

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Sejak era pandemi mulai memudar, upaya pemulihan dan perkembangan sektor pariwisata di Provinsi Jambi pun kembali gencar dilakukan guna menarik wisatawan lokal dan mancanegara. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Jambi telah mengadakan perencanaan pengembangan tujuh kampung wisata sebagai fokus pengembangan pariwisata Kota Jambi pada 2023 serta mengoptimalkan destinasi wisata yang sudah ada.

Menurut Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jambi, kunjungan wisata di Kota Jambi meningkat dibandingkan tahun lalu, dengan jumlah kunjungan wisatawan lokal sebanyak lebih dari 4000 orang dan wisatawan mancanegara mendekati 300 orang. Kunjungan wisatawan yang terdata tersebut hanya data dari tiket masuk objek wisata, belum termasuk jumlah wisatawan yang berlalu lalang. Data jumlah penerbangan sejumlah maskapai di Bandara Sultan Thaha Jambi pun menunjukkan kenaikan tingkat kunjungan di Kota Jambi. Hal ini juga didorong dengan data menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi terkait Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel Bintang terhitung Februari 2023 telah naik 53,18 % dari satu tahun sebelumnya. Dari peningkatan tersebut, terlihat bahwa akomodasi hotel saling berkaitan dengan perkembangan area wisata dan tingkat kunjungan di Kota Jambi.

Menurut Hurdawaty dan Parantika (2018), Hotel adalah sebuah penginapan yang terdiri dari berbagai jenis kamar yang disewakan kepada pengunjung atau masyarakat umum serta menyediakan makanan dan minuman untuk para tamunya. Dengan kata lain, hotel merupakan fasilitas yang dibutuhkan pengunjung sebagai tempat beristirahat setelah beraktivitas yang juga dapat diartikan sebagai tempat tinggal sementara bagi para wisatawan.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi, jumlah akomodasi hotel berbintang di Kota Jambi pada tahun 2022 adalah sebanyak 29 hotel, 2.129 kamar, dan 4.056 tempat tidur, yang mana jumlah kamar dan tempat tidur ini selalu bertambah setiap tahunnya. Dilihat dari lokasinya, beberapa klasifikasi hotel yang ada di Kota Jambi yaitu, *City hotel*, *Resort hotel*, *Residential hotel* dan *Downtown hotel*.

City hotel merupakan jenis hotel yang lokasinya berada di pusat kota, yang mana pembangunannya bertujuan untuk menunjang akomodasi penginapan bagi pengunjung yang

sedang berwisata di tengah kota. Menurut data terakhir dari Badan Pusat Statistik Kota Jambi, *city hotel* dengan klasifikasi hotel bintang terbanyak di Kota Jambi adalah klasifikasi hotel bintang tiga, sedangkan klasifikasi hotel bintang empat masih memiliki jumlah lebih sedikit. Padahal, banyaknya hotel dengan klasifikasi hotel berbintang dapat menambah nilai jual pariwisata di Kota Jambi, karena semakin baik pelayanan yang diberikan maka semakin besar pula pengaruhnya untuk kunjungan kembali para wisatawan. Selain dari pelayanan, beberapa faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk dapat menginap kembali yaitu harga, lingkungan, dan juga *brand*.

Menurut David Aaker (1996) dalam “*Building strong brands*”, *Brand Identity* adalah kumpulan sifat yang membedakan suatu merek dari merek lainnya dan menentukan bagaimana merek tersebut ingin dilihat oleh pelanggan. Penerapan *brand identity* pada interior ruangan bermanfaat dalam membantu menciptakan identitas yang konsisten, meningkatkan reputasi brand, membangun daya tarik dan diferensiasi merek, membantu memenuhi harapan tamu, serta mengkomunikasikan nilai dan filosofi dari suatu brand. Selain mengharapkan kenyamanan saat menginap, wisatawan cenderung mencari hotel dengan sensasi yang berbeda seperti adanya fasilitas dan properti yang lebih berkarakter dari hotel konvensional lainnya. (Nurhalisa, Wismono, dan Farida 2022). Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa penerapan *brand identity* pada perancangan sebuah interior ruang hotel dibutuhkan guna membangun hubungan jangka panjang dengan tamu dan mencapai kesuksesan dalam bisnis perhotelan.

