

TESIS

**DEFINISI ATAU KARAKTER “*INSTAGRAMABLE*” PADA RUANG  
KAMAR HOTEL DAN KESESUAIANNYA DENGAN PREFERENSI  
GENERASI MILENIAL DALAM MEMILIH PENGINAPAN  
STUDI KASUS: KOTA YOGYAKARTA**



DISUSUN OLEH:

GUSTIAN YUDISTIRA PUTRA

No. Mhs: 185402942/PS/MTA

PROGRAM STUDI MAGISTER ARSITEKTUR

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA.

2022



# FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PROGRAM STUDI MAGISTER ARSITEKTUR

---

## PERSETUJUAN TESIS

Nama : Gustian Yudistira Putra

Nomor Mahasiswa : 185402942 / PS / MTA

Konsentrasi : Arsitektur Digital

Judul Tesis : Definisi Atau Karakter “Instagramable” Pada Ruang Kamar Hotel dan Kesesuaiannya Dengan Preferensi Generasi Milenial Dalam Memilih Penginapan

Studi Kasus : Kota Yogyakarta

**Nama Pembimbing**

**Tanggal**

**Tanda Tangan**

S. Felasari S.T., M.Sc., CAED.,  
Ph.D

12/01/2023

.....

.....



# FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PROGRAM STUDI MAGISTER ARSITEKTUR

## PENGESAHAN TESIS

Nama : Gustian Yudistira Putra  
Nomor Mahasiswa : 185402942 / PS / MTA  
Konsentrasi : Arsitektur Digital  
Judul Tesis : Definisi Atau Karakter "Instagramable" Pada Ruang Kamar Hotel dan Kesesuaiannya Dengan Preferensi Generasi Milenial Dalam Memilih Penginapan  
Studi Kasus : Kota Yogyakarta

| Nama Pembimbing                                      | Tanggal    | Tanda Tangan |
|--|------------|--------------|
| S. Felasari S.T., M.Sc., CAED., Ph.D<br>(Pembimbing) | 12/01/2023 |              |
| Prof. Ir. Prasasto Satwiko, MBS, Ph.D<br>(Penguji I) | 16/01/2023 |              |
| Khaerunnisa, S.T., M.Eng., Ph.D<br>(Penguji II)      | 24/01/2023 |              |

Ketua Program Studi Arsitektur

FAKULTAS  
Khaerunnisa, S.T., M.Eng., Ph.D  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Gustian Yudistira Putra

NPM : 185402942/PS/MTA

Dengan sungguh -sungguhnya dan atas kesadaran sendiri, menyatakan bahwa, tesis yang berjudul:

Definisi atau Karakter “*Instagramable*” Pada Ruang Kamar Hotel dan Kesesuaiannya Dengan Preferensi Generasi Milenial dalam Memilih Penginapan. Studi Kasus: Kota Yogyakarta

Benar – benar hasil karya saya sendiri.

Pernyataan, gagasan, maupun kutipan – baik langsung maupun tidak langsung – yang bersumber dari tulisan atau gagasan orang lain yang digunakan di dalam penulisan tesis ini telah saya pertanggungjawabkan melalui catatann perut maupun catatan kaki dan daftar pustaka, sesuai dengan norma dan etika penulisan yang berlaku.

Apabila kelak di kemudian hari terdapat bukti yang memberatkan bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruh hasil karya tesis ini, maka saya bersedia untuk menerikma sanksi sesuai peraturan yang berlaku di kalangan Program Studi Magister Arsitektur – Program Pascasarjana – Universitas Atma Jaya Yogyakarta; gelar dan ijazah yang telah saya peroleh akan dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Demikian, surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan sesungguhnya, dan dengan segenap kesadaran maupun kesediaan saya untuk menerima segala konsekuensinya.

