

PERANCANGAN ULANG HOTEL KRISTAL URBAN RESORT BINTANG 4 DI JAKARTA SELATAN DENGAN PENDEKATAN *BRAND IDENTITY*

Mutiara azra¹, Rangga Firmansyah² dan Rexha Septine Faril Nanda³

¹Program Studi Desain Interior, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University, Jl. Telekomunikasi No. 1,
Bandung Terusan Buahbatu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat
40257

mutiaraazra162@gmail.com, ranggafirmansyah@gmail.com, rexhaseptine@telkomuniversity.ac.id

Abstrak : Hotel Kristal dengan tipe hotel *urban resort* merupakan hotel bintang empat yang berlokasi di Jakarta Selatan, kawasan yang dikenal sebagai pusat bisnis dan gaya hidup masyarakat modern. Seiring berkembangnya tren wisata perkotaan serta meningkatnya kebutuhan tamu terhadap kenyamanan dan pengalaman menginap yang berkesan, diperlukan perancangan ulang interior yang mampu memperkuat citra dan karakter Hotel Kristal. Perancangan ini menggunakan pendekatan *brand identity* untuk menampilkan kepribadian dan nilai-nilai merek Hotel Kristal ke dalam desain ruang. Unsur identitas seperti warna, bentuk, material, dan pencahayaan diolah secara terpadu agar menciptakan suasana yang modern, hangat, serta elegan, sesuai dengan karakter hotel sebagai *urban resort* di tengah kota. Selain itu, perancangan interior juga memperhatikan aspek fungsional, kenyamanan visual, serta alur sirkulasi pengguna. Hasil perancangan menunjukkan bahwa penerapan elemen identitas merek secara konsisten pada seluruh area hotel mampu memperkuat citra visual, meningkatkan kenyamanan ruang, serta membangun pengalaman menginap yang lebih menyatu dan berkesan bagi para tamu.

Kata kunci: Hotel Kristal, perancangan interior, hotel bintang empat, *brand identity*, desain *urban*, pengalaman tamu.

Abstract : *Hotel Kristal, classified as an urban resort hotel, is a four-star hotel located in South Jakarta, an area known as a center of business activities and modern lifestyle. Along with the development of urban tourism trends and the increasing demand of guests for comfort and memorable stay experiences, an interior redesign is required to strengthen the image and character of Hotel Kristal. This design applies a brand identity approach to translate the personality and core values of Hotel Kristal into spatial design. Identity elements such as color, form, material, and lighting are integrated to create a modern, warm, and elegant atmosphere that reflects the hotel's character as an urban resort within the city. In addition, the interior design considers functional aspects, visual comfort, and user circulation. The design results indicate that the consistent application of brand identity elements throughout the hotel areas can enhance visual image, improve spatial comfort, and create a more cohesive and memorable stay experience for guests.*

Keywords: *Hotel Kristal, interior design, four-star hotel, brand identity, urban design, guest experience.*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan sektor perhotelan di wilayah perkotaan terus meningkat seiring dengan berkembangnya kegiatan ekonomi, tingginya mobilitas masyarakat, dan perubahan gaya hidup urban. Saat ini, hotel tidak hanya berperan sebagai tempat menginap, tetapi juga sebagai ruang yang menawarkan kenyamanan, pengalaman, serta kualitas suasana bagi tamu masa kini. Konsep urban resort berkembang sebagai jawaban atas kebutuhan tersebut dengan memadukan suasana relaksasi khas resort dan kemudahan akses serta fasilitas perkotaan. Jakarta Selatan, yang dikenal sebagai kawasan bisnis dan gaya hidup modern, menjadi lokasi strategis bagi pengembangan hotel berkonsep ini. Salah satu contohnya adalah Hotel Kristal, hotel bintang empat di Cilandak yang telah beroperasi sejak tahun 1995 dengan konsep urban resort. Letaknya yang berada di jalur bisnis TB Simatupang menjadikan

hotel ini banyak diminati oleh tamu bisnis, ekspatriat, serta pengunjung dengan durasi tinggal menengah hingga panjang. Data Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta (BPS, Triwulan I-2025) menunjukkan bahwa sektor akomodasi serta penyediaan makanan dan minuman mengalami peningkatan yang signifikan seiring naiknya tingkat hunian kamar hotel. Hal ini mengindikasikan bahwa persaingan antarhotel bintang empat di Jakarta Selatan semakin kompetitif dan menuntut adanya pembeda yang kuat, terutama dalam hal fasilitas dan kualitas desain interior. Menurut (Rangga et al., 2024) Selain sekadar menyediakan tempat untuk menginap, hotel transit juga penting untuk mendukung hiburan, rekreasi, dan komunikasi, memungkinkan para penumpang untuk beristirahat dari perjalanan mereka yang sibuk dan mempersiapkan diri untuk tujuan berikutnya. Perancangan hotel ditujukan sebagai fasilitas komersial yang menyediakan layanan, akomodasi, dan restoran, dengan tujuan memenuhi kenyamanan pengunjung melalui kelengkapan berbagai fasilitas sesuai standar yang berlaku.

