

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Perancangan

Berawal dari keinginan manusia untuk mendapatkan suasana baru dengan berkunjung ke tempat diluar tempat tinggalnya, kegiatan berwisata saat ini menjadi salah satu kebutuhan yang dilakukan untuk mengisi kegiatan di waktu luang. Demi memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia terkadang tidak dapat luput dari padatnya rutinitas yang harus dilakukan setiap hari. Sekian waktu menjalankan aktifitas dan pekerjaan yang berat secara terus menerus menimbulkan rasa jenuh yang dapat berpengaruh terhadap menurunnya tingkat konsentrasi dan kondisi tubuh. Keadaan tersebut seringkali menyebabkan manusia rentan terhadap stress dan perasaan tertekan, sehingga membuat manusia merasa perlu untuk mencari kegiatan penyeimbang yang dapat memberikan rasa senang dan nyaman guna memulihkan kembali kondisi fisik dan psikisnya.

Berwisata merupakan sebuah kegiatan menyenangkan yang bermanfaat untuk meningkatkan suasana hati, serta mengembalikan kondisi jasmani menjadi lebih segar dan lebih baik. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, wisata didefinisikan sebagai kegiatan yang dapat dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan tujuan rekreasi, pengembangan diri, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Saat ini, sektor wisata termasuk kedalam salah satu sektor yang diperhitungkan karena dapat menjadi sumber pendapatan. Di Indonesia, pariwisata menjadi aset penghasil devisa Negara keempat setelah batu bara, minyak dan gas bumi. Pariwisata memiliki posisi strategis dalam perkembangan perekonomian Indonesia. Pembangunan kepariwisataan di Indonesia diarahkan agar kegiatan wisata menjadi sektor andalan yang mampu menggerakkan sektor-sektor ekonomi lain yang saling berkaitan. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, pada tahun 2011 sampai dengan 2015 ranking devisa pariwisata terhadap ekspor barang terbesar memiliki nilai yang terus meningkat. Kekayaan alam dan budaya menjadi potensi

utama pariwisata yang ada di Indonesia, serta didukung dengan keunikan setiap daerah di Indonesia yang memiliki ciri khas wisatanya masing-masing.

Tabel 1.1 Ranking Devisa Pariwisata terhadap Ekspor Barang Terbesar di Indonesia Periode Tahun 2011 – 2015

Rank	2011		2012		2013		2014		2015	
	Jenis Komoditas	Nilai (juta USD)	Jenis Komoditas	Nilai (juta USD)	Jenis Komoditas	Nilai (juta USD)	Jenis Komoditas	Nilai (juta USD)	Jenis Komoditas	Nilai (juta USD)
1	Minyak & gas bumi	41,477.10	Minyak & gas bumi	36,977.00	Minyak & gas bumi	32,633.20	Minyak & gas bumi	30,318.80	Minyak & gas bumi	18,552.10
2	Batu bara	27,221.80	Batu bara	26,166.30	Batu bara	24,501.40	Batu bara	20,819.30	Batu bara	15,943.00
3	Minyak kelapa sawit	17,261.30	Minyak kelapa sawit	18,845.00	Minyak kelapa sawit	15,839.10	Minyak kelapa sawit	17,464.90	Minyak kelapa sawit	15,385.20
4	Karet olahan	14,258.20	Karet olahan	10,394.50	Pariwisata	10,054.15	Pariwisata	11,166.13	Pariwisata	12,225.89
5	Pariwisata	8,554.39	Pariwisata	9,120.85	Karet olahan	9,316.60	Pakaian jadi	7,450.90	Pakaian jadi	7,371.90
6	Pakaian jadi	7,801.50	Pakaian jadi	7,304.70	Pakaian jadi	7,501.00	Karet olahan	7,021.70	Makanan olahan	6,456.30
7	Alat listrik	7,364.30	Alat listrik	6,481.90	Alat listrik	6,418.60	Makanan olahan	6,486.80	Karet olahan	5,842.00
8	Tekstil	5,563.30	Tekstil	5,278.10	Makanan olahan	5,434.80	Alat listrik	6,259.10	Alat listrik	5,644.80
9	Makanan olahan	4,802.10	Makanan olahan	5,135.60	Tekstil	5,293.60	Tekstil	5,379.70	Tekstil	4,996.00
10	Bahan kimia	4,630.00	Kertas dan barang dr kertas	3,972.00	Kertas dan barang dr kertas	3,802.20	Kayu olahan	3,914.10	Kayu olahan	3,815.80
11	Kertas dan barang dr kertas	4,214.40	Bahan kimia	3,636.30	Kayu olahan	3,514.50	Bahan kimia	3,853.70	Kertas dan barang dr kertas	3,605.50
12	Kayu olahan	3,288.90	Kayu olahan	3,337.70	Bahan kimia	3,501.60	Kertas dan barang dr kertas	3,780.00	Bahan kimia	2,807.60

