

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1. Kajian Elemen Desain

Desain terbentuk dari berbagai macam komponen. Komponen ini digunakan untuk menyampaikan penekanan, informasi, komunikasi dan perasaan. Elemen-elemen desain meliputi garis (*line*), bentuk 2 dimensi (*shapes*), bentuk 3 dimensi (*forms*), ruang (*space*).

Untuk memperjelas sebuah desain dibutuhkan 2 aspek penting lainnya yaitu warna dan pencahayaan. Kedua aspek ini dapat dikombinasi dengan motif/*pattern* dan tekstur untuk menghadirkan cahaya dan bayangan yang kontras, hangat atau dingin dan penekanan atau penyembunyian (Lawson 110).

#### 2.1.1. Garis (*Line*)

Keunggulan dari kumpulan garis adalah dapat dikerjakan untuk menekankan atau mempertegas dimensi dan karakter. Dominan atau pengulangan kombinasi dari garis mendorong mata untuk mengikuti dan dapat digunakan untuk membuat ilusi dari ketinggian, berat, kekuatan, atau kehalusan.

Garis yang digunakan untuk dekorasi harus seimbang terhadap ciri-ciri struktur, mebel dan aksesoris. Keseluruhan efek harus cocok dengan *style* atau gaya dari perabot dan model yang digunakan.

Tabel 2.1. Jenis-Jenis Garis

<i>Predominant lines</i>	<i>Evoked responses</i>	<i>Examples of application and correction</i>
<i>Straight / garis lurus</i>		
Vertikal	Mengekspresikan kekuatan dan pemaksaan, dapat menciptakan atmosfer yang agung/bermartabat dan memberikan ilusi dari ketinggian ruang	Digunakan untuk menciptakan karakter. Untuk pesta, perjamuan. Dengan plafon yang rendah, lantai loteng tengah ( <i>mezzanie</i> )

Tabel 2.2. Jenis-Jenis Garis (sambungan)

Horisontal	Memberi kesan keluasan/kelapangan, relaksasi, dan menunjukkan tampak yang lebar	Penggunaan garis horisontal yang berlebihan (meja, kursi, meja pajangan) memerlukan keseimbangan untuk menyediakan area yang intim
Diagonal	Cenderung menunjuk ke satu ruang dan menjaga mata untuk terus bergerak. Terlalu banyak menggunakan garis diagonal akan melemahkan <i>unity</i> desain	Diagonal dapat menghasilkan posisi yang berulang dari penyusunan meja. Kombinasi dari diagonal (desain tangga)
<i>Curved / garis lengkung</i>		
Lingkaran ( <i>Circles and full curves</i> )	Menstimulasi keceriaan dengan warna yang cerah dan kontras. Terlalu banyak garis lingkaran akan menghasilkan kegelisahan/keresahan	Desain yang bundar dan motif seringkali digunakan di catering dan promosi makanan cepat saji. Meja bundar dan kursi tunggu dari kayu digunakan untuk kelompok keluarga sebagai kontras terhadap stan-stand makanan yang tetap
<i>Voluptuous, full and complex curves</i> (lebih tegas)	Garis dan bentuk yang berliku-liku, memberikan kesan keindahan, kedinamisan, kemewahan/kekayaan dan sandiwara	Style Baroque dan Rococo muncul di abad 18 dan 19 di hotel-hotel besar, kasino, dan hall musik. Keelokan semarak ini masih terwujud di bar-bar dan <i>gambling club</i> / tempat judi
<i>Softer, delicate curved line and shapes</i> (lebih lembut)	Kurva yang lembut dikombinasi dengan proporsi yang baik akan memberikan kesan keanggunan dan kemurnian. Style klasik cocok dengan karakter tersebut	Anggun, style klasik dari mebel dan hiasan digunakan untuk hotel kelas atas. Desain harus harmoni.

Sumber: Lawson (1995, p.111)

### 2.1.2. Bentuk dan Ruang (*Shapes, Form, and Space*)

*Shapes* adalah bentuk dalam dua dimensi (mural dan motif) dan *form* mendiskripsikan objek yang utuh/*solid* dalam sebuah ruang. Kedua bentuk tersebut dapat dikategorikan sebagai berikut : (Lawson 111)

- *Rectilinear* : persegi dan bujur sangkar
- *Angular* : segitiga dan limas
- *Curved* : lingkaran, bola, kerucut, dan tabung

Pengulangan bentuk yang menghadirkan kesinambungan dan tidak melewati kebutuhan psikologis, personalisasi, dan identitas ruang. Suasana yang gembira dapat diwujudkan dengan variasi pengelompokan dari mebel dan lukisan di dinding dan aksesoris yang membangun hubungan daerah yang baru. Perbedaan fungsi ruang dapat dibentuk di ruang yang besar ketika masih menetapkan kesatuan desain dengan cara :

- Menempatkan mebel, cermin dan tanaman
- Mengubah motif, warna, dan tekstur
- Tampak fisik bangunan

Kategori bentuk menurut Ching dibedakan menjadi tiga (33).

- Natural – Alami

Bentuk natural atau alami diambil dari bentuk-bentuk yang ada di alam, disebut sebagai bentuk organik atau biomorfik.

- Abstrak

Bentuk alami dapat diubah, disederhanakan, distorsi, ditambahkan, dikurangi, atau apapun yang mengubah bentuk, akan tetapi bentuk utamanya masih dapat dikenali.

- Geometris

Bentuk geometris yang paling jelas adalah lingkaran, segitiga, dan bujur sangkar. Lingkaran adalah bentuk yang kompak, egosentris dan fokus pada titik pusatnya. Lingkaran juga menggamarkan kesatuan dan kontinuitas produk. Bentuk segitiga menunjukkan stabilitas dan kedinamisan, sehingga tidak terkesan monoton. Bujur sangkar memiliki karakter yang stabil jika berdiri pada salah satu sisinya dan menjadi dinamis ketika berdiri pada salah satu sudutnya. Bujur sangkar yang jelas dan stabil

dapat menjadi monoton, variasi dapat dilakukan dengan mengubah ukuran, proporsi, warna, penempatan atau orientasinya.

### **2.1.3. Motif / Pattern**

Menurut Lawson (111), topik yang sedang tren di desain interior adalah ekonomis dan *simple* di semua desain dengan lebih menghadirkan warna, tekstur, dan motif atau *pattern*.

- Motif dan tekstur menawarkan cakupan yang lebih luas untuk keuntungan dan variasi dengan pengenalan tentang material yang baru dan efek penyinaran.
- Sebuah desain dapat diperbaharui tanpa mengubah struktur bangunan

#### **2.1.3.1. Pembentukan Motif / Pattern**

Menurut Lawson (112) pada desain perhotelan, motif dapat dibentuk dengan cara:

- Bentuk dan pengaturan meja makan dan kursi pada restoran
- Efek dari penyinaran diatas permukaan dan tekstur yang berbeda
- Dekorasi dari dinding dan aksesoris
- Desain karpet dan lantai

#### **2.1.3.2. Pengaruh Motif / Pattern**

##### **1. Aplikasi**

- Motif memberikan kesan pergerakan dan ritme yang tetap harus memperhatikan karakter ruang tersebut.
- Pengulangan motif atau beberapa motif dengan warna, jenis dan ukuran yang sama, diletakkan di area yang berbeda akan menolong untuk mencapai kesatuan desain.
- Motif dapat digunakan untuk mengkamufase tanda dan keausan dari karpet dan permukaan meja.
- Keseluruhan motif dapat digunakan untuk menaikkan permukaan dan dapat secara selektif digunakan untuk memperbaiki proporsi ruang.

- Penggunaan motif terlalu banyak dapat menciptakan ruang yang ”ramai” dan menimbulkan kebingungan.
2. Ukuran dan Pengaruh
- Warna yang kuat dari motif dapat menghasilkan pergerakan di mata dan menimbulkan iritasi dan kelelahan visual.
  - Motif yang tajam dan ukuran besar, paling baik dilihat dengan latar yang netral dan dari kejauhan.
  - Ukuran dari motif harus disesuaikan dengan ukuran area yang didekorasi dan bagian-bagian yang dapat terlihat.
  - Motif yang kecil cenderung bergabung menjadi latar belakang.
  - Motif tidak harus bersaing dengan *focal point*.

3. Jenis-jenis motif / *pattern*

Berdasarkan klasifikasinya, motif dapat dibedakan menjadi 5 kelompok, yaitu: (Lawson 112)

- *Simple geometric forms*  
Lingkaran, persegi, segitiga dan bentuk-bentuk lainnya yang memberi kesan kuat. Efeknya yaitu untuk mengalihkan perhatian
- *Asymmetrical grouping of formal shapes*  
Kelompok *asymmetrical* dapat didasari dengan desain yang formal atau desain dengan gaya tertentu. Desain yang dipilih dapat menentukan identitas perusahaan.
- *Irregular formally arranged patterns include naturalistic designs*  
Jarak dan ketinggian dapat menghindari suatu ”kebingungan”.
- *Free-flowing patterns of indefinite shape*  
Penekanan yang lebih dapat membuat kesan anggun dan sederhana.
- *Abstract designs*  
Desain yang abstrak dapat secara simbolik menggambarkan tema dari sebuah desain. Penggabungan antara seni dan desain dengan menggunakan desain abstrak, dapat menimbulkan pengertian akan rasa suatu perpindahan dan kreatifitas.