Salah satu *brand* yang menyediakan *city hotel* dengan klasifikasi bintang empat yang cukup dikenal di kalangan masyarakat adalah Novotel. Merk hotel milik Accor Group ini memiliki lebih dari 500 hotel dan resort di lebih dari 50 negara yang terletak di distrik-distrik keuangan dan destinasi pariwisata pada sejumlah kota ternama di dunia, termasuk Indonesia. Accor memiliki *Campaign* berupa *Accor is Leader in Hospitality and Tourism in Asia Pasific*, yang mana mendeskripsikan bahwa *brand* ini memiliki ambisi untuk dikenal sebagai industri perhotelan paling profesional dan terbaik di Asia Pasifik. Kini Accor telah berkembang di 110 negara dan mengklaim bahwa akan terus memperluas kehadiran dan kepemimpinannya di seluruh dunia. *Brand* Novotel semakin melebarkan sayapnya dan masuk ke pulau Sumatera. Saat ini, *brand* Novotel baru memiliki 5 cabang di pulau Sumatera, yaitu pada Pekanbaru, Lampung, Palembang, Bangka, dan Bukittinggi. Novotel pernah dibuka di Kota Jambi pada tahun 1996 dan hanya bertahan selama 14 tahun kemudian

melepaskan diri dari Accor Group Management. Kini bangunan hotel ini tak lagi berfungsi sehingga *brand* Novotel sudah tidak melekat pada masyarakat Kota Jambi.

Pada proyek perancangan ini, pendekatan *brand identity* menggunakan *brand* Accor dipilih karena berkaitan dengan *campaign* dari *brand* Accor, *statementnya* yang ingin memperluas kepemimpinannya, serta upaya *development* sektor pariwisata di Kota Jambi oleh pemerintah Provinsi Jambi sehingga dapat kembali membangun reputasi *brand* Novotel di Kota Jambi.

Menurut *website* resmi Accor, Novotel merupakan salah satu *brand* Accor dengan *midscale class* yang memiliki tiga kriteria lokasi untuk menunjang peluasan jaringan kerjanya, yaitu lokasi yang mudah dijangkau, hemat waktu dan tepat waktu sehingga target pasarnya yang merupakan wisatawan dan pebisnis dapat dicapai. Hal ini sejalan dengan upaya perkembangan objek wisata unggulan di Kota Jambi yang membutuhkan akomodasi penunjang berupa *city hotel* dengan lokasi perancangan yang strategis, berada pada pusat kota dan pada kawasan yang mudah dijangkau dari berbagai destinasi wisata.

Dari hasil analisa studi banding pada beberapa *brand* hotel bintang empat di Kota Bandung, dapat disimpulkan bahwa setiap *brand* memiliki identitas dan karakteristik masing-masing yang membuatnya berbeda dari yang lain. Identitas *brand* ini menimbulkan kenyamanan tersendiri yang dapat dirasakan dari visualisasi hotel, baik exterior maupun interiornya. Namun, Novotel pada beberapa lokasi masih memiliki interior yang berbeda, yang mana terkadang identitas *brand* masih belum terlihat secara khas, ditambah lagi akibat *branding* dari hotel Novotel Jambi tidak bertahan cukup lama membuat *brand* inipun kurang familiar di kalangan masyarakat Kota Jambi. Maka dari itu, perancangan Novotel dengan kategori *city hotel* bintang empat di Kota Jambi dengan pendekatan *brand identity* perlu dilakukan guna memberikan pengalaman ruang khas Novotel pada masyarakat Kota Jambi dan menjadi destinasi yang ingin kembali dikunjungi.