Sumber: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2015

Mutiara Ajriyani, 2018
LAPORAN PERENCANAAN & PERANCANGAN
VISITOR CENTER DI KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sebagai salah satu provinsi dengan potensi pariwisata yang cukup beragam, Jawa Barat menjadi satu dari sekian banyak wilayah di Indonesia yang menjadi destinasi pilihan wisatawan Nusantara maupun Mancanegara, dengan daya tarik wisata yang unggul dalam bidang kuliner, budaya, sejarah dan potensi alam. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Indonesia yang dirilis 04 Agustus 2014, pada periode Januari hingga Juni 2014 Jawa Barat termasuk dalam 10 besar provinsi di Indonesia yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan. Data tersebut dihitung berdasarkan jumlah kedatangan wisatawan yang masuk melalui pintu atau jalur masuk utama kedatangan wisatawan. Jawa Barat meraih sekitar 2,14% dari total wisatawan yang melakukan kegiatan berwisata untuk Semester I Tahun 2014 dan berhasil masuk menempati posisi 6 dari 10 besar provinsi yang paling banyak dikunjungi di Indonesia. Jumlah kunjungan wisatawan Nusantara dan Mancanegara yang datang ke Jawa Barat mencapai angka 9 juta jiwa lebih, dengan daerah kunjungan paling banyak adalah kawasan wisata yang berada di wilayah Bandung raya, meliputi kota Bandung dan sekitarnya.

Tabel 1.2 Data Kunjungan Wisatawan terhadap Obyek dan Daya Tarik Wisata di Jawa Barat

NO.	NAMA OBYEK DAN DAYA TARIK WISATA	LOKASI	JENIS OD TW	JUMLAH KUNJUNGAN		JUMLAH KUNJUNGAN
				WISMAN	WISNUS	
1	2	3	4	5	6	7
1	Ciater	Kabupaten Subang	Alam	28.236	1.882.406	1.910.642
2	Tangkuban Parahu	Kabupaten Subang	Alam	28.221	1.856.623	1.884.844
3	Pondok Bali	Kabupaten Subang	Alam	3.710	1.125.564	1.129.274
4	Taman Safari Indonesia	Kabupaten Bogor	Alam	18.279	895.711	913.990
5	Kebun Binatang	Kota Bandung	Minat Khusus	634	649.975	650.609
6	Taman Wisata Matahari	Kabupaten Bogor	Alam	-	453.284	453.284
7	Taman Wisata Mekarsari	Kabupaten Bogor	Alam	-	450.053	450.053
8	Pamijahan	Kabupaten Tasikmalaya	Budaya	-	302.704	302.704
9	Gunung Tangkuban Parahu	Kabupaten Bandung Barat	Alam	16.232	232.635	248.867
10	Gramma Tirta Jatiluhur	Kabupaten Purwakarta	Alam	967	221.389	222.376
11	Museum Geologi	Kota Bandung	Minat Khusus	1.695	216.965	218.660
12	Situ Bagendit	Kabupaten Garut	Alam	143	203.352	203.495
13	Taman Lalu Lintas Ade Irma Suryani	Kota Bandung	Minat Khusus	-	186.787	186.787
14	Pantai Santolo	Kabupaten Garut	Alam	247	166.773	167.020
15	Museum Sribaduga	Kota Bandung	Umum	170	156.314	156.484
16	Wanawisata Galunggung	Kabupaten Tasikmalaya	Alam	158	148.002	148.160
17	Cibulan	Kabupaten Kuningan	Alam	-	145.220	145.220
18	Wisata Agro Gunung Mas	Kabupaten Bogor	Alam	202	144.160	144.362
19	Taman Budaya Sentul	Kabupaten Bogor	Minat Khusus	-	129.848	129.848
20	Kolam renang Karang Setra	Kota Bandung	Minat Khusus	-	118.174	118.174
				98.914	9.685.939	9.784.853