#### 2.1.4. Tekstur

Menurut Lawson, tekstur memiliki empat karakteristik utama (112-113):

- *Soft rough*  
Kelembutan memberikan kesan hangat dan dapat memberikan karakter kuat dengan warna yang tua.
- *Soft smooth*  
Sebagai penutup untuk bidang yang relatif luas, seperti kain, beludru, sutera dan kain satin. Kesan mewah dapat dihasilkan dari kilau dan bayangan dari sinar.
- *Hard smooth*  
Kebanyakan desain interior lama menggunakan gipsium, marmer, kaca, dan keramik, dapat memberikan kesan dingin dan keras. Hal tersebut dapat dilembutkan dengan penggunaan kain atau karpet.
- *Hard rough*  
Menghadirkan aksen batu dan bata dapat menghasilkan kesan yang kuat.

#### 2.1.5. Warna

##### 2.1.5.1. Pengertian Warna

Warna merupakan salah satu elemen terpenting yang dapat mempengaruhi penampilan visual suatu ruang. Selain itu, warna juga memiliki dampak yang kuat terhadap emosi dan *mood* manusia. Warna dapat mengkamufleskan sesuatu, misalnya ruang yang sempit dapat kelihatan lebih luas dan sesuatu yang mempunyai proporsi kurang bagus menjadi lebih seimbang dan *unity* (Pile 287).

##### 2.1.5.2. Dimensi Warna

Menurut Pile, warna memiliki tiga dimensi (290):

- Jenis Warna (*Hue*)  
Merupakan atribut yang dapat kita gunakan untuk mengenali dan menjelaskan warna. Jenis warna dibagi menjadi 3 jenis warna, yaitu warna primer, sekunder, dan tersier.

- Nilai Warna (*Value*)  
Merupakan tingkat gelap dan terang warna bila dibandingkan dengan hitam-putih.
- Saturasi (*Chroma*)  
Merupakan pekat dan pucatnya suatu warna. Saturasi warna tergantung pada jumlah *hue* dalam sebuah warna.

### 2.1.5.3. Jenis Warna

Menurut Marks et al., warna dibedakan menjadi 3 jenis (9).

- Warna Primer  
Dalam teori Brewster, warna primer adalah warna-warna dasar yaitu merah, kuning, dan biru.
- Warna Sekunder  
Adalah 2 warna primer yang dicampur menjadi 1, contohnya:
  1. Merah + Biru = Ungu
  2. Merah + Kuning = Orange
  3. Biru + Kuning = Hijau
- Warna Tersier  
Adalah warna campuran antara warna primer dan warna sekunder, contohnya:
  1. Merah + Ungu = Magenta
  2. Biru + Hijau = Aquamarine
- Warna Netral  
Contoh warna netral adalah abu-abu dan coklat, warna yang biasa digunakan pada *background* karena dapat digunakan untuk jangka waktu yang panjang. Warna abu-abu ini cocok digunakan di area yang terlalu banyak warna karena bersifat menetralkan dan menenangkan. Sedangkan warna coklat adalah warna yang mampu menetralkan warna merah dan kuning, karena memiliki hubungan dengan kenyamanan (Pile 295).

#### 2.1.5.4. Aspek Warna

Menurut Marks et al., warna memiliki 8 aspek (13).

- *Hot* (Panas)

*Hot* yang dimaksud disini adalah gradasi warna merah, dan yang terkuat adalah warna merah terang. Warna merah dapat menarik perhatian, sehingga biasa digunakan pada *signage* dan desain. Warna panas memiliki sifat yang kuat dan agresif, serta dapat mempengaruhi seseorang, seperti menaikkan tekanan darah serta merangsang sistem saraf.

- *Cold* (Dingin)

*Cold* yang dimaksud adalah gradasi warna biru. Warna dingin dapat memberi efek sejuk, seolah menurunkan temperatur dalam ruang dan biasanya digunakan pada area yang memiliki panas berlebih. Warna-warna ini terkait dengan ketenangan, relaksasi dan pengalaman lebih kontemplatif. Penggunaan warna dingin secara berlebihan dapat memberikan kesan depresi dan negatif dalam dampak psikologis.

- *Warm* (Hangat)

*Warm* hampir sama dengan *hot*, bedanya *warm* menggunakan gradasi warna merah yang dicampur dengan warna kuning. Makna warna hangat ini dapat mempengaruhi psikologi seseorang dengan menghadirkan suasana yang lebih nyaman, menyenangkan, dan *welcoming*.

- *Cool* (Sejuk)

*Cool* hampir sama dengan *cold*, bedanya *cool* menggunakan gradasi warna biru yang dicampur dengan warna kuning, seperti biru *turquoise*, hijau, dan kuning *lime*. *Cool color* dapat diibaratkan seperti *tropical pool* di alam yang menyegarkan dan menenangkan.

- *Light* (Pastel)

*Light color* adalah warna pastel yang pucat. Warna-warna pastel ini terlihat seperti warna yang hampir transparan. Warna pastel ini menggambarkan ketenangan dan membawa sifat relaksasi.

- *Dark* (Gelap)

*Dark color* adalah warna-warna yang mengandung warna hitam pada komposisinya. Warna gelap ini dapat membuat ruangan terasa lebih sempit dan kecil, serta membawa kesan formal dan serius.

- *Pale* (Pucat)

*Pale color* seperti warna ivory, biru muda, dan pink memberi kesan lemah lembut. *Pale color* merupakan warna yang menenangkan, sehingga sering digunakan pada ruang interior. Warna pastel ini mengandung 65% warna putih sehingga disebut *softest pastels*.

- *Bright* (Terang)

*Bright color* adalah warna yang murni. *Bright color* bersifat jelas dan menarik perhatian, serta memberi kesan yang menyenangkan dan *cheerful*, sehingga cocok digunakan pada *packaging*, *fashion*, dan *advertising*.

#### 2.1.5.5. Psikologi Warna

Warna merupakan aspek yang paling cepat dalam mempengaruhi psikologis seseorang, karena warna dapat mempengaruhi indra, penampilan, dan perilaku seseorang. Sebuah komposisi warna dapat mengubah cara pandang dan persepsi kita terhadap suatu produk. Setiap warna memiliki sifat tersendiri dan berfungsi membentuk *mood/style* yang berbeda. Salah satunya adalah gradasi warna kuning yang membuat beberapa suasana berbeda (Marks et al. 46).

- *Friendly*

Suasana *friendly* terbentuk dengan dominasi warna orange dan warna kuning sebagai aksen. Kombinasi ini menciptakan suasana yang terbuka, ramah, dan *energic*. Warna ini sering digunakan pada restoran *fast-food* karena ingin memberi pesan bahwa restoran ini memiliki *good food* dan *friendly price*.

- *Welcoming*

Suasana *welcoming* terbentuk dari warna *yellow-orange*. Kombinasi warna *yellow-orange* dengan putih akan membentuk suasana *classic-beauty*

yang sangat menarik. Kombinasi dengan warna kuning pucat membentuk suasana hangat, ramah, dan meriah.

- *Elegant*

Kombinasi warna *elegant* ini hanya menggunakan warna terpuat (*palest tints*), seperti kuning dan putih membentuk *pastel cream*, yang membentuk versi hangat dari ruangan putih. Bantuan pencahayaan alami dapat membentuk bayangan dan *highlights architectural details*, yang dapat menambah kesan *elegant*.

- *Fresh*

Kesan *fresh* terbentuk dari kombinasi warna biru dan kuning, yang menghasilkan warna hijau. Warna hijau dengan kombinasi sedikit merah memberi kesan “hidup” seolah di lingkungan *outdoor* yang selalu terlihat natural dan *fresh*.

## 2.2. Kajian Prinsip Desain

Menurut Gibbs, ada beberapa prinsip desain yang mempengaruhi keindahan visual (70-73).

- Simetris dan Asimetris

Penataan simetris dan asimetris jika dikomposisikan secara tepat dapat membentuk keharmonisan dan keseimbangan yang indah. Simetri memudahkan pengguna untuk menangkap konsep yang digunakan, mendeskripsikan keseimbangan sesuatu. Penataan yang simetri lebih nyaman dipandang, tetapi jika terlalu dominan akan membuat ruangan terasa hampa dan monoton.

Untuk menghindari hal tersebut, penataannya dapat dikombinasi dengan sentuhan asimetri. Penataan asimetri adalah penataan yang tidak sama persis, sehingga keseimbangannya bergantung pada *visual weight* suatu objek. Keseimbangan asimetris bersifat lebih informal, santai, kreatif dan sering lebih menarik (Gibbs 70).

- *Balance* dan Kontras

Kontras dapat diaplikasikan pada interior dengan beberapa cara seperti bentuk yang kontras dengan membuat beberapa ukuran, warna

yang kontras, tekstur yang kontras, serta cahaya dan bayangan yang kontras (Gibbs 72).

- Irama dan Repetisi

Repetisi adalah suatu pengulangan dengan kesamaan total secara ketat dari dimensi – dimensi: bentuk, raut, ukuran, arah, warna, *value*, tekstur, gerak, dan jarak. Efek yang ditimbulkan: rapi, tenang, resmi, berwibawa, terdapat efek kaku, statis, dan monoton, sehingga berkesan menjemukan (Sanyoto 199). Irama dengan repetisi menghasilkan susunan yang cenderung monoton, statis, tenang, tetapi tampak kokoh, kuat, dan formal. Desain – desain dengan susunan repetitif cocok untuk hal – hal yang berkaitan dengan bentuk – bentuk yang diinginkan bersifat resmi (Sanyoto 202).

Terlalu banyak elemen yang berbeda dapat menimbulkan kebingungan dan ketidaknyamanan. Irama dan repetisi dapat mengurangi kebingungan tersebut dengan cara mengaplikasikannya pada elemen arsitektur seperti kolom, garis pada jendela, atau pada detail aksesoris, seperti pigura (Gibbs 73).