Yogyakarta, 24 Februari 2022



Gustian Yudistira Putra

**DEFINISI ATAU KARAKTER “INSTAGRAMABLE” PADA RUANG KAMAR  
HOTEL DAN KESESUAIANNYA DENGAN PREFERENSI GENERASI  
MILENIAL DALAM MEMILIH PENGINAPAN**

**STUDI KASUS: KOTA YOGYAKARTA**

GUSTIAN YUDISTIRA PUTRA

185402942

PROGRAM MAGISTER ARSITEKTUR

UNIVERSITAS ATMA JAYA

[gustianyudistira@gmail.com](mailto:gustianyudistira@gmail.com)

**INTISARI**

Perkembangan teknologi informasi terutama media sosial memberikan dampak pada pemasaran hotel, terutama pemasaran secara online. Di masa pandemi covid-19 seperti saat ini, persaingan antar hotel untuk mendapatkan pengunjung semakin susah. Diferensiasi dibutuhkan agar hotel dapat bertahan dimasa pandemi. Interior kamar hotel dapat menjadi objek diferensiasi yang dapat dipakai untuk mendapatkan pengunjung. Generasi milenial merupakan generasi yang tumbuh bersama perkembangan teknologi informasi dan penggunaan media sosial. Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan generasi ini, istilah instagramable muncul untuk mendefinisikan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi dan dibagikan di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor dan elemen pembentuk ruang kamar yang instagramable, agar pelaku bisnis perhotelan dapat bersaing dan mengembangkan hotel sesuai preferensi generasi milenial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode studi kepustakaan dan analisis deskriptif. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah ditemukannya beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi generasi milenial, yang diperkuat dengan terdapatnya elemen-elemen ruang dalam yang mempengaruhi kesan instagramable. Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi generasi milenial

tersebut antar lain: suasana yang diciptakan kamar yang *instagramable*, adanya spot foto berupa objek maupun view, warna yang menyatu dan memiliki tema, furnitur yang rapi dan mempertimbangkan sirkulasi, keunikan ruang yang simpel dan memiliki kenyamanan visual.

Kata kunci: interior kamar, generasi milenial, preferensi, *instagramable*.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Definisi atau Karakter “Instagramable” Pada Ruang Kamar Hotel dan Kesesuaiannya Dengan Preferensi Generasi Milenial dalam Memilih Penginapan. Studi Kasus: Kota Yogyakarta” ini dengan baik.

Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan agar memperoleh gelar magister pada Program Pascasarjana, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tesis ini berisikan penelitian untuk menentukan strategi peningkatan kualitas ruang interior berupa kamar hotel, agar dapat menaikkan daya saing dan mengembangkan hotel melalui kamar hotel yang instagramable dan sesuai dengan preferensi generasi milenial saat ini. Lokasi yang dipilih menjadi studi kasus pada penelitian ini yaitu hotel-hotel yang ada di Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan pihak lainm tesis ini tidak akan selesai. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis secara khusus mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu saya dalam penyusunan tesis ini dari awal hingga akhir:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang sudah memberikan penulis berkat, karunia, dan perlindungan setiap saat ketika mengerjakan tesis ini hingga selesai.
2. Ibu Khaerunisa, S.T., M.Eng., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Magister Teknik Arsitektur Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan dukungan dalam proses penelitian tesis.
3. Ibu S. Felasari, S.T., M.Sc.CAED, Ph.D. selaku dosen pembimbing saya yang telah memberikan bimbingan dan masukan yang sangat berarti bagi penulis.
4. Prof. Ir. Prasasto Satwiko, MBSc, Ph. D dan Khaerunnisa, S.T., M.Eng., Ph.D selaku dosen penguji yang sudah memberikan masukan yang berarti dan sangat membangun.
5. Kedua orang tua saya Bapak Sutardi dan Ibu Sri Endah yang sudah memberikan dukungan moral maupun meteril sehingga saya dapat menyelesaikan tesis ini.
6. Adik kandung saya, Nescy Dwi Anggraini yang sudah memberikan dukungan kepada saya.
7. Teman-teman yang telah banyak meberikan dukungan dan masukan hingga terselesaikan tesis ini.

