

ABSTRAK

Four Points by Sheraton sudah banyak dikenal oleh masyarakat dengan jaringan yang luas dan tersebar di seluruh dunia. Untuk saat ini merek Four Points masuk kedalam jaringan oprator hotel internasional Starwood hotels dan resort yang termasuk kedalam bagian perusahaan *Marriott Internasional*. Dengan target pasar mereka yaitu para pelaku bisnis dan wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung. Four Points by Sheraton terletak di wilayah strategis dengan kegiatan pusat pendidikan, bisnis dan destinasi wisata di sekitar Dago Bandung. Dengan Aktivitas nya yaitu kegiatan *Meeting, Incentive, Conference, Exhibition* (MICE). Salah satu cara untuk memfasilitasi kegiatan tersebut yaitu fasilitas pendukung kegiatan tersbut di hotel selain kamar tidur, Four Points by Sheraton harus memfasilitasi pelaku bisnis seperti *Meeting, Incentive, Conference, Exhibitions* (MICE) untuk menunjang kebutuhan business travellers yang hendak melakukan bisnis dan liburan. Perilaku masyarakat yang berkaitan dengan kegiatan bisnis semakin hari semakin banyak perubahan, khususnya generasi muda saat ini mulai menyukai bekerja di beberapa tempat yang dimana tempat tersebut dapat menunjang pekerjaan mereka. Akibat situasi pandemic *Covid-19* di Indonesia sebagian para pekerja melakukan pekerjaanya di rumah atau *Work From Home* (WFH). Dengan harga kamar yang relatif mahal, tidak sebanding dengan pengalaman ruang yang didapatkan oleh pengunjung Lokalitas tempat merupakan suatu nilai atau ciri khas yang dapat di tonjolkan berupa nilai budaya atau lingkungan di sebuah kawasan itu berada yang mempunyai nilai historis suatu kawasan. Secara lokalitas di dominasi secara eksplisit dan implisit dalam konteks perjalanan dan pengalaman historisnya sehingga membentuk sensasi yang baru. Tema yang diangkat yaitu “ *Locality in Luxury Look*”, yang dimana terdapat *Brand Value* Four Points by Sheraton itu sendiri. Lokalitas yang diangkat mencakup karakter bangunan di jalan Dago, Sektor wisata di daerah Dago dan sektor bisnis di daerah dago yang dimasukan kedalam perancangan ulang hotel *Four Points by Sheraton* ini. Tema ini juga berkaitan erat dengan pendekatan lokalitas tempat, yang dimana lokalitas tempat dikemas dengan visual yang mewah untuk mendapatkan pengalaman baru kepada pengunjung Laporan ini belum sempurna sepenuhnya dan masih memiliki peluang yang besar untuk di kembangkan, terutama dari segi perancangan hotel bisnis dengan pendekatan lokalitas tempat. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka jika laporan ini ingin digunakan untuk penelitian serta mengeksplorasi desain yang lebih lanjut, sehingga dapat memberikan manfaat yang lebih banyak bagi keilmuan di bidang desain interior dan masyarakat.

Kata Kunci: MICE, Lokalitas Tempat, Hotel Bisnis, Dago