

# **BRAND IDENTITY PADA ELEMEN INTERIOR DI AREA KEBERANGKATAN BANDARA INTERNASIONAL KERTAJATI**

**Kiki Putri Amelia<sup>1</sup>, Wahyu Lukito<sup>2</sup>,**

Program Studi Desain Interior, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Bandung

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Bandung

Surel: <sup>1</sup> kikiamelia@telkomuniversity.ac.id; <sup>2</sup> wahyulukito@telkomuniversity.ac.id

Vitruvian vol 11 no 2 Februari 2022

Diterima: 14 02 2022

Direvisi: 18 02 2022

Disetujui: 20 02 2022

Diterbitkan: 28 02 2022

## **ABSTRAK**

Bandar Udara Internasional Kertajati merupakan wajah dari Jawa Barat, konsep tersebut diimplementasikan pada objek arsitektur gedung terminal penumpang. Lantai keberangkatan pada bangunan terminal penumpang, sebagai area yang menyambut calon penumpang bandara memberikan persepsi visual dan impresi penumpang ketika memasuki bangunan terminal. Impresi yang dibentuk berawal dari pengalaman ruang yang dirasakan dan elemen pembentuk ruang di dalamnya. *Brand Identity* pada Bandar Udara Internasional diimplementasikan dalam pada perancangan dihadirkan dalam elemen interior berangkat dari identitas budaya setempat. Dalam penelitian ini akan berfokus pada *brand identity* yang diimplementasikan pada area keberangkatan pada terminal penumpang Bandar Udara Internasional Kertajati. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menganalisis sesuai dengan indikator *brand identity* pada elemen interior. Pengumpulan data dilakukan melalui kumpulan referensi literatur dan foto survei lapangan. *Brand Identity* sudah diterapkan pada elemen interior dari area keberangkatan, dengan penerapan ragam hias Megamendung, daun jati, dan ornamen dari bentuk merak. Dari ketiga ragam hias tersebut, ditemukan diimplementasikan dalam ornament dekoratif pada area keberangkatan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dan acuan dalam merancang terminal penumpang bandar udara internasional, dengan penekanan identitas budaya lokal pada elemen-elemen interiornya.

**Kata Kunci:** Brand Identity, Elemen Interior, Area Keberangkatan, Bandara Internasional

## **ABSTRACT**

*Kertajati International Airport is the face of West Java, the concept is implemented in the architectural object of the passenger terminal building. The departure floor in the passenger terminal building, as an area that welcomes prospective airport passengers, provides a visual perception and impression of passengers when entering the terminal building. The impression that is formed starts from the perceived experience of space and the elements that make up the space in it. Brand Identity at the International Airport is implemented in the design presented in interior elements departing from the local cultural identity. This research will focus on the brand identity implemented in the departure area at the passenger terminal of Kertajati International Airport. This research was conducted with a descriptive qualitative approach by analyzing according to the brand identity indicators on the interior elements. Data collection was carried out through a collection of literature references and field survey photos. Brand Identity has been applied to the interior elements of the departure area, with the application of Megamendung decorations, teak leaves, and ornaments in the shape of a peacock. Of the three decorations, it was found that they were implemented in decorative ornaments in the departure area. This research is expected to be a consideration and reference in designing an international airport passenger terminal, with an emphasis on local cultural identity in its interior elements.*

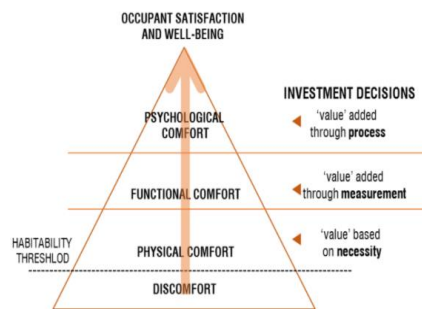
**Keywords:** brand identity, interior elements, departure area, international airport

## PENDAHULUAN

Dalam merancang sebuah bandar udara internasional selain diperlukan kepatuhan akan standar-standar keamanan penerbangan, kebutuhan semua lingkup dalam penerbangan, diperlukan penerapan elemen estetis yang sesuai. Bandar Udara Internasional Kertajati, merupakan salah satu bandar udara yang terbesar di Indonesia setelah Bandar Udara Internasional Soekarno Hatta dengan target *demand* yang cukup tinggi yaitu 18 juta penumpang pertahunnya (Galih & Ahyudanari, 2020). Bandar udara internasional merupakan wajah dari daerah dimana bandara tersebut berada. Selain berfungsi sebagai fasilitas moda, bandar udara internasional memiliki peran untuk memberikan *first impression* bagi penumpang yang datang, dan memberikan kenangan bagi penumpang yang akan terbang. Wajah yang diharapkan hadir dalam sebuah bandar udara internasional adalah identitas lokal yang diangkat dalam perancangan. Terletak di kota Majalengka, Desa Kertajati, bandara ini menjadi bagian dari Jawa Barat. Dalam perancangannya nilai lokal yang diambil adalah, Jawa Barat sebagai provinsi dan Ciayumajakuning (Cirebon, Indramayu, Majalengka, Kuningan) sebagai target pengembangan pariwisata (Purnomo, A. D. et al., 2020).

