

# REDESAIN HOTEL KOTTA GO DENGAN PENERAPAN INTERIOR *BRANDING* OLEH KONSULTAN ARSITEKTUR INTERIOR FLO STUDIO

Florencia Irena<sup>a</sup>, Maureen Nuradhi<sup>b</sup>

<sup>a/b</sup>Departemen Arsitektur, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Ciputra UC Town, Citraland, Surabaya, Indonesia

Alamat email untuk surat menyurat : maureen.nuradhi@ciputra.ac.id<sup>b</sup>

## ABSTRACT

*The commercial industry in Indonesia continues to grow every year, starting from the micro, medium, and large industrial sectors. One of the commercial industry sectors is the property business, namely hotels. One effort to be able to compete with other competitors is to maximize the architectural and interior design of buildings. Commercial interior design enhances a building's aesthetics, functionality, and style, all of which are associated with financial gains and, of course, the building's unique selling point. The concept of spatial planning is one of the influencing factors in customers' journeys. The design applied must be able to convey the message brand itself to give a signature to that building. Application interior branding must create a consistent and positive experience for guests so that they feel comfortable and want to return to this hotel for their next visit. Interior redesign using branding can improve a hotel's appeal and contribute to the development of a strong brand identity with careful planning and implementation. Flo Studio is an interior architectural consultant that focuses on the implementation of interior branding able to meet the needs of commercial businesses in creating designs that can convey messages from brand companies. Flo Studio helps with translating brand companies into architectural and interior elements so that the building is different (unique) and able to compete with other competitors. In this final design project, Flo Studio had the opportunity to redesign the Kotta Go Hotel with the implementation of interior branding into the building.*

**Keywords:** *Branding, Hotel, Interior*

## ABSTRAK

Industri komersial di Indonesia terus bertumbuh setiap tahunnya mulai dari sektor mikro, sedang, hingga industri besar. Bidang industri komersial tersebut salah satunya adalah bisnis properti yaitu hotel. Salah satu upaya untuk mampu bersaing dengan kompetitor lain adalah dengan memaksimalkan desain arsitektur dan interior pada bangunan. Desain interior pada bangunan komersial berfungsi untuk meningkatkan fungsionalitas dan *style* serta tampilan interior yang berkorelasi langsung dengan keuntungan finansial dan tentunya akan menjadi daya tarik serta ciri khas tersendiri. Konsep tata ruang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *customer journey*. Desain yang diterapkan harus mampu menyampaikan pesan dari *brand* itu sendiri sehingga memberi *signature* pada bangunan tersebut. Penerapan *interior branding* harus menciptakan pengalaman yang konsisten dan positif bagi tamu, sehingga mereka merasa nyaman dan ingin kembali lagi ke hotel ini untuk kunjungan berikutnya. Dengan perencanaan dan pelaksanaan yang baik, redesign interior dengan penerapan branding dapat meningkatkan daya tarik hotel dan membantu membangun identitas merek yang kuat. Flo Studio sebagai konsultan arsitektur interior yang berfokus pada penerapan *interior branding* mampu memenuhi kebutuhan usaha komersial dalam menciptakan desain yang mampu menyampaikan pesan dari *brand* perusahaan. Flo Studio membantu menerjemahkan *brand* perusahaan ke dalam elemen arsitektur dan interior sehingga bangunan tersebut berbeda (memiliki keunikan) dan mampu bersaing dengan kompetitor lain. Dalam proyek perancangan tugas akhir ini, Flo Studio berkesempatan dalam melakukan redesign Hotel Kotta Go dengan penerapan *interior branding* ke dalam bangunannya.

**Kata Kunci:** *Branding, Hotel, Interior*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Proyek perancangan redesain hotel dengan penerapan *interior branding* ini mengambil lokasi di Kota Yogyakarta, tepatnya berlokasi di Hotel Amaris Kota Yogyakarta. Hotel Amaris sebelumnya memiliki konsep *business hotel* yang ditargetkan untuk karyawan, staf, *businessman/ woman*, yang membutuhkan penginapan dengan harga terjangkau sehingga desain dari Hotel Amaris sangat minimalis. Akibat adanya kebijakan *work from home*, pemasukan hotel Amaris berkurang drastis karena para *customer* bekerja dari rumah masing-masing. Oleh karena itu, Hotel Amaris Yogyakarta membuat konsep penginapan baru yaitu bukan lagi sebagai *business hotel* namun juga dapat digunakan untuk *staycation*, sehingga memperluas target market mereka. Nama hotel ini adalah Kotta Go. Tarif harga yang ditawarkan juga tidak terlalu mahal agar tetap bisa dijangkau lebih banyak kalangan.

Mengikuti kebijakan *new normal*, Kotta Go akan menerapkan standar baru atau protokol kesehatan guna mencegah penyebaran penyakit sesuai dengan Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07 / MENKES / 328/2020. Desain Kotta Go juga harus menyesuaikan peraturan-peraturan dari kebijakan *new normal* untuk menarik minat dan *trust* dari *customer* untuk memilih Kotta Go sebagai tempat penginapan yang akan mereka singgahi. Untuk menciptakan desain yang baru pada bangunan yang sama, penulis memilih penerapan *interior branding*

untuk memberi *first impression* yang baik melalui tampilan interior hotel dan suasana ruang yang mengandung cerita/ pesan unik.

Dari uraian latar belakang permasalahan di atas, perancangan redesain Hotel Kotta Go dengan penerapan *interior branding* bertujuan agar hotel dengan konsep interior baru hasil redesain dengan menggunakan *interior branding* ini memiliki ciri khas yang unik sehingga dapat memperluas target market yang awalnya hanya digunakan untuk *business hotel* namun saat ini juga dapat digunakan untuk *staycation*.

