PERANCANGAN ULANG HOTEL BUTIK VERONA PALACE DI KOTA BANDUNG DENGAN PENDEKATAN BUDAYA SUNDA

Safira Rahmalia Putri[1], Widyanesti Liritantri[2] dan Ganesha Puspa Nabila[3]
[1,2,3] Desain Interior, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257
safiraputri@student.telkomuniversity.ac.id, widyanesti@telkomuniversity.ac.id, ganeshabella@telkomuniversity.ac.id.

Abstrak : Kota Bandung, dikenal sebagai destinasi wisata yang kaya keberagaman, telah menjadi pusat perhatian bagi wisatawan domestik dan internasional, mengakibatkan dampak langsung pada industri perhotelan.Dengan beragam jenis wisata, seperti alam, budaya, belanja, dan kuliner, Kota Bandung memuaskan berbagai preferensi wisata, mencakup mass tourism dan alternative tourism. Demi memenuhi kebutuhan pengunjung, terutama melalui hotel, perlu adanya fasilitas yang memberikan pengalaman memuaskan. Dengan tingginya potensi kedatangan wisatawan, persaingan ketat di pasar hotel Bandung mendorong hotel untuk menarik perhatian melalui desain dan layanan unggul. Perancangan ulang diperlukan untuk menciptakan hotel butik yang sesuai dengan definisi hotel butik, meningkatkan keunikan, dan memenuhi kepuasan pengunjung. Studi ini membahas Hotel Verona Palace sebagai contoh hotel butik yang belum memperoleh identitas unik. Melalui perancangan ulang, diharapkan Hotel Verona Palace dapat memberikan pengalaman khas Bandung dan memuaskan pengunjungnya.
Kata kunci : Budaya, Hotel Butik, Bandung

Abstract : *Bandung, known as a tourist destination rich in diversity, has become a focal point for both domestic and international travelers, directly impacting the hotel industry. With various types of tourism, such as nature, culture, shopping, and culinary experiences, Bandung caters to diverse preferences in tourism, encompassing both mass tourism and alternative tourism. To meet the needs of visitors, especially through hotels, facilities that provide satisfying experiences are necessary. Given the high potential for tourist arrivals, intense competition in the Bandung hotel market encourages hotels to attract attention through superior design and services. Redesign is required to create a boutique hotel that aligns with the definition of boutique hotels, enhances uniqueness, and fulfills visitor satisfaction. This study discusses Hotel Verona Palace as an example of a boutique hotel that has yet to establish a unique identity. Through redesign, it is hoped that Hotel Verona Palace can offer a distinctive Bandung experience and satisfy its visitors.*
Keywords: *diversity, tourism, hotel*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Jawa Barat merupkan provinsi yang memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata (Wijaya, 2021). Kota Bandung khususnya, diketahui sebagai kota yang mempunyai keberanekaragaman destinasi wisata. Hal ini membuat Bandung menjadi pusat destinasi bagi wisatawan baik luar kota maupun luar negeri dan secara langsung akan berdampak pada bisnis perhotelan. Diketahui dari data Badan Pusat Statistik Kota Bandung bahwa terdapat estimasi jumlah kedatangan wisatawan ke kota Bandung yang terkategori berdasarkan berbagai jalur masuk ke wilayah tersebut di tahun 2021 ada 37.417 wisatawan mancanegara dan 3.704.263 wisatawan domestic, dengan total 3.741.680 wisatawan.

Kota Bandung dengan letaknya yang strategis memberikan pengalaman berlibur yang istimewa bagi wisatawan dari berbagai kota. Terkenal sebagai destinasi rekreasi yang menyenangkan, Bandung berhasil menarik perhatian para wisatawan dari seluruh penjuru, menunjukkan potensi besar untuk pengembangan produk wisatanya, sebagaimana dibahas dalam Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota tahun 2012. Selain menjadi tempat rekreasi yang menarik, Bandung juga membanggakan sejarahnya yang kaya dengan nilai historis, tercermin dalam bangunan-bangunan kuno peninggalan penjajah, menciptakan pengalaman wisata heritage yang unik. Sebagai ibukota Provinsi Jawa Barat, tidak hanya menarik kalangan milenial muda melainkan juga telah terbukti melalui survei Litbang Kompas tahun 2020 sebagai kota kedua yang paling diminati oleh kalangan milenial berusia 15-28 tahun (Hendarto, 2020), menunjukkan keunggulan dalam memberikan customer experience kepada segmen demografi ini. Dengan beragam jenis wisata seperti kegiatan alam, budaya, belanja, dan kuliner, Kota Bandung memberikan pilihan yang memuaskan bagi berbagai preferensi wisata, mencakup baik mass tourism maupun alternative tourism.