Arsitektur yang dihasilkan oleh seorang arsitek akan menunjukkan pengetahuan, bagaimana dan seberapa dalam apresiasi yang dihasilkan oleh arsitek tersebut dalam bangunan (Hidayatun, M. I., Priyotomo & Rachmawati, 2014). Pada Bandar Udara Internasional Kertajati ini hal tersebut diwujudkan melalui implementasi desain dalam gubahan bentuk arsitektur dan interior di dalamnya. Identitas Jawa Barat yang melekat tidak hanya pada bentuk bangunan terminal, tetapi dalam implementasi dekoratif pada interior.

Bandara berperan dalam mendukung pertumbuhan pariwisata dan ekonomi daerah. Oleh sebab itu, *sense of place* harus diutamakan pada infrastruktur bandara "Pasalnya, *airport* turut andil dalam menjamu setiap penumpang/ pengunjung" (Yenny et al., 2014). Kenyamanan yang dirasakan pengguna dalam ruang melalui tiga tahapan, pengguna ruang harus merasakan kenyamanan fisik, kenyamanan fungsional dan kenyamanan psikologikal (Vischer, 2007).



**Gambar 1.** Kenyamanan dalam Ruang  
Sumber: Vischer, 2007

Kenyamanan psikologis, dimana pengguna dapat memahami dan menikmati sebuah didesain akan dicapai ketika kenyamanan fisik dan fungsional sudah terpenuhi (Vischer, 2007). Kenyamanan psikologis yang membentuk persepsi pada pengguna ruang terhadap arsitektur dan ruang di dalamnya, "*Architecture is a personal, enjoyable, necessary experience*" (Caudill et al., 1978). Pengguna ruang menerima dan memahami ruang dan bentuk dalam tiga faktor yang berbeda tetapi berhubungan satu sama lainnya, yaitu secara fisik, emosional dan intelektual. Persepsi yang dibentuk sehingga tercipta sebuah citra (*image*) dalam diri manusia, terbagi menjadi tiga faktor (Pile, 1988) yaitu *visual perception*, *visual impression* dan *visual imaginary*.

Setiap bandara memiliki karakteristik tersendiri yang membedakan bandara dengan bandara di wilayah lain. Karakteristik terbentuk melalui perbedaan wilayah yang memunculkan perbedaan budaya, kesenian, dan sebagainya (Yenny et al., 2014). Berikut merupakan komponen desain interior yang mempengaruhi pembentukan *brand identity* (Raja, 2020).

**Tabel 1. Elemen Interior yang Berpengaruh dalam Proses Branding**

Komponen	Strategi
Ruang	Pembentukan ruang yang menggunakan filosofi <i>brand</i> , ruang yang atraktif menarik, dan dapat menciptakan pengalaman ruang yang berbeda.
Warna	Penggunaan warna yang spesifik, konsisten dan identik dengan <i>brand</i> .
Material	Menunjukkan kualitas ruang melalui penggunaan material yang unik untuk menciptakan daya tarik ruang, kontras, dan berkorelasi dengan <i>brand</i> .

Bentuk	Penggunaan bentuk-bentuk simbolis dan ataupun abstrak untuk membangun identitas dari <i>brand</i> .
Cahaya	Penekanan/aksen dengan permainan pencahayaan alami maupun buatan, yang berelasi dengan identitas <i>brand</i> .
<i>Furniture</i>	Penekanan khusus pada <i>furniture</i> .
Kebutuhan Faktor Manusia	Aplikasi dekorasi, penggunaan simbol dan konsep untuk menyampaikan identitas <i>brand</i> .