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, 2014

Bandung merupakan ibukota provinsi sekaligus menjadi kota metropolitan terbesar di provinsi Jawa Barat, dimana pusat pelayanan (*service centre*) dan pertumbuhan (*growth pole*) berada di kota ini. Bandung termasuk dalam kota tujuan wisata yang sering dikunjungi wisatawan karena daya tarik wisatanya yang unik, serta didukung dengan kondisi geografis wilayah yang sebagian besar dikelilingi oleh

Mutiara Ajriyani, 2018

LAPORAN PERENCANAAN & PERANCANGAN
VISITOR CENTER DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pegunungan membuat Bandung menjadi tempat yang sejuk dan nyaman untuk dijadikan destinasi tujuan berwisata. Berdasarkan keterangan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung, angka kunjungan wisatawan yang datang ke Bandung paling tinggi mencapai angka 6 juta pengunjung. Namun, dikutip dari pernyataan Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung, dibandingkan dengan kota-kota lain di Indonesia, angka kunjungan tersebut masih minim dari target yang ditentukan khususnya target dalam menarik wisatawan Mancanegara. Menurutnya, minimnya target kunjungan dikarenakan kurangnya promosi yang dapat menarik minat wisatawan, terlebih wisatawan Mancanegara.

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa promosi pariwisata dapat memberi pengaruh dalam rangka memperkenalkan potensi pariwisata suatu tempat guna menarik minat wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk mempromosikan potensi pariwisata, salah satunya adalah melalui media dan sarana informasi. Informasi merupakan sumber ilmu pengetahuan yang dapat berkembang dengan sangat cepat. Pada era globalisasi seperti saat ini, informasi termasuk kedalam salah satu kebutuhan yang cukup penting bagi kehidupan masyarakat, karena dengan informasi masyarakat dapat mengetahui hal-hal yang telah, sedang dan akan terjadi.

Dalam bidang kepariwisataan, menurut data Kementrian Pariwisata dalam Publikasi Statistik Profil Wisatawan Nusantara Tahun 2014 menyebutkan bahwa media informasi termasuk kedalam konsep atau bagian yang dimaksudkan untuk memperoleh keseragaman dan kesatuan dalam tujuan berwisata. Media informasi dalam pariwisata merupakan komponen utama yang paling sering digunakan. Media Informasi digunakan sebagai sumber referensi selama melakukan kegiatan berwisata atau yang terkait dengan perjalanan wisata.

Untuk mewujudkan hal tersebut, dibutuhkan sarana yang dapat memudahhi aktifitas promosi pariwisata dan mendapatkan sumber informasi seputar kegiatan wisata menjadi lebih mudah. Semua informasi yang berhubungan dengan pariwisata dan kebutuhan penunjangnya harus dikemas pada suatu sarana yang mudah dicari dan ditemukan oleh para wisatawan.