- Dominasi / *Focal Point*

Dominasi bisa juga disebut keistimewaan, keunikan, keunggulan. Dominasi merupakan salah satu prinsip dasar yang harus ada pada karya seni / desain, agar diperoleh karya seni / desain yang menarik dan artistik (Sanyoto 247).

Sesuai prinsip irama, bahwa untuk memperoleh keindahan, suatu susunan harus memiliki irama yang berarti harus ada keteraturan. Namun, susunan yang teratur dapat berakibat membosankan. Oleh karena itu, diperlukan dominasi agar ruangan dapat menarik, tidak membosankan, dan dapat memecah rutinitas, misalnya dengan perabot yang *eye-catching* atau dengan peletakan furnitur yang asimetris (Gibbs 73).

### **2.3. Kajian Desain Interior Hotel**

Desain Interior menurut D.K.Ching adalah sebuah perencanaan tata letak dan perancangan ruang dalam di dalam bangunan. Keadaan fisiknya memenuhi

kebutuhan dasar kita akan naungan dan perlindungan, mempengaruhi bentuk aktivitas dan memenuhi aspirasi kita dan mengekspresikan gagasan yang menyertai tindakan kita, disamping itu sebuah desain interior juga mempengaruhi pandangan, suasana hati dan kepribadian kita. Oleh karena itu tujuan dari perancangan interior adalah pengembangan fungsi, pengayaan estetis dan peningkatan psikologi ruang interior (Ching 46).

### **2.3.1. Kriteria Desain Interior Hotel**

Desain hotel sekarang ini mulai berkembang pesat karena secara tidak langsung desain harus mengikuti tren agar tetap *update*. Tetapi ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi oleh desain sebuah hotel, yaitu:

- Menyadari kekuatan citra yang ditampilkan.

Sebuah desain hotel harus dimengerti lebih dari sekedar pengetahuan mengenai desain, *style*, dan konsep. Sebuah keindahan modern hanya dapat dimengerti pada latar belakang dari perubahan yang mendasar pada bentuk bangunan, dan persepsi pengguna pada sebuah desain modern adalah kekuatan pada sebuah citra.

Menurut Conrad Hilton, desainer hotel harus mampu membuat seorang tamu memiliki persepsi bahwa mereka merasakan kehangatan seperti di rumah sendiri (Riewoldt 3).

- Sebuah desain bentuk bangunan harus mempunyai daya tarik secara visual  
Elemen yang paling menonjol dalam sebuah arsitektural modern adalah kualitas emosi, kekuatan citra, dan sebuah ekspresi. Sebuah bangunan didesain sebagai petualangan dari *sense* yaitu bersifat sangat kuat. Pengaplikasian dari logo brand harus dapat menarik investor dan politikus, dan manajemen sebuah merek dapat menjadi magnet untuk masyarakat (Riewoldt 4).

### **2.3.2. Kajian Lantai Hotel**

Membahas desain lantai sebuah hotel, tentunya yang pertama dipikirkan adalah indah secara visual untuk mencerminkan karakteristik hotel tersebut. Namun harus dipikirkan juga dari segi perawatan, untuk menjaga agar tetap bersih dan tidak

mengganggu kenyamanan pengguna. Berikut ini adalah beberapa kriteria lantai hotel yaitu:

- *Style* yang ditampilkan

Desain sebuah ruangan harus dipikirkan secara totalitas sampai ke bagian terkecil dari ruangan. Semua elemen interior juga harus diperhatikan, salah satunya adalah desain lantai. Desain lantai harus disesuaikan dengan *style* atau gaya desain sebuah ruangan (Cole 19).

- Desain tidak membuat kebingungan

Sebaiknya sebuah desain lantai hotel didesain dengan beberapa jenis material, hal ini dimaksudkan agar terdapat batas antara ruang satu dengan ruang lainnya, sehingga dapat dibedakan mana alur pertama dan mana yang kedua, dan sebagainya (Cole 22).

- Desain lantai harus memiliki ciri khas

Desain sebuah lantai memiliki sebuah ciri khas adalah sebuah desain yang pemilihan selektif dalam penggunaan warna dan pola. Selain itu sebuah desain lantai harus dapat terlihat mencolok dibanding lainnya (Cole 24).

- Harus mudah dalam segi perawatan dan pembersihan

Sebuah lantai yang bagus tidak hanya indah dipandang, melainkan juga mudah dalam hal perawatan. Yang harus diperhatikan dalam merawat dan membersihkan lantai adalah:

- Waktu pengerjaan.
- Peralatan yang diperlukan.
- Metode pembersihan yang digunakan.
- Tingkat kesulitan.
- Renovasi dan pembersihan permukaan lantai.

- Desain harus aman bagi pengguna

Sebuah desain harus memperhatikan keamanan bagi penggunanya, pemilihan bahan harus aman, jangan sampai menimbulkan bahaya licin dan kebakaran, dan harus ramah terhadap lingkungan.

- Desain harus nyaman dan tidak menimbulkan kebisingan

Bahan yang dipilih dalam mendesain sebuah lantai adalah dampak dan gema suara, selain itu juga harus dipikirkan kesan apa yang ingin ditampilkan pada sebuah ruang, apakah ingin suasana yang hangat atau memberi kesan sejuk.

- Desain harus ekonomis

Harga sebuah desain lantai juga pasti diperhatikan. Pemilihan material harus tahan lama dan jika ada sebagian yang rusak harus mudah menggantikannya dan tidak menghabiskan banyak biaya dalam pengerjaannya (Lawson 110).

### 2.3.3. Kajian Dinding Hotel

Dinding adalah salah satu elemen desain interior yang sangat mempengaruhi kesan sebuah hotel. Sebuah desain yang unity dalam sebuah area pada umumnya, terutama dimana ruangan-ruangan yang tidak teratur dapat dibatasi dengan dinding atau pembatas dengan berbagai macam permukaan, tambahan pintu, atau bukaan-bukaan pada dinding. Pada ruangan hotel terdapat beberapa jenis finishing dinding, hal tersebut dapat membantu kesan apa yang ingin ditampakkan oleh hotel. Beberapa jenis *finishing* dinding tersebut menurut Lawson (114) adalah:

- Papan Kayu

Pola dan tekstur tergantung pada lebar, orientasi, jarak papan dan juga sambungannya. Untuk mengikatkan lapisan kayunya digunakan *plywood* sehingga memberikan kesan halus pada permukaan kayu dan tahan abrasi.

- Plester

Merupakan material yang tahan lama, relatif ringan, dan juga tahan terhadap api. Sering disebut sebagai dinding kering atau papan plester.

- Ubin Keramik

Memberikan tampilan permanen dan tahan lama serta tahan terhadap air. Penggunaan ubin keramik dapat mempengaruhi kondisi ruangan dan memberikan efek psikologis bagi para penggunanya.

- **Cat Dinding**

Merupakan finishing dinding yang paling sering dijumpai dan digunakan, karena biayanya paling murah. Cat memiliki sifat mendekorasi, melindungi, dan memodifikasi permukaan dinding.

- **Wallpaper**

Material *wallpaper* ini bermacam-macam yaitu: kertas, kain, vinyl. Dan biasanya memiliki pola warna dan tekstur yang dapat menimbulkan kesan tersendiri dan sesuai dengan konsep ruangan.

- **Mirror / Kaca**

Penggunaan kaca ini memberikan kesan luas pada suatu ruangan. Kaca yang digunakan biasanya adalah kaca yang jernih dan dapat memantulkan banyangan dengan terang, atau yang berwarna untuk menyesuaikan dengan konsep ruangan.

#### **2.3.4. Kajian Plafon Hotel**

Langit-langit hotel biasanya disajikan dengan berbagai macam tujuan. Sebuah plafon sangat memerlukan desain yang sangat rumit karena didalamnya terdapat pipa-pipa yang berhubungan langsung pada sistem-sistem interior. Lebar sebuah plafon ditentukan oleh struktur di bawahnya. Penopang plafon pada hotel dibantu oleh balok atau pilar yang pada umumnya menjadi bagian dari sebuah desain. Biasanya plafon hotel didesain dengan atap atrium yang tinggi dengan bahan transparan atau lapisan tembus cahaya.

Plafon hotel khususnya lobi mewakili permukaan yang luas dan tidak digunakan sebagai ruangan, oleh karena itu sebuah plafon lobi memiliki dampak signifikan pada akustik ruang. Penggunaan sebuah material pada bagian plafon sangat penting karena sangat menentukan kualitas suara dan gema yang dihasilkan di dalam ruang. Kualitas suara dan gema sangat berpengaruh terhadap suasana ruang yang ingin dihasilkan (Lawson 176).

Beberapa material yang biasa digunakan pada plafon adalah:

- Papan Gypsum

Material ini juga sering digunakan. Hampir sama dengan *GRC board*, tetapi gypsum lebih mudah dijangkau. Dan pemasangannya juga bisa dilakukan dengan menggunakan bubuk gypsum atau *compound*.

- Triplek

Penggunaan triplek sebagai plafon memiliki beberapa keuntungan, seperti mudah dalam pengerjaannya, ringan, mudah dibeli di pasaran, harga relatif murah. Jika ada kerusakan, mudah diperbaiki dan diganti. Tetapi triplek akan cepat rusak jika terkena air terus menerus, triplek juga tidak tahan terhadap api.

- *GRC Board* / Serat Fibersemen

Material ini banyak digunakan oleh masyarakat, karena biayanya lebih murah dibandingkan dengan triplek. Pemasangannya pun mudah, cukup dipaku atau disekrup. Jika ada kerusakan, mudah diperbaiki dan diganti. Dan *GRC board* ini tahan terhadap api dan air. Tetapi kekurangan dari *GRC board* ini adalah tidak tahan benturan dan keberadaannya kurang mudah dijangkau dari beberapa daerah pelosok.