Sumber: Raja 2020

Komponen tersebut akan ditelaah dalam area keberangkatan Bandar Udara Internasional Kertajati. Tidak seperti bangunan publik dan komersil lainnya, identitas *brand* yang dibentuk adalah identitas budaya, atau disebut Jati Diri dalam sebuah arsitektur. Pada hampir semua bandar udara di Indonesia, konsep dari bangunan menjadi simbol yang merepresentasikan bentuk dari sebuah simbol dan konsep dengan tujuan menyampaikan pesan tertentu (Salura & Gunawan, 2001). Jati Diri arsitektur Indonesia harus memenuhi dua poin. Dengan menekankan sikap kritis untuk memahami lingkungan yang akan selalu bersentuhan dengan kesemestaan atau universalitas dan menekankan pada potensi kesetempatan atau jiwa tempat yang tentunya memberikan ciri khusus atau karakter khusus di tempat tersebut, sehingga karakter itu dapat menjadi identitas arsitekturnya (Hidayatun, M. I., Priyotomo & Rachmawati, 2014).

*Brand identity* bersifat nyata dan menarik bagi indra, *brand identity* dapat dilihat, disentuh, didengar, dan bergerak. *Brand identity* sebagai tanda pengenal, memperkuat diferensiasi, dan membuat makna dan ide besar dapat diakses (Wheeler, 2013). Melalui *brand identity*, suatu bandar udara internasional dapat dikenali dan diingat oleh pengunjungnya.

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang dilakukan dengan cara melakukan analisis teori aplikasi *brand identity* pada elemen desain interior pada terminal penumpang di area keberangkatan

Bandar Udara Internasional Kertajati. Observasi dilakukan dengan mengamati objek studi di lapangan, memetakan ornamen ragam hias yg terdapat pada area keberangkatan, dan juga dilakukan wawancara terhadap direktorat terkait pengurus Bandar Udara Internasional Kertajati. Selanjutnya, analisis tersebut dilakukan dengan menggunakan tabel analisis setiap indikator kepada gambar desain interior Terminal Penumpang Bandar Udara Internasional Kertajati khususnya area keberangkatan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Brand Identity*

*Brand identity* yang dibentuk dari Bandar Udara Internasional Kertajati secara keseluruhan adalah Jawa Barat. Dengan kekayaan budaya Jawa Barat diterjemahkan dalam bentuk bahasa ke dalam ruang, yaitu pada elemen pembentuk ruangnya. Kota terdekat, yaitu Ciayumajakuning, yang menjadi sasaran kota tumbuh dengan adanya bandara ini.

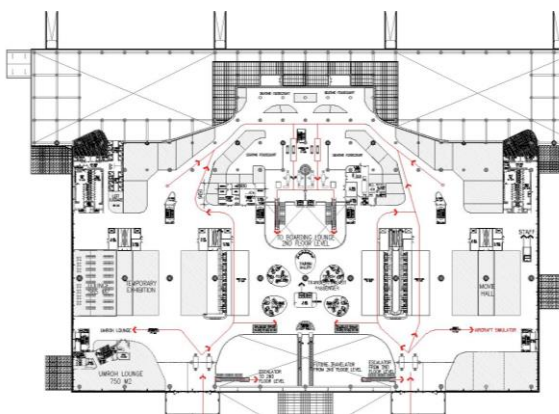
Berdasarkan hasil wawancara dengan *VP of Corporate Strategy and Masterplan* PT BJB pada tahun 2021, penerapan simbolis pada terminal penumpang Bandar Udara Internasional Kertajati, pada dasarnya mengangkat nilai dan unsur-unsur lokal sesuai dengan identitas bandara tersebut berada. Implementasi dari batik megamendung, helai daun jati, dan bentuk-dari merak, digunakan sebagai nilai lokal yang diangkat dalam elemen interior khususnya di area keberangkatan. Nilai lokal yang diambil adalah, Jawa Barat sebagai provinsi, Ciayumajakuning (Cirebon, Indramayu, Majalengka, Kuningan) sebagai target tujuan pengembangan kawasan, dan *craftsmanship* warga Majalengka dari pembuatan "dome hutan jati" pada area pamer dan "pohon hayat" di area *boarding lounge* (Purnomo, A. D. et al., 2020). Penerapan simbolis ini diterapkan pada interior bandara, menyesuaikan dengan fungsi ruang dan areanya masing-masing.

*Bentuk* dari implementasi Tari Merak dan burung merak itu sendiri tercermin pada arsitektur dari bangunan terminal Bandar Udara Internasional Kertajati (Setiawan et al., 2021). Akan tetapi untuk untuk area keberangkatan yang terletak di lantai 3 bangunan terminal, terdapat tiga unsur ragam hias yang digunakan seperti yang diungkapkan *VP of Corporate Strategy and*

*Masterplan* dan berdasarkan observasi yang dilakukan.