8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Demikian tesis ini dibuat dengan sebaik-baiknya oleh penulis. Jika masih ada ketidaksempurnaan dalam tesis ini, maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan laporan ini. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak dan semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 24 Februari 2022



Penyusun

Gustian Yudistira Putra



## DAFTAR ISI

|  |    |
|--|----|
| INTISARI .....                         | ii |
| KATA PENGANTAR .....                   | iv |
| DAFTAR ISI.....                        | vi |
| DAFTAR GAMBAR.....                     | ix |
| DAFTAR TABEL.....                      | xi |
| DAFTAR BAGAN .....                     | xi |
| BAB I. PENDAHULUAN.....                | 1  |
| I.1 Latar belakang.....                | 1  |
| I.2 Rumusan Masalah .....              | 5  |
| I.3 Tujuan.....                        | 6  |
| I.4 Manfaat Penelitian.....            | 6  |
| I.5 Ruang Lingkup Studi .....          | 6  |
| I.6 Metode Penelitian.....             | 7  |
| I.6.1 Pendekatan Studi.....            | 7  |
| I.6.2 Teknik Pengambilan Data.....     | 7  |
| I.6.3 Teknik Analisis Data.....        | 8  |
| I.6.4 Teknik Penarikan Kesimpulan..... | 8  |
| I.6.5 Keaslian Penelitian.....         | 9  |
| I.7 Sistematika Penelitian .....       | 11 |
| BAB II. TINJAUAN TEORI.....            | 13 |
| II.1 Hotel.....                        | 13 |
| II.2 Preferensi konsumen .....         | 17 |

|          |  |     |
|----------|--|-----|
| II.3     | Generasi Milenial .....  | 18  |
| II.4     | Media Sosial dan Instagram .....   | 20  |
| II.5     | Istilah <i>Instagramable</i> .....   | 23  |
| II.6     | Kamar Tidur .....  | 23  |
| II.7     | Elemen Perancangan Ruang Dalam atau Interior. ....   | 25  |
| II.7.1   | Desain interior.....   | 25  |
| II.7.2   | Elemen desain interior .....   | 25  |
| II.7.3   | Elemen pembentuk ruang interior.....   | 65  |
| BAB III. | METODOLOGI PENELITIAN .....  | 69  |
| III.1    | Metode Pendekatan Studi .....  | 69  |
| III.2    | Metode Pengambilan Data.....   | 70  |
| III.3    | Metode Analisis.....   | 75  |
| III.4    | Metode Penarikan Kesimpulan.....   | 75  |
| BAB IV.  | DATA LAPANGAN .....  | 76  |
| BAB V.   | ANALISIS .....   | 86  |
| V.1      | Identifikasi istilah <i>instagramable</i> .....  | 86  |
| V.2      | Identifikasi Tolak Ukur Hotel Yang <i>Instagramable</i> Bersarkan Respon Responden ....  | 86  |
| V.3      | Indentifikasi Tanggapan Responden Mengenai Foto-Foto Kamar Hotel Terkait Dengan Elemen Pembentuk Ruang Interior <i>Instagramable</i> ..... | 87  |
| V.3.1    | LOKAL HOTEL DAN RESTAURANT .....   | 88  |
| V.3.2    | YATS COLONY HOTEL .....  | 96  |
| V.3.3    | ARTOTEL HOTEL .....  | 105 |
| V.4      | Identifikasi Elemen Pembentuk Ruang Interior Kamar Hotel Yang <i>Instagramable</i> Berdasarkan Bidang Dua Dimensi Dan Tiga Dimensi. ....   | 114 |
| BAB VI.  | KESIMPULAN DAN SARAN .....   | 130 |
| VI.1     | Kesimpulan.....  | 130 |

