

BAB II KAJIAN

A. Pengertian Visitor Center

- **Macmillan Dictionary: Definition of Visitor Center (2010)**, *visitor center* diartikan sebagai titik poin yang menjadi tempat tujuan yang menarik bagi banyak orang untuk menuju tempat tersebut.

“a physical location that provides tourist information to the visitors who tour the place or area locally”.

“a building that gives information and services to visitors to a place such as city, historical building, or nature reserve”.

Dalam pengertian tersebut dijelaskan bahwa *visitor center* dapat diartikan sebagai sebuah lokasi fisik yang menyediakan informasi bagi wisatawan atau para pengunjung yang mengunjungi suatu tempat atau daerah.

Visitor center juga diartikan sebagai sebuah bangunan yang memberikan informasi serta layanan kepada pengunjung atau wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat seperti kota, bangunan bersejarah atau cagar alam yang menjadi tempat tujuan wisata di suatu daerah.

- **Sustainable Tourism Development (1999)**, *visitor center* adalah fasilitas wisata yang bertujuan untuk dapat menarik wisatawan datang ke lokasi atau kawasan, berupa fasilitas pelayanan meliputi pelayanan informasi dan pelayanan jasa yang didukung rekreasi dengan harapan pengunjung dapat tinggal lebih lama.
- **Philip L. Pearce (2004)**, *visitor center* adalah fasilitas wisata yang khas dibangun dengan fungsi penting yaitu untuk membina pariwisata suatu tempat atau daerah yang berkelanjutan.
- **Buku Pedoman Umum Desa Wisata (2012)**, *visitor center* merupakan tempat dimana wisatawan dapat memperoleh berbagai informasi-informasi umum hingga khusus mengenai lokasi atau tempat yang dikunjunginya, baik dalam bentuk peta, buku atau media informasi lainnya.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *visitor center* merupakan fasilitas pelayanan yang menyediakan informasi bagi wisatawan

atau pengunjung yang datang mengunjungi suatu tempat atau daerah dengan tujuan untuk membina pariwisata suatu tempat atau daerah yang dikunjunginya.

B. Fungsi Visitor Center

Dalam Buku Pedoman Umum Desa Wisata Tahun 2012 terdapat beberapa fungsi umum dari *visitor center*, yaitu:

- Sebagai titik pertemuan.
- Mempermudah wisatawan untuk mendapatkan pelayanan serta informasi-informasi lain yang dibutuhkan.
- Memberikan gambaran secara umum kepada pengunjung/wisatawan tentang daerah yang dikunjunginya.

Menurut Philip L. Pearce (2004) dalam *The Functions and Planning of Visitor Centres in Regional Tourism*, terdapat “*Four Plus*” atau empat fitur tambahan fungsi *visitor center*, yaitu:

1. Fungsi Promosi

Fungsi ini mengacu pada peran aktif dari daerah, kota atau wilayah dalam mempromosikan pariwisatanya. Pada dasarnya fungsi ini berperan untuk merangsang permintaan wisata guna meningkatkan pendapatan suatu daerah. Melalui fungsi ini, *visitor center* dapat menyediakan sumber informasi yang nyata dan dapat dipercaya serta menjamin kualitas layanan informasi yang diberikan.

2. Fungsi Orientasi dan Peningkatan Kunjungan

Fungsi kedua adalah melihat kualitas pengalaman/kesan yang diberikan kepada pengunjung. Kualitas tersebut didukung dengan upaya dalam menyediakan bentuk tampilan, memberi saran lokasi atau tempat wisata baru, dan secara umum memberikan informasi kepada pengunjung tentang fitur daerah yang dikunjunginya.

3. Fungsi Kontrol dan Penyaringan

Pada fungsi ini, *visitor center* berperan untuk mengontrol aliran pengunjung/wisatawan yang datang agar sumber daya dan pengaturannya tetap berada dibawah kendali suatu daerah. *Visitor center* berperan sebagai pintu masuk dan menjadi titik (pusat) untuk melakukan kendali terhadap pengunjung/wisatawan yang datang ke suatu daerah.