#### Area Keberangkatan

Sirkulasi memiliki berbagai macam pola yang dipengaruhi oleh organisasi ruang yang dihubungkannya (Ching, 2014). Pada area keberangkatan Bandar Udara Internasional Kertajati pola sirkulasi yang dibentuk adalah pola sirkulasi linear. Pola sirkulasi ini jalurnya berbentuk lurus dan linear. Jalurnya dapat berbentuk kurvalinear, bersimpangan dengan jalur lain, bercabang, atau berbentuk putaran balik.



**Gambar 2.** Area Keberangkatan Bandara Internasional Kertajati  
Sumber: BIJB,2019

Area keberangkatan terletak di lantai 3. bangunan terminal. Penumpang memasuki terminal dengan memasuki 2 pintu yang berbeda, *Layout* ruang adalah *mirror* simetris. Pengunjung yang datang akan melewati *security checkpoint* yang pertama, kemudian menuju *check-in counter*. Dan dapat menikmati fasilitas bandara pada lantai ini sebelum melewati *security checkpoint* berikutnya dan turun ke lantai 2, menuju *boarding lounge*.

Area kedatangan ini bersifat publik, bisa diakses oleh pengantar maupun calon penumpang, karena *ticketing/ boarding pass* dicek di *security checkpoint* yang kedua. Sehingga pengantar pun dapat menikmati dan merasakan pengalaman ruang di dalam area keberangkatan ini dengan bebas.

Bentuk identitas dari budaya setempat yang diterapkan pada elemen interior Bandar Udara Internasional Kertajati yang berulang diterapkan pada area keberangkatan adalah bentuk dari Megamendung. Dan penerapan karya seni dari Seniman lokal, yaitu *dome jati* serta tari tradisional Sunda yaitu Tari Merak.

Megamendung sendiri adalah salah satu pola dari bentuk Gapura Keraton Kasepuhan Cirebon. Terdapat tiga pola pada

Gapura Keraton yaitu **Kuncung, Wadsan dan Megamendung**. Kuncung yang berbentuk simpul, Wadsan (batu/ pegunungan) mengimplementasikan pondasi dan simbol kekuatan, serta Megamendung (awan hujan) terletak di atas. Ketiga pola ini merupakan pola akulturasi dari Tiongkok yang memberikan banyak pengaruh terhadap baik arsitektur maupun karya seni di Cirebon (Ruki, 2019).

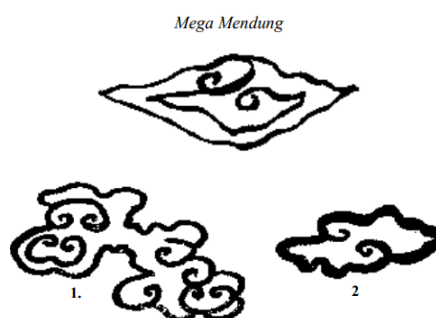
Dari ketiga pola di atas, bentuk yang dikembangkan dan digunakan pada ornamen di area keberangkatan Bandar Udara Internasional Kertajati adalah Megamendung. Berikut merupakan metode dari implementasi pola Megamendung pada komersial area (Ruki, 2019):

#### a) **Eliminate (menghilangkan)**

Pada dasarnya bentuk Megamendung bersanding dengan bentuk pola lainnya yaitu hewan dan wayang. Desainer dapat menghilangkan bentuk hewan dan wayang tersebut jika ingin menyandingkan Megamendung dengan bentuk yang lain. Atau mengkomposisikan pola tersebut dengan Wadsan atau bunga seperti yang terletak pada Gapura Keraton Kasepuhan Cirebon.

#### b) **Avoid (menghindari)**

Untuk menghindari perletakan motif dari Megamendung yang disusun secara vertikal, karena akan memiliki makna yang berbeda. Selain karena filosofi dari bentuk awan yang terletak di atas sebuah bidang/ ruang. Orientasi dari bentuk Megamendung dapat memberikan definisi/ makna yang salah, atau tidak dapat dikenali.



**Gambar 3.** Bentuk Pola Megmendung dan Perbandingannya  
Sumber: Ruki, 2019

**c) Preserve (menjaga)**

Bentuk dari awan, merupakan bentuk yang umum sehingga memiliki bentuk khasnya di masing-masing daerah. Terdapat pola bentuk awan dari Tiongkok dan Korea, yang memiliki bentuk dan karakteristik yang berbeda. Oleh karena itu, penggambaran pola dari Megamendung pada dasarnya sebaiknya tidak dibuat berbeda dengan bentuk aslinya, karena dapat membuat efek visual dan makna yang berbeda.