Dalam rangka mencapai tujuan perancangan tersebut dibuat rumusan masalah yaitu bagaimana cara mendesain ulang bangunan hotel dengan menerjemahkan *branding* Kotta Go kedalam desain interior bangunan sehingga memiliki ciri khas atau keunikan tersendiri.

## **LITERATUR/STUDI PUSTAKA**

### **Definisi Hotel**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia definisi hotel adalah bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat untuk menginap dan tempat makan orang yang sedang dalam perjalanan; bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan dan minum. Sedangkan berdasarkan Berdasarkan Keputusan Menteri Parpostel no Km 94/HK103/MPPT 1987, pengertian hotel adalah salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan

sebagian atau keseluruhan bagian untuk jasa pelayanan penginapan, penyedia makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi masyarakat umum yang dikelola secara komersil. Menurut Sulastiyono (2011, p. 5), hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemilik dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Namun seiring berjalannya waktu, penggunaan hotel bisa dimanfaatkan selain adanya tempat untuk penginapan seperti ballroom yang digunakan untuk acara pernikahan, rapat, atau bahkan pameran sekalipun.

Hotel memiliki beberapa karakteristik yang membuatnya berbeda dengan usaha lainnya seperti:

- Hotel tergolong perusahaan yang padat modal serta padat karya yang artinya dalam pengelolaannya memerlukan modal usaha yang besar dengan tenaga pekerja yang banyak pula.
- Pelanggan diperlukan seperti raja dan pelanggan juga diperlakukan sebagai partner dalam usaha karena keuntungan yang didapat hotel sangat tergantung pada banyaknya pelanggan yang menggunakan fasilitas hotel tersebut.
- Hotel berbeda dengan usaha lainnya dimana dalam beroperasi hotel berlangsung selama 24 jam sehari, tanpa adanya hari libur guna melayani pelanggan hotel dan masyarakat

umum yang ingin menggunakan jasa hotel.

- Sangat dipengaruhi oleh keadaan dan perubahan yang terjadi pada sektor ekonomi, politik, sosial, budaya, dan keamanan dimana hotel tersebut berada.

### **Definisi *Interior Branding***

Menurut Kotler, P., & Keller, K. L (2009) *branding* merupakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dengan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing. Istiqomah (2014) meneliti tentang strategi *branding* hotel di hotel Royal Surakarta Heritage. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi *rebranding* Hotel Royal Surakarta Heritage adalah faktor internal perusahaan, yakni kelebihan *brand*, *positioning* yang tepat, pengelolaan *brand*, dan keberadaan *brand*. Adapun strategi *rebranding* yang di gunakan adalah melalui empat dimensi efektif, yaitu empati, persuasi, dampak, dan komunikasi.

Menurut Kuhteubl dalam Gunawan, Sari, dan Frans (2017) *Interior branding* sebuah hotel tidak hanya terbentuk karena terlihat indah dan unik secara visual, melainkan juga terbentuk karena suasana hotel yang menyampaikan cerita dan pesan sebagai tujuannya. Cerita dan pesan ini mempengaruhi persepsi pengunjung tentang *performance* hotel. Pengunjung akan mengingat cerita dan pesan ini sebagai keunikan suatu hotel yang membedakannya dengan hotel lain.

Menurut Kuhteubl dalam Gunawan, Sari, dan Frans (2017) dalam penelitian “Penerapan Interior *Branding* pada Hotel Yello”, ketiga aspek yang dapat membantu membentuk identitas/*brand* hotel melalui interiornya yaitu *clear vision*, *unique story*, dan *energy*. Penerapan *branding* pada interior akan maksimal apabila menerapkan ketiga aspek interior *branding* secara seimbang.

1. Aspek *clear vision* adalah aspek yang berkaitan dengan kejelasan identitas dan visi/tujuan hotel. Hal ini terlihat dari perletakan logo dan *signage*, pembatas area, organisasi ruang, dan penataan furnitur.
2. Aspek *unique story* adalah aspek dimana cerita/pesan unik sebuah ruang dapat tersampaikan kepada pengunjung melalui logo dan desain interiornya. Aspek ini terlihat dari makna logo, pemilihan konsep, nama tiap area, dan jenis lagu. Konsep ruang mempengaruhi pemilihan bentuk, warna, dan material elemen pembentuk ruang, pengisi ruang, dan dekoratif ruang, yang nantinya membentuk suasana ruang.
3. Aspek *energy* adalah aspek yang berkaitan dengan segala sesuatu yang mempengaruhi *first impression* pengunjung. Aspek ini meliputi keindahan visual, kualitas, sistem pengkondisian, dan fasilitas ruang yang menarik perhatian dan menunjang kenyamanan pengunjung.

Setiap aspek interior *branding* memiliki hubungan yang saling berkaitan. Hubungan ini terlihat dari adanya kesamaan aplikasi interior pada lingkaran berwarna ungu, hijau, dan orange pada gambar dibawah ini.



**Gambar 1.** Diagram Keterkaitan Hubungan Aspek Interior *Branding*  
 Sumber: Kuhteubl dalam Gunawan, Sari, dan Frans,2017

**METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Yuliani (2018) menyatakan bahwa deskriptif kualitatif (QD) adalah istilah yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk suatu kajian yang bersifat deskriptif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi foto, dan studi literatur terkait interior *branding* hotel. Data-data tersebut digunakan sebagai acuan untuk menganalisis penelitian ini.