1.2 IDENTIFIKASI PERMASALAHAN

Dari hasil pengamatan latar belakang, beberapa studi kasus dan studi literatur, beberapa permasalahan terkait interior yang ditemui dan dapat diaplikasikan pada new design *brand* Novotel adalah sebagai berikut:

- a. Tingkat kunjungan wisata di Jambi yang meningkat dibanding tahun lalu karena upaya pemerintah untuk mengembangkan area wisata sehingga dibutuhkan tambahan akomodasi parwisata di Kota Jambi.
- b. Belum adanya Novotel dengan standar kategori *city hotel* bintang empat di Kota Jambi.
- c. Kurangnya pengaplikasian *brand identity* sebagai acuan perancangan interior pada beberapa lokasi Novotel.
- d. Pengolahan ruang pada beberapa hotel masih belum optimal sehingga belum menghasilkan desain yang unik khas *brand* tersebut.

1.3 RUMUSAN PERMASALAHAN

Dari identifikasi masalah pada perancangan hotel, maka permasalahan tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengimplementasian perancangan hotel Novotel Jambi sehingga identitas dari *brand* tersebut dapat dirasakan pada interiornya?
- b. Bagaimana mengoptimalkan pengolahan ruang agar menghasilkan desain yang unik khas Novotel sehingga dapat menarik pengunjung di Kota Jambi?

1.4 TUJUAN DAN SASARAN PERANCANGAN

Adapun tujuan dan sasaran perancangan dari proyek *new design* Novotel Jambi adalah sebagai berikut:

1.4.1 TUJUAN PERANCANGAN

Perancangan interior Novotel Kota Jambi dapat dicapai dengan cara mengimplementasikan *brand identity* dari Novotel itu sendiri pada interiornya, baik dari visi-misi, karakteristik, dan lain sebagainya. Tujuan dari perancangan ini adalah selain sebagai upaya peningkatan akomodasi pariwisata di Kota Jambi, yaitu juga sebagai bentuk promosi *brand* Novotel dengan menciptakan interior yang memberikan pengalaman ruang *city hotel* bintang empat khas Novotel sehingga identitas *brand* Novotel dapat melekat pada pengunjung dan menjadi destinasi yang ingin kembali dikunjungi.

1.4.2 SARAN PERANCANGAN

1. Merancang sebuah *city hotel* sebagai upaya peningkatan akomodasi pariwisata di Kota Jambi.
2. Merancang sebuah hotel bintang empat di Kota Jambi secara ideal dan sesuai dengan standar *city hotel* bintang empat yang ada.
3. Merancang interior hotel dengan memaksimalkan fasilitas penunjang sehingga menarik pengunjung dan pengunjung dapat melakukan aktivitas dengan nyaman di dalamnya.
4. Merancang hotel Novotel Jambi sehingga pengalaman ruang khas Novotel dapat kembali familiar di kalangan masyarakat Jambi.

1.5 BATASAN PERANCANGAN

- A. Lokasi site yang diambil berada pada di Jl. Gajah Mada, Jelutung, Kec Jelutung, Kota Jambi, Jambi, 36124.
- B. Luas area bangunan adalah sebesar 7.425 m² dengan total 21 lantai, sedangkan luas area perancangan adalah sebesar 1.208 m².
- C. Fasilitas atau ruang yang akan dirancang berupa *lobby, restaurant, ballroom, superior room, deluxe room, junior suite room, dan executive suite room*.
- D. Perancangan dengan pengaplikasian *brand identity* dari Novotel pada acuan desainnya.
- E. Perancangan dengan memperhatikan standarisasi untuk interior *city hotel* bintang empat.

1.6 MANFAAT PERANCANGAN

1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya perancangan ini diharapkan bisa menjadi referensi desain dari segi pengimplementasian *brand identity* pada interior Hotel Novotel.

2. Bagi Universitas

Dengan adanya perancangan ini diharapkan dapat memperbanyak konten mengenai perancangan *city hotel* dengan pendekatan *brand identity* sehingga dapat menjadi sumber pembelajaran bagi institusi pendidikan khususnya mahasiswa Telkom University.

3. Bagi Bidang Studi Interior

Dengan adanya perancangan ini diharapkan dapat menjadi acuan studi interior bagi mahasiswa yang tertarik pada perancangan *city hotel* dengan pendekatan *brand identity*.

4. Bagi Pribadi

Dengan adanya perancangan ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman perancang dalam merancang sebuah *city hotel* bintang empat dengan pendekatan *brand identity*.