Pada gambar 3 dapat dilihat perbandingan antara bentuk pola awan dari negara Tiongkok, Korea dan Megamendung. Gambar pertama merupakan bentuk awan dari Tiongkok, dengan bentuknya yang lebih panjang, besar, simetris dan memiliki banyak lengkungan serta biasanya dibuat dengan berbagai warna.

Gambar kedua merupakan bentuk awan yang digunakan dari Korea, dengan ukurannya yang sedang dan *outline* yang halus, dibuat dengan warna-warna yang harmonis. Kedua pola tersebut dapat dibandingkan dengan pola Megamendung, dengan bentuk awan yang memiliki 2 garis/ *layer* dan memiliki awal dan akhir yang cenderung tajam.

**d) Achieve (mencapai)**

Megamendung merupakan pola dari awan yang terletak di langit, oleh karena itu pada dasarnya jika mengikuti definisi/ filosofi dari makna bentuk, pola Megamendung ini sebaiknya di posisikan di atas dari sebuah ruang atau bidang.

Dari keempat poin yang dijabarkan oleh (Ruki, 2019), berikut analisis implementasi Pola Megamendung pada area keberangkatan Bandar Udara Internasional Kertajati:



**Gambar 4.** Implementasi Megamendung pada Interior

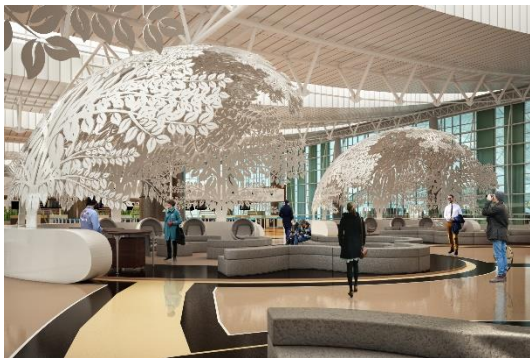
Sumber: Penulis, 2021

Pada Gambar 4, terdapat 3 implementasi Megamendung pada elemen interior, gambar A terletak pada *wayfinding*, gambar B, terletak pada *check-in counter*, dan pada gambar C terletak sebagai elemen dekoratif yang menutupi *service area*.

Jika dilihat dari implementasi Megamendung pada area keberangkatan Bandar Udara Internasional Kertajati, sudah menerapkan empat metode yang dijabarkan oleh Ruki, yaitu *eliminate*, *avoid*, *preserve* dan *achieve*. Pada metode *eliminate*, desainer menghilangkan bentuk hewan dan wayang sehingga Megamendung berdiri sendiri. Pada metode *avoid*, desainer menyusun Megamendung secara horizontal, hal ini sesuai dengan metode *avoid* yang menghindari penyusunan Megamendung secara vertikal untuk menghindari kesalahan makna. Pada metode *preserve* desainer sudah mengikuti bentuk asli Megamendung untuk menjaga makna dari Megamendung. Selain itu pada metode *achieve* desainer mengimplementasikan Megamendung pada bagian atas interior, hal ini sesuai dengan metode *achieve* yang menempatkan Megamendung pada bagian atas ruang atau bidang sesuai dengan filosofi Megamendung itu sendiri.

**Dome Jati:**

Pada area keberangkatan terdapat *focal point* berupa dome dengan bentuk susunan dari daun pohon jati. Kertajati (hutan jati) dibuat sebagai *focal point* dekoratif pada area kedatangan. Pada area tersebut terdapat 5 buah dengan bentuk kubah/ *dome*. Kubah-kubah tersebut hasil rancangan seniman Majalengka, Kuswanto Budiono dan dikerjakan oleh para pengrajin (*craftsmanship*) setempat (Purnomo, A. D. et al., 2020).



**Gambar 5. Dome Jati**  
Sumber: BIJB, 2019

Arsitek sebagai yang membuat sebuah desain bangunan memiliki peran yang penting dan memiliki tanggung jawab atas karyanya. Dengan konsep dasar yang berkonteks dengan kearifan lokal sekitar dimana bangunan tersebut berdiri (Susanti et al., 2020). Dengan adanya *dome jati* ini, mewakili *craftmanship* dari identitas lokal masyarakat setempat sebagai pengrajin dengan membuat karya yang memiliki nilai filosofi dari Kertajati (Desa Jati).