Penelitian ini ditinjau dari tolok ukur interior *branding* menurut Kim Kuhteubl dalam Gunawan, Sari, dan Frans (2017) yaitu *clear vision*, *unique story*, dan *energy*. Ketiga aspek ini mencakup pembahasan mengenai bentuk, warna, dan material pada elemen pembentuk ruang (lantai, dinding, dan plafon), elemen pengisi ruang, elemen dekorasi ruang, elemen

pengkondisian ruang (pencahayaan dan akustik), dan organisasi ruang, serta penataan furnitur dalam ruang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pola Aktivitas Pemakai

Bangunan hotel tersebut terdiri dari lantai basement, lantai 1, lantai 2, lantai 3 dan *rooftop*. Pekerjaan yang sifatnya mengolah data/kantoran dilakukan di area basement. Pekerjaan yang melibatkan komunikasi langsung antara pengunjung dan pengelola bangunan dilakukan di lantai area depan dan aktivitas pengunjung yang menginap ada di lantai 1 area belakang, lantai 2, dan lantai 3

### Pola Sirkulasi Ruang

Area bangunan yang didesain adalah lantai 1 sampai dengan lantai 3. Bagian lantai 1 terdiri dari seluruh fasilitas publik seperti *lobby*, *café*, *drink bar*, *meeting room*. Area lantai 2 terdiri dari kamar tidur dan terdapat balkon di ujung koridor (*outdoor*) dan lantai 3 hanya terdapat kamar tidur. Untuk pola sirkulasinya menggunakan pola sirkulas horizontal, untuk akses satu ruang ke ruang lain perlu melewati koridor. Hanya terdapat 1 koridor yang memanjang dari arah utara ke selatan. Bangunan menyediakan 1 lift sebagai akses sirkulasi vertikal antar lantai dan tangga darurat untuk keadaan *emergency*.

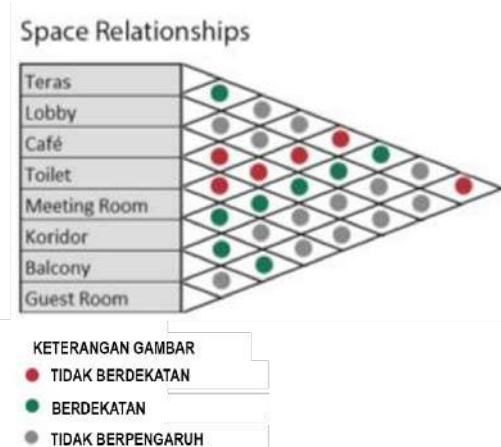
### Karakteristik Kebutuhan Ruang

Karakteristik kebutuhan tiap ruang berbeda beda bergantung pada aktivitas yang terjadi pada

ruangan tersebut. Secara garis besar, ruangan dibagi menjadi 2 tipe yaitu privat dan publik. Jika dibandingkan dengan ruang publik, ruang privat lebih memprioritaskan privasi, *security*, dan pengolahan suara dalam desain. Seluruh ruangan yang dapat diakses pengunjung perlu memprioritaskan *ambience* karena aspek ini menjadi aspek penentu apakah *branding* yang diterakan berhasil tersampaikan ke pengunjung melalui desain interior.

### Hubungan Antar Ruang

Tiap ruangan pada bangunan hotel memiliki hubungan satu sama lain. Ada beberapa ruangan yang harus diletakkan berdekatan karena memiliki kegiatan yang berhubungan. Namun ada juga ruangan yang tidak boleh berdekatan karena memiliki kegiatan dengan karakteristik yang bertolak belakang. Hubungan antar ruang pada hotel Kotta Go dijabarkan dalam diagram di bawah ini.



**Gambar 2.** Hubungan antar Ruang  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

### Grouping Ruangan

Area eksisting dalam bangunan dibagi menjadi 5 area dengan karakteristik yang berbeda. Pembagian area ini digunakan untuk mempermudah organisasi ruang didalamnya agar perletakan tiap ruang sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan.



Gambar 3. Grouping Area Lantai 1  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021



Gambar 4. Grouping Area Lantai 2  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021



Gambar 5. Grouping Area Lantai 3  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

### Analisis Tapak

#### a. Cahaya Matahari



Gambar 6. Analisis Cahaya Matahari  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

Fasad bangunan menghadap ke utara. Karena bentuk bangunan memanjang ke belakang, maka sebagian besar sisi bangunan terpapar sinar matahari. Sisi timur bangunan terdapat bangunan hotel yang memiliki tinggi hampir 2 kali lipat bangunan eksisting sehingga di pagi hari, bangunan eksisting kurang mendapat cahaya matahari yang baik. Pada sisi barat eksisting terdapat bangunan yang jauh lebih rendah. Hal ini menyebabkan bahang pada bangunan cenderung tinggi karena terpapar sinar matahari langsung dalam waktu lama. Perlu ada sun shading untuk mengurangi jumlah bahang yang diterima bangunan.