4. Fungsi Substitusi

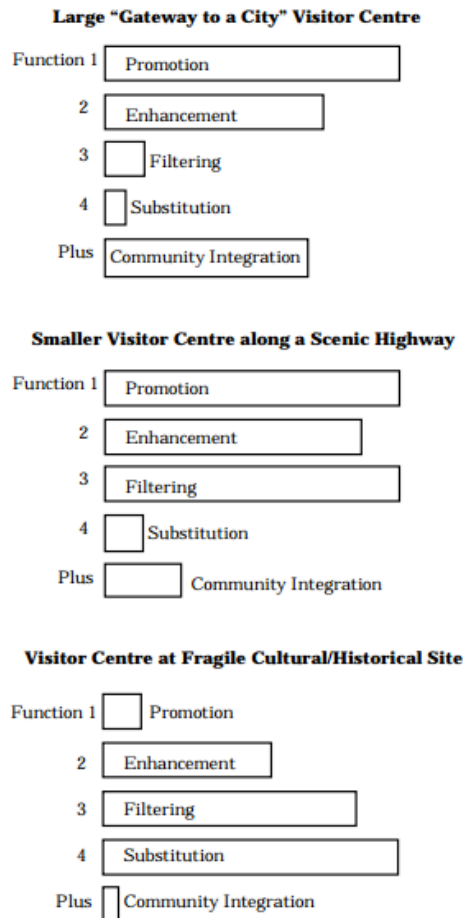
Fungsi substitusi disebut juga sebagai fungsi pengganti dimana *visitor center* dapat menjadi pengganti objek wisata, atau setidaknya *visitor center* merupakan salah satu daya tarik wisata dari suatu daerah tertentu.

5. Fungsi Plus (Tambahan)

Fungsi ini merupakan fungsi tambahan dari “*Four Plus*” fungsi *visitor center*. Pada fungsi plus (tambahan) ini, *visitor center* dapat berperan sebagai fasilitas bagi masyarakat untuk berbagai kegiatan apresiasi seni, budaya dan sosial lokal. Dapat dikatakan, fungsi *visitor center* dalam hal ini sebagai simbol dari suatu daerah dan potensi pariwisata yang ada menjadi alasan untuk keberadaan *visitor center*.

C. Klasifikasi Visitor Center

Berdasarkan pada fungsi “*Four Plus*” yang telah dijelaskan, Philip L. Pearce (2004) membuat diagram perbandingan nilai masing-masing fungsi tersebut kedalam identifikasi lokasi sebuah *visitor center*. Pada diagram menunjukkan bahwa identifikasi lokasi setiap *visitor center* memiliki nilai fungsi “*Four Plus*” yang berbeda.



Gambar 2.1 Perbandingan Fungsi *Visitor Center* menurut Lokasi

Sumber: Philip L. Pearce (2004), *The Functions and Planning of Visitor Centres in Regional Tourism*

Dilihat menurut lokasinya, klasifikasi *visitor center* terbagi kedalam tiga kategori. Menurut Philip L. Pearce (2004), ketiga kategori ini saling berkaitan terhadap keberadaan *visitor center* disuatu tempat/kota Adapun masing-masing klasifikasi *visitor center* tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Large Visitor Center*

Pada klasifikasi pertama adalah *visitor center* kategori *large* (besar) dimana *visitor center* ini merupakan gerbang utama pusat informasi yang ada pada suatu kota. *Visitor center* ini biasanya terletak di pusat sebuah kota yang menjadi titik pusat pelayanan kota tersebut. Pada *visitor center* tingkat ini, fungsi promosi, fungsi peningkatan kunjungan dan fungsi plus menjadi fungsi-fungsi yang harus diutamakan dalam merencanakan sebuah *visitor center*.

2. *Small Visitor Center*

Pada klasifikasi kedua merupakan *visitor center* kategori *small* (kecil). *Visitor center* ini berada satu tingkat setelah *visitor center* sebelumnya, biasanya berada di suatu daerah setelah tingkat wilayah/kota tersebut, misalnya: sub-wilayah atau kabupaten. *Visitor center* ini berperan untuk menjadi pusat informasi wisata yang mempromosikan daerahnya. Pada *visitor center* tingkat ini, fungsi promosi, fungsi peningkatan pengunjung dan fungsi penyaringan menjadi fungsi yang harus diutamakan.

3. *Visitor Center at Fragile Cultural/Historical Site*

Pada klasifikasi ketiga merupakan *visitor center* yang menjadi kategori khusus pada suatu objek wisata tertentu, misalnya: *Visitor center* di objek wisata Tangkuban Parahu. *Visitor center* ini berperan sebagai pusat informasi yang khusus mempromosikan dan menginformasikan daya tarik objek wisata tersebut. Pada *visitor center* tingkat ini, fungsi peningkatan kunjungan, fungsi penyaringan dan fungsi substitusi menjadi fungsi yang harus diutamakan.

