

PERANCANGAN ULANG HOTEL ASTON PASTEUR DENGAN PENDEKATAN BRANDING DI BANDUNG

I.G.A. Eva Dwitya Guna Ningrum¹, Hendi Anwar² dan Hana Faza Surya Rusyda³

^{1,2,3}*Desain Interior, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University, Jl Telekomunikasi No.1, Terusan Buahbatu – Bojongsoang, Sukapura, Dayeuh Kolot, 40257 Bandung, Jawa Barat*
evadwitya@gmail.com, hendianwar333@gmail.com, hanafsr@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Penguatan branding pada interior pada saat ini lebih memiliki pengaruh besar daripada metode lainnya seperti penggunaan logo dan tanda (Imani & Shishebori, 2014) (Raja, 2020) dan oleh (Sametz & Maydoney, 2003) menuliskan salah satu metode yang bisa dilakukan adalah mendongeng melalui desain. Observasi branding dan desain hotel sudah dilakukan pada salah satu hotel bintang empat di kota Bandung yang bernama Hotel ASTON Pasteur yang beralamat di Jl. Dr. Djunjunan No.162, Sukagalih, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat. Namun, ditemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan teori branding interior yang dikemukakan oleh Kim Kuhteubl yaitu clear vision, unique story dan energy, sekaligus masalah yang berkaitan langsung dengan identitas merek itu sendiri. Oleh karena itu perancangan ulang dilakukan dengan mengambil pendekatan branding dengan konsep modern eclectic hotel yang diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan yang ada dan dapat memperjelas identitas hotel melalui perancangan interior.

Kata kunci: hotel, identitas merek, teori branding interior, eklektik

Abstract: *Strengthening branding in interiors currently has a greater influence than other methods such as the use of logos and signs (Imani & Shishebori, 2014) (Raja, 2020) and (Sametz & Maydoney, 2003) wrote that one method that can be done is storytelling through storytelling. design. Observations on branding and hotel design have been carried out at one of the four star hotels in the city of Bandung called Hotel ASTON Pasteur which is located at Jl. Dr. Djunjunan No. 162, Sukagalih, Kec. Sukajadi, Bandung City, West Java. However, several problems were found related to the interior branding theory proposed by Kim Kuhteubl, namely clear vision, unique story and energy, as well as problems directly related to the brand identity itself. Therefore, the redesign was carried out by taking a branding approach with a modern eclectic hotel concept which is expected to solve existing problems and clarify the hotel's identity through interior design.*

Keywords: hotel, brand identity, interior branding theory, eclectic

PENDAHULUAN

Penerapan branding pada interior itu penting. Hal ini terjadi karena penguatan branding pada interior pada saat ini lebih memiliki pengaruh besar daripada metode lainnya seperti penggunaan logo dan tanda (Imani & Shishebori, 2014) (Raja, 2020). Selain itu, Bernd Schmitt penulis dari "Experiential marketing" mengemukakan bahwa pengalaman dari konsumen akan memengaruhi nilai branding, selain nilai dari barang atau jasa yang dimiliki (DeVorm, n.d.). Pengalaman ini bisa didapatkan ketika kita memahami cerita kompleks dari sebuah branding, berdasarkan studi yang dilakukan oleh (Sametz & Maydoney, 2003) menuliskan salah satu metode yang bisa dilakukan adalah mendongeng melalui desain. Lewat metode itu, sebuah branding yang kompleks akan mudah dipahami maksud maupun tujuannya sehingga orang mulai bisa berinteraksi dan lama kelamaan akan memberikan komitmen, dukungan maupun kepercayaannya terhadap brand tersebut.