- Kayu

Biasanya kayu ini hanya sebagai elemen dekorasi yang ditempel pada material penutup plafon seperti gypsum (Azkia, par. 10).

### **2.3.5. Kajian Furnitur**

#### **2.3.5.1. Prinsip Desain Furnitur**

Furnitur adalah salah satu elemen yang mengisi sebuah ruang, dimana furnitur ini dapat mempengaruhi sirkulasi area dan membuat sebuah ruangan menjadi berguna dan terisi. Furnitur dapat menggunakan berbagai jenis material, konstruksi, ukuran dan *style*. Furnitur harus dapat memenuhi beberapa syarat seperti kenyamanan, pengaruh psikologis, dan dampak setelah furnitur tersebut digunakan. Beberapa prinsip desain furnitur menurut Pile adalah:

- Fungsi

Furnitur dibuat untuk memenuhi sebuah fungsi yang diharapkan, beberapa hal yang harus diperhatikan untuk menjadikan furnitur tersebut fungsional adalah dengan memperhatikan norma tubuh manusia, bentuk benda, dan pemanfaatan ruang secara keseluruhan (Pile 402).

- Konstruksi

Konstruksi furnitur sangat penting, karena dapat mempengaruhi penampilan perabot. Konstruksi sendiri memiliki beberapa ketentuan yang harus dipenuhi yaitu sifat, ukuran, dan peletakkan material yang digunakan (Pile 403).

- Aksesibilitas

Pada faktor ini yang dimaksud adalah penataan perabot yang akan digunakan dapat memperlancar aktivitas dan tidak mengganggu aktivitas lainnya (Pile 403).

- Kenyamanan

Untuk mencapai kenyamanan yang dimaksud, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu: ukuran benda, ukuran tempat penyimpanan, dan frekuensi penggunaan (Pile 403).

- Estetika

Estetika yang dimaksud adalah *style* apa yang akan digunakan, karakter apa yang ingin ditampilkan, berapa lama *style* tersebut bertahan. Namun tetap harus memperhatikan ukuran, proporsi, dan kualitas subjektif yang ditampilkan. Selain dari segi estetika yang bagus, juga harus memberikan manfaat estetika tersebut bagi para pengguna furnitur tersebut (Pile 403).

### **2.3.5.2. Sifat Desain Perabot dan Penataannya dalam Ruang**

Sifat desain sebuah furnitur menawarkan dan membatasi kenyamanan fisik pengguna. Mendesain sebuah furnitur ini faktor manusia sangatlah penting dalam mempengaruhi bentukan perabot, proporsi, dan skala perabot. Sebuah furnitur dirancang agar mampu mendukung aktivitas dalam ruang dari segi kenyamanan dan

ukurannya. Selain itu, sebuah perabot harus disesuaikan dengan kondisi ruang, jarak ruang, dan sirkulasi.

Peletakan perabot dalam ruang dapat mempengaruhi penggunaan dan juga suasana ruang didalamnya. Penataan sebuah perabot dapat dilakukan dengan pengelompokan berdasarkan segi fungsinya dan juga berdasarkan peletakan sederhana sebagai elemen pendukung desain sebuah ruang (Ching 306).

### **2.3.5.3. Seating Furniture**

Kenyamanan sebuah tempat duduk adalah faktor mutlak yang tidak dapat disangkal oleh para pengguna serta para desainer. Tidak hanya faktor kenyamanan yang perlu diperhatikan, banyak faktor lain seperti ukuran, fungsi, dan pengaruhnya pada sirkulasi ruang (Pile 406).

Tempat duduk bertujuan untuk memberikan kesan nyaman seperti di rumah sendiri ketika menunggu teman atau kendaraan. Tempat duduk yang nyaman dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti faktor ukuran/ergonomis, sifat aktivitas pengguna, dan material *finishing* yang digunakan (Ching 310).

Menurut Ching (311) ada beberapa material *finishing* yang biasa digunakan untuk tempat duduk di hotel adalah:

- Katun, merupakan serat tanaman, memiliki tingkat elastisitas dan daya pegas yang rendah. Mudah terbakar dan mengerut.
- Linen, sifat bahan penutup ini adalah kuat, mudah mengkerut, tahan terhadap lumut.
- Ramie, serat alam yang sangat kuat, tahan pada cairan pembersih, tidak elastis, berkilauan.
- Sutera, serat alami terkuat, kuat terhadap cairan pembersih.
- Asetat, daya pegas buruk, mudah mengerut, fleksibel.
- Vinyl, bersifat tahan lama, mudah dibersihkan, mensimulasikan kulit.

### **2.3.6. Kajian Penataan Ruang**

- Organisasi Terpusat

Merupakan suatu komposisi yang stabil, terkonsentrasi, yang terdiri dari sejumlah ruang sekunder yang dikelompokkan mengelilingi suatu

ruang sentral yang besar dan dominan. Ruang organisasi yang terpusat dan bersifat mempersatukan ini umumnya memiliki bentuk yang teratur secara geometris yang dapat digunakan untuk menciptakan titik atau tempat-tempat di dalam ruang sebagai *focal point*nya. Pola sirkulasi dan pergerakan di dalam sebuah organisasi terpusat bisa berbentuk radial, bolak-balik, atau spiral (Ching 196).

- Organisasi Linier

Sebuah organisasi linier hakekatnya terdiri dari serangkaian ruang yang secara langsung terkait satu sama lain atau dihubungkan melalui sebuah ruang linier yang terpisah dan jauh. Sebuah organisasi linier biasanya terdiri dari ruang-ruang berulang yang ukuran, bentuk, dan fungsinya serupa. Karena sifatnya yang memanjang, organisasi-organisasi linier mengekspresikan suatu arah dan menekankan suatu pergerakan, perpanjangan, dan pertumbuhan. Untuk membatasi pertumbuhannya organisasi linier dapat dilenyapkan oleh sebuah bentuk atau ruang yang dominan (Ching 206).

- Organisasi Radial

Sebuah organisasi ruang berbentuk radial mengkombinasikan elemen-elemen organisasi linier maupun terpusat. Organisasi ini terdiri dari sebuah ruang pusat yang dominan yang darinya menjulurlah sejumlah organisasi linier secara radial. Seperti halnya organisasi terpusat, ruang pusat sebuah organisasi radial umumnya memiliki bentuk yang teratur. Lengan-lengan liniernya, yang saling menuju ruang sentral sebagai titik pertemuan, bisa serupa bentuk dan panjangnya satu sama lain serta mempertahankan keteraturan bentuk organisasinya secara keseluruhan (Ching 216).

- Organisasi Grid

Sebuah organisasi grid terdiri dari bentuk dan ruang yang posisi-posisinya di dalam ruang serta hubungannya satu sama lain diatur oleh sebuah pola atau area grid berbentuk tiga dimensi. Sebuah grid tercipta oleh dua (biasanya tegak lurus) buah rangkaian garis sejajar yang menghasilkan suatu pola titik yang teratur di persimpangan-persimpangannya. Setelah

diproyeksikan ke dalam dimensi ketiga, pola grid ini kemudian ditransformasikan ke dalam seperangkat unit ruang moduler yang berulang (Ching 230).

### **2.3.7. Kajian Ruang Hotel**

#### **2.3.7.1. Area Pintu Masuk**

Pada area pintu masuk diharuskan untuk memasang *signage* berupa logo yang menunjukkan identitas hotel. Selain itu perlu adanya *signage* yang berupa petunjuk arah menuju ruangan lainnya. *Signage* ini secara tidak langsung akan mencerminkan status dan karakter hotel yang nantinya dapat memperkuat kesadaran, kepercayaan, dan kesetiaan pengunjung terhadap suatu hotel. Pintu masuk hotel juga mempengaruhi keindahan hotel. Pintu masuk hendaknya jelas terlihat dan mampu menampilkan keindahan interiornya (Lawson 194).

#### **2.3.7.2. Area Lobi**

Lobi adalah area penting untuk membentuk citra/*image* hotel, karena area lobi merupakan area sirkulasi utama untuk menuju ke ruang lainnya dan mempunyai dampak penting terhadap persepsi pengunjung hotel yang dipengaruhi oleh penataan elemen pembentuk dan pengisi serta desain detil aksesorisnya (Rutes 283).

Menurut Knauf sebuah lobi hotel harus mempunyai beberapa kriteria:

- Harus dapat memberikan kesan awal yang baik

Area lobi adalah ruang yang menjadi *focal point* dan kesan yang ditampakkan pertama kali secara visual yang dibuat dengan sebuah desain yang kritis. Kesan yang *welcoming* menjadi kunci bagi area lobi. Hal ini ditampakkan dengan mendefinisikan *style* dan karakteristik hotel tersebut yang secara tidak langsung memperkuat *brand* hotel yang ditampilkan kepada pengguna (Knauf 8).

- Desain dapat bermain dengan bentuk dan warna

Bermain dengan bentuk dan warna adalah cara yang paling ampuh dalam menampilkan karakter dan identitas hotel. Bentuk dan warna ini

harus dikomposisikan secara menarik dan sesuai dengan prinsip desain, untuk menunjang keindahan dan kenyamanan pengguna (Knauf 9).

- Mendesain plafon yang memiliki berbagai macam sisi

Lobi adalah area pertama kali masuk dalam bangunan menawarkan kesan pertama yang ditimbulkan oleh penglihatan dan pendengaran. Hal ini menjadi penting dalam membuat desain yang benar dari sebuah langit-langit yang sesuai dengan keadaan interior dari segi akustik dan segi estetik. Mendesain sebuah plafon harus dapat memberikan sebuah ekspresi desain yang berbeda-beda (Knauf 9).