Kota Bandung, dengan daya tariknya yang melibatkan wisata alam, sejarah kaya, dan popularitasnya di kalangan milenial, telah menjadi destinasi yang semakin diminati. Namun, pertumbuhan pesat dalam jumlah wisatawan memunculkan tantangan baru, terutama dalam hal akomodasi. Sejalan dengan pesatnya pertumbuhan pariwisata, ketersediaan hotel menjadi aspek krusial yang memengaruhi pengalaman wisatawan.

Dalam konteks ini, pentingnya fasilitas perhotelan yang berkualitas tinggi menjadi lebih jelas, seiring dengan kompetisi ketat di pasar akomodasi Kota Bandung. Faktor-faktor seperti desain yang menarik dan pelayanan unggul menjadi kunci dalam upaya hotel untuk menarik perhatian dan memuaskan para wisatawan yang berdatangan. Dengan demikian, peran customer experience tidak hanya menjadi faktor penentu keberhasilan hotel, tetapi juga mendukung pertumbuhan industri pariwisata Kota Bandung secara keseluruhan.

Salah satu hotel yang sedang menjadi fenomena adalah hotel butik. Sebagian besar hotel butik menampilkan suatu ide orisinal yang memisahkan dirinya dari properti-properti bintang lima lainnya, yang pada akhirnya membentuk sebuah identitas yang unik bagi hotel tersebut. Salah satu hotel yang disebut hotel butik adalah Hotel Verona Palace. Hotel Verona Palace berada di Jl. Surya Sumantri No.36, Sukagalih, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat 40163. Lokasi Hotel Verona Palace merupakan lokasi yang kurang strategis dan menjadi salah satu faktor mengapa masih banyak orang yang tidak mengetahui keberadaannya. Hotel Verona Palace adalah hotel bintang 3 dengan total 45 kamar hotel yang tersebar di enam lantai bangunan dan mempunyai 2 restoran yaitu Sugar Rush Café dan Vanesia Restaurant yang terletak di dalam hotel (Wennoris, 2017). Hotel Verona Palace disebut hotel butik namun hotel tersebut tidak mempunyai ciri khas atau keunikan sendiri untuk disebut sebagai hotel butik.

Namun diketahui bahwa wisatawan yang berkunjung ke Hotel Verona Palace adalah wisatawan mancanegara dan domestik. Pengunjung yang datang ke Verona Hotel berupa sekeluarga untuk berlibur ke Bandung atau sekelompok orang-orang yang datang untuk keperluan bisnis dan melakukan aktifitas liburan. Hotel Verona Palace dan hotel-hotel lain di sekitarnya tampaknya masih ditemukan kekurangan seperti tidak mempunyai konsep orisinalitas, tidak memiliki identitas yang kuat dan tidak ada penekanan pada tema yang berbeda dari hotel lainnya atau tema yang unik, dan suasana yang spesial untuk disebut sebagai hotel butik. Kebanyakan hanya mengangkat branding hotel dan tidak memberikan experience kota Bandung dengan maksimal untuk pengunjung luar kota Bandung. Banyak pengunjung yang tidak bisa mengeksplor seluruh Bandung dikarenakan terlalu jauh atau mempunyai keterbatasan waktu, maka dari itu

pentingnya memberikan experience suasana Bandung ke pengunjung di hotel Verona Palace agar pengunjung puas dengan kunjungan ke Bandung.

Oleh karena itu perlu dilakukan perancangan ulang untuk memenuhi syarat sebagai hotel butik sesuai dengan pengertian (Kuntari, 2016) mengenai hotel butik dan memenuhi kepuasan pengunjung..

METODE PENELITIAN

Metode perancangan yang digunakan dalam perancangan Hotel Butik Verona Palace dilaksanakan dengan pengumpulan data yang dilakukan melalui studi lapangan, Observasi serta Wawancara, disebut dengan data primer. Disamping itu pengumpulan data sekunder juga dilakukan dari tulisan-tulisan serta studi literatur terkait.

Pengumpulan Data

Data Primer

Observasi

Observasi merupakan salah suatu teknik dalam melakukan pengumpulan data primer. Dilakukan dengan cara mengamati objek untuk memahami kondisi. Observasi dilakukan pada site perancangan untuk mengetahui langsung titik letak masalahnya, potensi serta referensi untuk perancangan ulang.

Wawancara

Menurut perspektif Hopkins dalam (Wiraatmadja, 2008) wawancara diartikan sebagai metode pengumpulan informasi yang melibatkan dialog satu arah yang memungkinkan pemahaman yang lebih dalam terkait dengan kondisi spesifik dalam lingkungan kelas dari perspektif yang berbeda. Untuk penelitian ini, wawancara bisa dilakukan dengan hotel manager, staff hotel maupun pengunjung hotel.

Ada beberapa jenis wawancara, berikutnya adalah:

Wawancara struktural:

Wawancara yang menggunakan pertanyaan yang sama untuk setiap calon

Wawancara tidak struktural:

Wawancara tidak struktur lebih fleksibel dan memungkinkan pewawancara untuk mengikuti alur pembicaraan yang terjadi secara alami..

