

# Penerapan Konsep Branding pada Interior Hotel Bintang 4 di Jakarta Pusat

Albert<sup>1</sup>, Noeratri Andanwert<sup>2</sup>, Nikki Indah Andraini\*<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Prodi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
[albert.615200023@stu.untar.ac.id](mailto:albert.615200023@stu.untar.ac.id), [noeratria@fsrd.untar.ac.id](mailto:noeratria@fsrd.untar.ac.id), [noeratria@fsrd.untar.ac.id](mailto:noeratria@fsrd.untar.ac.id)

\*Pen. Korespondensi

**Abstrak** — *strategi penerapan Interior Branding di Hotel Akmani Jakarta Pusat. Penelitian ini akan menggali proses yang terlibat dalam menerapkan konsep branding interior, meliputi identifikasi nilai-nilai dan elemen identitas merek yang menjadi dasar bagi desain interior. Analisis akan menyoroti upaya hotel untuk menciptakan kesinambungan dalam desain, mengarah pada pengalaman yang menyeluruh dan konsisten bagi setiap tamu yang menginap. Selain itu, akan dijelaskan bagaimana penerapan konsep ini membedakan Akmani dari hotel-hotel lain di sekitarnya, menarik minat pelancong yang mencari pengalaman menginap yang unik. Evaluasi terhadap keberhasilan strategi ini akan mencakup respon tamu dan dampaknya terhadap pemesanan, serta implikasi pada tren branding dan pengalaman tamu di industri perhotelan. Dengan fokus pada detail implementasi dan hasil strategi ini, abstract akan memberikan gambaran tentang upaya hotel untuk memperkuat identitas mereknya melalui desain interior yang kohesif dan menarik, sambil menyediakan pengalaman menginap yang istimewa bagi para tamu.*

**Kata kunci:** Interior Branding; Hotel Akmani; Identitas Merek; Desain Interior

## I. PENDAHULUAN

Penerapan Interior Branding pada Hotel Akmani Jakarta Pusat menandai langkah strategis yang diambil oleh hotel ini untuk memperkuat citra mereknya dan meningkatkan pengalaman para tamu. Berlokasi di pusat kota Jakarta, Akmani merupakan titik pusat dalam industri perhotelan yang dinamis di ibu kota Indonesia. Sejarah panjangnya dalam industri ini telah membentuk fondasi yang kuat bagi hotel untuk terus berinovasi, dan penerapan interior branding menjadi salah satu upaya signifikan dalam menjaga daya saingnya.

Hotel Akmani memiliki peran vital dalam menarik wisatawan dan pelancong di tengah pesatnya pertumbuhan industri perhotelan Jakarta. Dengan demikian, penerapan interior branding di hotel ini bukan hanya sekadar langkah teknis dalam desain ruang, tetapi juga menjadi strategi integral dalam membangun identitas dan kesan yang membedakan Akmani dari properti perhotelan lainnya di sekitarnya.

Mengapa strategi interior branding menjadi penting bagi Akmani? Sebagai hotel yang berusaha menonjolkan keunikan dan kualitasnya, memahami esensi merek dan cara terbaik untuk menyampaikannya kepada para tamu

adalah kunci keberhasilan. Interior branding membuka peluang untuk mengekspresikan nilai-nilai, gaya hidup, dan karakteristik yang menjadi ciri khas hotel, memberikan pengalaman yang konsisten dan berkesan bagi setiap pengunjung.

Proses penerapan interior branding di Hotel Akmani Jakarta Pusat mungkin melibatkan kolaborasi antara tim manajemen hotel, ahli desain, dan konsultan branding. Mereka mungkin melakukan analisis mendalam terkait identitas merek hotel dan cara terbaik untuk mencerminkannya melalui desain interior, baik dalam pemilihan palet warna, elemen arsitektural, pencahayaan, maupun penataan ruang secara keseluruhan.

Selain memberikan citra merek yang konsisten, penerapan interior branding juga memiliki potensi besar untuk menciptakan pengalaman tamu yang luar biasa. Desain yang menyatu dengan nilai-nilai merek dapat memengaruhi suasana, kenyamanan, dan kesan keseluruhan yang diperoleh oleh para tamu, meningkatkan loyalitas dan membedakan Akmani sebagai destinasi menginap yang istimewa di Jakarta.

Implikasi dari penerapan interior branding di Hotel Akmani Jakarta Pusat tidak hanya terbatas pada aspek estetika semata, melainkan juga berdampak pada identitas hotel dalam industri perhotelan Jakarta. Menciptakan atmosfer yang konsisten dengan citra mereknya dapat meningkatkan daya tarik dan reputasi hotel di antara para wisatawan dan pelancong yang mencari pengalaman menginap yang unik dan bermakna.

