

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hadirnya hotel bisnis pada suatu wilayah dapat menjadi wadah bagi pertumbuhan bisnis di wilayah tersebut. Pentingnya perancangan hotel bisnis yang baik adalah untuk memenuhi kebutuhan fasilitas bisnis dan penginapan yang nyaman dan dapat diakses semua kalangan. Keberadaan hotel bisnis di Kota Bandung sendiri sebenarnya tidak sulit untuk ditemui dan telah banyak yang menawarkan fasilitas penginapan, namun tantangannya adalah untuk menghadirkan pengalaman dan cerita yang berbeda di hotel tersebut.

Melalui pendekatan *neuroarchitecture*, perancangan ini mengambil teori yang cocok diaplikasikan pada interior, seperti *planning and navigation*, pengaturan tingkat cahaya, efek-efek visual, dan keberadaan elemen alam dalam ruang. Semua bagian tersebut disesuaikan dengan kebutuhan pengguna dan beberapa dapat dipersonalisasi sehingga dapat mengaktifkan kinerja otak dan tentunya memberikan pengalaman untuk lima panca inderanya. Perancangan Voco Hotel Bandung dengan luasan kurang lebih 1200m² ini mengangkat tema yang lekat dengan cerita dan legenda Kota Bandung, yakni Sangkuriang. Legenda ini dipilih selain untuk mengenalkan pesan moral yang dimilikinya juga ingin memasukkan dan mengasosiasikan bentang alam khas yang ada di Bandung, yaitu Tangkuban Perahu sehingga ini pula yang dijadikan sebagai tema perancangan Voco Hotel Bandung. Gaya yang diterapkan untuk mendukung terwujudnya perancangan ini adalah modern kontemporer. Penggunaan inspirasi alam ini menjadi awal mula perancangan yang berlandas pada filosofi hidup masyarakat Sunda, Mulasara Buana.

Perancangan yang diberi judul *Bandung Highland Breeze* ini mengaktifkan lima panca indera manusia untuk menghadirkan pengalaman unik, seperti:

- a) Penglihatan (mata) dengan stilasi perahu menjadi bentuk utama dalam desain dan visual yang merepresentasikan dataran tinggi Bandung dengan bentuk, warna, serta pencahayaan yang dapat dipersonalisasi
- b) Pendengaran (telinga) dengan alunan musik Sunda, seperti yang terdengar di ruang-ruang publiknya,
- c) Perabaan (kulit) dengan permainan material, tekstur, dan bentuk repetisi terlebih pada elemen dinding, seperti penggunaan *expanded polystyrene* untuk membentuk bentuk lekukan batu,
- d) pengecap (lidah) dengan pengalaman makan dan minum dengan makanan dan minuman khas Bandung, seperti karedok ataupun Bandrek yang disajikan lebih modern, dan
- e) Penciuman (hidung) dengan aromatic khas Voco Hotel Bandung yang diberi nama *Bandung Highland Breeze* dengan *top notes* daun teh hijau dan Bunga Jaksi (pandan laut) yang dipercaya sebagai perwujudan Dayang Sumbi dan memiliki bau harum yang khas serta *base notes* vetiver atau akar wangi.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pendekatan *neuroarchitecture* mampu menjawab permasalahan kebutuhan fasilitas pengguna sekaligus menonjolkan keunikan Voco Hotel Bandung pada interior tanpa meninggalkan identitas Voco Hotel itu sendiri.

B. Saran

1. Bagi pihak Voco Hotel dapat menjadi inspirasi terbaru dalam menghadirkan pengalaman menginap yang berbeda untuk pengembangan bisnis kedepannya
2. Bagi mahasiswa dapat lebih mengembangkan pemikiran konseptual terkait perancangan hotel bisnis sehingga pemecahan masalahnya dapat memperhatikan berbagai faktor dan kompleksitas yang lainnya
3. Eksplorasi *neuroarchitecture* yang lebih berfokus pada interior dapat dikembangkan kembali sehingga tidak terasa seperti solusi desain ataupun arsitektur pada umumnya, tetapi lebih banyak membantu kebutuhan kesehatan neurologis, fisiologis, maupun psikologis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, S., Okdeh, N., Roufayel, R., Kovacic, H., Sabatier, J.-M., Fajloun, Z., & Abi Khattar, Z. (2024). Neuroarchitecture: How the Perception of Our Surroundings Impacts the Brain. *Biology*, 13(4), 220. <https://doi.org/10.3390/biology13040220>
- Chandra, E. (2021). *Landasan Konseptual Perencanaan dan Perancangan Arsitektur Hotel Bisnis di Kota Dumai dengan Pendekatan Morfologi Arsitektur* [S1 Thesis, Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. <https://e-journal.uajy.ac.id/23622/>
- De Chiara, J., & Panero, J. (Ed.). (1991). *Time-saver standards for interior design and space planning*. McGraw-Hill.
- Ibrahim, Prof. Dr. M. M. (2019). The Integration of Interior Design and Neuroscience: Towards a Methodology to Apply Neuroscience in Interior Spaces. *Arab Association for Islamic Civilization and Art*, 4(14), 36–57. <https://doi.org/10.21608/mjaf.2019.25813>
- Kim, S. (Sam), Kim, J., Badu-Baiden, F., Giroux, M., & Choi, Y. (2021). Preference for robot service or human service in hotels? Impacts of the COVID-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102795. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102795>
- Panero, J. (with Zelnik, M.). (2014). *Human Dimension and Interior Space: A Source Book of Design Reference Standards*. Potter/Ten Speed/Harmony/Rodale.
- Retnaningrum, M. (2012). *Landasan Konseptual Perencanaan dan Perancangan Beach Resort Hotel di Pantai Jungwok, Gunungkidul* [Universitas Atma

Jaya Yogyakarta]. <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/165>

Robinson, L. B. (2023). *Interior Design Research Methods*. Bloomsbury Publishing Inc.

Shaikh, H., & Sava-Segal, C. (2024). Biophilic architecture: Using cognitive science principles to understand impact on well-being. *Journal of Student Research*, 13(1). <https://doi.org/10.47611/jsrhs.v13i1.6257>

Siallagan, B. P. (2023). *Perancangan Hotel Bintang 4 di Samosir (Tema Arsitektur Neo Vernakular)* [Thesis : Digital Reository Universitas Quality Berastagi]. <http://portaluqb.ac.id:808/1003/>