Studi Lapangan

Kegiatan studi lapangan merupakan upaya memperluas pengetahuan mahasiswa dengan memberikan pengalaman langsung terhadap implementasi mata kuliah dalam konteks kehidupan nyata. Melalui ini, mahasiswa juga dapat mengidentifikasi serta mengatasi beragam hambatan yang muncul, memungkinkan mereka untuk mengasah keterampilan analitis dan pemecahan masalah di lingkungan praktis.

Dokumentasi

Mengumpulkan data dan informasi berupa arsip, dokumen, tulisan dan gambar yang dapat membantu penulisan laporan dan perancangan.

Studi Literatur

Setelah data mengenai objek perancangan dan studi banding terkumpul, analisis bisa dibantu dengan standar-standar yang tertulis, bisa berupa buku, laporan atau data arsitek.

Analisis Data

Pengelolaan data yang terhimpun melalui pengumpulan informasi kemudian diolah serta dipilah dengan tujuan mendapatkan elemen-elemen berikut:

1. State of problem ialah identifikasi permasalahan yang sesungguhnya, dikenal sebagai kondisi atau situasi yang memerlukan penyelesaian.
2. Needs ialah penemuan kebutuhan yang berkaitan dengan perancangan, mencakup aspek ruang, fasilitas, dan lainnya berdasarkan aktivitas pengguna.
3. Concepts ialah pengembangan konsep awal yang masih bersifat umum atau ide-ide dasar, yang dapat dijabarkan lebih lanjut.
4. Facts ialah pengumpulan dan analisis fakta-fakta yang terkait dengan objek perancangan.
5. Goals ialah penetapan tujuan dan target yang akan dicapai melalui proses perancangan.

Programming

Proses pengolahan data dari kumpulan data yang terhimpun ini mengarah pada sintesis data, yang kemudian membentuk aspek-aspek berikut dalam konteks kebutuhan ruang dan konsep perancangan:

1. Identifikasi kebutuhan ruang yang muncul dari pencatatan aktivitas pengguna ruang serta aspek luas ruang yang mencakup elemen-elemen penunjangnya.
2. Hubungan serta jarak antar ruang yang dibentuk berdasarkan karakteristik ruang dan aktivitas pengguna, termasuk pembagian zona dan pembatasan ruang.
3. Pengembangan konsep dan tema desain yang mendukung objektif perancangan, yang mungkin memerlukan variasi desain atau evaluasi terhadap solusi desain yang ada. Konsepsi desain ini dapat dipandu oleh pengenalan terhadap isu-isu yang relevan dan penyesuaian dengan fakta desain serta standar yang berlaku.

Pengembangan Desain

Penghasilan lembar kerja desain terkait erat dengan proses perencanaan yang telah diprogramkan sebelumnya. Lembar kerja ini menggambarkan rincian teknis dalam bentuk gambar dua dimensi serta presentasi visual dalam bentuk gambar tiga dimensi. Progres pengembangan desain ini juga memerlukan penyusunan opsi desain alternatif serta evaluasi desain guna mencapai tujuan perancangan yang sesungguhnya.

Final Desain

Implementasi desain akhir yang telah dipilih dalam proses perancangan ditampilkan melalui hasil konkret berupa dokumen lembar kerja, laporan penulisan, model maket, presentasi, atau video animasi.

HASIL DAN DISKUSI

Pendekatan Desain

Menurut Pangarsa, Prijotomo dan Mumford, Lokalitas bukanlah sekadar menciptakan tiruan sejarah atau meniru konstruksi masa lalu, melainkan suatu pendekatan yang menekankan pemahaman yang mendalam dan penanganan yang kritis terhadap tempat tersebut. Hal ini mengharuskan kita untuk memanfaatkannya secara cerdik, tidak hanya sebagai replika, namun sebagai inspirasi untuk menciptakan karya baru yang memiliki keunikan dan nilai luhur yang mencerminkan jiwa lokal. Lokalitas juga merujuk pada cara khusus dalam melihat suatu tempat, menggali sentuhan personal untuk menemukan keunikan dan keindahan yang mungkin tersembunyi. Selain itu,

dalam perkembangannya, lokalitas harus menunjukkan keberlanjutan, terutama dalam hal material dan teknologi, sehingga menghasilkan hasil yang berkelanjutan secara ekologis dan ekonomis. Selanjutnya, lokalitas mencakup hubungan yang erat antara bentuk arsitektur dengan nilai-nilai, dengan modifikasi, reinterpretasi, dan pengintegrasian yang cerdas dalam pengembangan desain.