Berdasarkan hasil observasi lapangan, interior Hotel Kristal dinilai belum sepenuhnya merepresentasikan karakter sebagai hotel berkonsep *urban resort* maupun memenuhi standar visual hotel bintang empat. Konsep *urban resort* masih lebih dominan diterapkan pada area eksterior, sementara ruang interior, khususnya area publik, cenderung didominasi oleh elemen desain bergaya lama yang kurang selaras dengan perkembangan tren desain perhotelan masa kini. Selain itu, penerapan identitas merek hotel belum terintegrasi secara konsisten ke dalam elemen ruang, sehingga citra visual yang ingin disampaikan belum terbentuk secara kuat bagi pengunjung. Keller (1993) menyatakan bahwa merek merupakan simbol kepercayaan yang merepresentasikan kualitas dan jaminan, sedangkan Hamzah et al. (2024) menjelaskan bahwa identitas merek tercermin melalui elemen visual seperti

logo, warna, tipografi, dan desain ruang. Gunawan et al. (2017) menegaskan bahwa interior branding yang efektif perlu memperhatikan keseimbangan aspek *clear vision*, *unique story*, dan *energy* yang diwujudkan melalui kejelasan tata ruang, kekuatan konsep desain, serta kualitas visual dan kenyamanan ruang. Di sisi lain, penataan pencahayaan buatan yang belum optimal serta penggunaan material dan furnitur yang tidak lagi memenuhi standar hotel bintang empat turut memengaruhi persepsi kualitas ruang dan kenyamanan pengguna. Bagus et al. (2025) menambahkan bahwa pemilihan FF&E yang selaras dengan konsep desain interior mampu menciptakan karakter unik dan membedakan hotel dari kompetitornya, sehingga berperan penting dalam meningkatkan daya saing Hotel Kristal.

Berbagai kajian dalam bidang desain interior perhotelan menegaskan bahwa perancangan interior memiliki peran penting dalam membentuk citra, karakter, dan identitas sebuah hotel. Melalui pendekatan *brand identity*, nilai, visi, serta karakter merek dapat diterjemahkan secara visual ke dalam elemen ruang, seperti warna, material, bentuk, pencahayaan, dan pengaturan tata ruang (Gelder, 2005). Pendekatan ini tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan kualitas estetika, tetapi juga berperan dalam membangun pengalaman ruang yang dirasakan secara langsung oleh pengguna. Dalam konteks Hotel Kristal, pendekatan *brand identity* dinilai relevan untuk menjawab permasalahan interior yang belum menampilkan karakter *urban resort secara* konsisten. Dengan mengintegrasikan identitas merek ke dalam desain ruang, hotel dapat menciptakan pengalaman menginap yang lebih terarah dan berkarakter. Kebaruan dari perancangan ini terletak pada penerapan *brand identity* secara komprehensif pada hotel bintang empat berkonsep *urban resort* yang berada di kawasan bisnis Jakarta Selatan, sehingga desain tidak hanya berfokus pada tampilan visual, tetapi juga pada pembentukan pengalaman ruang yang terpadu (Putri et al., 2024).

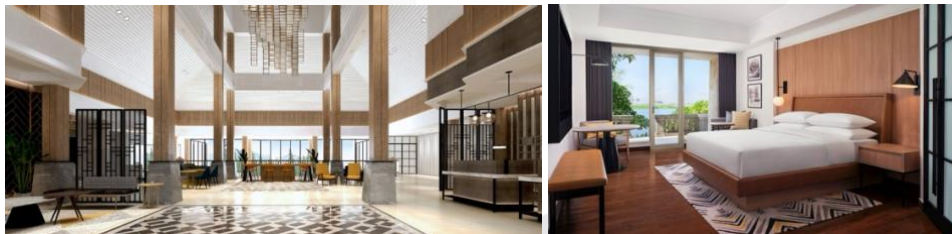
Berdasarkan permasalahan dan kajian yang telah dipaparkan, penelitian ini difokuskan pada perancangan ulang interior Hotel Kristal, Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Standar klasifikasi hotel bintang 4 menetapkan suatu bangunan yang di peruntukkan sebagai usaha hotel yang baik dan terawat, dengan itu perancangan ini menerapkan pendekatan *brand identity* melalui tema *Luxury Neo Tropical*. Pendekatan tersebut dimanfaatkan untuk menegaskan karakter hotel sebagai *urban resort* yang memadukan suasana tropis dengan nuansa modern dan berkelas. Perancangan ulang ini diarahkan untuk meningkatkan kualitas visual ruang interior melalui pengolahan material, warna, pencahayaan, serta furnitur yang selaras dengan identitas merek hotel. Selain aspek visual, perancangan juga mempertimbangkan peningkatan kenyamanan ruang dan dukungan terhadap berbagai aktivitas tamu, baik tamu bisnis maupun pengunjung dengan masa tinggal menengah hingga panjang. Dengan menghadirkan desain interior yang lebih adaptif terhadap perkembangan tren perhotelan saat ini, diharapkan Hotel Kristal mampu menghadirkan pengalaman menginap yang lebih berkesan sekaligus meningkatkan daya saing. Hasil perancangan ini diharapkan dapat memperkuat citra Hotel Kristal sebagai hotel bintang empat berkonsep *urban resort* yang relevan dan kompetitif di tengah dinamika industri perhotelan Jakarta Selatan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan perancangan berbasis *brand identity* dalam proses perancangan ulang interior Hotel Kristal. Pendekatan tersebut digunakan untuk memahami keterkaitan antara karakter merek hotel dengan pembentukan kualitas ruang interior.