D. Identifikasi Pengguna Visitor Center

Pertimbangan terhadap kebutuhan pengguna merupakan hal penting demi mewujudkan sebuah fasilitas *visitor center* yang baik. Kebutuhan tersebut dapat menghasilkan keputusan tentang apa saja yang akan dimasukkan kedalam perancangan *visitor center* agar berfungsi secara efektif dan maksimal. Identifikasi tiga kelompok khas pengguna pada *visitor center* antara lain:

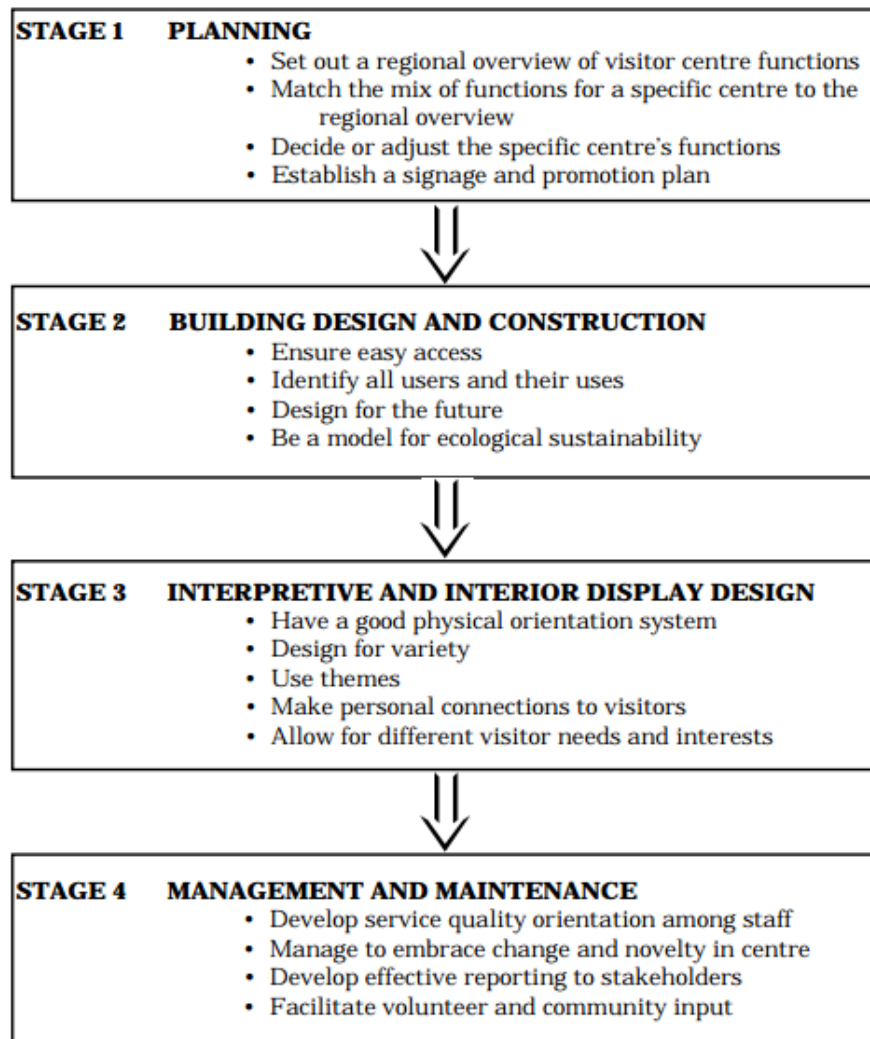
1. **Pengunjung:** Siapa pengunjung yang cenderung datang ke *visitor center*? Jenis fasilitas seperti apa yang dapat mendukung kegiatan pengunjung yang datang?
2. **Pengelola/Staf:** Pengelola membutuhkan ruang untuk tugas-tugas non-publik, seperti kebutuhan untuk persiapan dan penyimpanan.
3. **Masyarakat Lokal:** Kemungkinan *visitor center* secara fungsional digunakan oleh kelompok-kelompok masyarakat juga perlu dipertimbangkan.