Menurut Gushendri (2015), transformasi merupakan suatu metode perubahan bentuk secara sebagian atau keseluruhan tanpa mengubah arti dan makna. Transformasi memiliki beberapa cara diantaranya perubahan bentuk geometri, membalikkan citra objek, menggeser, memutar, melipat, dan sebagainya. Menurut DK. Ching (2008), teknik transformasi bentuk dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya, transformasi dimensional yaitu dengan merubah salah satu atau lebih dari dimensinya, transformasi subraktif yaitu dengan mengurangi sebagian dari bentuknya, transformasi aditif yaitu dengan menambahkan beberapa elemen bentuk pada bentuknya

Menurut Fisher (2006) dalam Aura, A. W., & Hanafiah, U. I. M. (2023), konsep identitas suatu kawasan berkaitan dengan lingkungan lokal diantaranya warisan budaya, tradisi, lokasi geografis dan sebagainya dapat menciptakan suatu kawasan yang bermakna jika terpelihara dengan baik.

Budaya Sunda, seperti yang dikemukakan oleh Ekadjati (1993), adalah sebuah perwujudan budaya yang tumbuh dan berkembang dalam komunitas orang Sunda yang umumnya tinggal di wilayah Jawa Barat. Budaya ini terus berproses dan berkembang melalui interaksi yang berkelanjutan di antara masyarakat Sunda. Kompleksitas budaya Sunda mencakup beragam elemen, termasuk sistem kepercayaan, mata pencaharian, ekspresi seni, struktur kekeluargaan, linguistik, pengetahuan dan teknologi, serta norma-norma adat istiadat. Komponen-komponen ini membentuk dan mewariskan serangkaian nilai-nilai yang dipegang teguh oleh masyarakat Sunda secara turun-temurun. Kebudayaan Sunda adalah budaya yang tumbuh dan hidup dalam masyarakat Sunda, seperti : budaya makan dan tradisi duduk lesehan. Hal tersebut juga sudah menjadi tata krama makan Sunda dan tradisi yang sudah melekat dan tidak dapat dipisahkan oleh masyarakat Sunda. Orang Sunda mempunyai tradisi, seperti makan "ngariung" dan tradisi duduk "lesehan", yang dimiliki oleh rumah makan tradisional Sunda yang menyajikan makanannya secara duduk lesehan dengan menggelar tikar. Makanan

dihidangkan pada meja rendah, dan orang makan bersama-sama pada satu waktu. Ini juga mencakup kebiasaan makan orang Sunda yang sudah ada sejak lama, yang menjadi bagian dari budaya dan tradisi masyarakat Sunda.

Pada proyek perancangan ulang hotel butik Verona Palace terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi dalam pemilihan pendekatan desain. Pendekatan desain yang diterapkan pada perancangan proyek hotel butik di Kota Bandung adalah lokalitas budaya sunda di kota Bandung. Pendekatan ini dapat menjadi sebuah solusi terkait fenomena yang menjelaskan bahwa hotel tersebut minimal dalam menunjukan sebuah orisinalitas tema interior untuk sebuah hotel butik dan memberi pengalaman budaya sunda. Pada penggunaan batik Bandung menggunakan metode transformasi subtraktif.

Deskripsi Proyek

Gambar 1 Logo Hotel Verona Palace
Sumber : Veronapalace.com

1. Nama Hotel : Hotel Verona Palace
2. Lokasi Perancangan : Jl. Surya Sumantri No.36, Sukagalih, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat 40163
3. Status Perancangan : Perancangan Ulang
4. Klasifikasi Perancangan : Hotel Butik Bintang 3
5. Lusasan Perancangan : 800 m†
6. Area Perancangan : 3 tipe kamar hote, meeting room, ruang serbaguna, restoran, lobby.

Tema dan Konsep Perancangan

Tema yang akan diterapkan pada perancangan hotel butik Verona Palace adalah “A Taste of Bandung”. Tema "A Taste of Bandung" merupakan pendekatan dalam perancangan atau pengembangan produk, layanan, atau destinasi yang bertujuan untuk mencerminkan dan menghadirkan keunikan serta karakteristik khas dari Kota Bandung.

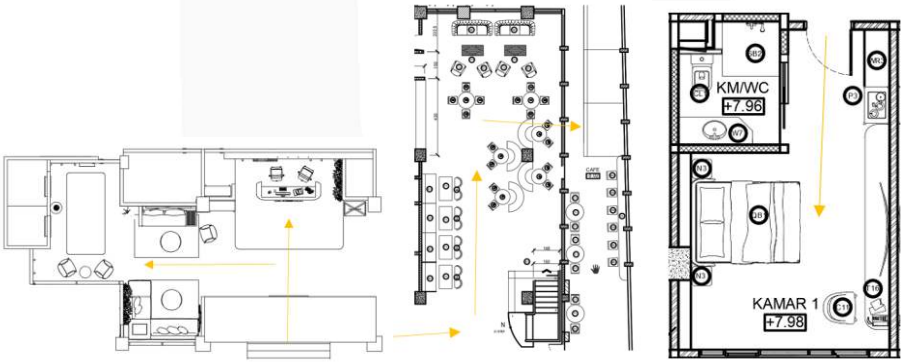
Istilah ini dapat merujuk pada berbagai aspek pengalaman, mulai dari kuliner, budaya, seni, hingga keindahan alam yang dapat ditemukan di Kota Bandung.