#### b. Kebisingan



Gambar 7. Analisis Kebisingan  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

Karena berada di salah satu jalan raya besar di Yogyakarta, arus lalu lintas yang ramai dapat menimbulkan kebisingan rendah. Dari situasi ini, area yang memprioritaskan pengolahan akustik diletakkan di bagian yang jauh dari jalan untuk meminimalisir gangguan kebisingan suara kendaraan. Pada sisi timur eksisting merupakan bangunan hotel, di sisi barat eksisting merupakan lembaga pendidikan (les/ kursus). Keduanya membutuhkan suasana yang tenang dalam bangunan sehingga keduanya tidak memberi pengaruh bisung pada bangunan eksisting.

c. Potensi Site



Gambar 8. Analisis Potensi Site  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

Terdapat lahan kosong di sisi barat bangunan yang berguna untuk mengurai kemacetan apabila hotel sedang dalam kondisi *high demand*, sehingga kemungkinan terjadi kepadatan di area *entrance*.

d. Angin/ Jalur Udara

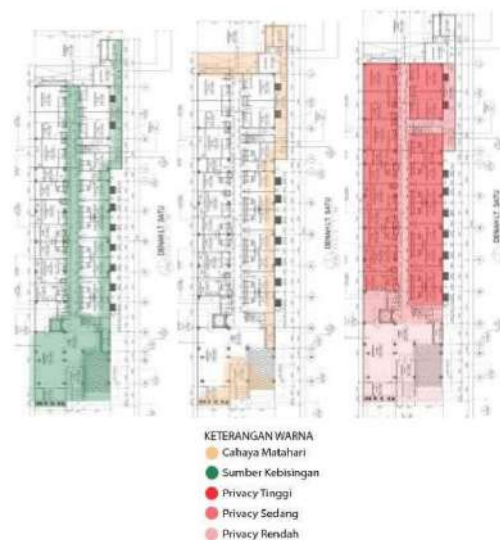


Gambar 9. Analisis Angin/Jalur Udara  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

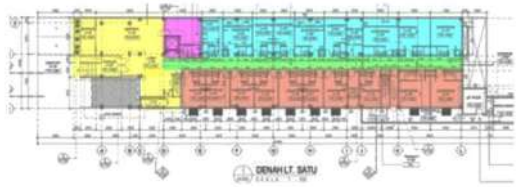
Karena tidak ada bangunan yang lebih tinggi selain bangunan hotel di sisi barat eksisting, angin dapat datang dari sisi timur, utara, dan selatang bangunan. Intensitas angin dari sisi timur cenderung lebih rendah dibanding utara dan selatan, karena terdapat vegetasi dengan tinggi sedang yang membantu memecah angin sebelum mengenai bangunan.

Zoning

Dari analisa tapak luar bangunan, cahaya matahari dan kebisingan juga berpengaruh ke bagian dalam bangunan terutama di area yang memiliki *opening* (pintu dan jendela). Analisis tapak dalam bangunan mengenai *privacy* juga dilakukan di seluruh area dalam bangunan. Dari data analisa tersebut, dibuatlah pengelompokan area (*zoning*) sesuai karakteristiknya masing-masing. *Zoning* dilakukan di skala besar (antar lantai) dan skala kecil (publik dan privat).

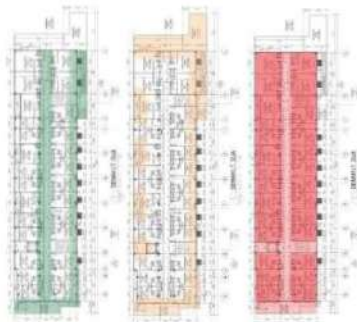


Gambar 10. Analisis Denah Lantai 1  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021



<b>KETERANGAN WARNA</b>	<b>Area Kuning</b> - Privacy rendah - Ada Cahaya - Kebisingan rendah	<b>Area Ungu</b> - Privacy sedang - Tidak ada Cahaya - Tidak bising	<b>Area Biru</b> - Privacy tinggi - Tidak ada Cahaya - Tidak bising	<b>Area Oranye</b> - Privacy tinggi - Sederet Cahaya - Kebisingan rendah	<b>Area Hijau</b> - Privacy sedang - Tidak ada Cahaya - Kebisingan rendah
<b>RUANGAN YANG SESUAI</b>	Cafe Lobby Drop-off area	Guest room Meeting room Toilet	Guest room Meeting room Toilet	Guest room Meeting room Toilet	Koridor
<b>RUANGAN YANG TIDAK SESUAI</b>	Guest room Meeting room Toilet Koridor	Cafe Koridor Lobby Drop-off	Cafe Koridor Lobby Drop-off	Drop-off area	Guest room Cafe Lobby Meeting room Toilet

Gambar 11. Zoning Lantai 1  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021



**KETERANGAN WARNA**

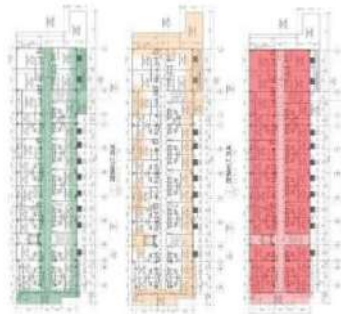
- Cahaya Matahari
- Sumber Kebisingan
- Privacy Tinggi
- Privacy Sedang
- Privacy Rendah

Gambar 12. Analisis Denah Lantai 2  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021



<b>KETERANGAN WARNA</b>	<b>Area Kuning</b> - Privacy rendah - Ada Cahaya - Kebisingan rendah	<b>Area Ungu</b> - Privacy sedang - Tidak ada Cahaya - Tidak bising	<b>Area Biru</b> - Privacy tinggi - Tidak ada Cahaya - Tidak bising	<b>Area Oranye</b> - Privacy tinggi - Sederet Cahaya - Kebisingan rendah	<b>Area Hijau</b> - Privacy sedang - Tidak ada Cahaya - Kebisingan rendah
<b>RUANGAN YANG SESUAI</b>	Cafe Lobby Drop-off area	Guest room Meeting room Toilet	Guest room Meeting room Toilet	Guest room Meeting room Toilet	Koridor
<b>RUANGAN YANG TIDAK SESUAI</b>	Guest room Meeting room Toilet Koridor	Cafe Koridor Lobby Drop-off	Cafe Koridor Lobby Drop-off	Drop-off area	Guest room Cafe Lobby Meeting room Toilet