**Gambar 6. Daun jati pada Check-in Counter**  
Sumber: BIJB, 2019

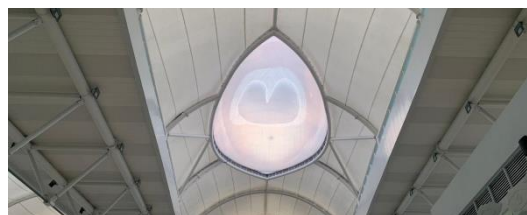
### Tari Merak



**Gambar 7. Tari Merak**  
Sumber: Setiawan, 2020

Merak sebagai identitas filosofis yang dijadikan sebagai dasar dari bentuk arsitektur dari Bandar Udara Internasional Kertajati. Tidak terlepas dari Tari Merak yang dikenal sebagai tarian tradisional Sunda yang terinspirasi dari burung yang dikenal dengan memiliki keindahan bulu ekor ketika mengembang dan gerakan merak yang menarik perhatian (Setiawan, A. et al., 2020).

Tari Merak biasanya ditampilkan saat upacara pernikahan dan sebagai tari untuk menyambut tamu. Filosofi dari Tari Merak tersebut yang dijadikan sebagai dasar perancangan dan inspirasi dari bentuk-bentuk merak. Pada area keberangkatan implementasi merak yang muncul dalam elemen interior merupakan bentuk dari merak, bukan dari filosofi Tari Merak. Ekor bulu merak tersebut dapat dilihat dari *skylight*, yang memberikan pendaran cahaya matahari ke dalam ruang dengan memantulkan motif dari bulu merak.



**Gambar 8. Skylight Bulu Merak**  
Sumber: Penulis, 2021

Ketiga bentuk tersebut, Megamendung, *Dome Jati*, dan *Bulu ekor Merak* merepresentasikan lokalitas atau budaya setempat dimana Bandar Udara Internasional Kertajati ini berada. Megamendung merepresentasikan daerah Cirebon, *dome Jati* merepresentasikan Kertajati (desa jati), dan Tari Merak merupakan tarian dari tradisional sunda yang difilosofikan dari hewan merak jantan. Implementasi *brand identity* dari budaya setempat selanjutnya akan di bahas melalui teori dari komponen dalam desain interior.


### Analisis Brand Identity pada Elemen Pembentuk Ruang

Ke 3 ragam hias tersebut kemudian dianalisis sesuai dengan indikator elemen interior yang membentuk branding, khususnya pada area keberangkatan Bandar Udara Internasional Jawa Barat. Analisis berangkat dari tujuh indikator komponen dalam desain interior yang membentuk *branding*, yaitu ruang,

warna, material, bentuk, cahaya, *furniture* dan kebutuhan faktor manusia. (Imani & Shishebori, 2014)

Analisis fokus terhadap elemen pembentuk ruang, dinding, *ceiling* dan lantai untuk membahas tujuh elemen tersebut pada eksisting di lapangan, serta implementasi dari tiga ragam hias pada setiap elemen. Sehingga dapat diketahui mana ragam hias yang dominan dalam membentuk *brand identity* dari nilai lokal setempat, di area keberangkatan Bandar Udara Internasional Kertajati.

**Tabel 2.** Analisis Elemen Interior

Indikator	Foto Eksisting
<p><b>Ruang</b> Dinding, pintu, bukaan, kolom, lantai, undakan dan tangga, langit-langit, elemen pendukung lainnya (<i>sign system</i>, dll.).</p>	
<p><b>Penjelasan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Konsep interior yang diterapkan dalam area keberangkatan mengambil unsur-unsur lokal yang berulang pada area terminal lainnya.</li> <li>- Jarak <i>floor to ceiling</i> yang cukup tinggi membuat ruang terasa megah, selaras dengan konsep “menyambut” bagi para penumpang.</li> <li>- Penerapan ornamen dekoratif pada elemen <i>furniture</i> menunjukkan identitas lokal setempat, dan dengan <i>ceiling</i> yang bermaterial membran dan penggunaan <i>skylight</i> merupakan metafora dari burung merak. Secara visual tidak terdapat konektifitas atas elemen-elemen tersebut.</li> </ul>	<p style="text-align: center;">C</p>

### Warna

Aplikasi warna pada elemen pembentuk ruang (fasilitas bandara)



### Penjelasan:

- Warna pada area keberangkatan berasal dari pola lantai, *expose ceiling*, dan ornamen dekoratif.
- Aplikasi warna yang digunakan cenderung putih dan warna-warna terang.
- Kondisi tersebut diasumsikan, warna tidak merupakan indikator dominan dalam konsep perancangan area keberangkatan.

### Material

**Dome Jati:** *Fiber resin*, rangka besi, diameter 9 meter, tinggi dome 6 meter Kuswa Budiono, Seniman Majalengka (BIJB 2021)

### Megamendung:

Elemen dekoratif menutupi *service area*, dengan motif Megamendung yang merupakan ciri khas dari Ciayumajakuning MDF dengan *finishing*.