- Tingkat kenyamanan ruang dalam lobi harus tinggi

Fungsi area lobi dalam menampung semua tamu dalam ruangan harus maksimal karena nantinya akan berpengaruh kepada kenyamanan pengguna. Selain fungsi, suasana area lobi juga sangat penting untuk meningkatkan kenyamanan pengguna (Knauf 12).

- Peletakan dan penataan yang strategis

Area lobi hendaknya diletakkan di dekat pintu masuk dan dihadapkan menghadap ke jalan masuk. Hal ini dimaksudkan untuk memberi kesan *welcoming* kepada pengguna serta mempermudah pengguna menemukan tempat untuk *check in* dan *check out* (Knauf 15).

### **2.3.7.3. Restoran**

Restoran biasanya diletakkan di dekat area lobi, sehingga bisa diakses ketika sedang menunggu tamu di area tunggu. Selain sebagai tempat makan, restoran dapat dijadikan sebagai tempat hiburan untuk foto dikarenakan suasana yang ditampilkan berbeda dari lainnya dan sebagai tempat pertemuan semi formal. Selain interiornya, restoran juga harus memperhatikan jenis makanan yang ditawarkan karena dapat menjadi salah satu keunikan hotel (Lawson 240).

Menurut Rutes, Penner, dan Adams, restoran dalam hotel harus memiliki beberapa fasilitas (292).

- **Area Kasir**  
Area ini digunakan untuk mengatur pengecekan tamu ketika ingin *breakfast/lunch/dinner*, dan juga sebagai tempat transaksi ketika pengunjung ingin memesan makanan.
- **Furnitur yang fleksibel**  
Menggunakan furniture yang ringan namun kuat sehingga mudah dipindah-pindah. Atau dengan menggunakan meja lipat, sehingga dapat dibuka dan dilipat sesuai dengan kebutuhan.
- **Area buffet**  
Menyediakan area untuk *self-service buffet* atau sebagai tempat hidangan makanan.
- ***Adaptable Lighting***  
Menggunakan lampu yang memiliki *dimmer*, sehingga dapat diatur intensitasnya, menyesuaikan dengan suasana untuk *breakfast, lunch*, atau *dinner*.
- ***Background Music***  
Menambahkan lagu-lagu yang mendukung suasana yang ingin ditampilkan.
- **Seragam, *tabletop*, *signage***  
Ini adalah beberapa aksesoris tambahan yang digunakan untuk mendukung tema dan konsep hotel.

#### **2.3.7.4. Ruang *Meeting***

Menurut Lawson, ruang *meeting* akan berfungsi secara maksimal jika memenuhi beberapa kriteria (251).

- **Ruangan tertutup**  
Ruangan yang tertutup adalah ruangan yang cocok untuk kegiatan formal dan dibatasi dinding solid, bukan dinding kaca bening yang terlihat dari luar sehingga tanpa sadar dapat mengganggu konsentrasi.
- **Dinding kaca untuk pemandangan**  
Dinding kaca cocok diaplikasikan pada ruang *meeting* yang tidak terlalu formal, sehingga pengguna dapat menikmati pemandangan kota dan

hangatnya sinar matahari sambil berdiskusi, hal ini menjadikan pengguna tidak bosan dan jenuh.

- Material peredam suara

Hal ini sangat penting diaplikasikan pada ruang *meeting* untuk mendapatkan suasana yang nyaman dan tidak bising ketika berdiskusi/presentasi. Selain itu material ini digunakan untuk mengisolasi ruang *meeting* dari bunyi bising pada luar ruangan.

- Pencahayaan yang memadai

Pencahayaan pada ruang meeting harus nyaman, tidak terlalu gelap dan tidak terlalu terang, agar mata tidak cepat lelah. Pencahayaan yang baik akan mempengaruhi keefektifan aktivitas dan mendukung kemaksimalan konsentrasi pengguna.

#### **2.3.7.5. Kamar Tidur**

Kamar tidur berperan penting karena menjadi sumber penghasilan utama sebuah hotel. Kamar tidur harus didesain se nyaman mungkin sehingga pengguna merasa nyaman dan betah berada di kamar. Luasan kamar bintang 3 tidak terlalu besar, yaitu sekitar 24m<sup>2</sup>. Sedangkan furnitur pada kamar tidur berfungsi untuk memenuhi kebutuhan pengguna, sehingga penataan furnitur harus efisien agar ruangan tetap terasa luas dan lapang meskipun banyak furnitur (Lawson 222).

Selain fasilitas kamar harus terpenuhi, bentuk, warna, dan material yang digunakan harus menunjang kenyamanan pengguna. Bentuk furnitur harus aman, tidak ada sudut lancip yang membahayakan. Bentuk furnitur disarankan sesederhana mungkin agar tidak memakan *space* terlalu banyak, sehingga memaksimalkan fungsinya. Warna yang digunakan didominasi oleh warna netral dimana memberi kesan tenang dan bersih. Material yang digunakan harus mudah dibersihkan dan diganti jika rusak. Biasanya lantai kamar menggunakan karpet karena memberi kesan hangat, sedangkan penggunaan keramik hanya digunakan di tempat dengan iklim panas, karena akan memberi kesan dingin (Lawson 235).

Pencahayaan pada area kamar menggunakan lampu berwarna *warm white* dimana membuat suasana menjadi hangat dan nyaman. Selain itu, di samping tempat tidur diberi lampu tidur, dimana sorotan lampunya tidak mengganggu

pengguna ketika sedang tidur. Perlunya pencahayaan tambahan di area kerja atau area bersantai (Lawson 235).

## **2.4. Kajian Brand**

### **2.4.1. Pengertian Brand**

Menurut *American Marketing Association* (AMA), *brand* adalah nama, istilah, tanda, simbol atau rancangan atau kombinasi dari hal-hal tersebut, yang ditujukan untuk mengidentifikasi produk atau jasa yang dihasilkan sehingga berbeda dari produk atau jasa yang dihasilkan oleh pesaing (Keller 30).

Menurut Giribaldi, *brand* didefinisikan sebagai kombinasi dari atribut-atribut, dikomunikasikan melalui nama atau simbol, yang dapat mempengaruhi pandangan konsumen mengenai suatu produk/layanan (Soehadi 2).

*Brand* adalah sebuah nama atau symbol (seperti logo, merek dagang, desain kemasan, dan sebagainya) yang dibuat untuk membedakan satu produk dengan produk lainnya (Rangkuti 14). *Brand* memiliki peran yang sangat penting terutama dalam hal menumbuhkan persepsi yang positif dan konsumen akan percaya setelah menilai atribut yang dimiliki oleh suatu merek. Persepsi yang positif dan kepercayaan inilah yang akan menciptakan suatu citra merek.

### **2.4.2. Manfaat Brand**

Menurut Tjiptono (43) beberapa manfaat *brand* bagi produsen adalah:

- Sarana identifikasi untuk memudahkan proses penanganan atau pelacakan produk bagi perusahaan, terutama dalam pengorganisasian sediaan dan pencatatan akuntansi.
- Bentuk proteksi hukum terhadap fitur atau aspek produk yang unik.
- Signal tingkat kualitas bagi para pelanggan yang puas, sehingga mereka bias dengan mudah memilih dan membelinya di lain waktu. Loyalitas merek seperti ini dapat menghasilkan *predictability* dan *security* permintaan bagi perusahaan dan menciptakan hambatan masuk yang menyulitkan perusahaan lain untuk memasuki pasar.
- Sarana menciptakan asosiasi dan makna unik yang membedakan produk dari para pesaing.

- Sumber keunggulan kompetitif, terutama melalui perlindungan hukum, loyalitas pelanggan, dan citra unik yang terbentuk dalam benak konsumen.
- Sumber *financial returns*, terutama menyangkut pendapatan masa datang.

### 2.4.3. Elemen Fisik *Brand*

Kotler dan Pfoertsch (92) menyebutkan bahwa elemen *brand* adalah upaya visual dan bahkan kadang kala fisik yang bertindak mengidentifikasi dan mendiferensiasi suatu produk atau jasa perusahaan. Berikut ini merupakan kunci elemen *brand* secara fisik untuk membangun merek yang kuat, yaitu:

- **Nama**

Kotler & Pfoertsch (95) menjelaskan bahwa nama *brand* adalah yang pertama dan mungkin ekspresi terbesar atau wajah suatu produk, sehingga nama brand harus dipilih dengan hati-hati karena mengandung informasi penting bagi pemangku kepentingan. Nama *brand* biasanya memiliki semacam citra yang diasosiasikan, baik kultural, linguistik maupun geografis. Melalui penciptaan nama merek maka akan bisa diperoleh beberapa manfaat antara lain : (1) mempengaruhi kecepatan konsumen dalam menyadari suatu merek, (2) mempengaruhi citra merek, dan (3) berperan penting dalam pembentukan ekuitas merek (Keller 9).

- **Logo**

Logo adalah suatu tampilan grafis dari nama merek atau perusahaan. Sebuah logo yang baik memenuhi secara imperatif grafis dan fungsional. Nilai-nilai perusahaan dan karakteristik harus tercermin dalam logo dan merek dalam menjalankan strategi pemasaran (Kotler & Pfoertsch 98).

- **Slogan**

Slogan atau tagline memainkan peran yang unik dan berbeda dalam membuat identitas merek yang harmonis. Slogan memiliki tujuan untuk mendukung citra merek yang diproyeksikan perusahaan oleh nama merek dan logo. Slogan harus mewakili nilai fungsional dan emosional pada saat yang sama bagi target yang dituju (Kotler & Pfoertsch 101).