## II. METODE

Metode pembelajaran merupakan pendekatan atau teknik yang dimanfaatkan oleh pendidik untuk menerapkan rencana yang telah disusun ke dalam proses pembelajaran, baik di dalam maupun di luar lingkungan kelas. Definisi ini disampaikan oleh beberapa ahli, seperti Sanjaya (2010: 147) yang menjelaskan metode sebagai langkah konkret untuk melaksanakan rencana pembelajaran guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara optimal. Selain itu, menurut Hasibuan dan Moedjiono (2010: 3), metode juga dapat diartikan sebagai alat atau bagian dari perangkat yang digunakan dalam menjalankan strategi pembelajaran.

Tahap-tahap perancangan ini telah diadaptasi untuk Hotel Akmani, yang melibatkan proses mendalam dari penelitian hingga presentasi desain sebagai berikut:

#### 1. Tahap Pengumpulan Data

Proses dimulai dengan penelitian literatur yang mencakup sumber-sumber seperti buku, jurnal, dan media digital yang relevan dengan Hotel Akmani. Studi lapangan dilakukan melalui observasi langsung ke lokasi hotel untuk memahami secara detail konteksnya. Dokumentasi yang berkaitan dengan hotel ini, seperti foto, gambar, dan data terkait, juga dikumpulkan untuk menginformasikan proses perancangan.

#### 2. Tahap Analisis Data

Dalam tahap ini, metode deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang terkumpul. Ini melibatkan evaluasi terperinci tentang visi misi hotel, kebutuhan operasional, aktivitas pengunjung, serta pertimbangan lokal lainnya. Data yang diperoleh dari studi lapangan dan literatur dibandingkan untuk membentuk konsep dasar perancangan.

#### 3. Tahap Desain

Perancangan dimulai dengan pemilihan konsep yang telah disesuaikan dengan kebutuhan hotel Akmani. Langkah ini melibatkan penyesuaian ukuran ruang,

sketsa, pembuatan alternatif desain, dan pengembangan desain secara menyeluruh yang mempertimbangkan estetika dan fungsionalitas.

#### 4. Tahap Pengumpulan Gambar Kerja dan Gambar Presentasi

Seluruh hasil dari proses perancangan, mulai dari gambar kerja hingga presentasi, dikumpulkan sebagai data akhir proyek. Gambar kerja termasuk site plan, denah, ceiling plan, floor plan umum, serta detail furnitur dan konstruksi interior. Sementara gambar presentasi mencakup layout ruang, tampak potongan, perspektif, skema furnitur, serta informasi material dan warna yang digunakan dalam desain. Semua ini disusun dengan memperhatikan standar dan ketentuan yang berlaku untuk memastikan kesesuaian dengan kebutuhan Hotel Akmani.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Branding Hotel Akmani Jakarta Pusat memiliki pendekatan yang cermat dalam menciptakan identitasnya. Desainnya tidak hanya terbatas pada konsep yang kontemporer, tetapi juga menampilkan sentuhan kemewahan yang menggambarkan harmoni visual yang unik. Konsep branding hotel ini merangkum keberagaman dalam elemen desainnya dengan cara yang dinamis, memadukan

gaya modern yang dinamis dengan nuansa kemewahan yang lebih tradisional.

Dalam upaya menciptakan identitasnya, Hotel Akmani menampilkan desain interior yang menghadirkan garis-garis yang lebih dinamis dan fleksibel. Penggunaan elemen-elemen modern, seperti bentuk-bentuk yang lebih berani dan detail-detail yang lebih contemporary, menciptakan atmosfer yang energik dan penuh semangat. Namun, tidak hanya fokus pada aspek modern, hotel ini juga memperlihatkan sisi kemewahan yang eksklusif dengan sentuhan material dan aksen mewah seperti logam mulia, warna-warna kaya, dan tekstur yang eksklusif.

Pilihan material yang eksklusif dan penggunaan elemen emas atau aksen kemewahan lainnya memberikan kesan elegan dan prestisius. Ini tidak hanya terlihat pada desain interior, tetapi juga tercermin dalam pengalaman tamu secara keseluruhan, mulai dari layanan hingga suasana yang dihadirkan di setiap ruang hotel. Strategi branding hotel ini sangat menekankan pada harmonisasi antara gaya modern dan sentuhan kemewahan yang tradisional, menghasilkan kesan yang unik dan memikat. Setiap detail, baik dari segi material, desain, atau arsitektur, dipilih secara hati-hati untuk menciptakan atmosfer yang elegan, modern, dan serba

mewah sekaligus. Itulah yang membuat Hotel Akmani Jakarta Pusat unggul dalam menciptakan identitas yang eksklusif dalam industri perhotelan di Jakarta.