Dalam konteks branding pada hotel, konsumen atau pengunjung hotel akan memberikan kepercayaan dan komitmennya ketika pengalaman yang menarik dari hotel yang mereka tempati disamping kepuasan pelayanan yang mereka dapatkan. Observasi branding dan desain hotel sudah dilakukan pada hotel bintang empat di kota Bandung yang bernama Hotel ASTON Pasteur yang beralamat di Jl. Dr. Djunjunan No.162, Sukagalih, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat. Berdasarkan nilai dari jasa dan fasilitas yang diberikan, hotel ini memiliki rating yang baik pada situs akomodasi online seperti Traveloka (bintang 8,7/10), Tripadvisor (bintang 4,5/5) dan Booking.com (bintang 8/10). Namun, penerapan desain berdasarkan branding yg memiliki tujuan untuk memberikan pengalaman kepada konsumen dirasa belum sesuai

karena beberapa alasan yang dianalisis melalui teori branding Interior yang dikemukakan oleh Kim Kuhteubl.

Oleh karena itu perancangan ulang diperlukan untuk mengatasi masalah-masalah diatas, agar para pengunjung hotel baik yang menginap dan melakukan pertemuan bisnis dapat merasakan kenyamanan, keamanan dan pengalaman yang dijanjikan oleh hotel sesuai dengan brand ASTON yang dimiliki hotel ASTON Pasteur.

METODE PENELITIAN

Sebagai awalan, peneliti melakukan observasi, studi lapangan hingga melakukan kajian literatur untuk mendapatkan data awal sebagai acuan dalam menemukan permasalahan. Setelah itu, studi banding dan studi preseden dilakukan sebagai bahan analisis maupun referensi untuk menyelesaikan permasalahan telah ditemukan. Objek dari studi preseden maupun studi banding tersebut perlu memperhatikan pendekatan yang akan digunakan karena pendekatan yang dipilih berhubungan langsung dengan permasalahan yang sudah ada. Dan terakhir, hasil penelitian dicapai dengan menerapkan hasil dari analisis maupun teori yang sudah didapatkan dan dipilih.

HASIL DAN DISKUSI

Tema Perancangan

Astonishing Experience yang jika diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia memiliki arti pengalaman menakjubkan, merupakan tagline dari hotel ASTON ini sendiri, yang dimana hotel ini ingin memberikan pengalaman baru dan menarik yang tidak bisa ditemukan di hotel lainnya. Pengalaman yang berbeda tersebut ingin ditunjukkan melalui visual hotel yang mengambil

pengayaan modern eklektik. Pengayaan ini populer di abad ke- 19 dengan kombinasi historis dan mengutamakan kebebasan berekspresi (Dekoruma, 2019). Dalam hal ini, visual historis dari kota Bandung dan sisi tradisional akan ditampilkan sebagai bukti penerapan konsep desain yang sudah dimiliki brand ASTON, pada bangunan hotelnya yang berada di daerah Pasteur. Selain itu pemecahan permasalahan pada perancangan ini akan dikelompokkan berdasarkan teori interior branding yang dimiliki Kim Kuhteubl yaitu, clear vision, unique story dan energy, yang dimana teori ini juga sudah disesuaikan dengan kebutuhan dari brand ASTON ini sendiri.

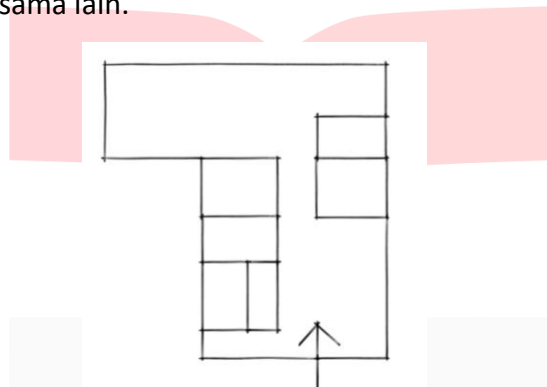


Gambar 1 Peta Pemikiran Tema dan Konsep Perancangan Hotel ASTON Pasteur
sumber : ilustrasi pribadi

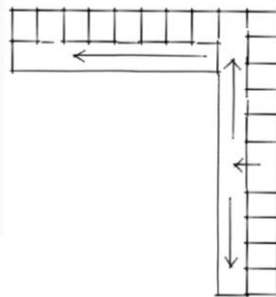
Konsep Organisasi Ruang dan Layout

Konsep organisasi ruang menurut Francis D.K.Ching yang akan diterapkan yang juga didasarkan dari hasil studi banding adalah organisasi ruang cluster dan linear.

