

PERANCANGAN ULANG HOTEL BINTANG 4 HOTEL HORISON ULTIMA BEKASI DENGAN PENDEKATAN BRAND IDENTITY

ABSTRAK

Abstrak :

Pertumbuhan industri perhotelan di Kota Bekasi menunjukkan perkembangan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, ditandai dengan tingkat okupansi yang mencapai 80–81%. Hal ini mencerminkan tingginya kebutuhan masyarakat akan fasilitas akomodasi yang nyaman, modern, dan mudah diakses. Namun, di tengah persaingan hotel-hotel baru dengan konsep dan fasilitas kekinian, Hotel Horison Ultima Bekasi—sebagai hotel bintang empat pertama yang berdiri sejak 1994—mengalami penurunan daya tarik karena desain interior dan fasilitasnya yang belum diperbarui secara menyeluruh. Perancangan ulang ini dilakukan sebagai respons terhadap kebutuhan untuk meningkatkan daya saing hotel serta memperkuat citra merek melalui pendekatan Brand Identity. Pendekatan ini dipilih guna mengangkat kembali karakter hotel dengan mengintegrasikan elemen budaya lokal Kota Bekasi ke dalam desain interior. Konsep yang diusung adalah “Rooted Modernity”, yaitu memadukan kesan modern dengan akar lokal yang kuat. Proses perancangan dilakukan melalui observasi langsung pada kondisi eksisting hotel, studi literatur, wawancara, serta analisis terhadap kebijakan pemerintah daerah seperti program Pojok Promosi Kepariwisata dan Peraturan Daerah No. 10 Tahun 2023. Hasil rancangan menekankan penggunaan bentuk geometris sederhana, material lokal, serta warna-warna yang merepresentasikan identitas Kota Bekasi.

Kata kunci: Perhotelan, Brand Identity, Kota Bekasi, Desain Interior, Budaya Lokal.