- **Warna**

Warna memiliki kemampuan untuk mengkomunikasikan banyak hal pada para pembeli prospektif, termasuk kualitas, serta kemampuan produk untuk memuaskan beragam kebutuhan psikologis (Shimp, 2003). Berbagai penelitian telah mendokumentasikan peran penting bahwa warna berperan dalam mempengaruhi panca indera kita.

#### **2.4.4. Kriteria Elemen *Brand***

Kotler dan Pfoertsch menjelaskan bahwa unsur resmi seperti nama, logo atau slogan diciptakan untuk membentuk identitas visual dari sebuah *brand* dari perusahaan. Elemen tersebut harus mencerminkan esensi merek, kepribadian merek, dan budaya perusahaan. Dalam rangka untuk menjamin konsistensi kinerja suatu merek maka identitas visual pada elemen merek harus sesuai dengan beberapa kriteria (92).

- *Available*, yaitu merek yang ditawarkan harus tersedia dan dapat digunakan pasar.
- *Meaningful*, yaitu idealnya elemen merek harus menangkap esensi merek dan mengkomunikasikan sesuatu tentang sifat bisnis.
- *Memorable*, yaitu elemen merek yang baik adalah khas dan harus mudah diingat. Nama merek harus mudah apalagi untuk dibaca dan dieja.
- *Protectable*, yaitu nama merek dapat dilindungi secara hukum.
- *Future-Oriented*, yaitu elemen merek yang dipilih dapat diposisikan oleh perusahaan sebagai suatu bentuk pertumbuhan, perubahan, dan kesuksesan.
- *Positive*, elemen merek yang efektif adalah yang dapat membangunkan asosiasi yang positif pada pasar sasaran.
- *Transferable*, yaitu merek dimungkinkan untuk menjadi pembeda di kategori pasar yang sama atau berbeda.

## 2.5. **Kajian *Image* (Citra)**

Beberapa pengertian *image* (citra) adalah:

- Citra menurut Kotler (338) adalah: “persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya yang dipengaruhi oleh banyak factor diluar control perusahaan.”
- Citra menurut *American Marketing Association* adalah: *The customer perception of a product, institution, brand, business, or person that may or may not correspond with reality or actifity*. Yang artinya: “Persepsi konsumen mengenai produk, perusahaan, merek, bisnis, maupun orang dengan melihat ada atau tidaknya kesesuaian dengan realitas maupun dengan kenyataan yang ada.”

Dalam interior, citra memiliki makna lain yang lebih dari sekedar kegunaan dari ruangan atau interior tersebut. Citra dalam interior dapat mencerminkan budaya atau karakteristik manusia yang membangun serta menggunakannya. Citra interior dapat lahir melalui proses diskusi antara desainer dan kliennya. Setelah berdiskusi dan mendapat informasi yang diinginkan, barulah desainer menerjemahkan citra, fungsi, dan kegunaan tersebut dalam bentuk desain interior (Hendrianti 14).

## 2.6. **Kajian *Brand Image***

### 2.6.1. **Pengertian *Brand Image***

*Brand image* menurut Keller adalah “*The perception and beliefs held by the consumer, as reflected in the association held in consumer memory*“. Berdasarkan pendapat ini *brand image* adalah anggapan dan kepercayaan yang dibentuk oleh konsumen seperti yang direfleksikan dalam hubungan yang terbentuk dalam ingatan konsumen. Kotler & Pfoertsch (198) menyebutkan “*brand image is created by marketing programs that link strong, favorable, and unique associations to the brand in the customer’s memory.*”. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek yang diciptakan oleh program komunikasi pemasaran menghubungkan asosiasi yang menciptakan merek yang kuat, disukai, dan memiliki keunikan dalam memori pelanggan (51).

### 2.6.2. Fungsi *Brand Image*

Menurut Hendrianti, *brand image* memiliki beberapa fungsi, baik bagi produsen maupun bagi konsumen (15).

Bagi produsen:

- Memudahkan penjual untuk memproses pesanan dan menelusuri masalah yang timbul.
- Sebagai perlindungan hukum terhadap ciri khas produk, sehingga tidak ada produk lain yang meniru.
- Membantu penjual dalam melakukan segmentasi pasar.
- Membantu penjual dalam menarik pelanggan atau konsumen yang setia dan yang menguntungkan.
- Membantu membangun citra perusahaan atau produsen (jika merek tersebut menimbulkan persepsi positif di masyarakat).
- Mengidentifikasi produk/jasa dalam perdagangan.
- Mengidentifikasi keunggulan produk/jasa yang dimiliki, yang membedakan dengan pesaing lainnya.

Bagi konsumen:

- Identifikasi mutu produk, baik berupa barang maupun jasa. Mutu/kualitas produk berupa kondisi dari barang tersebut, apa yang terlihat secara visual, sedangkan mutu/kualitas jasa terlihat dari pelayanan kepada tamu.
- Merek meningkatkan efisiensi pembeli. Dengan adanya nama/merek maka akan mempermudah pembeli dalam mengingat dan mencari apa yang dibutuhkan dan ingin dibeli.
- Membantu menarik perhatian konsumen atas suatu produk/jasa baru yang mungkin memberikan keuntungan bagi mereka.
- Untuk membantu mencegah hal-hal yang tidak diinginkan, baik dari resiko kesehatan, resiko kesalahan harga, ataupun resiko ketidaklayakan produk atau jasa tersebut untuk dikonsumsi/digunakan.

## **2.7. Kajian *Interior Branding***

### **2.7.1. Pengertian *Interior Branding***

Interior merupakan suatu keadaan fisik yang secara tidak langsung mempengaruhi seseorang dalam menilai suatu ruang. Interior sangat erat hubungannya dengan sebuah bangunan, sehingga muncullah *interior branding* yang merupakan salah satu cara untuk memberikan identitas sebuah bangunan melalui interiornya. *Interior branding* harus memperhatikan beberapa aspek *branding* agar *brand* yang ingin ditampilkan dapat tersampaikan dengan baik kepada pengguna, yang nantinya akan berpengaruh kepada sektor pemasaran (Kuheubl 29).

### **2.7.2. Aspek *Interior Branding***

Menurut Kim Kuhteubl, *interior branding* merupakan salah satu cara untuk memberikan identitas sebuah bangunan. Identitas ini menjadi ciri khas yang membedakannya dengan bangunan lain. *Interior branding* tidak hanya terbentuk dari keindahan visual, melainkan dari suasana ruang yang mengandung cerita dan pesan unik untuk mempengaruhi persepsi pengunjung. Dalam *membranding* sebuah *interior* ada 3 aspek yang harus terpenuhi agar tujuan dan cerita/pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada pengunjung, yaitu:

- *Clear Vision*

*Clear vision* merupakan aspek *branding* yang berkaitan dengan kejelasan identitas dan visi/tujuan sebuah interior furnitur (Kuheubl 33). Kejelasan identitas terlihat dari peletakan logo dan *signage* nama. Sedangkan kejelasan visi/tujuan ini terlihat dari kenyamanan pengunjung yang beraktivitas dengan lancar. Aspek ini berkaitan dengan kejelasan pembatas area, sistem organisasi ruang, dan penataan furnitur yang menunjang kelancaran aktivitas pengunjung di dalamnya.

- *Unique Story*

Suatu interior akan memiliki nilai lebih jika di dalamnya tertuang cerita dan pesan yang mencerminkan ciri khas interior tersebut. Cerita dan pesan ini akan terbaca oleh pengguna, sehingga pengguna dapat merasakan pengalaman baru yang berbeda dengan lainnya (Kuheubl 41).

Cerita/pesan ini dapat tersampaikan pertama kali melalui logo. Setiap logo mengandung cerita/tujuan yang ingin dicapai oleh sebuah bangunan. Selain itu, konsep interior juga dapat menjadi sarana untuk menyampaikan cerita/pesan kepada pengguna. Konsep interior secara tidak langsung akan mempengaruhi pemilihan bentuk, warna, dan material elemen pembentuk, pengisi interior, dan dekorasi ruang, yang nantinya akan membentuk suasana ruang. Suasana ini menjadi ciri khas hotel dan memberikan pengalaman baru bagi pengunjung (Kuhteubl 42). Aspek ini juga terlihat dari pemilihan nama sebuah ruang. Nama ruang menjadi sarana untuk menceritakan fungsi dan tujuan ruang tersebut kepada pengguna (Kuhteubl 43).

- *Energy*

“*Energy is the heart of your brand*”. Aspek *energy* ini sangat penting dalam *membranding* sebuah interior. *Energy* inilah yang nantinya akan membentuk *first impression* pada pengguna. *First impression* paling mudah terbentuk dari keindahan secara visual (Kuhteubl 48). Selain keindahan, kualitas dan kenyamanan sebuah interior juga termasuk dalam aspek ini karena mempengaruhi pandangan pengguna mengenai tampilan sebuah interior (Kuhteubl 49).

Tambahan fasilitas ruang yang unik juga akan mempengaruhi *first impression*, karena menarik perhatian pengguna untuk mengaksesnya. Selain itu fasilitas ini bertujuan untuk memberikan kepuasan lebih yang mempengaruhi kenyamanan pengunjung (Kuhteubl 50).

## **2.8. Kajian Hotel**

### **2.8.1. Definisi Hotel**

Dalam arti luas, hotel menyediakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan wisatawan modern. Menurut kamus, hotel didefinisikan sebagai: ‘*a place which supplies board and lodging*’, ‘*a place for the entertainment of the travellers*’, ‘*large city house of distinction*’, and ‘*a public building.*’ (Kainthola, 2009).

