

PERANCANGAN INTERIOR HOTEL BUTIK KOTA BANDUNG DENGAN PENDEKATAN PSIKOLOGI RUANG

Aditya Alfahri Damanik/1603172204

Program Studi Desain Interior, Universitas Telkom

adityadamanik1@gmail.com

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan industri pariwisata di Indonesia, berbagai hotel dengan desain yang unik di Bandung mulai bermunculan sebagai upaya untuk menarik wisatawan. Masa pandemi Covid-19 memberikan dampak yang merugikan pada sektor pariwisata. Adapun masyarakat kota yang juga mulai mengurangi kegiatan perjalanan liburan bersifat *outdoor*. Masyarakat penduduk kota memiliki rutinitas yang melelahkan di tengah hiruk pikuk kota asal mereka. *Lifestyle* perkotaan dapat menimbulkan stress yang berkepanjangan terlebih dengan adanya pandemi yang terjadi. Hal tersebut memberikan dampak buruk terhadap kesehatan fisik dan mental bahkan psikologis. Dari keadaan tersebut, solusi yang dapat dilakukan selain beristirahat adalah *staycation* yaitu kegiatan berlibur di sebuah tempat yang dapat memberikan atensi positif seperti ketenangan pikiran, jiwa, dan raga. *Staycation* merupakan fenomena baru yang muncul dikalangan generasi millennial dan penduduk kota. Kota Bandung merupakan salah satu kota besar dengan masyarakat yang mengikuti *trend* tersebut. Dewasa ini, *staycation* dilakukan dengan menginap di hotel yang letaknya berada di tengah atau pinggiran kota. Kegiatan *staycation* sangat erat kaitannya dengan kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan rasa rileks. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *staycation* dapat menghasilkan *eudaimonic* terhadap diri seseorang.

Saat ini, salah satu jenis hotel yang mulai diminati oleh wisatawan dalam melakukan *trend* berlibur *staycation* adalah hotel butik. Hotel butik merupakan jenis hotel yang merepresentasikan tren saat ini sebagai *lifestyle brands* yang independen ataupun berafiliasi dengan memiliki citra *style* desain yang unik sehingga menciptakan identitas desain yang ideal. Di kota Bandung sudah terdapat banyak hotel butik, namun belum terdapat hotel butik dengan pendekatan psikologi ruang yang menawarkan konsep *anamorphic optical illusion* seperti pada *New Majestic Hotel* (Singapura), *The Curtis Hotel* (Amerika Serikat), dan *Hotel Gaston* (Perancis). Pada era industri kreatif 4.0 membawa perkembangan pesat bagi desain interior yang tidak hanya terkait kebutuhan dan fungsi ruang, namun juga yang mengedepankan aspek *branding* sebagai daya tarik dalam menarik perhatian konsumen (pengunjung) sehingga pendekatan dan konsep yang digunakan dalam perancangan hotel butik di kota Bandung dapat menjadi solusi yang tepat bagi wisatawan guna memulihkan kekuatan fisik dan mental mereka saat melakukan *staycation* serta menjadikan kota Bandung mendapatkan peringkat yang lebih tinggi pada sektor pariwisata di Indonesia.

Kata Kunci: Hotel, Hotel Butik, *Staycation*, Wisatawan, Psikologi Ruang, *Anamorphic Optical Illusion*.