

PERANCANGAN BARU HOTEL THE MAJESTY DENGAN PENDEKATAN ANALOGI

Agis Ladera Putri Rinaldhi¹, Mahendra Nur Hadiansyah² dan Ganesha Puspa Nabila³

^{1,2,3}S1 Desain Interior, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan Buahbatu - Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257
agisladerapr@student.telkomuniversity.ac.id, hadiansyah.mahendra@tcis.telkomuniversity.ac.id,
ganeshabella@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: The Majesty merupakan sebuah penyedia jasa penginapan dan hunian yang berada dibawah naungan PT Bird Hotels & Residences yang memiliki visi yaitu “Menjadi Perusahaan Management Service yang mengelola Hotel dan Apartemen yang memiliki kualitas pelayanan bertaraf bintang 5” yang salah satu misinya yaitu membuat membuat strategi promosi, marketing, dan penjualan dengan mengutamakan kualitas untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal. Dengan begitu, The Majesty berencana untuk melebarkan jangkauan segmentasi pasarnya. Namun, berdasarkan hasil observasi khususnya pada area unit hotel The Majesty, pencitraan atau ciri khas hotel The Majesty pada elemen interior belum maksimal serta eksistensi The Majesty kian menurun. Dampak dari ketimpangan yang terjadi yaitu dapat menghambat ketertarikan masyarakat jika Hotel The Majesty akan membuka cabangnya di Yogyakarta serta perluasan target konsumen pun akan sulit untuk dicapai. Maka dari itu, perlu dilakukan perancangan baru Hotel The Majesty untuk meningkatkan daya tarik konsumen keluarga dan anak muda dengan menggunakan pendekatan Analogi Rumah Joglo.

Kata kunci: Hotel, Daya Tarik, Ciri Khas

Abstract: The Majesty is a provider of lodging and residential services under the auspices of PT Bird Hotels & Residences which has a vision of "Becoming a Management Service Company that manages Hotels and Apartments that have 5-star service quality" whose one of its missions is to make promotional, marketing, and sales strategies by prioritizing quality to generate maximum profits. That way, The Majesty plans to expand its market segmentation reach. However, based on the results of observations, especially in the area of The Majesty hotel unit, the imagery or characteristics of The Majesty hotel in the interior elements have not been maximized and the existence of The Majesty is declining. The impact of the inequality that occurs can hinder public interest if The Majesty Hotel will open its branch in Yogyakarta and the expansion of the target consumer will be

difficult to achieve. Therefore, it is necessary to design a new design of The Majesty Hotel to improve .

Keywords: *Hotel, Attractiveness, Characteristic*

PENDAHULUAN

The Majesty merupakan sebuah perusahaan jasa yang menyediakan fasilitas penginapan dan hunian yang awal segmentasi pasarnya ditujukan untuk keluarga. Pada awal pembangunannya, The Majesty difungsikan sebagai apartemen, lalu semakin berkembang dengan menambahkan fungsi hotel bintang 4. The Majesty ini memiliki visi yaitu “Menjadi Perusahaan Management Service yang mengelola Hotel dan Apartemen yang memiliki kualitas pelayanan bertaraf bintang 5 yang salah satu misinya yaitu membuat strategi promosi, marketing, dan penjualan dengan mengutamakan kualitas untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal. Saat ini, tingkat okupansi The Majesty yang mana semakin hari kian menurun hingga berada di dibawah 10% pada 2021. Kemudian, semakin ketatnya persaingan antar hotel yang ada di kota bandung itu sendiri membuat keuntungan yang diperoleh dari unit hotel tidak maksimal. Dengan begitu, kebaruaran menjadi strategi yang dapat dipakai untuk meningkatkan eksistensi The Majesty di masyarakat yaitu dengan cara meningkatkan target pasar.

Perancangan baru Hotel The Majesty berada di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi DI Yogyakarta (2022), jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta dan menginap di hotel bintang maupun non bintang mencapai 4,29 juta jiwa pada tahun 2021. Kemudian, rata-rata menginap tamu khususnya pada hotel bintang 5 sebanyak 1,73% dan merupakan angka tertinggi dari rata-rata durasi menginap tamu di hotel selain bintang 5 dan non bintang. Dapat diartikan bahwa minat wisatawan terhadap akomodasi hotel bintang 5 cukup tinggi sedangkan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) di Yogyakarta pada 2021 hanya sebanyak 61,65% lebih rendah daripada 2019 yaitu 72,43%. Sehingga, untuk lebih

meningkatkan pariwisata di Yogyakarta diperlukan tempat singgah salah satunya berupa hotel bintang 5 yang memiliki keunggulan dan ciri khas tersendiri agar sehingga akomodasi hotel menjadi salah satu bangunan pendukung yang dapat memajukan pariwisata di daerah tersebut.