Dalam konteks kuliner, "A Taste of Bandung" dapat merujuk pada penghadiran hidangan dan makanan khas daerah. Restoran atau kafe dapat menyajikan hidangan-hidangan tradisional atau modern dengan sentuhan lokal, menciptakan pengalaman gastronomi yang autentik. Pengunjung hotel dapat pengalaman belanjan unik seperti di toko-toko atau pasar tradisional yang menawarkan produk-produk khas Bandung, seperti kain batik, kerajinan tangan, atau produk fashion lokal, dapat menciptakan pengalaman belanja yang mencirikan keunikan dari kota tersebut. Konsep "A Taste of Bandung" dapat tercermin dalam desain visual, termasuk logo, warna, dan elemen branding yang mencerminkan warisan dan karakteristik kota tersebut.

Implementasi Tema dan Konsep Perancangan

Konsep Organisasi Ruang

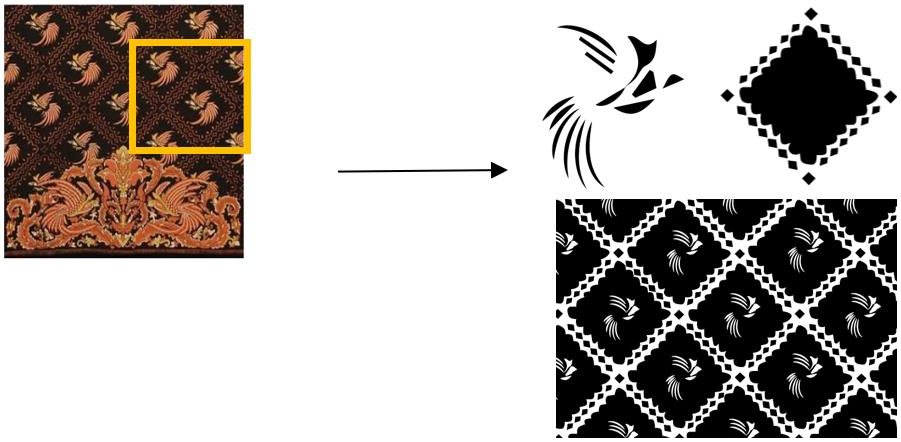
Perancangan ini menerapkan organisasi ruang yang sesuai dengan kedekatan ruang dan aktivitas dalam hotel untuk meningkatkan keefisianan aktivitas pengguna hotel. Organisasi linear pada lobby, pada restoran dan kamar.



