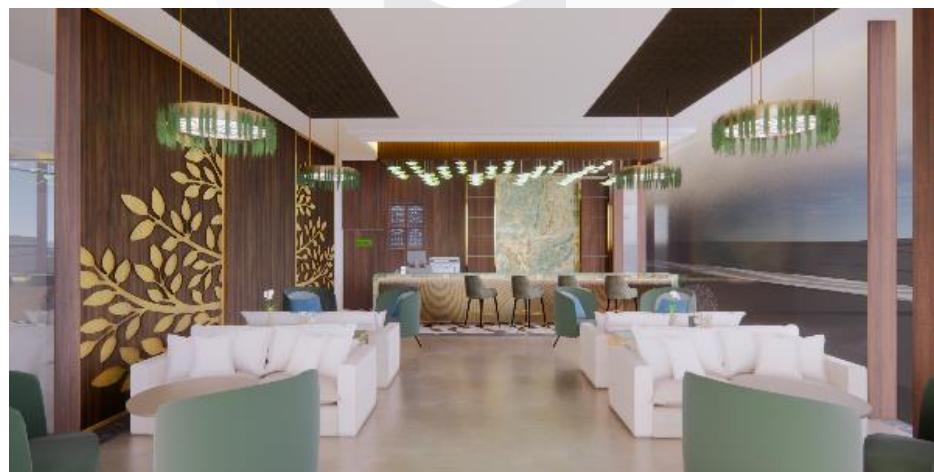
Sumber: Pribadi, 2025

Area lobby memiliki layout terbuka dan luas dengan sofa berbentuk lingkaran sebagai pusatnya, menyediakan area duduk yang nyaman dan panduan sirkulasi yang efisien untuk akses mudah ke berbagai area. Penerapan konsep pada Lobby & Lounge:

1. Konsep bentuk : menggabungkan garis lurus dan lengkung yang terinspirasi dari logo brand.
2. Konsep material : Dinding mengkombinasikan HPL, kaca low-e, kayu, dan tinted

mirror. Lantai perpaduan *sintered stone slab* dan karpet. ceiling gypsum dan sedikit aksen HPL. Furniture seperti fabric, HPL, gold stainless steel, dan kaca

- | | |
|-----------------------|---|
| 3. Konsep warna | : Warna yang dominasi adalah warna cream. Penggunaan warna coklat dan hijau sebagai aksen di ruang lobby. |
| 4. Konsep pencahayaan | : Menggunakan pencahayaan alami dari dinding kaca dan menggunakan pencahayaan buatan seperti LED dan Strip light. |
| 5. Konsep Penghawaan | : AC Split duct |
| 6. Konsep furniture | : loose furniture |
| 7. Konsep Keamanan | : CCTV, fire alarm, smoke detector, dan sistem sprinkler |



Gambar 2. cafe & bar

Sumber: Pribadi, 2025

Area Cafe & Bar dibagi menjadi tiga bagian yaitu bar, area makan, dan area outdoor, untuk dapat memungkinkan pengunjung memilih area yang mereka inginkan dan memastikan fleksibilitas dalam menyesuaikan kapasitas pengunjung. Penerapan konsep pada Cafe & Bar:

1. Konsep bentuk : Geometris dan organik
2. Konsep material : Dinding mengkombinasikan HPL, kaca low-e, kayu, dan tinted mirror. Lantai perpaduan *sintered stone slab* dan karpet. ceiling gypsum dan sedikit aksen HPL. Furniture seperti fabric, HPL, gold stainless steel, dan kaca
3. Konsep warna : Warna yang dominasi adalah warna cream. Penggunaan warna coklat dan hijau sebagai aksen.
4. Konsep pencahayaan : Menggunakan pencahayaan alami dari dinding kaca dan menggunakan pencahayaan buatan seperti LED dan Strip light.
5. Konsep Penghawaan : AC Split duct
6. Konsep furniture : loose furniture dan built in furniture
7. Konsep Keamanan : CCTV, fire alarm, smoke detector, dan sistem sprinkler