Kemudian, berdasarkan hasil observasi khususnya pada area unit hotel The Majesty, pencitraan atau ciri khas hotel The Majesty pada elemen interior belum maksimal serta eksistensi The Majesty kian menurun dan belum terpenuhi serta tidak beroperasinya beberapa fasilitas publik yang sesuai dengan standar hotel bintang 4. Dampak dari ketimpangan yang terjadi yaitu dapat menghambat ketertarikan masyarakat jika Hotel The Majesty akan membuka cabangnya di Yogyakarta serta perluasan target konsumen pun akan sulit untuk dicapai. Untuk menjawab fenomena yang terjadi, penulis akan membuat perancangan baru Hotel The Majesty dengan menciptakan Hotel The Majesty yang memiliki ciri khas yang kuat dengan meningkatkan penggolongan kelas hotel dengan fasilitas yang sesuai standar hotel bintang 5, serta memaksimalkan desain pada interior bangunan tersebut untuk meningkatkan daya tarik konsumen keluarga dan anak muda.

METODE PENELITIAN

Pada metode penelitian, terdapat empat tahap utama dalam proses perancangan yang meliputi pengumpulan data primer dan sekunder, tahap analisis dan pengolahan data, tahap perancangan, tahap penggambaran gambar kerja. Lalu, terdapat juga pendekatan desain untuk membantu penulis dalam penyelesaian desain.

Tahap pertama yaitu pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer berasal dari observasi, studi lapangan, dan dokumentasi terkait kondisi eksisting bangunan hotel yang berada di Jl. Surya Sumantri No.91, Sukawarna, Sukajadi, Bandung. Serta wawancara pegawai dan tamu hotel. Kemudian penulis juga

menambahkan data kuisioner yang merupakan alat riset yang menyuguhkan berbagai macam pertanyaan sesuai kebutuhan peneliti kepada responden yang menjadi salah satu instrumen penting data (KBBI Daring, 2016). Sedangkan pengumpulan data sekunder dilakukan dengan menambahkan referensi dari studi literature melalui buku, jurnal, maupun studi preseden dengan bangunan sejenis. Tahap kedua merupakan analisis dan pengolahan data yang meliputi *programming* yakni sebuah langkah awal yang dilakukan untuk menganalisis situasi, merencanakan strategi dan struktur yang dapat menghasilkan persiapan rencana kerja yang matang (Khusuma, 2016). Serta menganalisis kondisi proyek melalui permasalahan desain. Tahapan yang ketiga yaitu tahap perancangan yang berupa penyusunan konsep desain yang dapat menciptakan suatu gagasan baru dan berguna yang belum tercipta sebelumnya dan membuat rancangan desain usulan. Tahap terakhir yaitu penggambaran gambar kerja yaitu dengan membuat gambar kerja yang terstandar, gambar perspektif dan animasi 3D, serta membuat portofolio desain.

Selain empat tahapan yang telah dijabarkan sebelumnya, untuk memudahkan penulis dalam memberikan solusi permasalahan dan pengembangan desain, terdapat pendekatan desain yang dipakai, yaitu pendekatan analogi. Menurut Wijayati (2022), analogi adalah usaha yang dilakukan untuk mendapat titik tengah dengan cara membuktikan sesuatu yang serupa dengan suatu hal lainnya. Analogi yang terapkan berasal dari salah satu misi dan beberapa budaya yang dimiliki Hotel The Majesty, misi tersebut yaitu "Meningkatkan mutu pelayanan di semua Hotel dan Apartemen yang dikelola dengan memastikan semua *Standard Operating Procedure* diimplementasikan secara benar dan berkesinambungan, sehingga menghasilkan pelayanan prima (*Service Excellence*)" yang mana dari salah satu misi tersebut The Majesty ingin memberikan pelayanan yang terbaik layaknya pelayanan yang dimiliki oleh para bangsawan. Kemudian, budaya kerja yang dimiliki oleh The Majesty merupakan hal-hal yang dapat diimplementasikan sebagai penerapan yang ada pada elemen rumah joglo tersebut, sehingga dapat memberikan kesinambungan antara

pendekatan yang akan dipakai dengan Hotel The Majesty itu sendiri. Beberapa budaya kerja yang diambil untuk dikaitkan dengan The Majesty ialah jujur (*honest*) dan peduli lingkungan (*social responsibility*), yaitu penggunaan material seperti yang ada pada rumah joglo nan alami, serta terbuka (*open mind*) yang mana sistem terbuka ini dapat dianalogikan pada layout rumah joglo.

Dikarenakan tamu merupakan bagian terpenting dari perancangan baru ini sehingga pendekatan ini dirancang atas dasar kebutuhan dan minat konsumen. Kemudian, bangsawan umumnya tinggal di rumah khusus yang menyerupai istana. Untuk mengkolaborasikan antara filosofi dan identitas The Majesty, target konsumen, serta lokasi perancangan baru, pendekatan yang digunakan pada perancangan hotel ini menganalogikan rumah adat Yogyakarta yaitu Rumah Joglo yang dahulu merupakan tempat tinggal yang dimiliki golongan bangsawan (*ningrat*).