Dalam *visitor center*, pengunjung merupakan pengguna utama yang harus diperhatikan. Pengunjung pada perancangan *visitor center* merupakan elemen sasaran utama, dimana pengalaman, keamanan dan kenyamanan pengunjung berperan guna meningkatkan minat pengunjung yang datang. Terdapat beberapa instrumen pengunjung yang harus diperhatikan, yaitu:

- **Demografi:** Potensi pengunjung berdasarkan usia, jenis kelamin, kebangsaan, kelompok, seberapa jauh mereka melakukan perjalanan, faktor-faktor sosial, fisik dan budaya.
- **Psikografis:** Meliputi kepentingan dan harapan, digunakan untuk menentukan mengapa pengunjung datang ke daerah tertentu, apa alasan/pengalaman yang mereka cari, misalnya: liburan bersama teman-teman atau keluarga, melepas stress dan jenuh dari rutinitas sehari-hari atau mencari suasana baru dengan berekreasi/berwisata ke luar daerah tempat tinggalnya.
- **Orientasi:** *Visitor center* berperan untuk membantu *first-time visitor* (pengunjung pertama kali) atau pengunjung baru yang belum terbiasa dengan daerah yang dikunjunginya, dan memiliki harapan untuk mendapatkan informasi tentang fasilitas, budaya, sejarah dan potensi seputar daerah kunjungannya.
- **Edukasi:** *Visitor center* juga berperan untuk membantu pengunjung dengan ketertarikan yang spesifik, selain dari mengharapkan mendapat informasi seputar daerah kunjungannya, pengunjung memiliki ketertarikan dalam informasi edukasi seputar daerah kunjungannya. *Visitor center* berperan untuk memberikan informasi secara garis besar seputar sejarah dan budaya daerahnya.

E. Perencanaan dan Perancangan Visitor Center

Philip L. Pearce (2004) dalam *The Functions and Planning of Visitor Centres in Regional Tourism* menjelaskan empat tahap yang dapat digunakan sebagai urutan tindakan dalam proses perencanaan dan perancangan sebuah *visitor center*. Empat tahap tersebut merupakan prinsip-prinsip praktis yang diambil berdasarkan fungsi *visitor center* dengan tujuan guna mendukung pelaksanaan *visitor center* berjalan dengan baik.



Gambar 2.2 Tahapan dalam Perencanaan *Visitor Center*

Sumber: Philip L. Pearce (2004), *The Functions and Planning of Visitor Centres in Regional Tourism*

Adapun tahapan dalam perencanaan dan perancangan *visitor center* diuraikan sebagai berikut:

1. Tahap 1: Perencanaan

- Menetapkan gambaran umum dari daerah dimana akan menempatkan sebuah *visitor center* menjadi hal pertama yang harus diperhatikan dalam tahap perencanaan. Gambaran umum ini harus didukung dengan apa saja fungsi dan bagaimana peran fungsi *visitor center* untuk daerah tersebut.
- Selanjutnya, mencocokkan gabungan fungsi-fungsi tersebut menjadi fungsi yang lebih khusus tentang bagaimana peran *visitor center* untuk daerah tersebut.

- Putuskan atau sesuaikan fungsi/peran utama dari *visitor center*, kemudian
 - Buat tanda (*signage*) dan rencana promosi
2. Tahap 2: Desain dan Konstruksi Bangunan
- Pada tahap ini, memastikan kemudahan akses menjadi hal pertama yang harus diperhatikan. Hal ini berhubungan dengan bagaimana pengunjung/wisatawan yang datang ke daerah tersebut tidak merasa kesulitan dalam menemukan pusat informasi wisata daerah yang dikunjunginya.
 - Selanjutnya, mengidentifikasi siapa saja pengguna dan apa saja aktifitas yang akan dilakukan didalamnya.
 - Memperhatikan rencana jangka panjang
 - Memungkinkan untuk menjadi model desain keberlanjutan ekologi.
3. Tahap 3: Desain Tampilan Media Interpretatif dan Interior Ruang
- Sebuah *visitor center* mampu memberikan kesan/pengalaman kepada pengunjung/wisatawan yang datang, hal ini harus didukung dengan desain yang memiliki sistem orientasi yang baik dan bervariasi.
 - Menggunakan tema tertentu yang dapat memberi kesan yang khas mengenai daerah yang dikunjunginya.
 - Membuat hubungan atau koneksi secara personal kepada pengunjung, khususnya wisatawan yang memiliki budaya dan bahasa yang berbeda. Hal ini dapat membantu wisatawan dari daerah lain yang memiliki kesulitan dalam memahami daerah yang dikunjunginya.
 - Terbuka untuk pengunjung dengan kebutuhan dan ketertarikan lain.
4. Tahap 4: Pengelolaan dan Pemeliharaan
- Mengembangkan kualitas pelayanan antar pengelola/staf *visitor center*, sehingga meminimalisir kurangnya kepuasan pengunjung terhadap sistem pelayanan yang monoton.
 - Berhasil merangkul perubahan dan pembaharuan, dengan tujuan mewujudkan *visitor center* yang *up to date* dan tidak ketinggalan informasi.
 - Memfasilitasi relawan dan selalu memperhatikan masukan masyarakat demi kelangsungan *visitor center* yang lebih baik dan berjalan sesuai harapan.