Gambar 3. Guest Room

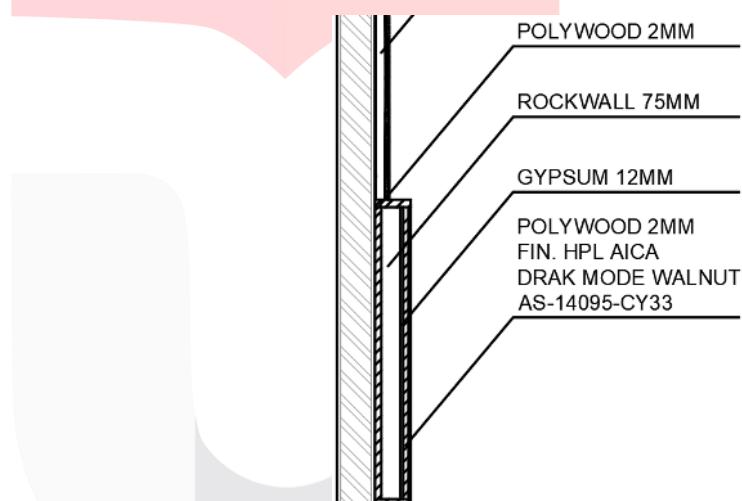
Sumber: Pribadi, 2025

Hotel ini mengutamakan privasi, kenyamanan, dan efisiensi ruang dalam layout kamar tamunya, menawarkan berbagai tipe kamar dan fasilitas.

Penerapan konsep pada guest room:

1. Konsep bentuk : Geometris dan organik
2. Konsep material : Dinding HPL dan wallpaper. Lantai granit dan karpet.
3. Konsep warna : Warna yang dominasi adalah warna cream. Penggunaan warna coklat dan hijau sebagai aksen di ruang lobby. . Ceiling menggunakan gypsum. Furniture menggunakan material fabric, HPL, aksen gold stainless steel, dan top marmer.
4. Konsep pencahayaan : Menggunakan pencahayaan alami dari dinding kaca dan menggunakan

- pencahayaan buatan seperti LED dan Strip light.
5. Konsep Penghawaan : AC Split duct dan exhaust fan
 6. Konsep furniture : loose furniture dan built in furniture
 7. Konsep Keamanan : CCTV, fire alarm, smoke detector, dan sistem sprinkler
 8. Konsep akustik : Penerapan yang akan digunakan adalah pemasangan material rockwool dengan finishing wall panel



Gambar 4. Penerapan konsep akustik

Sumber: Pribadi, 2025

KESIMPULAN

Hotel Trembesi di Tangerang Selatan didesain ulang dengan tema identity brand “Nature sanctuary in the city” dan konsep “harmony and calm”. Tujuannya adalah untuk memberikan pengalaman menginap yang berkesan dengan suasana yang nyaman, modern, dan ramah lingkungan. Desainnya menonjolkan palet

warna netral, garis furnitur yang tegas dan melengkung, pencahayaan alami, serta bahan ramah lingkungan bersertifikat. Tujuannya adalah menjadikan Hotel Trembesi sebagai destinasi yang relevan dan menarik bagi pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Fathurrahman, M.A., Irwin, I. and Khaliesh, H. (2021) 'Perancangan Hotel Bisnis Di Kabupaten Sintang', *JMARS: Jurnal Mosaik Arsitektur*, 9(1), p. 228. Available at: <https://doi.org/10.26418/jmars.v9i1.45112>.
- Febrianti, K. et al. (2024) 'PERANCANGAN INTERIOR THE PAPANDAYAN HOTEL DI JL . OTTO ISKANDARDINATA BANDUNG DENGAN PENDEKATAN IDENTITAS HOTEL INTERIOR DESIGN OF THE PAPANDAYAN HOTEL AT JL . OTTO ISKANDARDINATA BANDUNG WITH THE HOTEL IDENTITY APPROACH', 11(1), pp. 1577–1588.
- Fitri, R. and Pangaribowo, R.L. (2022) 'Analisis ketersediaan ruang terbuka hijau di Kota Tangerang Selatan', *Jurnal Arsitektur Lansekap*, 8(2), p. 119. Available at: <https://doi.org/10.24843/jal.2022.v08.i02.p13>.
- Noviastuti, N. and Cahyadi, D.A. (2020) 'Peran Reservasi Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Tamu Di Hotel Novotel Lampung', *Jurnal Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Perhotelan)*, 3(1), pp. 31–37. Available at: <https://jurnal.akparda.ac.id/index.php/jurnalnusantara/article/view/32>.
- Pratiwi, P.A. et al. (2024) 'Mengungkap Metode Observasi Yang Efektif Menurut Pra-Pengajar EFL', *Mutiara : Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*, 2(1), pp. 133–149.
- Siregar, H.A. and Adi, R. (2021) 'Kajian Desain Interior Bernuansa Natural-Modern Studi Kasus Khana Spa, Surabaya', *Jurnal Patra*, 3(1), pp. 53–58.