Analogi Rumah Joglo digunakan sebagai pendekatan desain karena dapat menjawab kesinambungan seluruh permasalahan, filosofi hotel dan lokasi perancangan baru tersebut. Implementasi dari analogi simbolik ini berupa penerapan berbagai hal yang ada pada bangunan tersebut di elemen interior dan desain yang menyuguhkan nuansa Jawa. Maka dari itu, penggunaan analogi tersebut diharapkan dapat meningkatkan eksistensi Hotel The Majesty menjadi lebih luas lagi yaitu dengan mendesain hotel yang memiliki ciri khas, memberikan fasilitas hotel bintang 5 sesuai standar dan kebutuhan konsumen dengan memperlihatkan lokalitas, serta modernitas The Majesty yang diharapkan dapat menyelaraskan harmonisasi antara manusia dengan alam.

HASIL DAN DISKUSI

Tinjauan Target Konsumen

Target konsumen yang diharapkan pada perancangan baru Hotel The Majesty ini merupakan wisatawan lokal (*domestik*) maupun wisatawan asing (*mancanegara*) yang merupakan klaster keluarga dan anak muda. Menurut penelitian (Saputri & Sari, 2019) wisatawan domestik yang berkunjung ke Yogyakarta didominasi oleh wisatawan

berumur 21-25 tahun yang berasal dari luar Pulau Jawa, dan belum menikah, serta memiliki karakteristik *Metropolis Culture Aspiring* yaitu klaster wisatawan yang menyukai kegiatan berbelanja untuk dibawa pulang (oleh-oleh), senang menghabiskan waktu libur untuk melakukan kegiatan rekreasi; selanjutnya *Self-quality Explore* yaitu kelompok wisatawan yang tertarik mengenai adat istiadat dan kearifan local budaya setempat; dan *Aspiring Vacationer* adalah klaster wisatawan yang tertarik dengan kegiatan membaca buku atau mempelajari hal baru. Sedangkan pada penelitian (Haryanto, 2019), kelompok wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Yogyakarta didominasi oleh wisatawan asing berumur 18-30 tahun yang berasal dari Eropa seperti Belanda, Jerman, Perancis, dll, dengan kunjungan bersama-sama, dan belum menikah. Selain itu, karakteristik wisatawan asing yang berkunjung ke Yogyakarta memiliki motivasi pendorong untuk mendapatkan pengalaman dan pengetahuan, melepas penat dari kesibukan sehari-hari (*refreshing*), dan mendapatkan pengalaman yang menarik mengenai budaya dan tradisi lokal.

Kelompok wisatawan yang menjadi fokus pada perancangan baru ini terbagi lagi menjadi dua yaitu kelompok keluarga dan anak muda. Pada klaster wisatawan keluarga, rekreasi merupakan sarana untuk memperkuat ikatan antar anggota keluarga sebagai sarana pendidikan anak menurut Schanzel et al. dalam (Wardiyanta dkk., 2016) dan Santoso & Kartika (2018) anak muda yang berkunjung ke Yogyakarta memiliki karakteristik untuk berwisata ke tempat budaya yang dapat menambah wawasan dengan biaya yang relatif murah, dapat relaksasi (*refreshing*), bisa bersenang-senang seperti belanja dan menikmati kuliner, keinginan untuk menikmati wisata alam yang bersih dan berudara segar, serta menyukai tantangan atau sesuatu yang baru. Dengan penambahan karakteristik wisatawan anak muda, perancangan baru harus dapat memenuhi kebutuhan social dengan memperhatikan selera anak muda dalam melakukan kegiatan wisata.

Analisis Kebutuhan Zoning dan Blocking

Zoning merupakan pembagian ruang-ruang berdasarkan sifatnya. Rumah-rumah adat Jawa umumnya memiliki bentuk dasar bujur sangkar atau persegi panjang yang dengan begitu, tapak dapat dikelompokkan menjadi area umum, area semi pribadi atau pribadi dan area servis (Adibowo dkk., 2011). Pada Hotel The Majesty, pembagian zoning ini mengikuti pembagian tata ruang yang ada pada rumah joglo. Sedangkan blocking yaitu pembagian ruang berdasarkan karakter ruang, kebutuhan, serta aktivitas penggunanya. Berikut merupakan zoning dan blocking pada perancangan baru Hotel The Majesty.



Gambar 1. Zoning dan Blocking Lantai Dasar (Ground Floor)

Sumber: Dokumen Pribadi

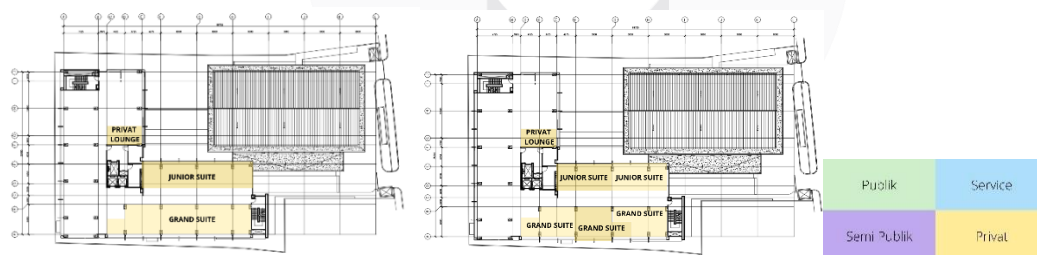
Gambar 1 di sebelah kiri merupakan zoning lantai dasar yang sebagian besar areanya digunakan untuk kegiatan publik dan terdapat area service pada belakang bangunan terletak sedikit tersembunyi karena hanya pegawai yang dapat memasuki area tersebut. Sedangkan pada gambar 1 di sebelah kanan yang merupakan blocking lantai dasar terdapat pembagian ruang yang yang dapat digunakan oleh tamu secara umum seperti Lobi resepsionis, Lobi lounge, Gadri Banquet Restaurant, Garden Restaurant, dan *Business Center*. Sedangkan area servis meliputi dapur restaurant dan ruang penyimpanan bahan makanan.