Organisasi ruang cluster akan fokus diterapkan pada area lantai 1 atau lantai dasar hotel ASTON Pasteur karena, pada area ini terdapat beberapa jenis ruang yang memiliki fungsi yang berbeda maupun ruangan yang saling berhubungan satu sama lain.



Gambar 2 Sketsa organisasi ruang lantai dasar Hotel ASTON Pasteur
Sumber : Analisis Pribadi (2023)



Gambar 3 Sketsa organisasi ruang lantai tipikal kamar tamu Hotel ASTON Pasteur
Sumber : Analisis Pribadi (2023)

Organisasi ruang linear diterapkan pada lantai tipikal hotel yaitu lantai yang sebagian besarnya ditempati oleh kamar pengunjung. Organisasi ruang linear ini diterapkan karena ruangan-ruangan yang berdekatan memiliki fungsi yang sama. Selain itu organisasi ruang ini membuat area sirkulasi seperti koridor menjadi lebih lega dan terarah.

Konsep Visual Bentuk

ASTON

Gambar 4 Logo Merek ASTON

Sumber : www.astonhotelsinternational.com (2023)

Konsep bentuk pertama terinspirasi dari logo brand ASTON ini sendiri. Logo dari brand ini memang hanya terdiri dari susunan huruf ASTON, akan tetapi gaya dari font ini memiliki karakternya tersendiri. Gaya dari font ini memiliki garis yang tegas, dan bentuknya sangat geometris. Oleh karena itu, bentuk-bentuk geometris akan banyak diterapkan pada perancangan.



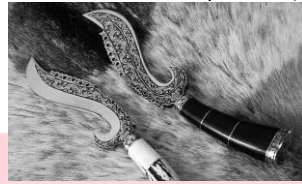
Gambar 5 Tampak depan Gedung Sate

Sumber : www.bandung.go.id (2022)

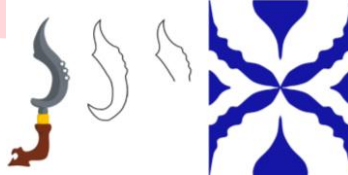
Kemudian konsep bentuk kedua terinspirasi dari gedung sate yang merupakan salah satu bangunan historis yang dimiliki oleh kota Bandung. Selain sisi historisnya, gedung sate dipilih sebagai inspirasi dari perancangan hotel ini karena bangunan ini termasuk bangunan ikonik yang menerapkan budaya barat-timur secara bersamaan dan hanya dimiliki oleh kota Bandung. Bentuk gedung sate yang diambil sebagai inspirasi adalah bagian lengkungan, bentuk geometris dari jendela bangunan dan penerapan ciri khas dari bangunan kolonial yaitu dinding pada bagian pojok bangunan dibuat melengkung sebagai estetika (Anwar & Hapsoro, 2019)



Gambar 6 Lengkungan pada bagian belakang Gedung Sate
Sumber : dokumentasi pribadi (2022)



Gambar 7 Kujang senjata tradisional Suku Sunda
Sumber : www.houseindonesia.com (2016)










Gambar 8 Transformasi bentuk kujang menjadi motif
Sumber : analisis pribadi (2023)

Sebagai daerah yang sebagian besar penduduknya berasal dari suku Sunda, maka konsep kedua terinspirasi dari bentuk senjata tradisional suku sunda (gambar 7) ini sendiri yaitu kujang. Dikutip dari (House Sangkuriang, 2016), Kujang merupakan senjata tradisional kaum petani masyarakat sunda memandangnya sebagai refleksi ketajaman, kekuatan dan keberanian untuk memperjuangkan kebenaran. Senjata yang menyerupai cerurit ini memiliki nama yang berasal dari kata ujang yang berarti manusia. Pada Perancangan bentuk kujang ini diaplikasikan kedalam motif yang akan diaplikasikan pada panel dinding.