Gambar 2 Konsep organisasi
Sumber : Data Pribadi

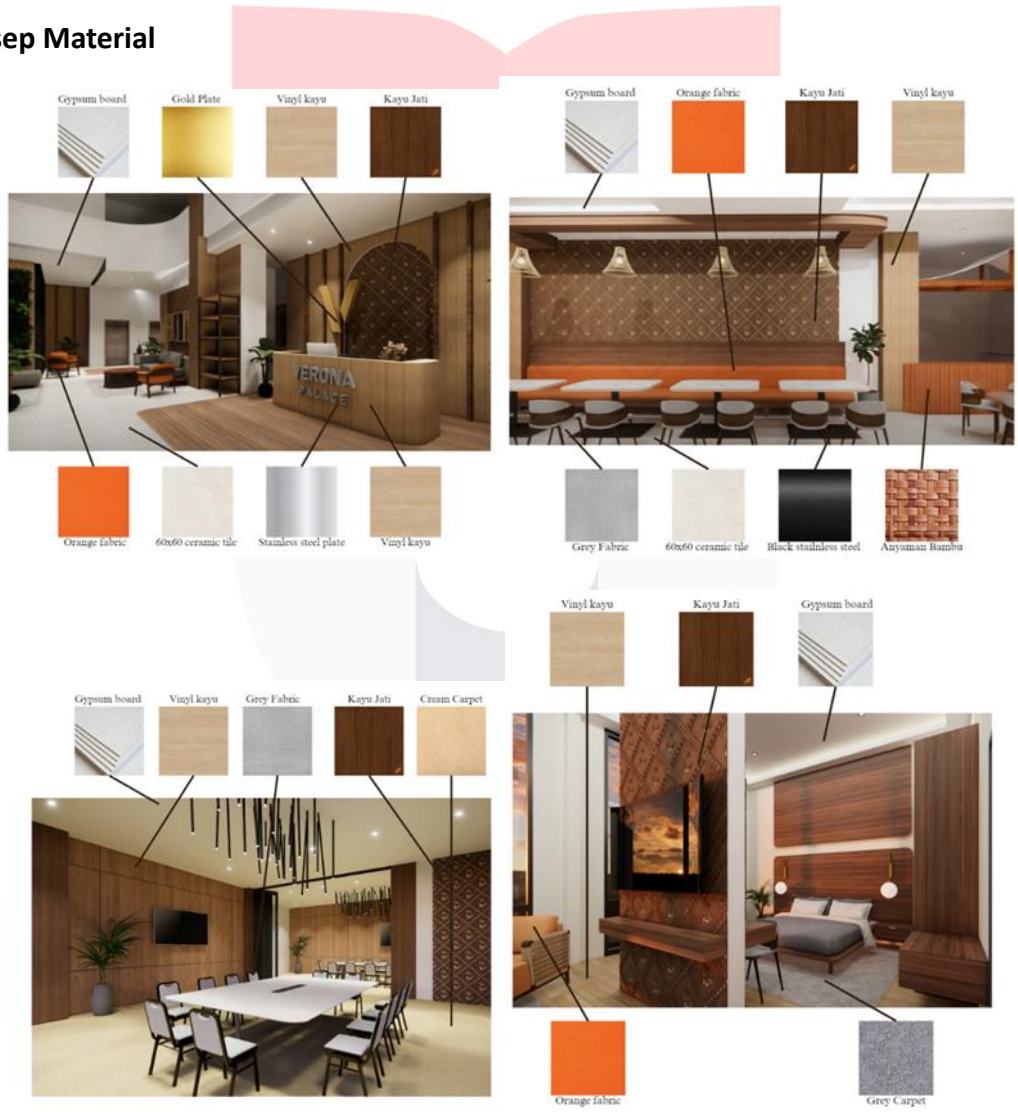
Konsep Bentuk

Konsep bentuk menggunakan bentuk yang diadaptasi dari batik jaluk harupati menggunakan metode teknik transformasi DK. Ching (2008), transformasi dimensional yaitu dengan merubah salah satu atau lebih dari dimensinya, transformasi subraktif yaitu dengan mengurangi sebagian dari bentuknya. Pada area lobby, restoran, 3 tipe kamar, meeting room dan ruang serbaguna.



Gambar 3 Konsep Bentuk
Sumber : Data Pribadi

Konsep Material

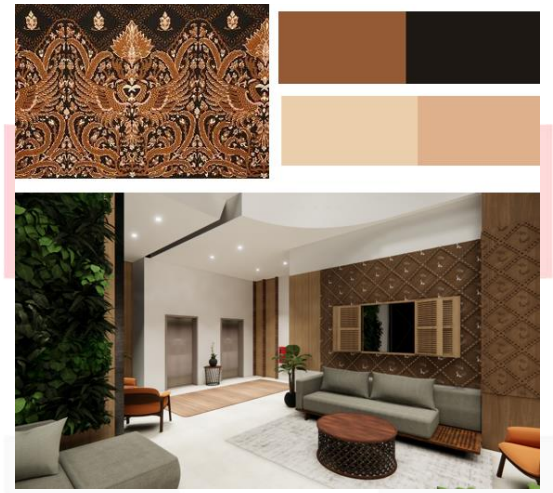


Gambar 4 Konsep Material
Sumber : Data Pribadi

Pada area lobby, menggunakan kayu jati dibagian backdrop resepsionis, lantai menggunakan keramik warna krem, dan sentuhan warna oren pada furnitur.

Menetapkan penggunaan emas dan logam pada logo hotel Verona Palace. Pada area restoran, menggunakan kayu jati dibagian backdrop, lantai menggunakan keramik warna krem, dan sentuhan warna oren pada furnitur. Menggunakan anyaman bambu pada meja buffet. Pada meeting room Tidak menggunakan material yang bervariasi pada ruang meeting untuk terlihat tetap bersih dan simple. Material yang digunakan berupa gypsum, kayu jati dan fabrik abu- abu.

Konsep Warna



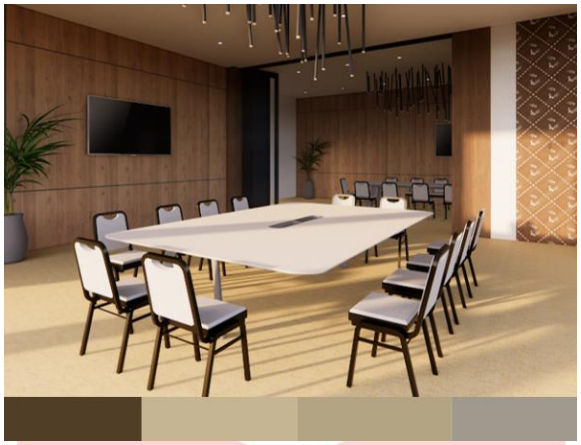
Gambar 5 Konsep warna lobby
Sumber : Data Pribadi

Konsep warna yang ingin diaplikasikan pada area lobby menggunakan warna dari batik ragen panganten yang dominsasi warna coklat, krem dan hitam. Warna tersebut sering dihubungkan dengan unsur alam seperti tanah, kulit, atau kayu. Ini memberikan kesan kehangatan dan keaslian. Diharapkan juga dapat menciptakan suasana yang hangat dan ramah.