Gambar 2. Zoning dan Blocking Lantai 2

Sumber: Dokumen Pribadi

Lalu, zoning pada Lantai 2 terdapat area semi publik dan privat. Pada gambar 2 di sebelah kiri, area hanya dapat diakses oleh tamu hotel dan juga member yang telah teregistrasi sebagai konsumen pada area rekreasi dan kebugaran. Hal tersebut sejalan dengan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI Nomor PM 53/HM.001/MPEK/2013 Tentang Usaha Standar Hotel I No. 16, yakni hotel bintang 5 harus memiliki sarana olahraga, rekreasi, dan kebugaran. Sementara itu, blocking yang terletak di sebelah kanan ilustrasi gambar 2, yaitu area semi publik meliputi *fitness center, spa and wellness, serta kids playground* sehingga hotel The Majesty ini lebih ramah untuk disinggahi oleh konsumen keluarga. Kemudian pada area privat, terdapat unit-unit kamar hotel standard dengan tipe superior room dan deluxe room yang harganya paling terjangkau dibandingkan dengan tipe kamar lainnya.

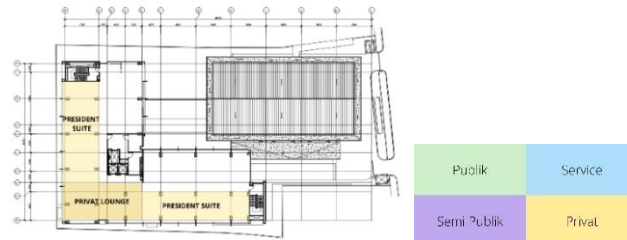


Gambar 3. Zoning dan Blocking Lantai 7

Sumber: Dokumen Pribadi

Lalu, pada lantai 7 ilustrasi gambar 3 di sebelah kiri, zoning seluruh ruangan merupakan area privat yang hanya dapat diakses oleh tamu hotel VIP. Sementara itu, gambar 3 di sebelah kanan merupakan blocking lantai 7 dengan tipe kamar Junior Suite dan Grand Suite dengan fasilitas yang lebih lengkap dibanding dua tipe kamar

sebelumnya yang mana tipe kamar hotel ini diletakkan di lantai 7 dimaksudkan agar penghuni bisa lebih merasakan pemandangan kota maupun kolam renang yang lebih leluasa.



Gambar 4. Zoning dan Blocking Lantai 8

Sumber: Dokumen Pribadi

Selanjutnya, pada gambar 4, zoning seluruh area di lantai 8 merupakan area privat yang hanya dapat diakses oleh tamu hotel VVIP. Sedangkan blocking pada lantai 8 meliputi tipe kamar tertinggi yaitu President Suite. Tipe kamar hotel ini diletakkan di lantai teratas untuk mendapatkan privasi yang lebih baik lagi serta pemandangan yang jauh lebih leluasa dengan fasilitas yang sangat lengkap daripada empat tipe kamar sebelumnya.

Tema Perancangan

Melalui permasalahan fisik dan non fisik yang menjadi temuan pada eksisting The Majesty. Berikut merupakan mind map yang dapat digunakan sebagai acuan awal penentuan tema perancangan yang akan digunakan.

Tema yang digunakan berasal dari filosofi rumah joglo yang memiliki banyak makna di setiap sudut ruang. Melalui tema ini, perancangan hotel akan menerapkan harmonisasi antara alam dengan manusia sebagai penggunanya dan dikolaborasikan menjadi satu kesatuan yang utuh dengan identitas hotel, kearifan budaya lokal Yogyakarta dengan trend yang sedang berkembang masa kini. Melalui tema yang diusulkan, hal tersebut menghasilkan pengayaan tradisional kontemporer yang mana pengayaan tersebut memadukan lokalitas budaya suatu daerah dengan trend yang sedang berkembang di masa kini. Pengayaan ini berasal dari minat wisatawan yang berlibur ke Yogyakarta yang merupakan target pasar The Majesty. Dengan

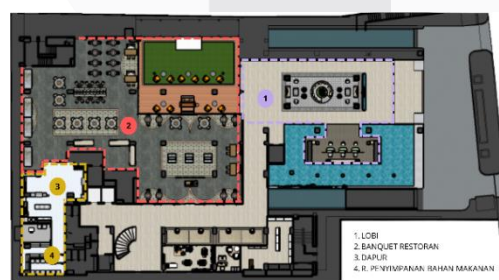
begitu, tema dan pengayaan ini diharapkan dapat memberikan kenyamanan sesuai kebutuhan dan minat pengguna saat melakukan aktivitas di dalamnya. Tema dan gaya ini juga secara tidak langsung dapat memperkuat citra Yogyakarta sebagai Daerah Istimewa.

