

ANALISIS KONSEP INSTAGRAMABLE PADA INTERIOR HOTEL LOKAL.id YOGYAKARTA

Niken Laksitarini¹, Agus Dody Purnomo², Thalita Rizka Anindya³

Prodi Desain Interior Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom

e-mail: nikenoy@telkomuniversity.ac.id¹, @agusdody@telkomuniversity.ac.id²

INFORMASI ARTIKEL

Received : Maret, 2023
Accepted : September, 2023
Publish online : Oktober,
2023

ABSTRACT

The hotel is a facility that combines elements of services and products. They are competing in many ways so that the products and services they have can attract more potential customers to come and visit. It is not unusual if the satisfaction of visitors lies in their satisfaction with the services they receive. But before potential customers feel the experience of the services obtained, the allure element can be the first thing done so that potential customers are interested in coming. Instagram as a social media that is quite popular with society today is one of the most promising marketing media for businesses. On this basis the Hotel.id which is located in the city of Yogyakarta seeks to design its interior space by carrying out the concept of instagramable. The choice of colors and composition of shapes on the Kawung Batik motif that has been transformed to become more modern and contemporary is one of the key attractions for visitors, capturing their moments and share their experiences on Instagram as a social media. The method used is a qualitative method. It is hoped that the research results obtained can be a reference in further research for researchers.

Key words : *batik transformation, thematic hotel, instagramable*

ABSTRAK

Hotel merupakan fasilitas yang menggabungkan unsur jasa dan produk. Dalam memasarkan produk dan jasanya, mereka berlomba-lomba melakukan banyak cara agar apa yang mereka miliki dapat menarik lebih banyak calon konsumen untuk datang dan berkunjung. Bukan suatu hal yang aneh jika kepuasan pengunjung hotel terletak pada kepuasan mereka atas pelayanan yang didapat. Namun sebelum calon konsumen merasakan pengalaman akan pelayanan yang didapat, unsur daya pikat dapat menjadi hal yang pertama dilakukan agar calon konsumen tertarik untuk datang. Instagram sebagai salah satu sosial media yang cukup digemari oleh masyarakat dewasa ini menjadi salah satu media pemasaran yang cukup menjanjikan bagi pelaku usaha. Atas dasar itulah Hotel Lokal.id yang terletak di kota Yogyakarta berupaya mendesain ruang interiornya dengan mengusung konsep instagramable. Pemilihan warna dan komposisi bentuk pada motif Batik Kawung yang telah ditransformasi

menjadi lebih modern menjadi salah satu kunci daya tarik tersendiri bagi pengunjung, dengan cara mengabadikan moment dan membagikan pengalamannya di media sosial Instagram. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Diharapkan hasil penelitian yang diperoleh dapat menjadi acuan dalam penelitian bagi peneliti selanjutnya.

Kata kunci : hotel tematik, transformasi batik, instagramable,

PENDAHULUAN

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Dalam persaingan bisnis, kepuasan konsumen menjadi hal yang penting bagi kelangsungan suatu perusahaan. Dalam hal ini pemasar perlu mahami bagaimana perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Proses-proses yang terjadi saat individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau menghentikan pemakaian produk, jasa, ide atau pengalaman tergantung pada seberapa besar faktor-faktor diatas terpenuhi oleh pihak pemasar (Kotler&Keller, 2008). Banyak hal yang dapat dilakukan oleh pihak penyedia jasa perhotelan dalam mengupayakan hotelnya agar menarik lebih banyak calon konsumen. Selain fasilitas, lokasi strategis dan harga yang kompetitif, penggunaan elemen estetis yang memenuhi unsur estetika diharapkan mampu menarik lebih banyak pengunjung. Seorang desainer interior memiliki peran yang sangat besar terhadap permasalahan tersebut. Bagaimana caranya agar desain yang dihasilkan dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap daya tarik pengunjung.