Gambar 13. Zoning Lantai 2  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021



**KETERANGAN WARNA**

- Cahaya Matahari
- Sumber Kebisingan
- Privacy Tinggi
- Privacy Sedang
- Privacy Rendah

Gambar 14. Analisis Denah Lantai 3  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021



<b>KETERANGAN WARNA</b>	<b>Area Kuning</b> - Privacy rendah - Ada Cahaya - Kebisingan rendah	<b>Area Ungu</b> - Privacy sedang - Tidak ada Cahaya - Tidak bising	<b>Area Biru</b> - Privacy tinggi - Tidak ada Cahaya - Tidak bising	<b>Area Oranye</b> - Privacy tinggi - Sederet Cahaya - Kebisingan rendah	<b>Area Hijau</b> - Privacy sedang - Tidak ada Cahaya - Kebisingan rendah
<b>RUANGAN YANG SESUAI</b>	Cafe Lobby Drop-off area	Guest room Meeting room Toilet	Guest room Meeting room Toilet	Guest room Meeting room Toilet	Koridor
<b>RUANGAN YANG TIDAK SESUAI</b>	Guest room Meeting room Koridor	Cafe Koridor Lobby Drop-off	Cafe Koridor Lobby Drop-off	Drop-off area	Guest room Cafe Lobby Meeting room Toilet

Gambar 15. Zoning Lantai 3  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021



**KETERANGAN WARNA**

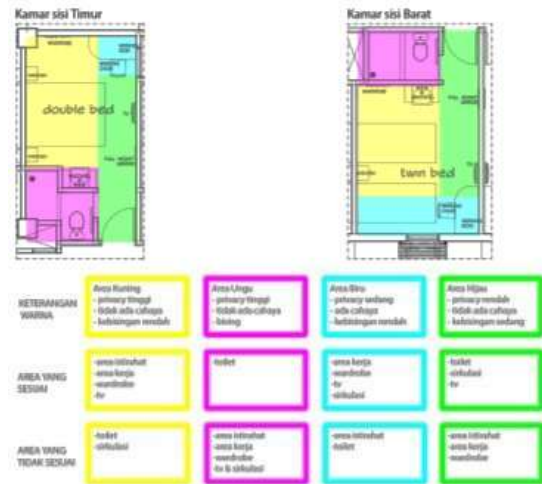
- Cahaya Matahari
- Sumber Kebisingan
- Privacy Tinggi
- Privacy Sedang
- Privacy Rendah

Gambar 16. Analisis Area Public Space  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021





**Gambar 17.** Zoning Area Public Space  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021



**Gambar 19.** Zoning Area Kamar  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

### Konsep Solusi Perancangan

Dalam mendesain sebuah bangunan komersial dengan menerapkan interior branding, pertama-tama perlu dilakukan analisis terhadap branding perusahaan komersial itu sendiri.



**Gambar 20.** Logo Kotta Go  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021



**Gambar 18.** Analisis Area Kamar  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

Kotta Go merupakan perusahaan yang telah dikonsep sejak 2017 menjadi sebuah tempat dimana seseorang bisa makan enak, kemudian tidur nyenyak, lalu menikmati kopi atau melakukan pertemuan dalam satu tempat/ venue dan dapat memberikan kenyamanan sebuah rumah. Hotel Kotta Go memiliki filosofi sebagai berikut.

*“inspired by the thick culture & hospitality of Yogyakarta, we encapsulate the essence of the city in our hotel, the sincerity of the people, the distinctive culture, the warmth of locality, all echoed through our cozy rooms, charming café, and delightful cuisine.”*

*“terinspirasi dari budaya yang kental dan keramahan dari Yogyakarta, kami menangkap esensi dari kota ini di dalam hotel kami, keikhlasan masyarakat, budaya yang beragam, kehangatan lokalitas, semuanya tercermin dalam kamar kami yang nyaman, cafe yang menawan, dan makanan yang lezat.”*  
(Kotta Go, 2017)

Secara garis besar, filosofi tersebut menjelaskan alasan berdirinya hotel Kotta Go di Yogyakarta yang terinspirasi dari kekentalan budaya Yogyakarta dan keramahan penduduknya. Sesuai dengan filosofi Kotta Go yang ingin menghadirkan bangunan *inspired by Yogyakarta*, maka tema perancangan interior juga dikaitkan dengan budaya Yogyakarta. Yogyakarta merupakan salah satu kota tujuan destinasi wisata utama di Indonesia selain Bali. Sama halnya dengan Bali, kota Jogja juga menawarkan ciri khas dan kekayaan budaya tradisional yang tidak bisa ditemui di tempat lain. Suasana kota, keramahan masyarakat, dan keanekaragaman objek wisata menjadi daya tarik utama kota Jogja sebagai tujuan wisata turis dalam maupun luar negeri.

Upaya menerjemahkan *branding* ke dalam desain juga perlu ditunjang dengan aspek *clear*

*vision*, aspek *unique story*, dan aspek *energy* yang diterapkan sebagai berikut:

- Perletakan *signage* nama ruang dan petunjuk arah yang unik (*clear vision*).
- Pemilihan bentuk, warna, dan material yang disesuaikan dengan *branding* Kotta Go (*clear vision & energy*).
- Pencahayaan ruang, alunan lagu, untuk menunjang *ambience* pada ruang (*energy & unique story*).
- Mendesain ruangan yang nyaman seperti rumah dan mengangkat nilai lokalitas Yogyakarta sesuai filosofi *brand* Kotta Go (*unique story*).