|          |                |     |
|----------|----------------|-----|
| VI.1.1   | Suasana .....  | 130 |
| VI.1.2   | Spot Foto..... | 130 |
| VI.1.3   | Warna.....     | 131 |
| VI.1.4   | Furnitur ..... | 131 |
| VI.1.5   | Keunikan.....  | 131 |
| VI.2     | Saran.....     | 132 |
| BAB VII. | REFERENSI..... | 134 |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar I-1 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia bulan Tahun 2020.....  | 1  |
| Gambar I-2 Data Statistik Jumlah Penduduk di Indonesia berdasarkan Generasi.....   | 2  |
| Gambar II-1 Gambar Ruang Kamar .....   | 24 |
| Gambar II-2 Gambar Ukuran Tipe Tempat Tidur .....  | 24 |
| Gambar II-3 Gambar Permukaan Tekstur.....  | 26 |
| Gambar II-4 Gambar fisik dan visual tekstur .....  | 27 |
| Gambar II-5 Gambar Material pada tekstur .....   | 28 |
| Gambar II-6 Gambar perbandingan visual tekstur bila dilihat dari dekat dan jauh.....   | 30 |
| Gambar II-7 Gambar pengaruh cahaya terhadap tekstur .....  | 31 |
| Gambar II-8 Gambar distribusi tekstur dalam ruangan .....  | 33 |
| Gambar II-9 Gambar macam-macam garis.....  | 34 |
| Gambar II-10 Gambar garis melambangkah arah, tujuan dan pertumbuhan.....   | 35 |
| Gambar II-11 Gambar garis vertikal, horizontal dan diagonal.....   | 36 |
| Gambar II-12 Gambar garis pada pola permukaan bentuk.....  | 37 |
| Gambar II-13 Gambar bentuk dasar lingkaran .....   | 38 |
| Gambar II-14 Gambar kombinasi bentuk lingkaran .....   | 38 |
| Gambar II-15 Gambar bentuk dasar segitiga .....  | 39 |
| Gambar II-16 Gambar kombinasi bentuk segitiga.....   | 40 |
| Gambar II-17 Gambar bentuk dasar bujur sangkar.....  | 41 |
| Gambar II-18 Gambar kombinasi bentuk bujur sangkar .....   | 41 |
| Gambar II-19 Gambar roda warna .....   | 43 |
| Gambar II-20 Kecerahan dalam kenyamanan visual .....   | 51 |
| Gambar II-21 Rasio kecerahan pada objek.....   | 52 |
| Gambar II-22 Titik penempatan lampu.....   | 53 |
| Gambar II-23 Sumber cahaya terang dan terkonsentrasi di atas dan di depan permukaan tugas dapat menyebabkan pantulan terselubung ..... | 54 |
| Gambar II-24 Pencahayaan diffuse meminimalkan kontras dan bayangan.....  | 55 |
| Gambar II-25 Pencahayaan terarah meningkatkan bentuk dan tekstur .....   | 56 |
| Gambar II-26 Temperatur warna .....  | 57 |

|  |     |
|--|-----|
| Gambar II-27 Perpindahan panas.....                                  | 58  |
| Gambar II-28 Aliran udara pada bangunan .....                        | 60  |
| Gambar II-29 Kenyamanan audio.....                                   | 61  |
| Gambar II-30 Contoh Desain Minimalis : House Hafner.....             | 63  |
| Gambar II-31 Contoh Desain Arsitektur Industrial. ....               | 65  |
| Gambar V-1 Salah satu kamar di hotel LOKAL hotel dan restaurant..... | 115 |
| Gambar V-2 Salah satu kamar di hotel YATS colony hotel.....          | 120 |
| Gambar V-3 Salah satu kamar di hotel ARTOTEL yogyakarta.....         | 125 |



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel I-1 Jumlah Hotel/Jasa Akomodasi menurut Kelas Hotel dan Kecamatan di Kota Yogyakarta Tahun 2015 ..... | 4  |
| Tabel I-2 Tabel Penelitian terdahulu.....   | 9  |
| Tabel II-1 Warna dan psikologi warna .....  | 44 |
| Tabel III-1 Kamar dengan lokasi, fasilitas dan review .....   | 73 |

## DAFTAR BAGAN

|   |    |
|---|----|
| Bagan IV-1 Diagram hasil kuisioner pengguna instagram .....                     | 76 |
| Bagan IV-2 Hasil informasi pencarian hotel dengan instagram .....               | 77 |
| Bagan IV-3 Hasil kuisioner pentingnya instagramable saat memilih hotel.....     | 79 |
| Bagan IV-4 Hasil kuisioner elemen-elemen pembentuk karakter instagramable.....  | 80 |
| Bagan IV-5 Hasil kuisioner pilihan foto-foto hotel yang instagramable.....      | 82 |
| Bagan IV-6 Hasil kuisioner faktor Instagramable lokal hotel dan restaurant..... | 82 |
| Bagan IV-7 Hasil kuisioner faktor instagramable YATS colony hotel.....          | 83 |
| Bagan IV-8 Hasil kuisioner faktor instagramable ARTOTEL yogyakarta .....        | 84 |