Visitor center merupakan tempat atau sarana dimana wisatawan dapat memperoleh berbagai informasi mengenai daerah atau tempat wisata yang dikunjunginya. Dalam dunia pariwisata, *visitor center* adalah produk yang

menghasilkan nilai-nilai infrastruktur fisik dan masyarakat setempat untuk digunakan dan dikelola sebagai sumber daya tarik wisata. Tidak jarang kita menemukan wisatawan yang kesulitan untuk mencari rute jalan atau informasi berkaitan dengan tempat wisata yang akan ditujunya, terutama wisatawan Mancanegara yang memiliki perbedaan bahasa dengan masyarakat Indonesia. Di negara-negara lain seperti Amerika, Australia dan beberapa negara di Eropa, fungsi *visitor center* dianggap perlu karena selain dapat mempermudah wisatawan juga sebagai media informasi untuk memperkenalkan tempat-tempat wisata yang ada.

Bandung sebagai wilayah dengan daya tarik wisatanya yang cukup beragam berpeluang untuk menyediakan wadah yang dapat melayani informasi yang memuat semua data tentang potensi pariwisatanya. Fasilitas tersebut ditujukan untuk melayani para wisatawan secara konkret sehingga perkembangan industri pariwisata dapat tercapai dengan lebih baik. Dengan tersedianya fasilitas khusus yang dapat melayani informasi seputar tempat wisata, keberadaan *visitor center* diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi sumber daya tarik dalam mempromosikan potensi pariwisata yang ada.

B. Maksud dan Tujuan Perancangan

Dimaksudkan untuk merancang sebuah *visitor center* yang mampu mewadahi kebutuhan penggunaannya dalam kegiatannya untuk melayani dan memberikan informasi berkaitan dengan daya tarik tempat wisata serta informasi penunjang wisata lainnya yang menjadi aset dan potensi di kota Bandung.

Adapun tujuan perancangan yang ingin dicapai pada *visitor center* yang akan dirancang, yaitu:

- Menyediakan sarana yang dapat mewadahi kebutuhan pengguna dalam mendapatkan sumber data berkaitan dengan informasi tempat tujuan wisata.
- Menyediakan fasilitas penunjang kegiatan lain yang tidak hanya berkaitan dengan informasi dan kebutuhan pengguna, namun juga sebagai sarana apresiasi, atraksi dan pameran.
- Merancang *visitor center* yang menarik untuk didatangi masyarakat Bandung dan para wisatawan yang datang berkunjung ke Bandung, serta mampu mewadahi fungsi didalamnya sehingga membuat pengunjung merasa nyaman dan senang untuk kembali datang berkunjung ke Bandung.

- Menjadikan *visitor center* sebagai salah satu citra kota Bandung dan menjadi *focal point* bagi perjalanan pariwisata di Bandung.

C. Identifikasi Masalah Perancangan

Dalam merancang *visitor center*, terdapat beberapa permasalahan yang telah dikaji terhadap sarana informasi wisata yang ada di kota Bandung yakni sebagai berikut:

1. Sosial, Ekonomi dan Budaya
 - a. Sarana pelayanan informasi wisata bagi wisatawan yang ada belum berfungsi dengan baik.
 - b. Teknik penyajian informasi yang diberikan kurang inovatif dan kurang menarik.
 - c. Pelayanan yang diberikan masih sebatas pelayanan informasi berupa peta/brosur seputar kawasan wisata yang ada dan belum didukung dengan fasilitas penunjang kegiatan wisata lainnya.
 - d. Lokasi kurang strategis sehingga sulit ditemukan oleh pengunjung/wisatawan yang datang.
2. Arsitektural
 - a. Ruang penyajian informasi kurang menarik, sehingga kurang memberikan pengalaman ruang yang ditimbulkan kepada pengunjung/wisatawan yang datang.
 - b. *Layout* ruang terbatas pada teknik penyampaian informasi berupa konsultasi yang terkesan formal antara pengelola dengan pengunjung/wisatawan yang datang.