Tahap pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan guna mengkaji kondisi eksisting, tata ruang, serta elemen interior yang memengaruhi kenyamanan dan pengalaman pengguna. Studi literatur digunakan sebagai dasar teoretis yang membahas standar hotel bintang empat, konsep *urban resort*, serta penerapan identitas merek dalam desain interior. Selain itu, wawancara dengan pihak manajemen hotel dilakukan untuk memperoleh pemahaman terkait kebutuhan operasional, visi dan misi hotel, serta harapan terhadap pembaruan desain. Studi banding terhadap hotel sejenis turut dilakukan sebagai referensi kualitas desain dan penerapan konsep. Seluruh data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk merumuskan kebutuhan ruang dan konsep perancangan, yang selanjutnya diaplikasikan pada area lobby, lounge, ruang pertemuan, dan kamar tamu.

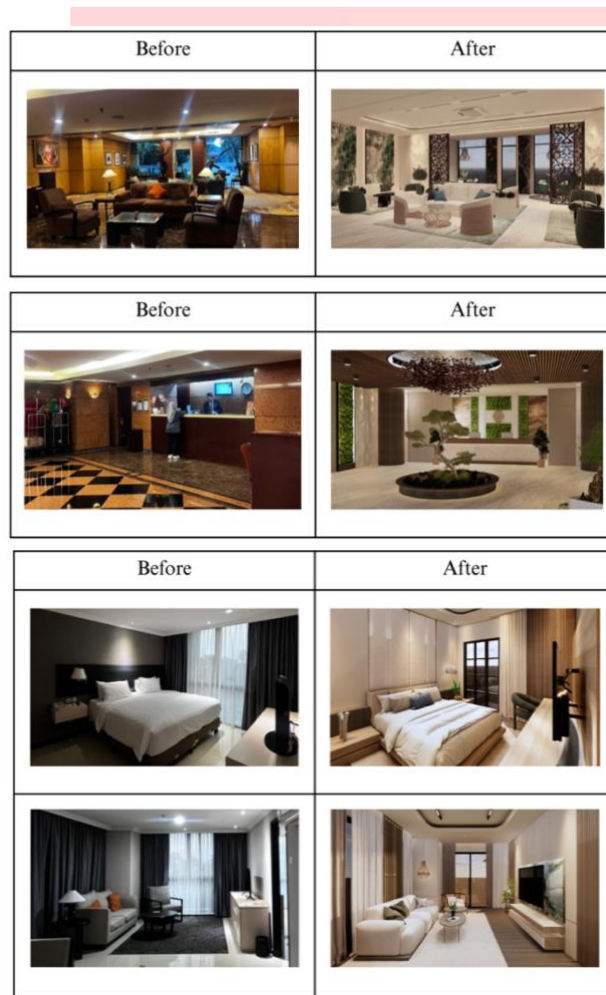
HASIL DAN DISKUSI



Gambar 1 Studi Preseden Hotel Sheraton Jakarta
Sumber : Website Hotel Sheraton Jakarta

Hotel Sheraton Jakarta dapat dijadikan sebagai rujukan dalam penerapan konsep hotel *urban resort* karena mampu menghadirkan keseimbangan antara fungsi akomodasi perkotaan dan suasana relaksasi yang identik dengan *resort*. Penerapan konsep tersebut terlihat pada perancangan interior yang menekankan keterbukaan ruang, skala yang lapang, serta pemanfaatan pencahayaan alami secara optimal. Penggunaan material bernuansa alami, seperti kayu dan batu, dipadukan dengan elemen modern

sehingga menciptakan suasana yang hangat, tenang, dan tetap berkelas. Area lobby dan ruang publik dirancang sebagai ruang transisi yang nyaman, tidak hanya berfungsi sebagai area sirkulasi, tetapi juga sebagai ruang bersantai dan berinteraksi. Hubungan visual antara ruang dalam dan area luar diperkuat melalui bukaan yang luas, sehingga kesan *resort* tetap terasa meskipun berada di lingkungan perkotaan. Konsistensi desain interior yang mengutamakan kenyamanan, kualitas material, dan pengaturan pencahayaan menunjukkan bahwa Hotel Sheraton Jakarta telah memenuhi karakteristik hotel *urban resort* sekaligus standar hotel berbintang.