Berdasarkan data yang diperoleh dari bappeda.jogjaprov.go.id, pertumbuhan hotel di Jogja mengalami peningkatan seiring dengan bertambahnya jumlah pengunjung yang datang ke Jogja setiap tahunnya. Hal ini mendorong pihak pengelola hotel untuk membuat strategi *diferensiasi* agar hotelnya dapat menarik pelanggan lebih banyak. Hal ini pulalah yang mendorong pihak pengelola hotel lokal.id di Jogjakarta untuk dapat mengoptimalkan potensi yang dimiliki oleh daerahnya, salah satunya adalah batik Kawung. Dengan mengangkat motif batik Kawung sebagai elemen estetis pada interiornya, dapat menjadi *brand identity* dari hotel tersebut, sehingga menjadi hal yang selalu diingat di benak pengunjung. Bahkan dalam buku Grand Batik

Interior, Dr. Wiendu Nuryanti mengemukakan bahwa penggunaan batik sebagai elemen estetis interior memiliki peran besar dalam menciptakan identitas lokal dari setiap destinasi wisata yang berbeda

Hotel Lokal.id merupakan hotel bintang 3 yang terletak di pinggiran kota Yogyakarta, tepatnya di daerah Gejayan. Lokasinya yang jauh dari keramaian membuat suasana asri yang ingin dihadirkan oleh pihak pengelola hotel dapat dengan maksimal didapatkan oleh pengunjung. Dari segi fasilitas, Lokal.id tidak jauh berbeda dengan fasilitas hotel bintang 3 pada umumnya. *Swimming pool*, reastauran, dan berbagai type jenis kamar pun masih tergolong standar dan dimiliki oleh hotel lainnya. Hal menarik dari hotel ini adalah penggunaan batik kawung yang telah ditransformasikan menjadi kontemporer dan digunakan hampir diseluruh bagian elemen interiornya. Jika selama ini kita mengenal batik kawung sebagai batik tradisional yang tidak jauh dari warna tua dan kusam, di Lokal.id batik kawung hadir dengan tampilan yang memberi kesan modern. Komposisi bentuk dan warna yang hampir berubah total dari batik kawung pada awalnya, membuat pengunjung ingin berfoto dengan latar belakang batik tersebut untuk kemudian diunggah di jejaring media sosial Instagram milik pengunjung. Unggahan pengunjung tersebut dapat dilihat oleh masyarakat luas yang belum mengetahui informasi terkait keberadaan hotel tersebut., sehingga membuat rasa penasaran dan muncul keinginan untuk berkunjung ke Hotel Lokal. Hal tersebut dapat juga berperan sebagai media promosi secara tidak langsung bagi pemilik usaha dan juga merupakan inspirasi dalam dunia desain khususnya interior untuk dapat mengkaji dari segi karakteristik user /pengunjung di era digitalisasi.

dilaksanakan di Hotel Lokal.id yang terletak di daerah bernama Gejayan, Yogyakarta, Jawa Tengah. Observasi melalui pengamatan terhadap

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Observasi lapangan

penggunaan motif Batik Kawung yang digunakan pada dinding, lantai dan elemen interior lainnya yang berfungsi sebagai elemen estetis. Teknik pengumpulan data dilakukan meliputi data primer dan sekunder. Data primer didapat saat pengamatan langsung di lapangan dan data sekunder berupa studi kepustakaan baik berupa buku, jurnal, prosiding ilmiah dan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya terkait peran motif batik sebagai elemen estetis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bergesernya peran dan fungsi telepon genggam atau *smartphone* pada era digital ini membawa banyak perubahan terhadap perilaku penggunaannya. Jika dahulu telepon genggam hanya sebatas sarana berkomunikasi dan bertukar informasi berupa tulisan dan audio, kini telepon genggam sudah dilengkapi fitur yang lebih lengkap yaitu dapat bertukar informasi melalui gambar dan video. Seiring dengan kemudahan dalam memberi dan menerima informasi menjadikan pengguna *smartphone*, menjadikan semakin banyak pula aplikasi atau konten digital yang dapat diakses menggunakan *smartphone*. Salah satunya adalah Instagram. Nama Instagram sendiri merupakan asal kata dari "insta" yang artinya instan, hal ini diartikan sebagai system kerja camera polaroid yang langsung tercetak sesaat setelah pengambilan foto. Asal kata "gram" berasal dari kata telegram, sebuah alat komunikasi terdahulu yang terbilang cepat dalam penyampaiannya. Jika diartikan secara keseluruhan Instagram memiliki aplikasi yang dapat diakses menggunakan *smartphone*, dimana aplikasi tersebut memiliki fitur dapat menyampaikan informasi berupa gambar atau video dalam waktu cepat.