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 komersial (Keputusan Menteri Parpostel No Km 94/HK103/MPPT 1987). Hotel, adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan dan penginapan berikut makan dan minum (S.K. Menteri Perhubungan No. PM.10/Pw. 301/Phb.77).

Hotel adalah sebuah gedung yang digunakan untuk tempat penginapan dengan tujuan komersial dan menyediakan jasa pelayanan dengan tujuan komersial dan menyediakan jasa pelayanan secara professional bagi para tamu termasuk menyediakan makanan, minuman, dan fasilitas lainnya (Tarmoezi 12).

Hotel adalah sarana tempat tinggal umum untuk wisatawan dengan memberikan pelayanan jasa kamar, penyedia makanan dan minuman serta akomodasi dengan syarat pembayaran (Lawson 27).

Menurut peraturan pokok perusahaan hotel di Indonesia, surat keputusan menteri perhubungan Republik Indonesia No. SK.241/H/70 tahun 1970, tercantum batasan sebagai berikut: “hotel adalah perusahaan yang menyediakan jasa dalam bentuk penginapan (akomodasi) serta menyajikan hidangan dan fasilitas lainnya dalam hotel untuk umum, yang memenuhi syarat-syarat *comfort* dan bertujuan komersial. Bentuk, susunan, tata ruang, dekorasi, peralatan, dan perlengkapan bangunan hotel dan akomodasi, sanitasi, *hygiene*, estetika, keamanan dan ketentraman, serta secara umum dapat memberikan sasaran nyaman (*comfort*) dan khusus untuk kamar-kamar tamu dapat menjamin adanya ketenangan pribadi (*privacy*) untuk para tamu hotel” (Pendir 23).

## **2.8.2. Klasifikasi Hotel**

### **2.8.2.1. Berdasarkan Kelas**

- Hotel Bintang Satu (\*)
  - Jumlah kamar standar minimum 15 kamar
  - Kamar mandi di dalam
  - Luas kamar standar minimum 20 m<sup>2</sup>
- Hotel Bintang Dua (\*\*)
  - Jumlah kamar standar minimum 20 kamar
  - Kamar suite minimum 1 kamar

- Kamar mandi di dalam
- Luas kamar standar minimum 22 m<sup>2</sup>
- Luas kamar suite minimum 44 m<sup>2</sup>
- Hotel Bintang Tiga (\*\*\*)
  - Jumlah kamar standar minimum 30 kamar
  - Kamar suite minimum 2 kamar
  - Kamar mandi di dalam
  - Luas kamar standar minimum 24 m<sup>2</sup>
  - Luas kamar suite minimum 48 m<sup>2</sup>
- Hotel Bintang Empat (\*\*\*\*)
  - Jumlah kamar standar minimum 50 kamar
  - Kamar suite minimum 3 kamar
  - Kamar mandi di dalam
  - Luas kamar standar minimum 24 m<sup>2</sup>
  - Luas kamar suite minimum 48 m<sup>2</sup>
- Hotel Bintang Lima (\*\*\*\*\*)
  - Jumlah kamar standar minimum 100 kamar
  - Kamar suite minimum 4 kamar
  - Kamar mandi di dalam
  - Luas kamar standar minimum 26 m<sup>2</sup>
  - Luas kamar suite minimum 52 m<sup>2</sup>

(Limanto 19).

Menurut KepMen Perhubungan No.PM.10/PW.301/Pdb-77, penentuan bintang hotel ini didasarkan pada hal-hal sebagai berikut:

1. Jumlah Kamar yang dimiliki hotel
2. Bentuk bangunan hotel
3. Perlengkapan atau fasilitas hotel
4. Mutu Pelayanan hotel

Keputusan menteri diatas disempurnakan oleh KepMenbudpar No KM03/HK.001/MKP.02 yang berisi bahwa proses klasifikasi perbintangan hotel di Indonesia dilakukan oleh PHRI atau Perhimpunan Hotel Republik Indonesia.

#### 2.8.2.2. Berdasarkan Plan

- *American Plan*
  - *Full American Plan*

Harga kamar sudah termasuk 3 kali makan (pagi, siang dan malam).
  - *Modified American Plan*

Harga kamar sudah termasuk dengan dua kali makan, dimana salah satu diantaranya harus makan pagi (*breakfast*); mis: (*room + breakfast + lunch*) & (*room + breakfast + dinner*).
- *Continental Plan/Bermuda Plan*

Harga kamar sudah termasuk kontinental *breakfast*.
- *European Plan*

Tamu yang menginap hanya membayar kamar saja.  
(Limanto 20).

#### 2.8.2.3. Berdasarkan Ukuran

- *Small Hotel*

Hotel kecil dengan jumlah kamar di bawah 150 kamar
- *Medium Hotel*

Hotel dengan ukuran sedang. Medium hotel ini dapat dikategorikan menjadi 2 yaitu:

  - *Average hotel* (jumlah kamar antara 150 s.d 299 kamar)
  - *Above average hotel* (jumlah kamar antara 300 s.d 600 kamar)
- *Large Hotel*

Hotel besar dengan jumlah kamar di atas 600 kamar.  
(Limanto.20).

#### 2.8.2.4. Berdasarkan Pemakai Jasa Hotel

- *Comercial Hotel* (Hotel Bisnis)

*Comercial hotel* adalah hotel yang diperuntukkan khusus bagi usahawan. Jenis hotel ini biasanya berlokasi di pusat kota atau daerah bisnis. Walaupun jenis hotel ini diperuntukkan bagi para usahawan, namun banyak juga grup pelancong pribadi yang tertarik menginap di hotel ini. Pada

umumnya hotel jenis ini menyediakan beberapa ruang pertemuan, *laundry-valet service, retail store, gift shop, swimming pool, health club*, sauna, dan *jogging area*.

- *Airport Hotel*

*Airport hotel* merupakan hotel yang digemari para tamu karena dekat dengan pusat perjalanan yaitu pelabuhan udara. Hotel ini menjadi pilihan penginapan para tamu usahawan, penumpang pesawat terbang yang tiba kemalaman di airport daerah/ negara tujuan atau yang mengalami penundaan penerbangan, dan para awak pesawat terbang.

- *Suite Hotel*

*Suite hotel* merupakan usaha perhotelan yang sangat cepat perkembangannya. Jenis hotel ini mempunyai kamar dengan ciri tersendiri karena kamar tidur yang terpisah dari ruang tamu. Jenis hotel ini terhindar dari keramaian dan hanya menampung sedikit tamu disbanding hotel lainnya.

- *Residential Hotel*

*Residential hotel* hampir mirip dengan suite hotel karena hotel ini memiliki kamar tidur, ruang tamu, dan dapur kecil. Jenis hotel ini biasanya sewa untuk waktu yang lama.

- *Resort Hotel*

*Resort hotel* berbeda dengan hotel lainnya. Jenis hotel ini menjadi pilihan orang yang akan berlibur. Hotel ini memiliki ciri khusus dengan pemandangan yang indah, dan kegiatan yang menyenangkan seperti menari, bermain golf, tennis, menunggang kuda, dan lain-lain.

- *Casino Hotel*

*Casino hotel* merupakan hotel yang dilengkapi dengan fasilitas judi. Namun, demikian hotel ini memiliki kamar mewah, makanan, beverage, dan pelayanan yang mewah guna mendukung pengoprasian perjudian hotel itu.

- *Conference Center*

*Conference center* adalah hotel yang dirancang untuk menangani grup yang mengadakan pertemuan. Pada umumnya hotel ini menyediakan

akomodasi. Namun tujuan utama hotel ini adalah untuk memberikan pelayanan yang mendukung keberhasilan penyelenggaraan pertemuan dengan menyediakan peralatan audiovisual dan sound system beserta teknisinya, meja dan kursi yang menyenangkan dan lain sebagainya. (Pendir 52).

## **2.9. Kajian Hotel Bintang 3**

### **2.9.1. Hotel Bintang 3**

Di Indonesia ini, untuk kamar hotel bintang 3 termasuk kategori hotel yang sudah cukup bagus atau bisa dikatakan *standard*. Hal ini dikarenakan layanannya yang sudah cukup baik. Baik dari tempat tidurnya, layanan makanan, dan servis lainnya sudah mirip hotel bintang 4.

Menurut PHRI, kriteria hotel bintang 3 adalah sebagai berikut:

- Jumlah kamar standar, minimum 30 kamar
- Terdapat minimum 2 kamar *suite*
- Luas kamar standar 24 m<sup>2</sup>
- Luas kamar *suite* 48 m<sup>2</sup>
- Kamar memiliki toilet sendiri
- Kamar dilengkapi dengan AC
- Tersedia restoran yang menawarkan hidangan pada saat pagi, siang, dan malam hari
- Memiliki sarana rekreasi walaupun tidak sebesar hotel bintang 4 dan bintang 5
- *Valet parking*
- Layanan tambahan seperti wifi dan lain-lain

(“Klasifikasi Hotel Menurut Bintangnya Secara Lengkap”, par. 18-19).

### **2.9.2. Karakteristik Desain Hotel Bintang 3**

Pemberian rating untuk hotel tidak hanya berdasarkan besar dan luasnya bangunan, melainkan fasilitas yang objektif dan jasa yang disediakan oleh masing-masing hotel menjadi variabel yang akan dinilai (Prasetia, par. 1). Sebuah hotel

dapat dikatakan bintang 3 apabila memenuhi beberapa karakteristik sebagai berikut:

- Biasanya berlokasi dekat tol, pusat bisnis dan atau daerah perbelanjaan, hotel ini menawarkan layanan terbaik, kamar yang luas dan lobi yang penuh dekorasi.
- Semua kamar dan restoran atau ruang makan terbuka kepada penduduk sekitar dan yang merupakan pelancong. Semua furnitur baik di dalam kamar maupun di luar menggunakan kualitas terbaik.
- Para staf yang bertugas terlihat rapi dan professional.
- Restoran biasanya menawarkan hidangan diatas rata-rata pada saat sarapan, makan siang dan makan malam. Makanan yang disajikan saat sarapan benar-benar baru dimasak saat akan disantap.
- Fasilitasnya terdiri dari *valet parking*, *housekeeping*, atau sebuah pusat kebugaran dan kolam renang ukuran kecil.