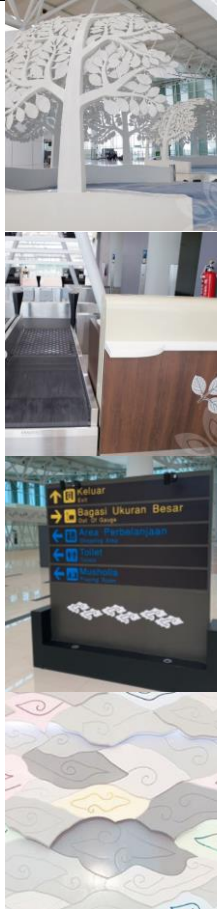


### Penjelasan:

Material yang digunakan di area keberangkatan umumnya material fabrikasi. Ornamen yang menjadikan aksent pada ruang yang membentuk citra khusus. *Dome jati* menjadi visual aksent pada area keberangkatan, sebagai area *focal point* penyambutan penumpang. Dan ornamen Megamendung pada massa *service area* yang memberikan warna.

### Bentuk

- a. **Pohon hayat:**  
diimplementasikan di *dome* jati. Dan juga pada elemen dekoratif pada *check-in counter*.
- b. **Elemen Megamendung**  
Pada massa bangunan *service* yang diselubungi Megamendung, serta pengulangan elemen dekoratif pada *wayfinding*.

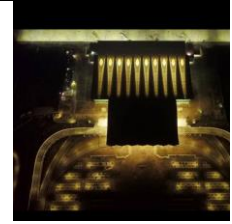


### Penjelasan:

- Bentuk yang dominan pada area keberangkatan selain atap *expose* yang terbuat dari membran, adalah dua poin di atas.
- Atap yang membentuk merak mencerminkan Jawa Barat, sebagai identitas Jawa Barat diangkat dari Tari Merak.
- Identitas budaya, diberikan melalui penerapan bentuk dalam ornamen interior. Pohon hayat yang dibuat oleh seniman lokal diharapkan dapat mengangkat citra kota Majalengka dan Megamendung sebagai motif batik khas Cirebon.

### Cahaya

- Pencahayaan Alami: *Skylight*
- Pencahayaan buatan: *Lighting*



### Penjelasan:

- Pencahayaan alami  
Dioptimalisasikan dengan 10 *skylight* pada atap terminal penumpang seluas 200meter x 170meter  
Dengan bentuk bulu dari burung merak, bias cahaya yang masuk selain memberikan cahaya matahari langsung juga memberikan cahaya bias yang berwarna.
- Pencahayaan buatan  
*Lighting* pada bangunan terminal menggunakan warna *daylight*. Aktivitas terminal yang padat, standar keamanan dan operasional diutamakan sehingga pencahayaan buatan dirancang untuk dapat sejalan dengan kondisi tersebut.

### Furniture

- a. Kursi
- b. *Check-in Counter*



### Penjelasan:

*Furniture* fasilitas bandara pada area keberangkatan, adalah kursi penumpang pada area tunggu dan *check-in counter*. Area duduk dipenuhi kursi fabrikasi dan *check-in counter* terletak di sayap kiri dan kanan, dipisahkan internasional-domestik. Dengan elemen dekoratif pada desainnya.

### Kebutuhan dan Faktor Manusia:





### Penjelasan

- Elemen dekoratif pada area keberangkatan bandara internasional menjadi elemen yang dominan dalam membentuk identitas budaya pada bangunan terminal.
- Simbol dari pohon hayat, Megamendung, dan merak yang menjadikan pesan pada pengunjung identitas lokal yang ingin disampaikan.
- Penggunaan warna, *furniture*, cahaya dan bentuk pada ruang, umumnya mengikuti standar keamanan, operasional yang diwajibkan oleh operator. Mengingat terminal penumpang merupakan bangunan publik yang memiliki standar keamanan dan operasional, elemen-elemen tersebut mengikuti standar dan ketentuan yang berlaku.

Sumber: Penulis, 2021

dominan dan menjadi ikon ornamen pada **area keberangkatan** di Bandar Udara Internasional Kertajati.