Gambar 6 Konsep warna restoran
Sumber : Data Pribadi

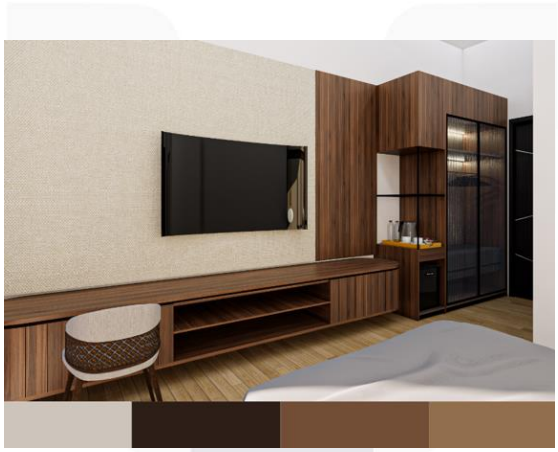
Konsep warna yang ingin diaplikasikan pada area restoran menggunakan warna dari batik ragen panganten yang dominsasi warna coklat, krem, hitam dan oren.

Pemilihan warna hangat seperti merah bata dan oranye, bersama dengan bahan alam seperti kayu, memberikan sentuhan tradisional dan alami.



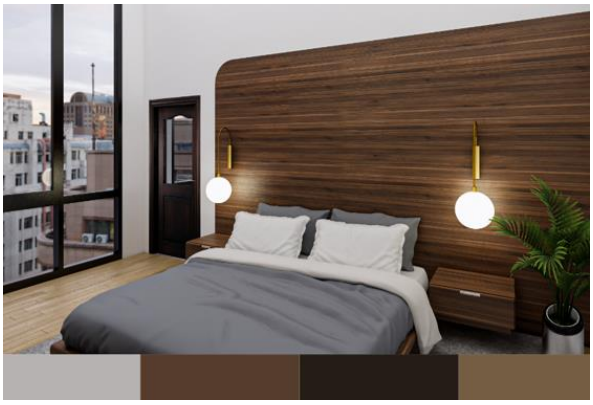
Gambar 7 Konsep warna meeting room
Sumber : Data Pribadi

Konsep warna yang digunakan merupakan warna netral yaitu coklat, krem dan abu, berikut adalah warna dari branding hotel Verona Palace sendiri saat ini. Diharapkan dapat menciptakan atmosfer yang hangat dan mendukung kolaborasi.



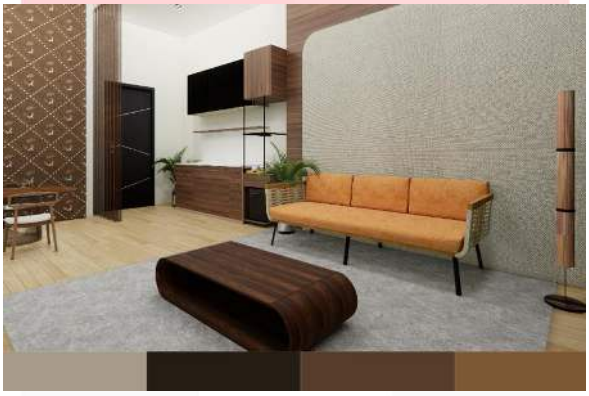
Gambar 8 Konsep warna kamar superior
Sumber : Data Pribadi

Konsep warna yang digunakan merupakan warna netral yaitu coklat, krem dan abu, warna tersebut tidak jauh dengan warna branding hotel Verona Palace



Gambar 9 Konsep warna kamar deluxe
Sumber : Data Pribadi

Konsep warna yang digunakan merupakan warna netral yaitu coklat, krem dan abu, warna tersebut tidak jauh dengan warna branding hotel Verona Palace.



Gambar 10 Konsep warna kamar suite
Sumber : Data Pribadi

Konsep warna yang diaplikasikan pada area lounge di kamar executive suite menggunakan warna dari batik ragen panganten yang dominsasi warna coklat, krem, hitam dan oren.

Gambar 11 Konsep warna serbaguna
Sumber : Data Pribadi

Konsep warna yang digunakan merupakan warna netral yaitu coklat, krem dan abu, berikut adalah warna dari branding hotel Verona Palace sendiri saat ini.

Konsep Pencahayaan

Pencahayaan dalam ruangan diperoleh dari sinar alami matahari yang masuk melalui jendela dari pagi hingga sore hari. Sementara itu, pencahayaan buatan dihasilkan dari lampu LED downlight dan LED strip dengan warna hangat untuk menciptakan suasana yang mengundang kehangatan dan kenyamanan. Sentuhan kehangatan dan kenyamanan ini melambangkan semangat gotong royong dan keakraban masyarakat Bandung. Meskipun demikian, tak lupa kehadiran unsur kemewahan agar tidak menciptakan kesan yang menakutkan.