(Prasetya, par. 4).

### **2.9.3. Tarif Hotel Bintang 3**

Kisaran harga hotel bintang 3 adalah mulai dari Rp 500.000,- sampai Rp 800.000,- an, dan ini tergantung posisi lokasi dan season atau masanya. Misal ketika masa akhir tahun atau masa liburan, maka hotel berbintang 3 pun bisa menjadi mahal dikarenakan banyaknya pengunjung (“Klasifikasi Hotel Menurut Bintangnya Secara Lengkap”, par. 20).

## **2.10. Kajian *Street Art***

### **2.10.1. Pengertian *Street Art***

*Street Art* merupakan salah satu bentuk seni kontemporer yang berupa lukisan dinding. Biasanya *street art* berada di sepanjang jalan, gambar-gambarnya berisi nilai-nilai kehidupan masyarakat sekitarnya, dan beberapa diantaranya dapat berupa kritikan masyarakat pada politik serta kondisi sosial di Indonesia. (Faishal, par.2).

Ada beberapa jenis seni kontemporer yaitu mural dan grafiti. Mural adalah cara menggambar atau melukis di atas media dinding, tembok atau permukaan luas

yang bersifat permanen lainnya. Mural lebih bebas dan dapat menggunakan media cat tembok atau cat kayu bahkan cat atau pewarna apapun juga seperti kapur tulis atau alat lain yang dapat menghasilkan gambar (Faishal, par.1).



Gambar 2.1. Mural di jalanan

Sumber: <https://goo.gl/64RPGZ>

Sedangkan grafiti adalah coretan-coretan pada dinding yang menggunakan komposisi warna, garis, bentuk, dan volume untuk menuliskan kata, simbol, atau kalimat tertentu. Grafiti lebih menekankan hanya pada isi tulisan dan kebanyakan dibuat dengan cat semprot (Faishal, par.1).



Gambar 2.2. Grafiti pada dinding bata

Sumber: <https://goo.gl/qg1tbb>

### **2.10.2. Fungsi *Street Art***

*Street Art* merupakan salah satu media komunikasi visual dari sekelompok masyarakat yang memiliki beberapa fungsi (Faishal, par.3).

- Menuangkan ide kreatif masyarakat berupa lukisan yang berisi pesan terhadap hal yang sedang terjadi (isu lokal maupun nasional).
- Menyampaikan pesan kepada masyarakat untuk peduli dan memelihara lingkungan sekitarnya.
- Sarana aspirasi masyarakat.
- Sarana komunikasi membantu proram yang digalakkan oleh pemerintah.
- Mengkritik pemerintah maupun fenomena lain yang terjadi di Indonesia.

## **2.11. Kajian *Urban Style***

### **2.11.1. Definisi *Urban Style***

*Urban style* adalah salah satu gaya desain yang identik dengan masyarakat perkotaan, dimana terdapat banyak sentuhan seni di dalamnya. *Urban style* hadir pertama kali dikarenakan terjadinya urbanisasi besar-besaran karena faktor ekonomi. Dari sinilah, desainer mulai terinspirasi untuk menciptakan sebuah desain interior yang sesuai dengan gaya hidup mereka, sehingga gaya desainnya lebih dinamis dan fungsional. Suasana yang dihadirkan adalah suasana *welcoming*, hangat, dan nyaman, seperti suasana sebuah rumah (Kelly 5). *Urban style* memiliki beberapa aliran, salah satunya yang paling dekat dan mirip adalah gaya desain industrial (Kelly 10).

### **2.11.2. Definisi Gaya Desain Industrial**

Gaya desain interior industri (bahasa Inggris : *industrial design*) adalah seni terapan di mana estetika dan *usability* (kemudahan dalam menggunakan suatu barang) suatu barang disempurnakan. Desain interior industri menghasilkan kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna, atau garis dan warna, atau gabungannya, yang berbentuk 3 atau 2 dimensi, yang memberi kesan estetis, dapat dipakai untuk menghasilkan produk, barang, komoditas industri atau kerajinan tangan (“Konsep Gaya Design Interior Industrial” par. 1).

Gaya industrial biasanya menggunakan warna-warna monokromatik dan menggunakan material yang berupa bahan-bahan yang didaur ulang atau bahan-bahan industri seperti kaca, besi dan aluminium yang diolah sedemikian rupa sehingga bisa dijadikan elemen interior yang menarik. Gaya industrial ini menghasilkan tampilan yang *rustic* dan *unfinished*, tetapi kesan keseluruhan ruangan akan menjadi terlihat unik dan berbeda (Potestad dan Pascal 11).

### 2.11.3. Ciri-Ciri Gaya Desain *Urban Industrial*

- Ekspos Material Bangunan

Dalam interior urban tampilan seperti semen, batu bata, beton, dan kayu sering dengan sengaja diekspos. Karakter setiap material sengaja ditonjolkan untuk memberikan ciri khusus, misalnya dinding batu bata. Pemakaian lantai beton juga diterapkan untuk memberikan kesan yang kuat. Material bekas (*recycle*) juga sering diterapkan untuk konsep ini (Kelly 15).

- Ekspos Struktur Bangunan

Ciri yang biasa diperlihatkan pada konsep desain ini adalah dengan mengekspos struktur bangunan. Kolom-kolom dan balok-balok (beton, kayu atau baja) atau struktur atap sering dibiarkan terlihat dengan jelas. Beberapa ada yang di *finish*, namun ada juga yang dibiarkan *unfinished* (Kelly 16).

- Tempat Instalasi

Pada konsep desain industrial, tampilan instalasi seperti pipa air, instalasi listrik, saluran AC justru ditampilkan dan dijadikan semacam ornamen. Tentunya pemasangan instalasi tersebut harus tertata rapi dan teratur. Tampilan pipa air yang dicat dengan warna berani (merah atau biru) akan sangat mempertegas tampilan industrial jika digabungkan dengan dinding semen atau bata yang dicat abu-abu (Kelly 16).

- Bukaan yang Lebar

Bukaan yang lebar dimaksudkan agar banyak memanfaatkan cahaya alami sehingga memberikan ruang terbuka dan menyatu dengan alam, yang

secara tidak langsung mempengaruhi psikologis seseorang yaitu membuat perasaan menjadi lapang dan bebas (Kelly 18).

- **Furnitur Industrialis dan Minimalis**

Furnitur harus didesain dengan memperhatikan beberapa aspek:

- *Simple* dan Praktis

Bentukan yang *simple* membuat furnitur industrial tidak banyak ornamen sehingga dapat diproduksi secara masal dan didominasi oleh bentukan ramping sehingga terkesan ringan dan praktis untuk dipindah-pindah (Potestad dan Pascal 12).

- Ergonomi dan Penataan

Ergonomi dan penataan perabot merupakan poin penting karena berhubungan dengan kenyamanan pengguna. Jika furnitur tidak memiliki ergonomi yang tepat, furnitur tersebut tidak dapat berfungsi secara maksimal. Penataan perabot yang tepat akan mendukung dan melancarkan aktivitas pengguna (Potestad dan Pascal 26).

- Efisien Tempat

Efisien yang dimaksud di sini adalah efisien tempat dan waktu pengerjaan. Cara agar furnitur industrial dapat mengefisiensikan tempat adalah dengan membuat sistem *stacking*, sehingga tidak membutuhkan tempat yang luas untuk menyimpannya (Potestad dan Pascal 38).

- Nuansa *Vintage*

Biasanya furnitur yang mendukung gaya desain industrial merupakan furnitur dengan material apa adanya yang memberi kesan *raw*, *rustic*, dan *unfinished*. Contohnya: furnitur yang berbahan kayu biasanya tidak di cat, melainkan hanya di politur sebagai tindakan untuk mengantisipasi gangguan rayap. Furnitur yang berbahan besi/aluminium/stainless ada yang dicat anti karat dan ada yang dibiarkan seperti aslinya (Potestad dan Pascal 48).

- **Warna**

Gaya desain industrial pada umumnya menggunakan warna-warna hangat dan netral. Warna-warna ini sendiri dapat hadir melalui pilihan material dan furnitur yang digunakan. Material yang biasa digunakan adalah

metal dan kayu, maka warna yang mendominasi adalah coklat, abu-abu, putih, atau gradasi dari warna-warna tersebut (Gani, par. 6).

- Tata Cahaya

Konsep pencahayaan pada gaya desain industrial hampir sama dengan gaya desain yang modern. Namun yang membedakan pada penggunaan model lampu yang berkesan industrial dengan material metal, mulai dari neon hingga lampu gantung yang sering digunakan untuk pabrik (Potestad dan Pascal 74).

- Ornamen

Bentuk ornamen yang digunakan didominasi oleh garis-garis tegas dan tegak lurus, hampir sama dengan desain modern dan minimalis. Hal inilah yang membuat desain industrial tetap berkesan modern, walaupun sering menampilkan beberapa material yang natural. Ornamen dari kawat anyam juga bisa dimanfaatkan untuk *railing* tangga, *room divider*, atau hiasan pada dinding yang bisa digunakan untuk menggantung sesuatu (Potestad dan Pascal 51).