D. Batasan dan Masalah Perancangan

Setelah mengidentifikasi masalah yang terdapat dalam perancangan *visitor center*, maka batasan masalah yang akan diuraikan dalam perancangan antara lain:

- Merancang *visitor center* sebagai pusat pelayanan informasi wisata bagi pengunjung/wisatawan dengan pelayanan informasi yang lebih beragam.
- Merancang *visitor center* yang mewadahi fasilitas pendukung kegiatan wisata lain yang dapat menunjang kegiatan wisata menjadi lebih mudah.

- Merancang *visitor center* di lokasi yang lebih mudah ditemukan dan mudah diakses oleh pengunjung/wisatawan yang datang, terintegrasi dengan titik transportasi yang menjadi tempat kedatangan wisatawan.
- Membuat solusi perancangan *visitor center* yang lebih inovatif dan menarik sehingga membuat pengunjung/wisatawan yang datang merasa nyaman dan memberikan kesan khas dari tempat dan lokasi *visitor center* berada.

E. Pendekatan dan gambaran capaian yang dituju

Pendekatan yang digunakan dalam perancangan *visitor center* ini adalah pendekatan kinerja (*performance building*). Pendekatan kinerja dipilih berdasarkan alur kegiatan/aktifitas dibuat sesuai kebutuhan dan harapan yang ingin dituju. Berdasarkan alur kegiatan tersebut, didapat pengelompokkan kegiatan yang selanjutnya berperan dalam menentukan program ruang, meliputi kebutuhan dan kedekatan ruang.

Berikut merupakan diagram pencapaian pada *visitor center*:

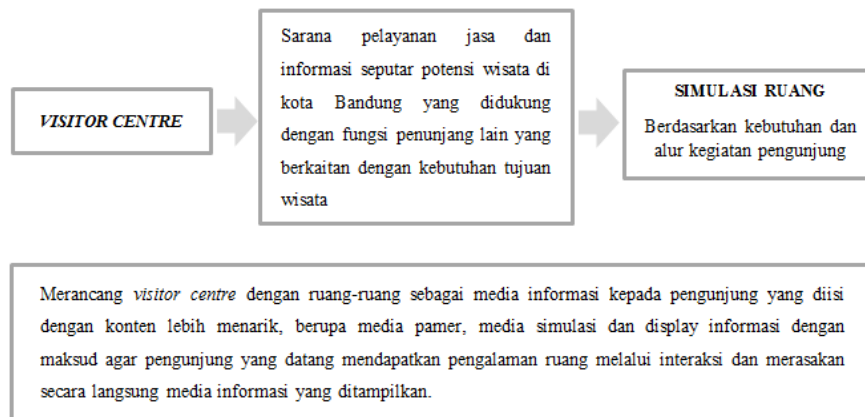


Diagram 1.1 Pendekatan dan gambaran capaian yang dituju

Sumber: Analisis Penulis, 2018

Bangunan *visitor center* diharapkan mampu mewartakan aktifitas dan kebutuhan wisatawan dalam mendapatkan sumber informasi serta jasa layanan wisata, dan didukung dengan kegiatan/ aktifitas penunjang lain sehingga *visitor center* dapat dimanfaatkan baik oleh wisatawan maupun masyarakat lokal, dengan tetap memperhatikan konteks lingkungan yang ada dalam mewujudkan kesan khas dari letak *visitor center* berada.