Berikut ini adalah contoh penerapan konsep bentuk pada perancangan Hotel ASTON Pasteur :

Tabel 1 Penerapan Bentuk
 Sumber: Analisis Pribadi (2024)

Bentuk	Area Penerapan
	 <p data-bbox="901 734 1165 763">Backdrop pada restoran</p>  <p data-bbox="914 963 1152 992">Backdrop kamar tidur</p>
<p data-bbox="379 996 641 1070">Sudut ruangan yang melengkung</p>	
	 <p data-bbox="901 1415 1165 1444">Backdrop pada restoran</p>  <p data-bbox="914 1733 1152 1762">Backdrop kamar tidur</p>

Konsep Visual Warna










Gambar 9 Palet warna Perancangan hotel ASTON Pasteur
Sumber : analisis pribadi(2023)




Warna biru melambangkan ketenangan, kepercayaan, dan integritas. Kemudian warna kuning dipilih karena melambangkan keramah-tamahan, warna abu muda dan hitam melambangkan kemewahan, terakhir warna putih dipilih karena melambangkan modernitas. Berikut ini adalah tabel penempatan warna-warna pada perancangan hotel ASTON Pasteur :

Tabel 2 Konsep Warna
Sumber: Analisis Pribadi (2024)

Warna	Nama Warna	Area peletakan
	Kuning	 Kursi pada area restoran  Kursi pada area <i>lobby</i> hotel  Kursi pada area kamar pengunjung hotel

	<p>Biru</p>	 <p>Kursi dan dinding pada area restoran</p>  <p>Karpet tile, dinding dan logo ASTON pada area lobby hotel</p>   <p>Dinding pada area kamar pengujung, kamar mandi, dan area foyer.</p>  <p>Pintu kamar pengujung dan dindin di area koridor</p>
	<p>Abu-abu</p>	


		 <p>Warna ini terdapat pada bagian kursi area tunggu lobby</p>  <p>Warna ini terdapat pada sebagian besar furniture pada toko souvenir</p>  <p>Pada area restoran warna abu-abu tercermin pada keramik yang digunakan</p>
	<p>Putih</p>	<p>Warna ini berada diseluruh bagian perancangan interior</p>
	<p>Hitam</p>	  <p>Warna ini diaplikasikan pada seluruh plafon area lobby hingga toko souvenir. Warna ini juga bisa ditemukan pada bingkai jendela hotel.</p>









		  <p data-bbox="887 797 1337 898">Warna ini diaplikasikan pada plafon, pola lantai, dinding dan beberapa bagian furniture pada area restoran</p>  <p data-bbox="906 1149 1318 1249">Pada area kamar warna ini hanya digunakan pada bagian frame jendela maupun pintu.</p>
--	--	--

Pencahayaan

Selain pencahayaan alami yang berasal dari jendela dinding kaca dan pintu, untuk menunjang aktivitas dan suasana yang ingin ditampilkan, Berikut ini adalah tabel pencahayaan buatan yang akan diterapkan pada perancangan hotel ASTON Pasteur :

Tabel 3 Pencahayaan Dalam Ruang
Sumber: Analisis Pribadi (2024)

Jenis Pencahayaan	Gambar
Pendant light	

	
<p>Accent light (LED strip)</p>	 
<p>Downlight</p>	
<p>Chandelier</p>	 
<p>Spotlight</p>	
<p>Task Light</p>	

Penghawaan

Penghawaan yang diterapkan pada hotel ini sebagian besar merupakan penghawaan buatan. Sistem penghawaan yang digunakan pada hotel ini merupakan AC central. Ada beberapa jenis unit indoor yang digunakan seperti cassette, slim duct, dan boxtrox.

Penerapan unit cassette diletakan pada restoran dan koridor. Uunit slim duct diterapkan pada lobby, kamar superior dan kamar deluxe. Sedangkan unit boxtrox diletakan pada kamar suite.

