

ABSTRAK

Hotel merupakan fasilitas yang dibutuhkan oleh para wisatawan. Karena Kawasan Otto Iskandardinata kawasan padat dengan pebisnis, perdagangan dan perbelanjaan dengan karakter yang simple, praktis, dan bebas sehingga menjadi alasan pembangunan Hotel bisnis. Hotel Bisnis adalah hotel yang ditujukan untuk orang-orang yang menginap dalam waktu yang singkat. The Papandayan Hotel merupakan hotel bisnis bintang lima. The Papandayan Hotel memiliki Brand Identitas The Papandayan Hotel, dengan tagline “ A Balance In Life” yang berarti keseimbangan antara bekerja dan beristirahat. The Papandayan Hotel memiliki tagline “ A Balance In life” yang berarti keseimbangan antara bekerja dan beristirahat. Untuk mendukung campaign ini The Papandayan Hotel yang menyelenggarakan pangelaran jazz, kemudian ingin mejadikan hotel yang unik dan menjungjung tinggi nilai keberlanjutan dan pengelolaan lingkungan. Branding yang kuat dapat menarik wisatawan dan pebisnis untuk berkunjung. Berdasarkan visi misi The Papandayan ingin mejadikan hotel yang unik dan menjungjung tinggi nilai keberlanjutan dan pengelolaan lingkungan. Namun, pada saat survey pengayaan yang ada saat ini serta visi misi ingin menjadikan hotel yang unik belum terselenggarakan. Pengayaan classic eropa belum menginterpretasikan keunikan dari hotel saat ini.

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk membuat suasana interior hotel menjolkan sisi keunikan dari ciri khas The Papandayan Hotel yaitu sebagai hotel yang menyelenggarakan pagelaran musik jazz di Bandung dan misi The Papandayan hotel yang menjungjung tinggi keberlanjutan dan pengelolaan lingkungan.

Kata Kunci : Hotel Bisnis, Branding, Jazz, Bandung