Konsep Perancangan

Selanjutnya, penggunaan tema dan pengayaan tersebut dapat memberikan ide konsep yang efektif sesuai dengan standarisasi hotel bintang 5 yang mana konsep-konsep pada penerapan interior tersebut digunakan sebagai acuan dasar dalam mengimplementasikan tema dan pengayaan yang dipilih.

1. Konsep Organisasi Ruang, Sirkulasi, dan Layout

Konsep ruang yang digunakan pada Hotel The Majesty yaitu organisasi ruang linear dan terpusat, didasari oleh eksisting bangunan yang dianggap masih efektif untuk diterapkan kembali pada perancangan baru Hotel The Majesty yakni pada ruang-ruang kamar hotel yang terdapat di lantai 2, 7, dan 8 menerapkan organisasi linear yang mana ruang-ruang kamar hotel ditempatkan sejajar dan simetris sehingga hanya terdapat satu jalur saja menuju kamar yang satu dengan yang lainnya. Sedangkan pada area publik organisasi ruang yang digunakan yaitu terpusat karena lobi merupakan area utama keluar masuknya tamu sehingga lobi merupakan area yang paling sering dikunjungi dan menjadi pusat dari bangunan tersebut.



Gambar 5. Organisasi Ruang Lantai Dasar

Sumber: Dokumen Pribadi

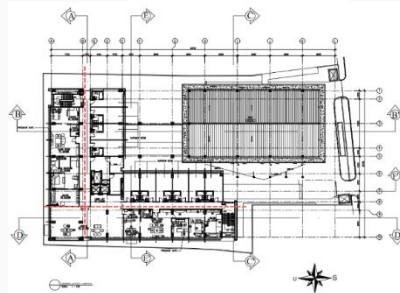
Hakim dalam (Hadiansyah, 2017) menjelaskan bahwa membuat sirkulasi ruang ada beberapa hal yang harus diperhatikan yakni memiliki urutan yang jelas (ukuran

ruang, bentuk, dan arah), memiliki keamanan yang baik dan hindari adanya persilangan antar pengguna ruang. Berdasarkan analisis gambar 6, sirkulasi ruang pada lantai dasar ini sebagian dibuat linear dari lobi menuju lift yang dekat dengan tangga sehingga lebih memudahkan pengguna.

Kemudian, layout pada lantai dasar ini menerapkan tata ruang yang ada pada rumah joglo yang mana lobi diibaratkan sebagai *pendapa* yakni bagian terdepan untuk kegiatan publik. Lalu, banquet Restoran dianalogikan sebagai *gadri* (ruang makan) yang termasuk dalam area semi pribadi dan dapur juga ruang penyimpanan bahan makanan diibaratkan sebagai *pawon* (dapur) dan *sepen* (tempat penyimpanan).

2. Konsep Bentuk Ruang / Mebel

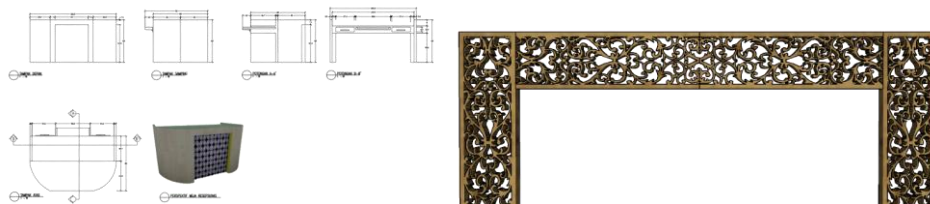
Bentuk Ruang pada perancangan baru Hotel The Majesty mengikuti bentuk ruang rumah joglo yang simetris. Bentuk ruang tersebut diadaptasi agar para tamu lebih mudah untuk beradaptasi.



Gambar 6. Bentuk Ruang pada Lantai 8

Sumber: Dokumen Pribadi

Pada gambar 7, bentuk ruang pada lantai 8 simetris dengan membagi kedua sisi unit kamar hotel diantara lorong sehingga, dengan bentuk ruang tersebut menciptakan sirkulasi linear pada kamar hotel.



Gambar 7. Bentuk Mebel dan Ragam Hias

Sumber: Dokumen Pribadi

Kemudian, gambar 8 sebelah kiri, bentuk furnitur geometris yang dinamis yakni mengikuti kedinamisan bentuk alam dengan ragam hias batik kawung yang merupakan batik khas Yogyakarta yang dapat digunakan menjadi elemen estetis pada pakaian, furniture, elemen interior dan lain sebagainya yang mencerminkan kesucian dan kesempurnaan (Pebriana, 2022). Sedangkan gambar 8 di sebelah kanan memperlihatkan dekoratif bingkai pintu yang menggunakan elemen dekorasi dengan ragam hias flora yang digunakan agar ruangan lebih memiliki nuansa Jawa yang lebih kental dan estetik juga memberikan kesan natural.