Penerapan konsep branding interior di Hotel Akmani Jakarta Pusat telah membawa perubahan signifikan dalam penguatan identitas mereknya. Dalam desain interior, fokus pada nilai-nilai yang unik dan identitas mereknya memberikan kesan yang konsisten kepada setiap tamu yang menginap di hotel tersebut. Pesan merek yang disampaikan melalui desain interior menciptakan kesan yang kohesif sepanjang perjalanan tamu di berbagai area hotel, mulai dari ruang penerimaan yang ramah hingga desain kamar yang terkoordinasi dengan baik.



Gambar 1. Suite Room Akmani (Sumber : Albert, 2023)

Perubahan dalam desain interior telah memberikan pengalaman yang lebih terarah dan menyeluruh bagi para tamu. Setiap elemen interior yang dipilih dan disesuaikan dengan citra merek memastikan bahwa kesinambungan

pengalaman tercipta sejak tamu memasuki area penerimaan hingga saat mereka beristirahat di kamar tamu. Hal ini menciptakan kesan yang harmonis dan memberikan pengalaman berkesan yang selaras dengan citra merek yang diusung oleh Hotel Akmani Jakarta Pusat.



Gambar 2. Lobby Akmani (Sumber : Albert, 2023)

Keunggulan dalam penerapan konsep branding interior di hotel ini kemungkinan telah menjadi faktor diferensiasi yang kuat dari kompetitor di sekitarnya. Desain interior yang unik dan khas mungkin telah menjadi daya tarik bagi wisatawan dan pelancong yang mencari pengalaman menginap yang lebih eksklusif dan berbeda. Hal ini membuktikan bahwa branding interior yang kuat tidak hanya menciptakan kesan mendalam bagi tamu, tetapi juga menjadi salah satu faktor kunci dalam menarik perhatian di pasar yang kompetitif dalam industri perhotelan.



Gambar 3. *Sitting Area* Akmani (Sumber : Albert, 2023)

Proses implementasi konsep branding interior di Hotel Akmani Jakarta Pusat melibatkan serangkaian langkah yang cermat dan terencana. Langkah pertama mungkin terdiri dari identifikasi mendalam terhadap nilai-nilai inti dan identitas merek hotel. Tim desain mungkin telah melakukan penelitian yang komprehensif untuk memahami esensi merek, menggali keunikan hotel, dan menterjemahkan elemen-elemen ini ke dalam desain visual yang kohesif.

Interaksi dengan pengalaman tamu merupakan salah satu fokus utama dalam strategi branding interior. Desain yang dipilih tidak hanya mengekspresikan merek secara visual tetapi juga berperan dalam menciptakan suasana yang mendukung kenyamanan dan kesan yang sesuai dengan identitas merek. Penggunaan elemen-elemen yang memberikan pengalaman tak terlupakan kepada tamu menjadi prioritas dalam mencapai tujuan ini.

Konsistensi dan keharmonisan dalam desain interior adalah kunci utama untuk memastikan setiap elemen di dalam hotel saling melengkapi. Mulai dari tata letak ruangan hingga pemilihan furnitur, semuanya mungkin telah dipertimbangkan dengan cermat agar sejalan dengan identitas merek yang diinginkan. Hal ini bertujuan untuk menciptakan kesan yang terjaga secara konsisten di setiap sudut hotel.



Gambar 4. Lobby & Resepsionis Akmani (Sumber : Albert, 2023)

Pengukuran keberhasilan penerapan branding interior dapat dilakukan melalui berbagai metode evaluasi. Dari respons langsung tamu terhadap perubahan desain hingga peningkatan dalam jumlah pemesanan, setiap aspek dapat menjadi indikator keberhasilan. Selain itu, evaluasi melalui feedback tamu yang terus-menerus

dapat menjadi landasan untuk peningkatan berkelanjutan.

Implikasi dari penerapan konsep branding interior di Hotel Akmani Jakarta Pusat tidak hanya berdampak pada hotel itu sendiri, tetapi juga pada industri perhotelan secara keseluruhan. Hal ini meliputi tren branding yang berkembang dan dampaknya pada pengalaman tamu di hotel-hotel lain. Terlebih lagi, kesadaran akan keberlanjutan menjadi semakin penting, dimana strategi branding interior yang mempertimbangkan aspek lingkungan mungkin memberikan inspirasi dan model bagi hotel-hotel lain dalam mengadopsi praktik yang lebih ramah lingkungan.