F. Dimensi Perancangan Visitor Center

Mutiara Ajriyani, 2018

LAPORAN PERENCANAAN & PERANCANGAN
VISITOR CENTER DI KOTA BANDUNG

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

Menurut Michael P. Gross (2002), dalam buku *Interpretive Centres: The History, Design and Development of Nature and Visitor Centers* dijelaskan bahwa untuk membangun sebuah *visitor center*, terdapat beberapa dimensi perancangan yang baik untuk dipertimbangkan. Dimensi perancangan ini digunakan sebagai contoh konsep oleh beberapa pengembang di Amerika, yang dinyatakan pada diagram berikut:

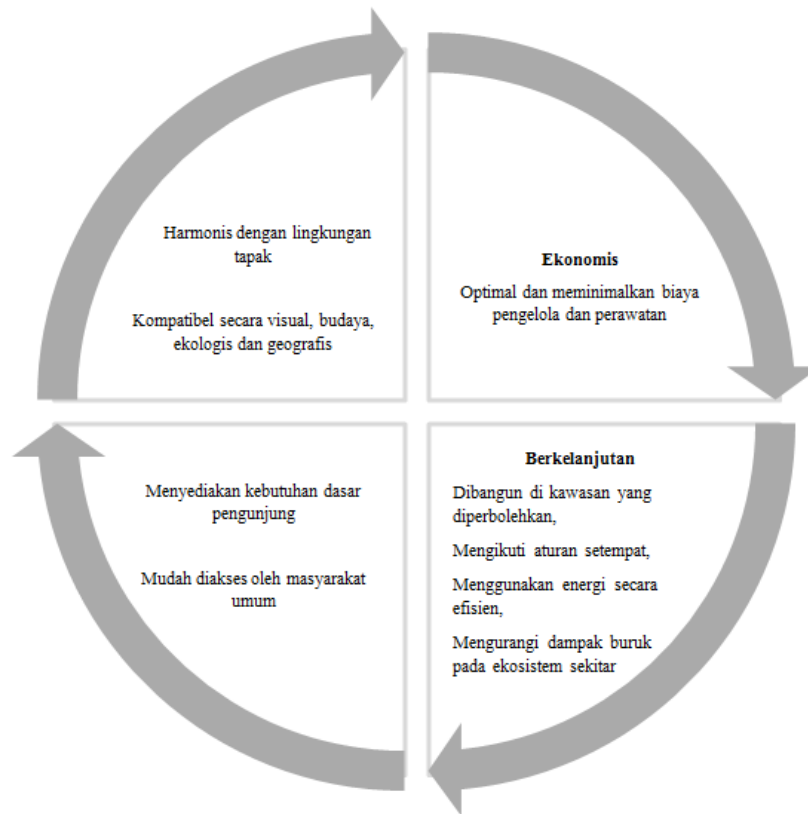


Diagram 2.1 Dimensi Perancangan *Visitor Center*

Sumber: *Interpretive Centres: The History, Design, and Development of Nature and Visitor Centers*, 2002

Berdasarkan pada diagram diatas, dimensi perancangan *visitor center* terbagi kedalam empat bagian yang masing-masing bagian memiliki hubungan yang saling berkaitan.

G. Syarat dan Ketentuan *Visitor Center*

1. Tapak

a. Pemilihan Lokasi

- Berada di inti (pusat) kota
- Dekat dengan kawasan-kawasan bersejarah (*historical site*) yang menjadi identitas kota/daerah tersebut dibangun.
- Mudah diakses oleh publik.