Gambar 2 Before After Hasil Desain

Sumber: Dokumentasi Penulis

Perbandingan antara kondisi eksisting dan hasil perancangan menunjukkan adanya peningkatan kualitas ruang yang signifikan pada interior Hotel Kristal. Pada kondisi sebelumnya, ruang cenderung tertutup dengan dominasi warna gelap, serta penggunaan material dan furnitur yang sudah tidak sesuai dengan perkembangan desain hotel bintang empat. Penataan pencahayaan buatan yang belum maksimal menyebabkan suasana ruang terasa berat, kurang nyaman, dan belum mampu menampilkan karakter hotel berkonsep *urban resort*. Selain itu, identitas visual hotel belum tersampaikan secara jelas, sehingga pengalaman ruang yang dirasakan oleh tamu terkesan umum dan kurang berkarakter.

Setelah dilakukan perancangan ulang, interior Hotel Kristal mengalami perubahan melalui penerapan pendekatan *brand identity* dengan tema *Luxury Neo Tropical*. Ruang dirancang menjadi lebih terbuka, terang, dan tertata dengan baik melalui pemilihan material bernuansa alami serta penggunaan palet warna hangat. Sistem pencahayaan dirancang secara berlapis untuk mendukung fungsi ruang sekaligus membangun suasana yang nyaman dan elegan. Transformasi ini mampu memperkuat karakter *urban resort*, meningkatkan kenyamanan pengguna, serta menciptakan pengalaman menginap yang lebih berkesan dan memiliki daya saing.

KESIMPULAN

Perancangan ulang interior Hotel Kristal bertujuan untuk menegaskan identitas hotel sebagai *urban resort* bintang empat melalui penerapan pendekatan *brand identity*. Hasil perancangan menunjukkan bahwa integrasi identitas merek secara konsisten ke dalam elemen ruang, seperti pengaturan tata ruang, pemilihan material, warna, pencahayaan, serta furnitur, mampu meningkatkan kualitas visual interior dan membentuk suasana ruang yang

lebih nyaman serta memiliki karakter yang kuat. Pendekatan ini juga berperan dalam menciptakan pengalaman menginap yang lebih terstruktur dan berkesan bagi tamu, baik tamu bisnis maupun pengunjung dengan durasi tinggal menengah hingga panjang. Dari sisi keilmuan, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian desain interior, khususnya terkait strategi penerapan *brand identity* pada perancangan hotel dengan konsep *urban resort*. Adapun keterbatasan penelitian terletak pada cakupan perancangan yang masih terbatas pada beberapa area utama hotel, sehingga belum menggambarkan keseluruhan bangunan secara menyeluruh. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengaplikasikan pendekatan serupa pada seluruh area hotel untuk menghasilkan perancangan yang lebih komprehensif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagus, I. Y. B., Padmanaba, C. G. R., & Darmastuti, P. A. (2025). *Desain interior Shangri-La Hotel Zhengzhou di PT Ara Design*. Vastukara, 5, 44–58.
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2025). *Pertumbuhan ekonomi Provinsi DKI Jakarta Triwulan I-2025* (No. 23).
- Gelder, S. van. (2005). *Global brand strategy*. Kogan Page.
- Gunawan, A. I., Sari, S. M., & Frans, S. M. (2017). *Penerapan interior branding pada Hotel Yello*. 5(2), 247–254.
- Hamzah, Z., Hanafiah, U. I., Septine, R., & Nanda, F. (2024). *Strategi implementasi nilai brand identity terhadap perancangan interior Pointlab co-working space*. 11(3), 5287–5302.
- Keller, K. L. (1993). *Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity*.
- Putri, S. R., Liritantri, W., & Nabila, G. P. (2024). *Perancangan ulang hotel butik Verona Palace di kota*. 11(3), 5187–5203.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014. (n.d.).
- Rangga, F., Azkia, N., Utaberta, N., & Shaari, N. (2024). *Enhancing transit hotel experiences: A comparative study of interior facility requirements in Indonesian transportation hubs*. 8. <https://doi.org/10.20885/jars.vol8.iss2.art5>