Sebagai situs online yang cukup digemari oleh sebagian masyarakat khususnya kalangan muda, Instagram mampu menjawab kebutuhan pihak penyedia produk dan jasa dalam memasarkan dagangannya. Hal ini dikarenakan pengguna Instagram yang mayoritas berusia muda selalu berusaha mencari spot terbaik utk mengambil gambar dan mengunggahnya di instaram agar tampilan fotonya mengandung unsur keindahan atau dalam bahasa yang beredar di kalangan pengguna instgram adalah *instagramable*. Istilah *instagramable* sendiri terdiri dari dua kata, yaitu *instagram* dan *able* yang memiliki arti dapat dimasukkan atau diunduh ke Instagram (Putra, 2019). Melalui postingan di Instagram itulah masyarakat diluar sana yang belum mengetahui informasi mengenai tempat tersebut dapat dengan mudah mengetahuinya.



Instagram merupakan aplikasi yang menggunakan sistem saling mengikuti (*following*) antar pengguna. Jika diarti secara harafiah, adalah saling berteman di instagram.

Kemajuan teknologi dalam hal cepatnya informasi yang tersampaikan pada media sosial instagram dimanfaatkan oleh pihak pengelola Hotel Lokal.id untuk memasarkan produk dan jasanya dengan membuat akun bisnis bernama *local_id*. Akun instagram *local_id* telah diikuti oleh 19,6K. Tidak hanya pihak pengelola akun bisnis instagram *local_id* yang memposting atau mengunggah foto pada akunnya. Banyak pula pengunjung yang mengunggah segala hal terkait fasilitas yang ada di Hotel Lokal.id dengan mencamtumkan tanda tagar dengan acuan akun *local_id* (*#local_id*), sehingga orang lain yang membutuhkan informasi mengenai Hotel Lokal.id dapat dengan mudah mendapatkannya.



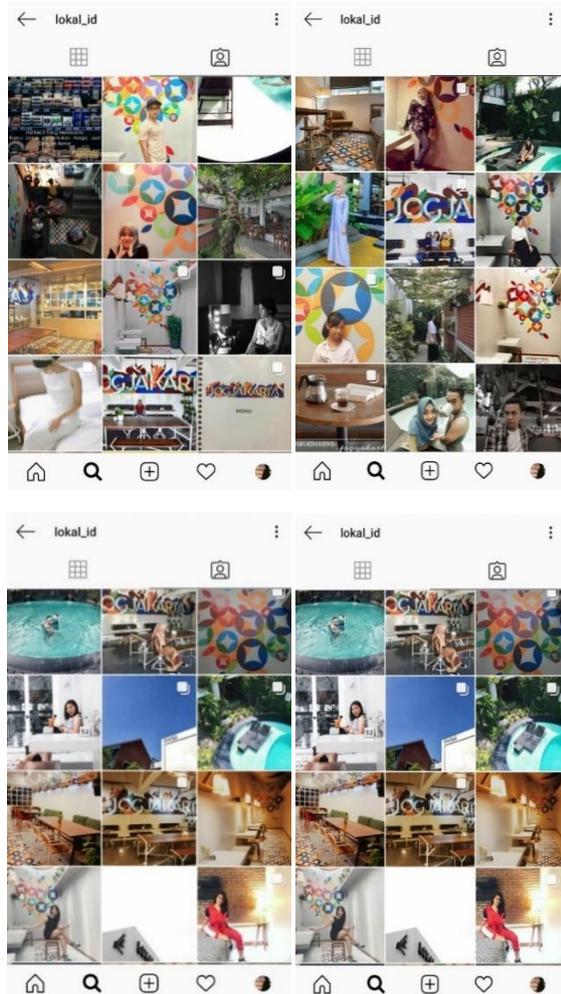
Instagram

Hotel Lokal.id merupakan hotel bintang tiga yang berada di daerah Gejayan, Yogyakarta. Letaknya memang agak jauh dari pusat kota, cocok diperuntukkan bagi wisatawan yang membutuhkan ketenangan dengan menikmati fasilitas hotel. Seperti layaknya hotel pada umumnya, Hotel Lokal.id memiliki fasilitas berupa restaurant, lobby, *swimming pool*, *free WIFI*, dan beberapa jenis type kamar. Meskipun tergolong hotel kecil, namun fasilitas dan suasana yang dihadirkan tidak kalah dengan hotel bintang 5. Hal tersebut dikarenakan pihak pengelola tidak hanya memperhatikan hal yang bersifat fisik namun juga yang bersifat psikis,

dengan cara mendesain ruangan agar memiliki unsur estika dan kenyamanan.

Hotel Lokal.id terdiri dari 3 lantai, sesaat setelah sampai di hotel, suasana asri dan homey akan langsung terasa. Bukan hanya lokasinya yang memang berda jauh dari pusat keramaian, tetapi juga unsur pendukung seperti rindangnya pepohonan dan konsep arsitektur dan interiornya yang turut mendukung terciptanya suasana tersebut. Fasilitas pendukung sepertihalnya lounge hotel didesain dengan sangat sederhana namun tidak mengesampingkan unsur kenyamanan Ketika pengunjung ingin menghabiskan waktu untuk bersantai.