Mutiara Ajriyani, 2018

LAPORAN PERENCANAAN & PERANCANGAN
VISITOR CENTER DI KOTA BANDUNG

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

- Dekat dengan titik transportasi dan jalur-jalur kedatangan transportasi, seperti Bandara, Stasiun atau jalan-jalan masuk menuju kota/daerah yang menjadi gerbang kedatangan pengunjung/wisatawan.

b. Perencanaan Tapak

Terdapat beberapa pertimbangan dalam perencanaan tapak sebuah *visitor center*, yaitu:

- Selaras dengan lingkungan yang ada, baik nilai etnis, budaya dan alam.
- Mempertahankan nilai ekologi sekitar tapak.
- Mempertimbangkan kebutuhan dasar manusia, meliputi kenyamanan, keamanan dan akses penyandang cacat.
- Menyeimbangkan manfaat jangka panjang dan jangka pendek kondisi sosial dan lingkungan sekitar.
- Mengidentifikasi dan menyesuaikan dengan sarana lingkungan sekitar tapak.
- Menggabungkan bahan-bahan dan nilai-nilai lokal kedalam program desain dan memanfaatkan vegetasi alami sekitar tapak.

2. Bangunan

a. Pertimbangan desain bangunan secara keseluruhan

Pada perencanaan bangunan *visitor center* terdapat beberapa unsur yang harus dipertimbangkan, yaitu:

1) Kesan Pertama

Pengunjung akan membentuk kesan pertama pertemuan mereka terhadap tapak dan fasilitas yang ada didalamnya. Reaksi awal yang pengunjung dapatkan berpengaruh pada pengalaman mereka terhadap bangunan yang dikunjunginya. Area pintu masuk, parkir dan jalan/sirkulasi yang menarik dapat mempengaruhi keinginan pengunjung untuk datang berkunjung.

2) Pintu Masuk (*Entry*)

- Desain pintu masuk sebisa mungkin dapat membantu kendaraan masuk dalam keadaan lambat dan melihat konteks lingkungan jalan yang ada.
- Tanda-tanda jalan dan pintu masuk dapat dilihat dan dimengerti pengunjung dan mencerminkan tema *visitor center* yang dibangun.

3) Parkir

Akses menuju tempat parkir diusahakan sependek mungkin dari akses pintu masuk untuk menghindari pengunjung berkeliling disekitar tapak *visitor center*.

4) Pedestrian

- Pedestrian dari tempat parkir ke area bangunan harus terlihat dan jelas.
- Pedestrian menuju lokasi dan bangunan *visitor center* perlu mempertimbangkan kapasitas, skala dan elemen desainnya dibuat sesuai standar yang ada.

5) Area Informasi dan Lobi

- Sebuah area informasi disediakan sebagai tempat pertemuan antara daerah formal dan informal.
- Meja informasi harus memiliki penerangan yang baik dan bebas hambatan.
- Lobi pengunjung harus besar, terbuka dan memiliki penerangan baik.
- Lantai, dinding dan permukaan langit-langit diusahakan dapat meminimalkan kebisingan.

6) *Comfort Area*

- Menyediakan bangku atau tempat duduk yang sesuai di sekitar bangunan sehingga pengunjung memiliki tempat untuk beristirahat.
- Area makan dan minum apabila disediakan harus dirancang secara aman dan nyaman.

7) *Area Outdoor*

Menyediakan zona transisi fisik antara bangunan, tapak dan fasilitas yang ada dan area kegiatan *outdoor*.

8) Media Interpretatif

Ruang pameran harus terlihat dan mengundang. Berdasarkan sifat dan jangka waktu pelaksanaannya, ruang pameran dibedakan menjadi tiga jenis (M. Amir Sutaarga, 1989).