### Saran/Rekomendasi

Penelitian selanjutnya dapat mengulas area pada bandar udara internasional lainnya untuk menelaah implementasi dan penerapan identitas lokal pada elemen interiornya. Penerapan yang dilakukan dan evolusi bentuk, aplikasinya dan tanggapan dari pengguna ruang akan aplikasi desain yang diterapkan. Penelitian terkait penerapan *brand identity* pada elemen interior khususnya di bandar udara internasional, akan menjadi acuan bagi perancang/ arsitek lainnya dalam membentuk ide atau gagasan dalam perancangan baru. Penelitian juga dapat membahas persepsi pengunjung terhadap *brand awareness* bandar udara internasional.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Hasil analisis dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. *Brand identity* yang diangkat adalah identitas budaya sebagai wajah provinsi Jawa Barat dan turunannya yang diangkat menjadi dasar bentuk *brand identity* dalam **area keberangkatan** yaitu:
  - **Megamendung**: ornamen dari Cirebon.
  - **Dome Jati**: karya pengrajin lokal Majalengka yang menjadi *focal point* pada ruang.
  - **Tari merak**: tari tradisional penyambutan.

Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh *VP of Corporate Strategy and Masterplan* PT BIJB pada tahun 2021.
2. Implementasi identitas dari Cihayumajakuning diimplementasikan melalui elemen interior **pada area keberangkatan**, didominasi oleh penerapan ornamen dan penggunaan bentuk dekoratif yang berdasar pada identitas budaya dari daerah setempat. Faktor seperti warna, ruang, material, furniture dan cahaya tidak memiliki peran dalam pembentukan *brand identity* di bandara ini.
3. Implementasi bentuk/ pola dari budaya setempat merupakan hasil olah bentuk yang mengikuti filosofi dari mana bentuk tersebut berasal. Sebagai elemen dekoratif, Megamendung menjadi pola

## DAFTAR PUSTAKA

- Caudill, W. W., Peña, W., & Kennon, P. A. (1978). *Architecture and you: how to experience and enjoy buildings*. Whitney Library of Design.
- Ching, D. K. (2014). *Architecture: Form, space, and order*.
- Galih, M., & Ahyudanari, E. (2020). Analisis Demand Bus Bandara pada Bandar Udara Internasional Kertajati. *Jurnal Teknik ITS*, 8(2), E99–E106.
- Hidayatun, M. I., Priyotomo, J., & Rachmawati, M. (2014). *Arsitektur di Indonesia Dalam Perkembangan Jaman, Sebuah Gagasan untuk Jati diri Arsitektur di Indonesia*. Petra Christian University.
- Imani, N., & Shishebori, V. (2014). BRANDING WITH THE HELP OF INTERIOR DESIGN. *Indian Journal of Scientific Research*. [https://www.ijsr.in/upload/1193337118 Microsoft Word - j 124.pdf](https://www.ijsr.in/upload/1193337118%20Microsoft%20Word%20-%20j%20124.pdf)
- Pile, J. F. (1988). *Interior Design*. Harry N. Abram.
- Purnomo, A. D., Amelia, K. P., & Dirayati, S. (2020). Penerapan Elemen Estetik Sebagai Identitas Budaya Lokal Pada Elemen Interior Terminal Penumpang B IJB Kertajati. *Waca Cipta Ruang*, 6(1), 19–24.

- Raja, T. M. (2020). KAJIAN APLIKASI BRAND IDENTITY PADA ELEMEN DESAIN INTERIOR GOURMET CAFÉ PETITENGET. *Jurnal Arsitektur ARCADE*, 4(2), 186–192.
- Ruki, U. A. (2019). Implementation of the “Mega Mendung” pattern in Interior commercial Space. *Journal of Physics: Conference Series*.  
<https://doi.org/10.1088/1742-6596/1175/1/012134>
- Salura, P., & Gunawan, Y. (2001). *Berarsitektur: membuat, menggunakan dan memahami arsitektur*. Architecture & Communication.
- Setiawan, A., Handayani, S., & Fitriani, F. (2020). Identification of Philosophical Architecture Transformation Form of Passenger Terminal Building of Kertajati Airport: Comparison of Visual Features of Peacock Bird (peafowl) and Peacock Dance. *Journal of Development and Integrated Engineering*, 1(1), 1–11.
- Susanti, I., Permana, A. Y., Pratiwi, W. D., & Widiastuti, I. (2020). Territorial space: Structural changes in a religious tourism area (The case of Kampung Mahmud in Bandung, West Java, Indonesia). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 447(1).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1088/1755-1315/447/1/012031>
- Vischer, J. (2007). *Space meet Status: Designing workplace performance*. Routledge.
- Wheeler, A. (2013). *Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team*. John Wiley & Sons.
- Yenny, Hagijanto, A. D., & Maer, B. D. A. (2014). Analisis Penerapan Sparkling Surabaya sebagai City Branding di Bandara Internasional Juanda. *Adiwarna*.  
<http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/1811>