Available at: <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/patra>.

- Sulistio, A.B. (2021) 'BRANDING SEBAGAI INTI DARI PROMOSI BISNIS Oleh Ahmad Budi Sulistio Branding adalah berbagai kegiatan yang bertujuan untuk membangun dan membesarkan identitas sebuah', *Jurnal ProFilm 2020-Boim-Membangun Branding*, pp. 1–16. Available at: <https://indonesia.sae.edu/wp-content/uploads/2021/02/Branding-Sebagai-Inti-Dari-Promosi-Bisnis.pdf>.
- Fathurrahman, M.A., Irwin, I. and Khaliesh, H. (2021) 'Perancangan Hotel Bisnis Di Kabupaten Sintang', *JMARS: Jurnal Mosaik Arsitektur*, 9(1), p. 228. Available at: <https://doi.org/10.26418/jmars.v9i1.45112>.
- Febrianti, K. et al. (2024) 'PERANCANGAN INTERIOR THE PAPANDAYAN HOTEL DI JL . OTTO ISKANDARINATA BANDUNG DENGAN PENDEKATAN IDENTITAS HOTEL INTERIOR DESIGN OF THE PAPANDAYAN HOTEL AT JL . OTTO ISKANDARINATA BANDUNG WITH THE HOTEL IDENTITY APPROACH', 11(1), pp. 1577–1588.
- Fitri, R. and Pangaribowo, R.L. (2022) 'Analisis ketersediaan ruang terbuka hijau di Kota Tangerang Selatan', *Jurnal Arsitektur Lansekap*, 8(2), p. 119. Available at: <https://doi.org/10.24843/jal.2022.v08.i02.p13>.
- Noviastuti, N. and Cahyadi, D.A. (2020) 'Peran Reservasi Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Tamu Di Hotel Novotel Lampung', *Jurnal Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Perhotelan)*, 3(1), pp. 31–37. Available at: <https://jurnal.akparda.ac.id/index.php/jurnalnusantara/article/view/32>.
- Pratiwi, P.A. et al. (2024) 'Mengungkap Metode Observasi Yang Efektif Menurut Pra-Pengajar EFL', *Mutiara : Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*, 2(1), pp. 133–149.
- Siregar, H.A. and Adi, R. (2021) 'Kajian Desain Interior Bernuansa Natural-Modern Studi Kasus Khana Spa, Surabaya', *Jurnal Patra*, 3(1), pp. 53–58. Available at: <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/patra>.
- Sulistio, A.B. (2021) 'BRANDING SEBAGAI INTI DARI PROMOSI BISNIS Oleh Ahmad Budi Sulistio Branding adalah berbagai kegiatan yang bertujuan untuk membangun dan membesarkan identitas sebuah', *Jurnal ProFilm 2020-Boim-Membangun Branding*, pp. 1–16. Available at: <https://indonesia.sae.edu/wp-content/uploads/2021/02/Branding-Sebagai-Inti-Dari-Promosi-Bisnis.pdf>.

Bisnis.pdf.

Taylor, S. (2007) 'Hotels', *Franchising Hospitality Services*, pp. 170–191.