Konsep Penghawaan

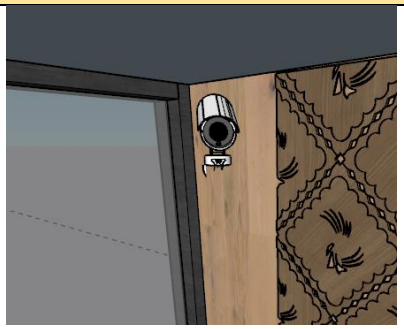
Penghawaan Alami

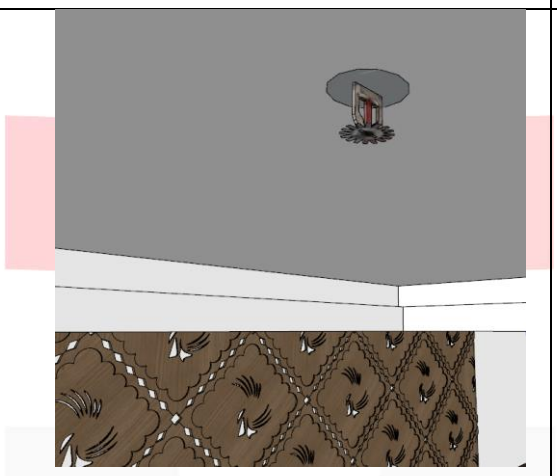
Ventilasi alami tercipta melalui pencahayaan dan sirkulasi udara yang dihasilkan oleh bukaan jendela pada bangunan.

Penghawaan Buatan

Sistem penghawaan buatan yang diterapkan adalah AC Split Duct, yang menghasilkan udara dingin melalui sistem ducting yang terpusat, di mana pengaturan suhu dilakukan secara keseluruhan tanpa pengaturan individual di setiap unit. Sementara itu, area publik dilengkapi dengan AC tipe Central.

Tabel 1 Konsep Sistem keamanan

Sistem Keamanan	Implementasi	Keterangan
CCTV		Pada seluruh area ruang hotel, khususnya pada area public dan koridor hotel

Fire Alarm		Dipasang pada dinding dekat dengan tangga darurat dan berdekatan dengan APAR
Sprinkler		Disekuruh area pada bangunan hotel yang diterapkan pada langit-langit
Smoke Detector		Diseluruh area pada bangunan hotel yang di terapkan pada langit-langit antara sprinkler
Signage		Pada titik tertentu yang dibutuhkan untuk membantu mengarahkan pengunjung hotel

Sumber : Data Pribadi

KESIMPULAN

Perancangan hotel butik Verona Palace di Bandung dengan pendekatan budaya Sunda adalah langkah yang menarik dan strategis untuk menciptakan pengalaman menginap yang unik dan autentik. Dengan memadukan kekayaan budaya Sunda dalam desain dan pelayanan, hotel butik ini dapat menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang mencari pengalaman yang lebih dalam dan terhubung dengan tradisi lokal.

Solusi yang dihasilkan untuk menanggapi masalah yang ada ditemukan melalui serangkaian langkah, termasuk melakukan observasi lapangan dan studi literatur, kemudian menganalisis temuan tersebut untuk menyusun tema konsep. Proses ini akhirnya membentuk hasil akhir perancangan, yang menjadi solusi untuk permasalahan yang dihadapi melalui perancangan ulang hotel butik Verona Palace dengan menggunakan pendekatan budaya Sunda.

Dengan tema "A Touch of Bandung" dan pemanfaatan potensi budaya Sunda yang dimodernisasi dari segi bentuk dan bahan tanpa menghilangkan karakteristik uniknya, konsep budaya yang diterapkan dalam hotel ini melibatkan penggunaan material yang terinspirasi dari arsitektur rumah Sunda dan batik jalak harupat. Proyek perancangan ini diharapkan dapat menggambarkan desain interior dengan potensi yang terdapat di Verona Palace, menjadi solusi desain yang inovatif, serta berfungsi sebagai sarana untuk memperkenalkan dan menjaga keunikan dari Verona Palace sehingga dapat menjadi daya tarik dan nilai tambah bagi para pengunjung, baik domestic maupun mancanegara.

DAFTAR PUSTAKA

Ching, F. D. (1985). Bentuk, Ruang, dan Tatanan. Jakarta: Erlangga.

Gushendri, G., Hidayat, W., & Rijal, M. (2015). Transformasi Bentuk Arsitektur Rumah Godang Pada Perancangan Museum Jalur Kuantan Singingi. Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Teknik dan Sains, 2(1), 1-15.

Wennoris, V. (2017). *Operational Review To Assess The Marketing Mix Strategy In Order To Increase The Occupancy Rate In Verona Palace Bandung Hotel*.

Wijaya, I. P. R., Rahardjo, S. M., & Nabila, G. P. (2021). Penerapan Teknologi Pada Perancangan Interior Float Club Spa.