Pengkondisian Suara (Akustik)

Pengkondisian suara pada hotel ini diaplikasikan pada beberapa elemen interior seperti lantai, dinding, dan plafon. Pengkondisian suara ini bertujuan untuk meredam suara yang berasal dari kendaraan bermotor hingga kebisingan pada area koridor hotel.



Gambar 10 Rockwool untuk pengkondisian suara pada dinding
Sumber : www.rockwool.com (2023)



Gambar 11 Gypsum Knafu Shounshield
Sumber : www.knafu.co.id (2023)



Gambar 12 Insulasi lantai akustik ringan
Sumber : www.acourete.com (2023)

PENGAMANAN

Salah satu standar untuk memenuhi kelayakan pada sebuah bangunan adalah aspek keamanan. Sama seperti perancangan hotel ini yang menggunakan standarisasi pengamanan dengan dasar SNI 03-1735-2000. Pengamanan tersebut mencakup penempatan hidran indoor, penempatan APAR, penempatan sprinkler, hingga penempatan rambu evakuasi.

FURNITURE

Penerapan furniture pada perancangan hotel ini menggunakan visual modern eklektik yang mengkombinasikan furniture modern pada era 50-60-an dengan eklektik yang menggabungkan berbagai macam gaya, fungsi, serta historis. Berikut adalah penerapan furniture hotel ASTON Pasteur.



Gambar 13 Ilustrasi lemari pada perancangan
Sumber : [Dokumentasi Pribadi](#) (2023)

KESIMPULAN

Hotel ASTON Pasteur merupakan hotel bintang empat yang berada di kota Bandung dan berada di bawah naungan brand ASTON. Hotel ini memiliki citra brand hotel eklektik yang bisa diakses oleh semua orang. Akan tetapi, penerapan identitas dari brand ASTON ini belum terlihat. Sehingga perancangan ulang diperlukan untuk memperjelas identitas brand ASTON pada hotel ini. Dengan tema “*ASTONishing Experience*”, diharapkan para pengunjung dapat merasakan pengalaman yang berbeda ketika menginap di hotel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Acourete. (n.d.). Peredam Suara Lantai: Metode dan Bahan untuk Mengurangi Transmisi Suara di Ruangan. Retrieved from Acourete Web site: <https://acourete.com/peredam-suara-lantai-metode-dan-bahan-untuk-mengurangi-transmisi-suara-di-ruangan/>
- Anwar, H., & Hapsoro, N. A. (2019). Facade Identification of colonial buildings in the city of Bandung. 6th Bandung Creative Movement International Conference in Creative Industries 2019 (6th BCM 2019). Bandung.
- Ching, F. D. (2007). *Arsitektur : Bentuk, Ruang dan Tatanan*. Erlangga.
- Dekoruma, K. (2019, September 19). *Desain 101: Gaya Desain dan Arsitektur Eklektik, Pahami Keunikannya!* Diambil kembali dari Dekoruma Web site: <https://www.dekoruma.com/artikel/89821/gaya-desain-dan-arsitektur-elektik>
- Departemen Pariwisata, P. d. (1988). Keputusan Direktur Jendral Pariwisata No :14/U/II/88 Pelaksanaan Ketentuan Usaha dan Penggolongan Hotel.

- DeVorm. (n.d.). Interior Branding: Why It Matters. Retrieved from Journal DeVorm Web site: <https://journal.devorm.nl/blog/interior-branding-why-it-matters>
- Gunawan, A. I., Sari, S. M., & Frans, S. (2017). Penerapan Interior Branding pada Hotel Yello. JURNAL INTRA Vol. 5, No. 2, 247-254. Retrieved November 10, 2023
- Gunawan, A. I., Sari, S. M., & Frans, S. M. (2017). Penerapan Interior Branding pada Hotel Yello. JURNAL INTRA, 247-254. Dipetik November 14, 2023
- House Sangkuriang. (2016, November 3). Kuajng, Sejata Tradisional Indonesia. Diambil kembali dari House Sangkuriang Web sitw: <https://www.house-indonesia.com/id/inspired/magazine/685/kujang-,senjata-tradisional-indonesia>
- Imani, N., & Shishebori, V. (2014). Branding With The Help of Interior Design. Indian Journal of Scientific Research. Dipetik November 12, 2023
- Indonesia, B. S. (n.d.). pada SNI 03-6572-2001 tentang Tata Cara Perancangan Sistem Ventilasi dan Pengkondisian Udara Pada Bangunan Gedung.
- Indonesia, B. S. (n.d.). SNI 03-6197-2000 Tentang Konservasi Energi.
- Indonesia, K. P. (2013). PERATURAN MENTERI PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF REPUBLIK INDONESIA NOMOR PM.53/HM.001/MPEK/2013 TENTANG STANDAR USAHA HOTEL.
- INDONESIA, K. P. (2021). Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2021 Tentang Standar