Dapat kita lihat bahwa sebagian besar pengunjung berswafoto dengan latar belakang atau background yang hampir sama, yaitu motif batik kawung yang telah ditransformasi menjadi lebih modern dan kontemporer yang ditempatkan pada dinding maupun lantai sebagai elemen estetis. Hal tersebut dapat diasumsikan bahwa bentuk dan warna pada transformasi batik kawung tersebut telah menjadi magnet atau daya tarik setiap pengunjung yang datang (Gambar 2).



Suatu objek dapat menjadi daya tarik pengunjung adalah ketika objek tersebut mengandung unsur-unsur yang dapat menstimulus otak, mata dan psikologis. Terdapat beberapa unsur ruang yang dapat mempengaruhi sisi psikologis seseorang yaitu; warna, bentuk, garis, tekstur, suara, bau dan berbagai gambar/symbol yang mempunyai dampak terhadap keadaan emosi dan karakteristik psikologi manusia (Weinschenk, 2011).

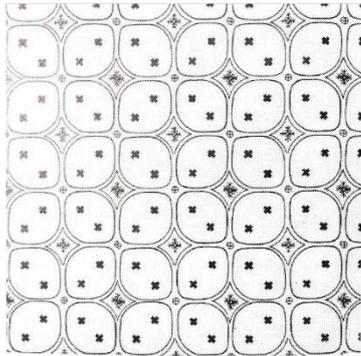
Mengacu pada hal tersebut, penggunaan motif batik kawung pada Hotel Lokal.id dapat kita telaah lebih mendalam pada bahasan bentuk dan warnanya.

Batik Kawung dan daya tarik pengunjung

Batik Kawung merupakan batik yang berasal dari Jogjakarta. Pada awalnya Batik Kawung merupakan kategori corak larangan, yang artinya corak tersebut hanya boleh digunakan oleh anggota keluarga kraton dan abdi dalem dikarenakan makna filosofis yang terkandung di dalamnya. Menurut Alit Veldhuijsen Djajasoebata dalam Indonesia Indah (Anas) menyebutkan bahwa corak larangan adalah ungkapan visual yang lahir dari kerangka pikiran tradisional orang-orang Jawa; Merupakan kumulasi dari filsafat Kejawen dan Kabatinan, konsep kekuasaan, serta orientasi terhadap arah-arah mata angin yang dilatar belakangi pandangan tentang peredaran matahari dalam konteks ketergantungan dan pengakuan terhadap kekuatan-kekuatan alam. Hasil dari pemikiran spiritual tersebut melahirkan sesuatu yang disebut *manca-pat*, yaitu dasar dari kegiatan dalam pola angka-angka empat dan lima. Empat unsur tersebut mengelilingi unsur ke lima yang terletak di bagian tengah dan diasumsikan sebagai pusat kekuasaan. Implementasi dari *manca-pat* ini dapat kita temui pada berbagai ungkapan social budaya Jawa, seperti misalnya tata letak dan tata krama dalam susunan singgasana raja dan pengiringnya arah dan sistem peletakan rumah perkampungan dan hiasan ornament pada bangunan dan kain, salah satunya adalah motif kawung (Anas).

Secara visual batik kawung Yogyakarta memiliki ciri khasnya tersendiri, baik dari segi bentuk maupun warnanya. Motif utama /pokok berupa empat bentuk lonjong disusun diagonal, bentuk dasar menyerupai buah kawung/aren yang dipotong melintang bijinya dan ditata secara geometrik. Untuk motif pelengkap berupa *mlinjon* terdapat disela-sela motif utama. Di tengah *mlinjon* tersebut terdapat motif *kembang jambu*. Motif isen berupa motif *kapalan*, ditempatkan pada setiap ujung bentuk lonjong tersebut. Pada setiap ujung bentuk lonjong tersebut terdapat isen motif *kembang*

kapas. Biasanya motif berwarna hitam dengan dasar warna putih (Gambar 3).