3. Konsep Struktur Ruang / Mebel

Konsep struktur ruang pada perancangan baru Hotel The Majesty terinspirasi dari struktur ruang yang ada pada rumah joglo yakni struktur pada *pendapa*.



Gambar 8. Konsep Struktur Ruang – Lobi

Sumber: Dokumen Pribadi



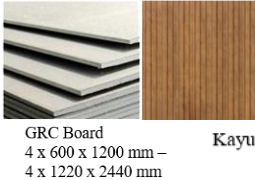

Pada gambar 9, struktur yang digunakan pada lounge area lobi menerapkan prinsip elemen interior kepala, badan, dan kaki seperti yang ada pada rumah joglo. Elemen kepala yang digunakan meliputi struktur rangka atap yakni struktur yang tepat berada di atas *saka guru* yang meliputi *sunduk pamajang*, *sunduk penyalak*, *emprit gantil*, *blandar pamidhangan pamajang*, *blandar lar-laran*, dan *blandar singup*. Kemudian, struktur bagian badan meliputi *saka guru* (tiang utama). Namun pengimplementasian pada perancangan baru Hotel The Majesty ini, *saka guru* diterapkan sebagai elemen dekoratif yang tidak berpengaruh pada struktur utama bangunan. Selanjutnya, pada struktur bagian kaki, implementasi terdapat pada bagian

umpak pada *saka guru* dan lantai tegel. Penerapan struktur *pendapa* tentunya menambah kuat sentuhan tradisional yang ingin ditonjolkan.

4. Konsep Material Ruang / Mebel

Pada perancangan baru Hotel The Majesty, sebagian material yang digunakan terinspirasi dari material rumah joglo dan sebagian lainnya merupakan material umum yang biasa digunakan saat ini untuk menghasilkan perpaduan antara gaya tradisional dan kontemporer ruang yang ingin dihasilkan untuk memberikan gambaran yang kuat mengenai tema dan gaya yang ingin disuguhkan dan disesuaikan kembali dengan kebutuhan dari masing-masing ruang.

Tabel 1. Konsep Material Ruang dan Mebel

Lantai	Dinding
	
Plafon	Furnitur
	

Implementasi dari penggunaan material dapat dilihat pada Ruang Tamu kamar hotel tipe presient suite yang mana kombinasi berbagai material disatukan dalam sebuah ruang.



Gambar 9. Implementasi Material Ruang Tamu President Suite

Sumber: Dokumen Pribadi

5. Konsep Warna

Untuk menggabungkan keharmonisan alam dengan filosofi pendekatan serta filosofi dari The Majesty itu sendiri, warna utama yang digunakan yaitu warna-warna *earth tone* yaitu warna-warna yang mengacu pada berbagai hal yang ada di bumi seperti air, tanah, tanaman, dan langit yang mana warna-warna tersebut disesuaikan kembali pada setiap ruang sehingga dapat menghasilkan suasana yang diharapkan dari setiap ruang.

Tabel 2. Konsep Warna

Warna Coklat	Warna Hijau	Warna Biru																																																												
<table border="1"> <thead> <tr> <th>R</th> <th>G</th> <th>B</th> <th>HEX</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>73</td> <td>56</td> <td>41</td> <td>#403820</td> </tr> <tr> <td>120</td> <td>108</td> <td>01</td> <td>#810C5B</td> </tr> <tr> <td>160</td> <td>161</td> <td>140</td> <td>#A0A10C</td> </tr> <tr> <td>07</td> <td>51</td> <td>24</td> <td>#613318</td> </tr> <tr> <td>133</td> <td>07</td> <td>35</td> <td>#855723</td> </tr> <tr> <td>185</td> <td>156</td> <td>107</td> <td>#B00C6B</td> </tr> </tbody> </table> <p>Coklat adalah warna tanah, dapat memberikan kesan hangat, nyaman, dan aman.</p>	R	G	B	HEX	73	56	41	#403820	120	108	01	#810C5B	160	161	140	#A0A10C	07	51	24	#613318	133	07	35	#855723	185	156	107	#B00C6B	<table border="1"> <thead> <tr> <th>R</th> <th>G</th> <th>B</th> <th>HEX</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>64</td> <td>79</td> <td>36</td> <td>#404F24</td> </tr> <tr> <td>102</td> <td>141</td> <td>60</td> <td>#668D3C</td> </tr> <tr> <td>189</td> <td>208</td> <td>156</td> <td>#BDD09F</td> </tr> </tbody> </table> <p>Warna Hijau diibaratkan dengan tanaman atau pepohonan, warna ini dapat memberikan kesegaran dan ketenangan</p>	R	G	B	HEX	64	79	36	#404F24	102	141	60	#668D3C	189	208	156	#BDD09F	<table border="1"> <thead> <tr> <th>R</th> <th>G</th> <th>B</th> <th>HEX</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>70</td> <td>07</td> <td>114</td> <td>#4E6172</td> </tr> <tr> <td>131</td> <td>146</td> <td>159</td> <td>#83020F</td> </tr> <tr> <td>163</td> <td>173</td> <td>184</td> <td>#A3ADB8</td> </tr> </tbody> </table> <p>Warna biru melambangkan air dan langit, warna ini dapat memberikan rasa damai, tenang, dan dapat menstimulasi pikiran menjadi jernih.</p>	R	G	B	HEX	70	07	114	#4E6172	131	146	159	#83020F	163	173	184	#A3ADB8
R	G	B	HEX																																																											
73	56	41	#403820																																																											
120	108	01	#810C5B																																																											
160	161	140	#A0A10C																																																											
07	51	24	#613318																																																											
133	07	35	#855723																																																											
185	156	107	#B00C6B																																																											
R	G	B	HEX																																																											
64	79	36	#404F24																																																											
102	141	60	#668D3C																																																											
189	208	156	#BDD09F																																																											
R	G	B	HEX																																																											
70	07	114	#4E6172																																																											
131	146	159	#83020F																																																											
163	173	184	#A3ADB8																																																											