1.7 METODE PERANCANGAN

Metode perancangan dilakukan dengan pengumpulan data dan informasi dengan cara sebagai berikut:

1. Studi Literatur

Studi literatur berasal dari jurnal, *website*, dan buku yang berkaitan dengan *city hotel*, hotel bintang empat, dan *brand* Novotel.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara survey ke beberapa *city hotel* bintang empat di Kota Bandung, diantaranya Novotel Bandung, Aston Pasteur, Aston tropicana, dan Grand Asrilia Hotel.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yang diambil berupa foto dan video dari interior *city hotel* bintang empat yang telah dikunjungi.

4. Analisis Data

Setelah data terkumpul, akan diolah kembali untuk menganalisis permasalahan yang ditemukan pada beberapa studi banding. Objek studi banding yang digunakan terbagi kedalam dua kategori, yaitu studi banding pada *city hotel* bintang empat di Kota Bandung diantaranya Aston Pasteur, Aston tropicana, dan Grand Asrilia Hotel serta studi banding pada Novotel diantaranya Novotel Bandung, Novotel Jakarta Gajah Mada, Novotel Samantor Surabaya Timur, dan Novotel Makassar Grand Shayla.

5. Kuesioner

Pengumpulan data kuesioner yang dilakukan secara daring, yang kemudian diolah dengan dua metode, diantaranya:

a. Kualitatif

Data yang diolah melalui metode kualitatif yaitu berupa alasan atau tujuan pengunjung ketika menginap di hotel serta mayoritas pekerjaan pengunjung hotel. Data ini diolah guna mendapatkan tambahan data terkait target pasar dari perancangan.

b. Kuantitatif

Data yang diolah melalui metode kuantitatif berupa preferensi pengunjung hotel terhadap ekspektasi pada hotel. Data yang didapat berupa frekuensi, statistik, serta korelasi dari data yang telah terkumpul. Pengumpulan data menggunakan metode ini menggunakan *software* JMP pro.

6. Programming

Solusi dari permasalahan diolah menjadi sebuah tema dan konsep sehingga menghasilkan beberapa aspek, diantaranya: **konsep perancangan elemen interior** yang meliputi konsep alur aktivitas, konsep organisasi ruang, konsep pola sirkulasi ruang, konsep bentuk ruang dan mebel, konsep material dan warna; **konsep kenyamanan thermal** yang meliputi pencahayaan dan penghawaan; **serta konsep keamanan dan signage.**

7. Output akhir

Hasil akhir dari perancangan berupa laporan, gambar kerja, visualisasi 3d, animasi, portofolio serta materi presentasi.