Seiring dengan perkembangan jaman, penggunaan Batik Kawung tidak lagi terikat pada unsur filosofis yang mengikatnya. Dengan kreativitas yang dimiliki oleh seorang desainer, Batik Kawung kini menjelma menjadi batik yang lebih dinamis dan modern. Media aplikasinya pun tidak hanya pada sehelai kain mori. Tetapi juga pada berbagai media, seperti; kayu, logam, kain flannel dan lain sebagainya. Implementasinya pun mulai beragam, salah satunya pada bidang interior. Penerapannya dapat berupa wall treatment, elemen estetis pada furniture maupun elemen desain lainnya seperti dinding, lantai, plafond dan asesories interior lainnya (Gambar 4).



Meskipun pola dasar masih mengacu pada batik kawung tradisional yaitu empat arah diagonal, batik kawung modern yang diterapkan pada interior hotel Lokal.id telah mengalami transformasi baik dari segi bentuk maupun warnanya. Hal yang sangat signifikan terlihat adalah dari segi bentuk dan warna. Lebih terkesan ringan, praktis dan modern karena menghilangkan beberapa bagian yang disebut isen atau isian yang ada pada batik kawung tradisional. Warna yang digunakan cenderung ke arah warna hangat seperti merah, kuning, orange dengan aksent peach, biru dan abu-abu. Warna-warna tersebut diyakini dapat

membawa keceriaan dan kegembiraan bagi manusia.

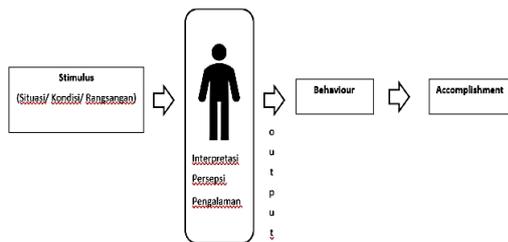
Bentuk dan warna pada batik kawung modern inilah yang menjadi daya tarik sebagian besar pengunjung. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan banyaknya pengunjung yang melakukan swafoto dengan latar belakang batik kawung modern tersebut. Penggunaan yang tepat dan sesuai kebutuhan menjadikan motif batik kawung modern tersebut menjadi sebuah *point of interest* dari sebuah bidang kosong.

Susan Weinschenk (2011) dalam *100 Things Every Designer Needs To Know About People* menyebutkan bahwa suatu desain dapat menarik perhatian seseorang jika kehadirannya dapat menarik perhatian atau atensi. Beberapa hal yang dapat menjadikan suatu desain itu suatu pusat perhatian diantaranya adalah, Intensitas penggunaan, ukuran, kontras, pengulangan atau irama (*rhytme*), pergerakan yang dinamis dan kebaruan. Ketika seseorang beranggapan bahwa suatu objek memiliki daya tarik lebih atas lingkungan sekitarnya, maka akan terjadi proses pemilahan informasi pada otak, sehingga objek tersebut akan menjadi pusat perhatian. Elemen estetis yang dapat menarik perhatian pengunjung salah satunya berhubungan erat dengan komposisi bentuk dan warna yang digunakan. Warna dan bentuk dapat mempengaruhi apa yang dilihat orang dan dapat menarik perhatian pada satu pesan diatas yang lain.

Instagramable

Instagram sebagai salah satu media sosial yang cukup digemari kawula muda menjadi salah satu sarana dalam hal eksistensi dan aktualisasi diri. Fitur yang mengakomodasi seseorang untuk mengunggah citra diri dan kegiatannya menjadikan instagram berhasil menjadi media sosial yang dianggap cukup *kekinian* atau *up to date* di kalangan kawula muda.

Kepuasan dalam mengaktualisasikan diri merupakan hasil stimulus yang diberikan berupa suatu kondisi tertentu. Maier (1973) dalam *Psychology in Industrial Organizations* mengungkapkan bahwa terdapat tiga tahapan dalam proses penerimaan stimulus sampai pada tindakan atau perilaku, yaitu; stimulus, organisme dan *accomplishment*. Diperjelas dengan bagan di bawah ini;



Tingkah laku seseorang diuraikan secara singkat oleh Maier sebagai berikut:

- Situasi/Kondisi/Rangsangan merupakan sumber stimulasi dan tingkah laku seseorang (individu) yang berasal dari lingkungan. Dalam kesehariannya, seseorang (individu) akan selalu dihadapkan pada berbagai macam stimulus dan respon atau reaksi terhadap stimulus itu berbeda pada tiap individunya, tergantung karakteristik dan kondisi pada saat stimulus tersebut tertangkap, dan tidak semua stimulus akan diserap oleh seseorang (individu), karena hal tersebut bergantung pada bagaimana seseorang tersebut menyeleksi, mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimulus tersebut. Kondisi tersebut dapat terjadi saling silang, berulang dan saling mempengaruhi. Respon dari saling interaksi stimulus tersebut disebut persepsi.
- Tingkah laku atau disebut juga *behaviour* merupakan reaksi seseorang setelah menerima stimulus/rangsangan lingkungan dan mengarah suatu konsekuensi (*accomplishment*) atau disebut juga sebagai hasil akhir. Hasil akhir tersebut akan menjadi apa yang disebut dengan pengalaman untuk dikemudian hari dapat dijadikan antisispasi.