#### IV. SIMPULAN

Dalam rangka meningkatkan pengalaman tamu dan menguatkan identitas merek, penerapan konsep branding interior di Hotel Akmani Jakarta Pusat membawa dampak positif yang signifikan. Desain interior yang menekankan nilai-nilai unik dan identitas merek telah menciptakan kesan konsisten sepanjang perjalanan tamu di hotel ini, memberikan pengalaman yang menyeluruh dan harmonis. Faktor pembeda dari kompetitor sekitar juga terwujud melalui desain interior yang unik dan menarik bagi

wisatawan yang mencari pengalaman menginap yang eksklusif.

Proses implementasi yang terencana dan fokus pada interaksi dengan pengalaman tamu merupakan hal yang penting dalam kesuksesan penerapan branding interior. Konsistensi desain serta pengukuran keberhasilan melalui respons tamu menjadi kunci dalam menjaga kesinambungan pengalaman yang diinginkan. Implikasi dari strategi branding ini juga memengaruhi industri perhotelan secara lebih luas, menciptakan tren baru dalam pengalaman menginap yang berkesan.

Untuk masa depan, Hotel Akmani Jakarta Pusat dapat terus meningkatkan efisiensi dengan mempertimbangkan strategi interior yang lebih ramah lingkungan. Lebih jauh lagi, kontinuitas dalam menerima dan memanfaatkan umpan balik dari para tamu menjadi kunci untuk terus mengasah dan meningkatkan pengalaman mereka. Dengan demikian, hotel ini dapat mempertahankan daya tariknya sebagai destinasi menginap yang unik, memenuhi harapan para tamu, sambil memberikan kontribusi positif pada industri perhotelan secara keseluruhan.

## V. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Noeratri dan Ibu Nikki, selaku dosen pembimbing tugas akhir, serta kepada pihak di Akmani Hotel Jakarta Pusat yang telah memberikan izin untuk melakukan survey lapangan demi kelancaran proses pengumpulan data terkait dengan perancangan yang kami lakukan. Tak lupa, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada semua pihak yang turut membantu dalam penulisan, baik secara langsung maupun tidak langsung, terkait dengan topik maupun objek penelitian, termasuk perorangan dan lembaga yang memberikan dukungan dan kontribusi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F. (n.d.). *Pengertian Lobby Hotel: Definisi, Fungsi dan Fasilitas [Lengkap] by Boston*. Amesbostonhotel.Com.  
<https://www.amesbostonhotel.com/pengertian-lobby-hotel/>
- Akmani. (n.d.). Akmani Hotel.  
<https://www.akmanihotel.com/>
- Fahri Ahmad. (2020). *Sejarah Perhotelan Indonesia [Nasional dan Internasional], Berkembang Pesat*  
<https://www.amesbostonhotel.com/s>

[ejarah-perhotelan-nasional-dan-internasional/](#)

Kasus, S., Bisnis, H., & Indah, P. (2023). Analisis Atmosfer Ruang Lobi Hotel Bisnis Pasca Pandemi Covid-19 di Jakarta. 18(2), 58–67.

Kurniasih, W. (2022). *Pengertian Hotel, Jenis dan Karakteristiknya*. Gramedia.Com.  
<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-hotel/>

Yohannes, M. (n.d.). *Pengertian Hotel, Jenis, dan Klasifikasinya*. #StaycationJadi.  
<https://www.traveloka.com/id-id/explore/tips/klasifikasi-jenis-jenis-hotel-acc/27223>

Partners, T. &. (n.d.). *Akmani Botique Hotel* / TWS & Partners.  
<https://www.archdaily.com/37656/akmani-botique-hotel-tws-partners>

Qothrunnada, K. (2022). *Pengertian Estetika: Teori, Fungsi, dan Unsur di Dalamnya*. Detik.Com.  
<https://www.detik.com/jabar/berita/d-6237367/pengertian-estetika-teori-fungsi-dan-unsur-di-dalamnya>

Rei, C., Purnama, I. Y., & Andraini, N. I. (2022). *Interior Design of Villa Standard Room Kastuba Resort* Lembang , Bandung with Part of Nature Concept.

Shell, A. (2016). *Penerapan Metode Demonstrasi*. Sekolah Tinggi Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Pacitan, 1–23.