### **Konsep Zoning, Organisasi Ruang, dan Pola Sirkulasi**

*Zoning* tata letak ruang pada bangunan Hotel Kotta Go disesuaikan dengan kondisi bangunan eksisting, kebutuhan, dan hubungan antar ruang. Berdasarkan jenis pengunjung, ruangan di dalam Hotel Kotta Go dibedakan menjadi ruang publik (dapat diakses semua pengunjung) dan ruang *private* (hanya bisa diakses pengunjung yang menginap). Sirkulasi ruang ditata secara linier untuk optimalisasi *space* dan efisiensi jarak antar ruang yang berhubungan.



**Gambar 21.** Denah Lantai 1  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

1. Area *Reception* diletakkan di lantai satu pada bagian terdepan bangunan karena area tersebut adalah area pertama yang dilewati pengunjung bangunan.
2. Area *Café* diletakkan di lantai satu bagian depan bangunan agar sirkulasi pengunjung yang tidak menginap tidak mengganggu sirkulasi pengunjung yang menginap. Sebagian area *Café* memiliki fungsi lain yaitu sebagai ruang *meeting*. Konsep ruang *meeting* yang tidak *fixed* ini dilandasi dengan frekuensi kebutuhan ruang *meeting* yang rendah (jarang ada pengguna yang membutuhkan ruang *meeting*).
3. Area istirahat/ menginap tersebar di 3 lantai, di area belakang lantai 1, area lantai 2, dan area lantai 3.
4. Area sirkulasi horizontal adalah koridor utama yang terbentang secara linier di tengah bangunan untuk mengakses segala ruang dalam satu lantai. Area sirkulasi vertikal terdiri dari lift dan tangga untuk akses antar lantai.



**Gambar 22.** Denah Lantai 2  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021



**Gambar 23.** Denah Lantai 3  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

### Konsep Aplikasi Karakter Gaya dan Suasana Ruang

Karena merupakan proyek redesain interior, maka desain interior yang diusulkan juga perlu menyelaraskan *fasad* bangunan. Desain *fasad* yang ada menggunakan material *finishing* yang didominasi dengan *concrete texture*. Bentuk *fasad* sederhana dengan warna abu dan tambahan elemen geometrik dengan warna kontras *brand* 'Kotta Go'.



**Gambar 24.** Tampak Depan Kotta Go  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021



**Gambar 25.** Tampak Samping Kotta Go  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

Menyesuaikan dengan desain *fasad* yang ada, elemen pembentuk interior juga menggunakan bentuk geometrik sederhana. Desain interior bangunan menggunakan *style* yang terinspirasi oleh bangunan *iconic* sekitar seperti Keraton dan Malioboro kemudian dikombinasikan dengan

identitas budaya lokal Yogyakarta sehingga menghasilkan *style* baru khas Kotta Go.

Identitas budaya lokal yang ingin diterapkan dalam desain adalah

1. Keraton



**Gambar 26. Keraton**  
Sumber: Google, 2021

Bentuk dan warna pelingkup interior keraton dapat diterapkan di dalam bangunan Kotta Go.

2. Malioboro

Elemen *iconic* Malioboro seperti lampu antik dan andong yang dapat diterapkan pada *furniture* atau aksesoris interior.



**Gambar 27. Malioboro**  
Sumber: Google, 2021

3. Mural



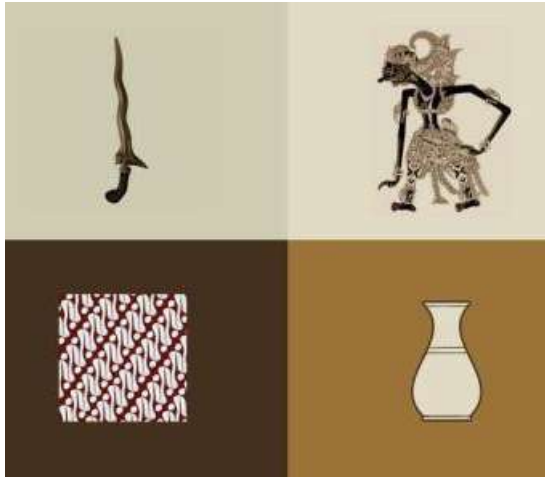
**Gambar 28. Mural**  
Sumber: Google, 2021

Seni Mural di Jogja mulai marak sejak diselenggarakannya Proyek Mural Kota pada tahun 2002 yang digagas oleh komunitas Apotik Komik (sekelompok seniman yang memfokuskan kegiatannya pada seni publik dan membangun dialog dengan masyarakat).

Proyek mural kota ini berjudul “Sama-Sama” yang kemudian menginspirasi masyarakat untuk juga membuat mural sehingga melahirkan sebuah “fenomena mural” yang menjadikan tembok-tembok Kota Yogyakarta penuh dengan lukisan dinding. Mural juga dapat diterapkan pada dinding ruang penyusun interior hotel Kotta Go baik area publik ataupun area privat.

4. Kerajinan

Yogyakarta juga dikenal dengan kerajinannya. Kerajinan khas Yogyakarta yang digunakan dalam desain antara lain: motif batik; anyaman rotan; gerabah kasongan; ubin/ tegel semen; dan wayang kulit.



**Gambar 29.** Kerajinan  
Sumber: Google, 2021



**Gambar 30.** Potongan Bangunan  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

## Konsep Aplikasi Bentuk dan Bahan pada Pelingkup

### 1. Lantai

Konsep pada pelingkup lantai berfokus pada estetika dan visual. Ruangan-ruangan di dalam bangunan memiliki luasan yang minim, dalam menunjang estetika ruang penggunaan aksesoris interior/ elemen sejenis kurang sesuai karena akan membuat sirkulasi ruang menjadi tidak nyaman (semakin sempit).