Proses terjadinya respon stimulus sampai terjadinya hasil akhir merupakan proses yang akan berulang. Hal itu pulalah yang terjadi pada pengunjung hotel Lokal.id. Dengan banyaknya spot foto yang menarik perhatian pengunjung menyebabkan timbul keinginan untuk melakukan swafoto untuk kemudian dibagikan ke media sosial Instagram, dengan mencari spot terbaik, yang layak dan *instagramable*, sebagai bukti eksistensi diri di lingkungannya. Dari segi pemasaran, pihak hotel tidak perlu melakukan promosi besar-besaran dalam memasarkan produk jasanya, karena secara tidak langsung pengunjung telah melakukan promosi.

KESIMPULAN

Berikut merupakan kesimpulan berdasarkan seluruh hasil tahapan penelitian yang telah dilakukan pada interior Hotel Lokal berhubungan

dengan pengaruhnya konsep interior yang *instagramable* pada psikologi pengunjung dan hubungannya dengan daya tarik pengunjung pada hotel tersebut.

Manusia cenderung merespon kondisi sekelilingnya, contohnya seperti interaksi manusia dengan lingkungannya, dan manusia dengan elemen pembentuk ruang disekelilingnya.

Apabila diuraikan situasi sekeliling manusia itu disebut dengan stimulus. Stimulus merupakan situasi/kondisi/rangsangan merupakan sumber stimulasi dan tingkah laku seseorang (individu) yang berasal dari lingkungan. Setelah diinterpretasi oleh manusia, kemudian menghasilkan tingkah laku. Tingkah laku atau disebut juga *behaviour* merupakan reaksi seseorang setelah menerima stimulus/ rangsangan lingkungan dan mengarah suatu konsekuensi (*accomplishment*) atau disebut juga sebagai hasil akhir. Hasil akhir tersebut akan menjadi apa yang disebut dengan pengalaman untuk dikemudian hari dapat dijadikan antisispasi.

Proses terjadinya respon stimulus sampai terjadinya hasil akhir merupakan proses yang akan berulang. Hal itu pulalah yang terjadi pada pengunjung hotel Lokal.id. Dengan banyaknya spot foto yang menarik perhatian pengunjung menyebabkan timbul keinginan untuk melakukan swafoto untuk kemudian dibagikan ke media sosial Instagram, dengan mencari spot terbaik, yang layak dan *instagramable*, sebagai bukti eksistensi diri di lingkungannya. Dari segi pemasaran, pihak hotel tidak perlu melakukan promosi besar-besaran dalam memasarkan produk jasanya, karena secara tidak langsung pengunjung telah melakukan promosi. Untuk dapat mencapai nilai *instagramable* dalam ruang lingkup interior, dibutuhkan rancangan yang memiliki kebaruan sehingga dapat membuat pengunjung tertarik untuk berfoto dan mengunggahnya di media social Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- [1] Anas,B., Hasanudin, Panggabean,R., dan Sunarya, Y. (1997). *Indonesia Indah "Batik"* Buku ke 8, Jakarta: Yayasan Harapan Kita – BP3 Taman Mini Indonesia Indah, Perum Percetakan Republik Indonesia, cetakan I.
- [2] Joop Ave. *Grand Batik Interior*.
- [3] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta. Erlangga
- [4] Maier, N.R.F. (1973). *Psychology in Industrial Organizations*. Houghton Mifflin, 4th edition

- [5] Susan M. Weinschenk. *100 Things Every Designer Needs To Know About People*. 2011. United State of America.

Jurnal:

- [1] Putra,AA., Santosa,A., Nilasari,PF. (2019). Kajian Perbandingan Kenyamanan Ruang Desain Interior Kafe yang Instagramable di Surabaya (Studi Kasus: Carpentier Kitchen dan Threelogy Coffe). *Jurnal Intra*. Vol 7 No.2

Online:

<https://www.google.com/search?q=instagramchrome>

<https://www.google.com/search?q=lokal%20id>