1.8 KERANGKA BERPIKIR

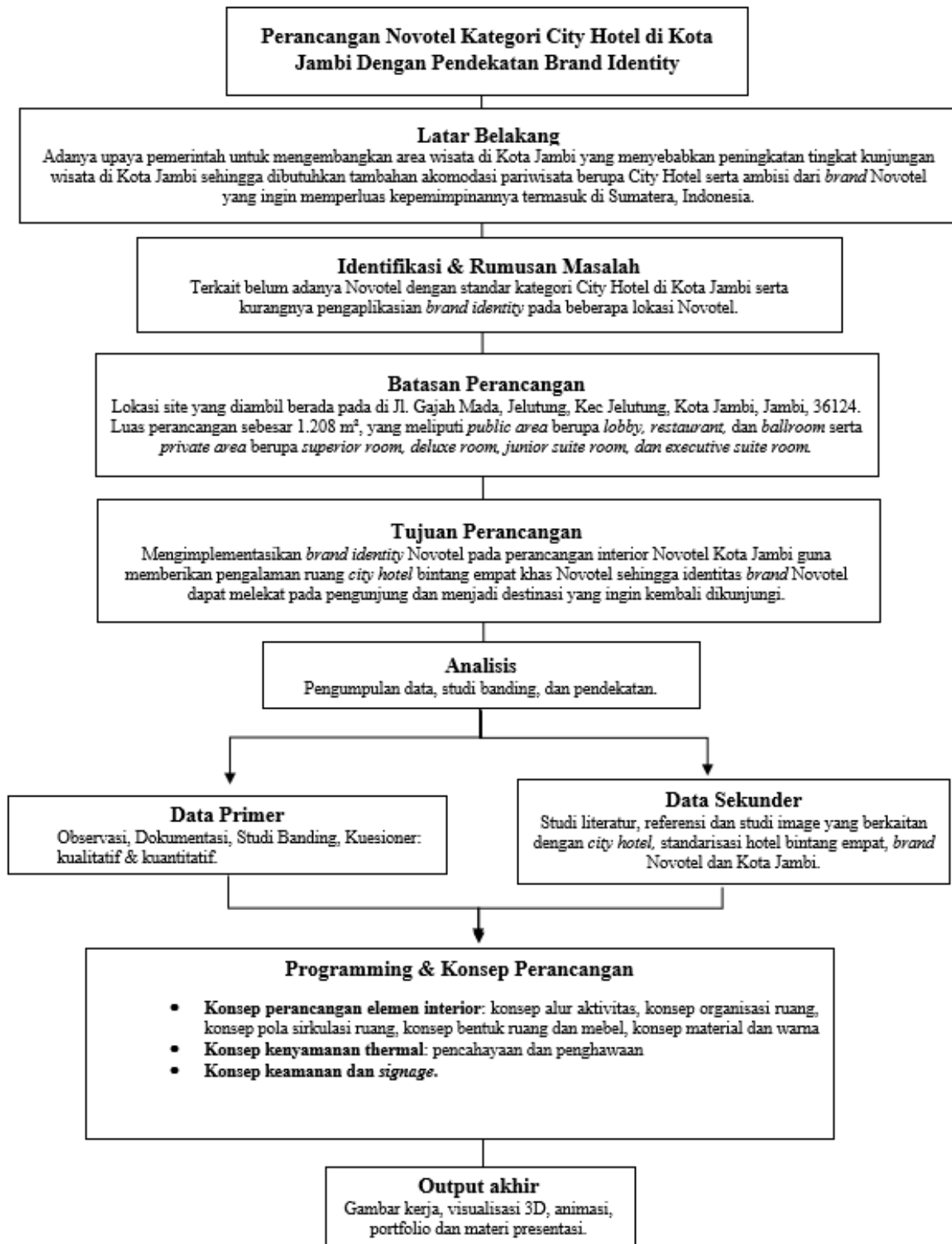


Diagram 1 Kerangka Berpikir
(Sumber: Analisis pribadi)

1.9 SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika pembahasan pada proposal perancangan hotel Novotel kategori *city hotel* di Kota Jambi dengan Pendekatan *Brand Identity*, adalah sebagai berikut:

A. BAB 1: Pendahuluan.

Pada bab ini terdapat uraian mengenai latar belakang perancangan, identifikasi masalah, rumusah masalah, tujuan dan sasaran perancangan, manfaat perancangan, metode perancangan, kerangka berpikir dan sistematika penulisan.

B. BAB 2: Kajian Literatur dan Standarisasi.

Pada bab ini terdapat uraian kajian pustaka dan standarisasi yang berkaitan dengan project yang akan dirancang, mulai dari definisi proyek, klasifikasi proyek, standarisasi proyek hingga pendekatan desain yang digunakan.

C. BAB 3: Analisis Studi Preferensi, Studi Banding, Deskripsi dan Analisis Proyek.

Pada bab ini terdapat uraian mengenai hasil analisis dari studi preferensi dari kuesioner yang sudah dibagikan, studi banding dari beberapa hotel yang telah dikunjungi, deskripsi proyek perancangan dan hasil analisis proyek perancangan.

D. BAB 4: Tema dan Konsep Perancangan.

Pada bab ini terdapat uraian konsep perancangan mulai dari pengaplikasian tema dan konsep, konsep alur aktivitas, konsep organisasi ruang, konsep pola sirkulasi ruang, konsep bentuk ruang dan mebel, konsep material dan warna, konsep pencahayaan dan penghawaan, serta konsep keamanan dan *signage*.

E. BAB 5: Kesimpulan dan Saran.

Pada bab ini terdapat penjabaran kesimpulan dari hasil perancangan serta saran penulis untuk perancangan selanjutnya.

F. Daftar Pustaka.

G. Lampiran.