Pemilihan material pelingkup lantai yang sesuai dapat membuat ruangan terasa lebih lapang, misalnya ruangan dengan luas minim menggunakan ubin dengan ukuran kecil agar ruangan terasa lebih luas. Pemilihan material pelingkup lantai baik dari segi warna ataupun tekstur juga berpengaruh terhadap *ambience* yang ingin diciptakan pada ruang tersebut serta menunjang nilai estetika ruang.

Ada perbedaan ketinggian di beberapa ruang (eksisting). Ruangan yang memiliki perbedaan ketinggian sudah dilengkapi dengan *ramp* sehingga mempermudah mobilitas pengguna terutama ketika membawa *luggage* atau bagi penyandang disabilitas.

### 2. Dinding



**Gambar 31.** Pelingkup Dinding Area Café  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

Pelingkup dinding memiliki desain dan material yang berbeda di tiap ruangnya. Terdapat tambahan dinding partisi yang membatasi area *Café* dengan area *reception*. *Dining table* yang terlalu dekat diberi partisi anyaman rotan untuk memberi privasi dan kenyamanan antar pengunjung *café*.



**Gambar 32.** Pelingkup Dinding Area Koridor  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

Pada area koridor lantai 1 dan 3, dinding diberi *finishing* cat dengan warna netral yaitu putih dan abu. Penutup *shaft* dibuat seperti lukisan di dinding dengan gambar wayang.



**Gambar 33.** Pelingkup Dinding *Shaft*  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

Dinding koridor lantai 2 menggunakan *finishing* cat putih polos dengan mural di beberapa bagian untuk menyembunyikan penutup *shaft* dan membuat pengguna koridor tidak merasa jenuh.



**Gambar 34.** Pelingkup Dinding Area Kamar  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

Terdapat mural sederhana di tiap *guestroom* yang menggambarkan lokasi *iconic* Yogyakarta di belakang area tidur. Ruangan kamar tidur dibuat sederhana dan tidak terlalu ramai agar pengunjung yang menginap dapat beristirahat dengan nyaman. Beberapa mural dilukis langsung pada dinding, dan sisanya ada di panel dinding tambahan

### 3. Plafon

Agar tidak terkesan monoton, plafon/*ceiling* di tiap ruang dibuat berbeda. Material, bentuk dan ketinggian plafon disesuaikan dengan konsep dan fungsi ruang masing masing. Beberapa area menggunakan *decorative ceiling* yang berguna untuk menarik perhatian pengunjung. Area yang menggunakan *decorative ceiling* adalah area publik seperti *lobby drop off*, *lobby reception*, *café*, dan koridor.

Plafon pada *guestroom* dibuat menjadi *up ceiling* untuk membuat ruangan lebih tinggi. Material menggunakan anyaman bambu untuk memberi kesan *homey* dan “jogja”. *Up ceiling* dilengkapi lampu LED strip *warm white* yang ditanam pada *ceiling* yang lebih rendah. Sehingga pencahayaan pada area tersebut lebih lembut.

Plafon pada koridor menggunakan *finishing* WPC *ceiling* panel untuk memudahkan perawatan. Bentuk *ceiling* panel dibuat tidak terlalu ramai agar koridor tidak terasa makin sempit.



**Gambar 35.** Pelingkup Plafon  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

Pencahayaan pada area publik disesuaikan dengan fungsi dan kebutuhan ruang masing-masing. Beberapa area yang di *highlight* dilengkapi dengan *hanging lamp* untuk memberi aksesoris *catchy* dan bersifat *welcome*.

### Konsep Aplikasi Furnitur dan Aksesoris Pendukung Interior

Dengan konsep *inspired by* Yogyakarta, furnitur dan aksesoris dengan interior disesuaikan dengan nilai budaya Yogyakarta.

#### 1. Lobby

Bentuk meja *lobby* dibuat memanjang agar interaksi antara pengunjung dan staf lebih nyaman (memiliki *space* yang cukup). Akses masuk staf ke area *reception* menggunakan pembatas yang dikamuflekan menjadi bagian dari meja *reception*.



**Gambar 36.** Meja *Reception*  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

*Hanging lamp* digunakan sebagai aksen interior dan penerangan pada area *reception*. Terdapat area tunggu yang sekaligus bisa menjadi spot untuk foto. Area tunggu bersebelahan dengan akses masuk *café*. Keduanya didesain menggunakan elemen geometris yaitu garis lengkung yang banyak dijumpai pada bangunan keraton.

#### 2. Café

Furnitur pada *café* menggunakan material lokal sekitar seperti kayu dan rotan. Meja bar merupakan *fixed furniture custom* dan sisanya *loose furniture* (dapat dipindah sewaktu-waktu). Ruang ujung *café* juga dapat difungsikan sebagai ruang *meeting*. Area ini dilengkapi *folding door* untuk membatasi apabila sedang dibutuhkan ruang *meeting*. *Loose furniture* dapat di tata sesuai dengan *layout/* denah agar kompatibel untuk melakukan *meeting*.



**Gambar 37.** Interior *Cafe*  
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2021

#### 3. Kamar tidur

Tipe kamar tidur dibedakan menjadi 3 berdasarkan jenis kasur dan kapasitas pengguna yaitu *standard double room (double bed)*, *standard twin room (2 twin bed)*, dan *family room (double bed dan day bed)*. Kamar dilengkapi dengan meja dan kursi dengan ukuran yang disesuaikan dengan *space*

yang ada. *Hanger* dipilih sebagai alternatif penyimpanan pakaian sementara karena tidak membutuhkan banyak *space*. Kamar tidur dilengkapi dengan *full body mirror* dari eksisting furnitur yang diolah kembali. Panel TV diberi panel yang sekaligus menjadi ambalan untuk menyimpan *remote* TV. Seluruh area kamar tidur sudah dilengkapi toilet, area mandi, dan wastafel.