6. Konsep Pencahayaan

Warna dan tingkat pencahayaan pada perancangan baru The Majesty akan disesuaikan dengan kebutuhan setiap ruang dengan mengkombinasikan pencahayaan alami yang berasal dari bukaan berupa jendela dan pencahayaan buatan yang terdiri dari general lighting dengan armature downlight dan chandelier. Task lighting yang berupa hanging lamp, standing lamp, maupun table lamp. Lalu, terdapat Acent lighting yang menjadi penambah estetika ruang dapat berupa wall lighting, strip led menggunakan strip light, dan standing lamp.



Gambar 10. Konsep Pencahayaan

Sumber: Dokumen Pribadi

Pada tipe kamar Grand Suite ilustrasi 12 di sebelah kiri, terdapat berbagai jenis pencahayaan yang digunakan yaitu chandelier dan downlight sebagai penerangan utama. Kemudian terdapat strip led pada ceiling untuk menambah kesan hangat pada ruang. Pada ruang makan, armature lampu yang digunakan merupakan armature yang menjadi ciri khas masyarakat Yogyakarta di hunian tempat tinggal mereka, hal tersebut menambah kuat kesan Yogyakarta dalam perancangan konsep penerangan tersebut. Sedangkan pada ilustrasi 12 sebelah kanan, pada lobi khususnya area resepsionis, pencahayaan utama menggunakan chandelier yang mana pencahayaan yang diterapkan pada area lobi dirancang agar dapat memenuhi kebutuhan dekorasi, mengidentifikasi tanda-tanda, dan *emergency* (Lestari, 2016).

7. Konsep Penghawaan

Penghawaan yang digunakan pada perancangan baru ini didominasi oleh penghawaan buatan yang berupa *Air Conditioner (AC)*, yang mana hal tersebut

merupakan pembaharuan dari eksisting karena sirkulasi udara di area publik pada eskisting seringkali membuat pengguna kepanasan karena penghawaan alami dan buatan tidak maksimal. Menurut Triyadi dalam Raharjo dkk, (2022), AC Split Duct merupakan sebaran udara dingin ke dalam ruangan dibantu oleh ducting yang keluar melalui satu *FCU-Fan Coil* Unit sehingga sebaran udaranya dapat menjangkau jarak yang jauh. Berikut penggunaan penghawaan buatan dapat terlihat pada setiap kamar, yaitu menggunakan AC duct split yang diletakan pada ceiling dengan 1 PK.



Gambar 11. Penggunaan AC duct split pada Kamar Tidur

Sumber: Dokumen Pribadi

8. Konsep Akustik

Strategi akustik yang dapat diterapkan pada bangunan interior dapat melalui penggunaan material dan konstruksi penyerap bunyi sebagai pengendali kebisingan dalam ruangan (Zaid & Ardianto, 2020).



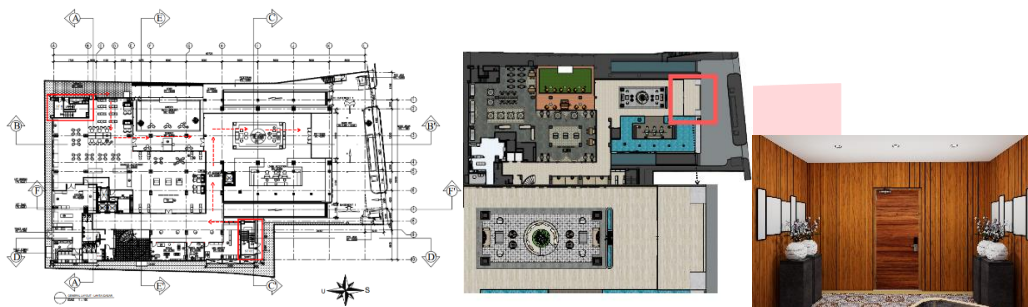
Gambar 12. Konsep Akustik pada Ruang Kerja Tipe Kamar President Suite

Sumber: Dokumen Pribadi

Pada Hotel The Majesty Penggunaan PET Accoustic Wall Panel pada salah satu dinding dapat menyerap suara yang dihasilkan sehingga tidak akan menyebabkan kebisingan di luar ruangan dan dapat menambah nilai estetika ruang.