F. Kerangka Berfikir

Mutiara Ajriyani, 2018

LAPORAN PERENCANAAN & PERANCANGAN
VISITOR CENTER DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berawal dari latar belakang mengenai isu yang diangkat berdasarkan kondisi yang sedang terjadi, kemudian ditentukan melalui jenis bangunan yang akan dirancang untuk menjawab permasalahan yang ada. Maksud dan tujuan ditentukan berdasarkan jenis bangunan yang telah dipilih, kemudian dilakukan studi literatur sebagai bahan untuk dapat menentukan kriteria perancangan. Penentuan lokasi tapak dilakukan berdasarkan peruntukan yang berlaku dan selanjutnya menganalisis data-data pendukung sebagai bahan untuk memasuki tahap konsep perancangan. Perancangan *visitor center* menggunakan tahap-tahap metode kerja sebagai berikut:

1. Ide, mencakup:
 - a. Deskripsi
 - b. Tujuan
2. Masalah, meliputi:
 - a. Sosial
 - b. Budaya
 - c. Tata ruang kota
 - d. Arsitektural
3. Analisis, meliputi:
 - a. Perencanaan
Analisis perencanaan merupakan hal yang berkaitan dengan tapak, seperti kriteria lokasi, kriteria tapak, aksesibilitas, sirkulasi, pemintakatan, sensori, dan tautan lingkungan
 - b. Perancangan
Analisis perancangan meliputi analisis yang berkaitan dengan bangunan seperti kegiatan, pelaku kegiatan, program ruang, kebutuhan ruang, sirkulasi, pemintakatan, massa dan bentuk
4. Konsep
 - a. Perencanaan
Konsep perencanaan merupakan konsep yang berkaitan dengan tapak, seperti lokasi, tapak, aksesibilitas, sirkulasi, pemintakatan, tata letak, massa dan ruang.
 - b. Perancangan
Konsep perancangan merupakan konsep yang berkaitan dengan konsep bangunan, seperti besaran ruang, persyaratan ruang, aksesibilitas, sirkulasi, pemintakatan, massa dan bentuk, struktur, bahan, dan utilitas.
5. Sintesis

Sintesis dari hasil analisis dan konsep perencanaan dan perancangan berupa desain.

Berikut merupakan kerangka berfikir proses perencanaan dan perancangan *visitor center*.