#### 4. Koridor

Tidak ada furnitur pada koridor karena *space* yang ada sangat terbatas. Area koridor dilengkapi dengan *signage* nomor *guestroom* dan *signage* penunjuk arah yang mengadaptasi bentuk lampu antik malioboro.

#### **Konsep Aplikasi *Finishing* pada Interior**

Untuk pelingkup dinding dan *Plafon* yang menggunakan cat akan *difinishing* dengan cat ber kandungan silver ion untuk mengurangi resiko penyebaran virus/ bakteri di dalam ruang. *Finishing* lantai pada bangunan mayoritas menggunakan ubin semen. Ubin semen mudah dirawat, warna tidak mudah pudar, dan tahan pada retakan.

Penggunaan ubin semen dapat membuat ruangan terasa lebih sejuk jika dibandingkan dengan keramik dan dapat memberi kesan seperti bangunan kolonial. Motif ubin semen juga beraneka ragam dan bisa di *custom*. Warna ubin semen yang dipakai pada desain adalah *cream*, coklat, dan motif kawung. Warna dan motif ini dipilih untuk memunculkan *ambience*

Yogyakarta yang hangat. Plafon dengan material anyaman bambu akan di finishing menggunakan plitur bening untuk membuat warna asli anyaman tidak mudah pudar dan lebih awet. Furnitur dan aksesoris interior dengan material kayu/ rotan akan *difinishing* dengan plitur bening sehingga lebih awet, tahan rayap, dan memberi kesan klasik.

#### **KESIMPULAN**

Laporan Tugas Akhir yang berjudul Redesain Hotel Kotta Go dengan Penerapan *Interior Branding* oleh Konsultan Arsitektur Interior Flo Studio. Proyek berupa perancangan ulang sebuah hotel dengan konsep baru dan kuat. Lokasi *site* berada di salah satu jalan utama Kota Yogyakarta. Kotta Go memiliki konsep tersendiri dimana ingin menghadirkan suatu penginapan yang nyaman dan serba ada seperti rumah. Proyek ini berkaitan erat dengan usaha yang akan penulis jalani yaitu Flo Studio yang berfokus pada desain dengan *branding* yang terkonsep.

Proyek perancangan tugas akhir oleh Flo Studio adalah ruang interior hotel bintang tiga yang baru mulai merintis usaha yaitu Kotta Go. Berdirinya Kotta Go terinspirasi oleh budaya dan *hospitality* Kota Yogyakarta yang hangat, ramah dan nyaman.

Hotel ini ingin menawarkan sebuah penginapan yang menyediakan fasilitas sehangat suasana rumah sehingga penggunaanya merasa nyaman



untuk menginap di Kotta Go. Konsep interior yang diinginkan disesuaikan dengan *style* Yogyakarta yang dikemas secara modern agar bisa dinikmati berbagai kalangan.

Melalui permasalahan yang telah dirumuskan, Flo Studio menerapkan konsep *inspired by* Jogja dimana penulis ingin menghadirkan kehangatan Kota Yogyakarta lewat desain interior yang diadaptasi dari beberapa budaya lokal khas Yogyakarta mulai dari arsitektur keraton, malioboro, kesenian wayang, kerajinan rotan, kerajinan bambu, batik dan sebagainya. Semuanya dikonsepsi secara modern dan hangat sehingga menghasilkan interior khas Kotta Go.

### Saran

Dalam proses desain dan jalannya laporan ini, masih banyak saran dan masukan yang dapat diterapkan pada pengembangan selanjutnya. Beberapa hal yang perlu dikembangkan adalah

- Pada area yang dengan *space* terbatas, pengolahan pelingkup lebih baik dioptimalkan dibagian lantai dan plafon daripada pelingkup dinding agar ruangan tidak terasa makin sempit.
- Penambahan aksesoris interior dan detail kecil di setiap ruang dapat memperkuat *ambience* Yogyakarta yang ingin dibawakan.
- Masih banyak elemen visual khas Yogyakarta yang bisa di *explore* dan diterapkan sebagai elemen dekorasi interior terutama di area *lobby* yang seharusnya dibuat sangat interaktif.

### REFERENSI

- Gunawan, A. I., Sari, Sriti Mayang, Frans, Stephanie Melinda (2017). Penerapan Interior *Branding* pada Hotel Yello. *Intra*, 5(2), 247-254.
- Istiqomah, S. A. (2014). Strategi Rebranding Hotel The Royal Surakarta Heritage (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Rebranding Hotel The Royal Surakarta Heritage).
- Keputusan Menteri Kesehatan. 2020. Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK. 01. 07/ MENKES/ 382/ 2020 Tentang protokol kesehatan bagi masyarakat di tempat dan fasilitas umum dalam rangka pencegahan dan pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).
- Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi (Kepmenparpostel). 1987. Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor KM.94/HK.103/MPPT-87 Tentang Ketentuan Usaha dan Penggolongan Hotel.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Sulastiyono, A. (2011). *Seri manajemen usaha jasa sarana pariwisata dan akomodasi: Manajemen penyelenggaraan hotel*. Alfabeta. Bandung.
- Yuliani, W. (2018). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan dan Konseling. *Quanta*, 2(2), 83-91.