Kegiatan Usaha Pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Pariwisata.

International, A. (2023). ASTON Pasteur Hotel. Retrieved from Fasilitas dan Pilihan Akomodasi ASTON Pasteur Hotel: <https://www.astonhotelsinternational.com/id/hotel/view/45/aston-pasteur>

Izadpanah, S. (2021, May). Interior Space Brand Identity : Strategies That Matter. *Academic Research and Review in Architecture, Planning and Design Sciences*, 55-69.

Kuhteubl, K. (2016). *Branding + Interior Design : Visibility and Business Strategy for Interior Designers*. Schiffer Publishing Limited.

M, d. G. (2021, April 10). CARA PEMASANGAN RAMBU KESELAMATAN DI RUMAH SAKIT. Diambil kembali dari Dr. Galih Endradita M Web site: <https://galihendradita.wordpress.com/2021/04/10/cara-pemasangan-rambu-keselamatan-di-rumah-sakit/>

Menteri Pariwisata, P. d. (1987). Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor : KM.94/HK.103/MPPT-87 Tentang Ketentuan Usaha dan Penggolongan Hotel.

Nesty. (n.d.). APA ITU ALAT PEMADAM API RINGAN (APAR)? CEK DI SINI! Retrieved from PEMADAMAPI.CO.ID: <https://www.pemadamapi.co.id/alat-pemadam-api-ringan-apar/>

Nurhalimah, D., Widyaesan, D. A., & Akhmadi. (2021). PERANCANGAN BARU INTERIOR HOTEL BINTANG EMPAT (****) DI DAGO. *e-Proceeding of Art & Design*.

Panero, J., & Martin, Z. (1939). *HUMAN DIMENSION & INTERIOR SPACE*.

Pangestika, W. (2022, Desember 7). Mekarsari Jurnal. Dipetik November 12, 2023, dari PT Mid Solusi Nusantara Web Site:

<https://www.jurnal.id/id/blog/unsur-jenis-tujuan-dan-manfaat-branding/>

Raja, M. T. (2020). Kajian Aplikasi Brand Identity Pada Elemen Desain Interior Gourmet Cafe PETitenget. ARCADE, 4, 188. Dipetik November 12, 2023

Sametz, R., & Maydoney, A. (2003). Storytelling through design. Design Management Journal.

Sugiarto, E., & Sulartiningrum, S. (1996). Pengantar akomodasi dan restoran : untuk anda yang berkecimpung dalam industri pariwisata. Jakarta: Gramedia Pustaka.

Universitas Ma Chung. (2022, Mei 25). 10 Makna Warna Berdasarkan Psikologi dalam Desain. Dipetik November 19, 2023, dari Universitas Ma Chung Web site: <https://machung.ac.id/artikel-prodi-dkv/makna-10-warna-berdasarkan-pskologi-dalam-desain/#:~:text=Lebih%20lanjut%2C%20warna%20biru%20tua,kesendirian%2C%20refleksi%2C%20serta%20kesunyian.>

Yohannes, M. (2020, Maret 20). Mengenal Apa Itu Hotel Bisnis (City Hotel) & Karakteristiknya. Dipetik November 18, 2023, dari Traveloka Web site: <https://www.traveloka.com/id-id/explore/tips/definiton-of-business-hotel-acc/26767>