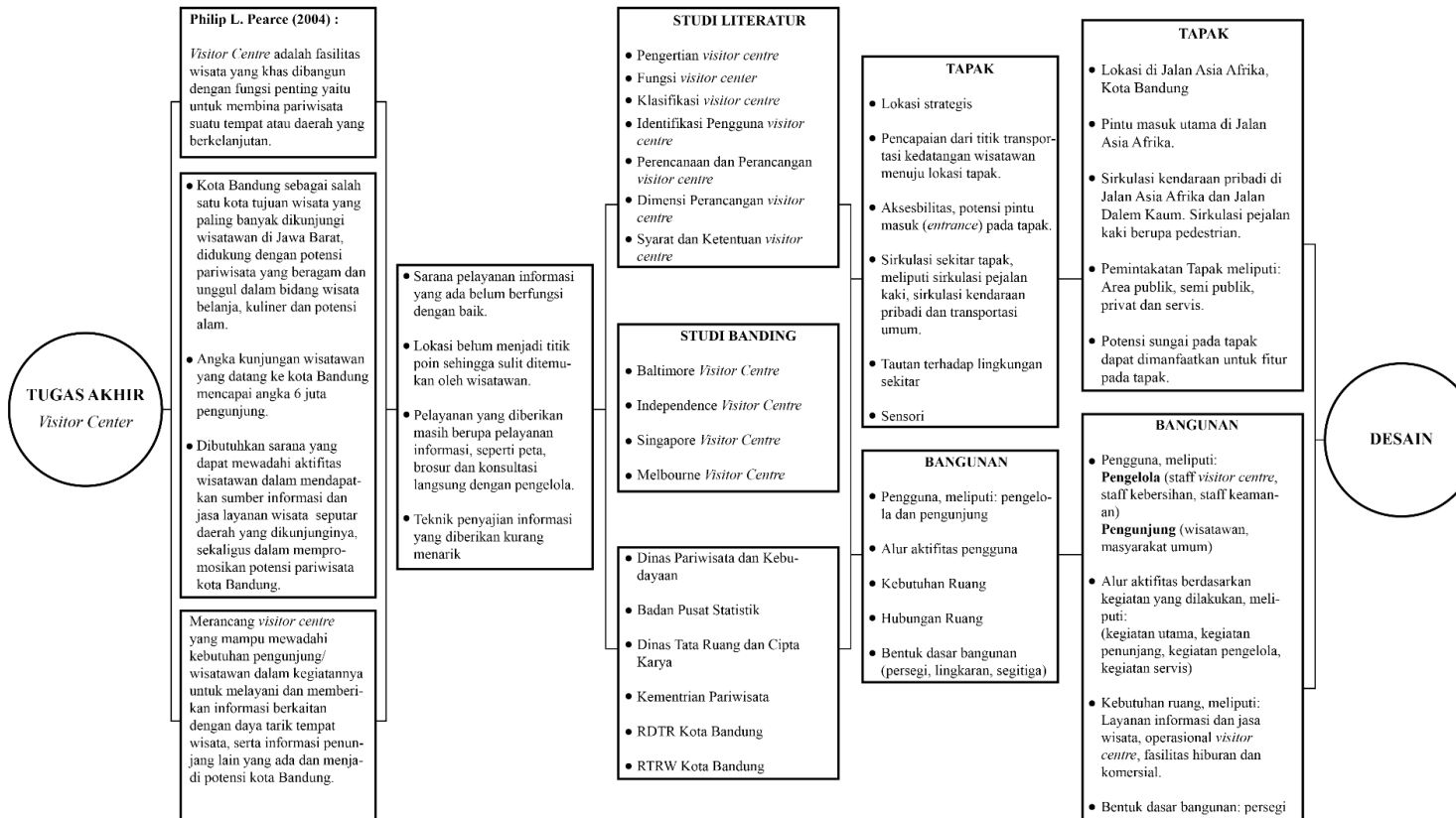


Diagram 1.2 Kerangka Berfikir

Sumber: Analisis Penulis, 2018

Mutiara Ajriyani, 2018

LAPORAN PERENCANAAN & PERANCANGAN
VISITOR CENTER DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

G. Sistematika Pelaporan

Laporan ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I – PENDAHULUAN

Berisi penjelasan mengenai latar belakang pemilihan proyek perancangan, maksud dan tujuan, batasan perancangan, pendekatan perancangan yang digunakan dan gambaran capaian yang dituju, kerangka berfikir serta sistematika penulisan laporan perancangan.

BAB II – KAJIAN

Berisi kajian teoritis terkait pemahaman literatur proyek, meliputi pengertian proyek, fungsi proyek, klasifikasi proyek dan standar-standar perancangan proyek.

BAB III – DESKRIPSI PROYEK

Berisi gambaran umum proyek, meliputi lokasi, rona lingkungan, peraturan pembangunan dan potensi lokasi tapak.

BAB IV – ELABORASI TEMA

Berisi penjelasan mengenai tema yang akan diterapkan pada perencanaan dan perancangan proyek, meliputi kajian pengertian tema, interpretasi dan konsep tema pada perancangan, serta kajian studi banding mengenai tema sejenis.

BAB V – ANALISIS PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

Berisi penjelasan mengenai analisis-analisis yang dapat mendukung perencanaan dan perancangan, meliputi analisis lingkungan dan tapak, serta analisis perancangan bangunan.

BAB VI – KONSEP PERENCANAAN

Berisi penjelasan konsep perancangan yang digunakan pada bangunan, meliputi konsep dasar, konsep perencanaan tapak, serta konsep perancangan bangunan.

Laporan ditutup dengan rincian daftar pustaka, daftar riwayat hidup penulis serta lampiran-lampiran gambar hasil perancangan sebagai bagian akhir dari laporan ini.