9. Konsep Keamanan

Keamanan pada hotel bintang 5 harus sesuai dengan standar yang dimiliki, diantaranya yaitu adanya jalur evakuasi, trem, dan juga keamanan pintu kamar hotel. Pada denah hotel pada gambar 14 sebelah kiri, terdapat tangga darurat yang dapat digunakan jika sewaktu-waktu terdapat bencana. Letak tangga darurat berada di pojok bangunan sehingga terdapat dua tangga darurat yang dapat digunakan.



Gambar 13. Konsep Keamanan Hotel The Majesty

Sumber: Dokumen Pribadi

Kemudian untuk disabilitas pengguna kursi roda, disediakan trem agar kursi roda lebih mudah untuk berpindah ke atas seperti pada ilustrasi gambar 14 di tengah. Lalu, pada pintu kamar hotel pada gambar 14 sebelah kanan, untuk menjaga keamanan barang bawaan tamu dan menghindari ancaman bahaya, pintu kamar hotel harus menggunakan system RFID smart card dan terdapat kunci dan juga lubang kecil untuk melihat sekitar lorong hotel.

10. Konsep Penanda Ruang

Penanda ruang yang ada pada perancangan baru hotel The Majesty ini dibuat agar para tamu tidak kebingungan saat mencari suatu ruang. Penanda ruang juga dibuat terintegrasi dengan elemen interior agar penanda ruang tersebut terlihat lebih menyatu dan estetik.

KESIMPULAN

Desain yang telah dipaparkan pada empat ini berdasarkan pengembangan dari pendekatan desain yang digunakan yaitu pendekatan analogi rumah Joglo yang mana pendekatan ini berkaitan erat karakter atau citra yang ingin dimunculkan pada hotel tersebut untuk mengangkat eksistensi dari The Majesty yang semakin redup. Yogyakarta itu sendiri memiliki daya tarik lokalitas yang kuat sehingga penerapan desain dikombinasikan antara tradisional Yogyakarta dengan trend masa kini. Dengan begitu, berbagai hal yang dikolaborasikan dapat memberikan kesan tersendiri dalam penginapan bintang 5.

DAFTAR PUSTAKA

- Adibowo, Gupta, D., Titisari, P. L., & Nurfitri, R. (2011). *Manual Pelestarian Rumah Adat Kotagede (Buku 1)*. REKOMPAK-JRF.
- Badan Pusat Statistik Provinsi DI Yogyakarta. (2022). *Berita Resmi Statistik No. 75/12/34/Th. XXIII*.
- Hadiansyah, M. N. (2017). *Kajian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Aksesibilitas dalam Ruang Pelayanan Publik Studi Kasus: BPJS Kesehatan Cabang Utama Bandung*. 2(1), 2549–2985.
- Haryanto, E. (2019). *ANALISIS MOTIVASI PENDORONG WISATAWAN MANCANEGARA BERKUNJUNG KE YOGYAKARTA*.
KBBI Daring. (2016). *Kuisisioner*. <https://kbbi.web.id/kuesioner>
- Khusuma, A. (2016). Mengenal Desain Program dalam Sebuah Organisasi. *Bina Intergasi Edukasi*. <https://www.integrasi-edukasi.org/mengenal-desain-program-dalam-sebuah-organisasi/>
- Lestari, S. I. (2016). ANALISA TATA LETAK PADA RUANG KOMERSIAL STUDI KASUS LOBBY HOTEL. *Jurnal Desain, Multimedia, Dan Indutsri Kreatif PROPORSI*, 1(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22303/proporsi.1.2.2016.117-128>

- Pebriana, D. (2022). Mengenal Batik Kawung: Motif, Asal, & Maknanya. *Museumnusantara.Com*. <https://museumnusantara.com/batik-kawung/>
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI Nomor PM 53/HM.001/MPEK/2013 Tentang Usaha Standar Hotel, (2013).
- Raharjo, M. C. P., Budi, W. S., & Prianto, E. (2022). Sistem Penghawaan pada Kamar Hotel. *Jurnal Arsitektur ARCADE*, 6(2).
- Santoso, S., & Kartika, L. N. (2018). *Motivasi dan Perilaku Wisatawan Generasi Muda saat Berwisata di Yogyakarta*.
- Saputri, A., & Sari, D. (2019). *Segmentasi Pasar Turisme di Yogyakarta: Klasifikasi Gaya Hidup Wisatawan Domestik Tourism Market Segmentation in Yogyakarta: Classification of Domestic Tourists Lifestyle. Vol. 6 No. 2.*
- Wardiyanta, Sudarmadji, & Nopirin. (2016). *Studi Eksploratif Mengenai Yogyakarta sebagai Pengirim Wisatawan Keluarga. Vol. 20 No. 1.*
- Wijayati, H. (2022). *Apa itu Analogi: Penjelasan Lengkap Pengertian Analogi dan Contoh Analogi*. <https://www.portal-ilmu.com/2022/01/analogi-adalah.html>
- Zaid, R. F., & Ardianto, O. P. S. (2020). *Well-being Design dan Optimasi Akustik untuk Menunjang Kualitas Istirahat Pengguna Hotel Bekizaar Surabaya. Vol. 9 No 2.*