- Pameran Tetap

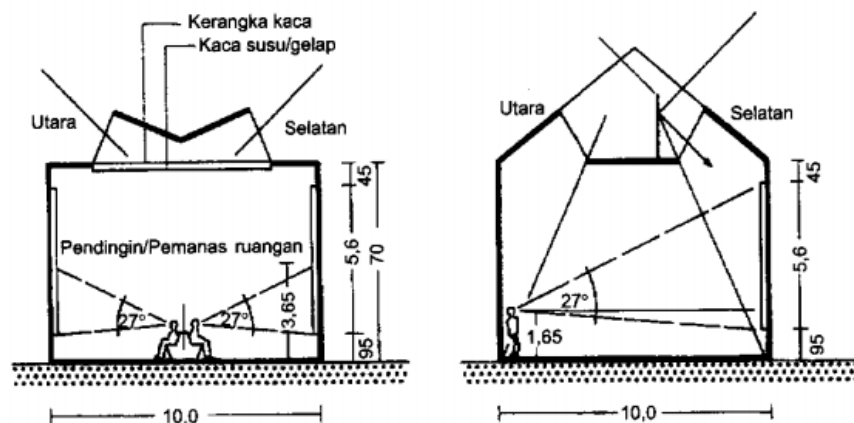
Pameran ini diadakan dalam jangka waktu dua sampai dengan empat tahun. Idealnya, koleksi dan objek pameran yang disajikan adalah 25% hingga 40% dari koleksi dan objek pameran yang dimiliki. Penggantian koleksi dan objek pameran dilakukan dalam jangka waktu tertentu.

- Pameran Khusus atau Temporer
Pameran ini diselenggarakan dalam waktu yang relatif singkat. Fungsi utamanya adalah untuk menunjang pameran tetap agar dapat mengundang lebih banyak pengunjung. Dikatakan pameran khusus karena diselenggarakan secara khusus untuk memperingati sesuatu atau peristiwa, sedangkan dikatakan pameran temporer karena sifatnya yang temporer atau sementara dan dalam waktu yang singkat antara hitungan minggu hingga bulan.
- Pameran Keliling
Pameran ini diselenggarakan diluar pemilik koleksi dan objek pamer, dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu dan dalam variasi waktu yang singkat dengan tema khusus mengenai aspek-aspek tertentu. Koleksi dan objek koleksi dipamerkan dan dikelilingkan dari suatu tempat ketempat lainnya.

Menurut Lawson (1981) persyaratan yang perlu diperhatikan dalam perencanaan ruang pamer diantaranya sebagai berikut:

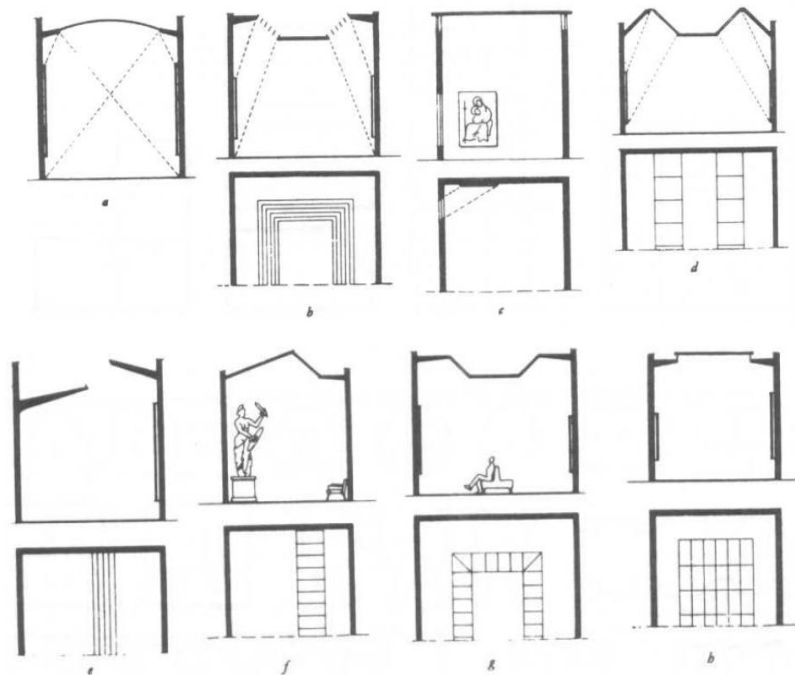
a) Pencahayaan

Intensitas cahaya yang disarankan pada ruang pamer yaitu kurang lebih sebesar 50 lux dengan suhu ruang antara 21°C sampai 26°C. Radiasi ultraviolet pada ruang pamer perlu diminimalkan. Pencahayaan alami yang baik untuk ruang pamer adalah pencahayaan yang diolah secara tidak langsung.



Gambar 2.3 Teknik Pencahayaan terhadap Objek Pamer

Sumber: Ernst Neufert (2002), Data Arsitek



Gambar 2.4 Metode Penggunaan Cahaya Alami dari Atas

Sumber: Joseph De Chiara dan John Callender (1980), *Time-Saver Standards for Building Types*

Pencahayaan buatan juga sangat penting peranannya dalam keberhasilan perancangan ruang pameran. Menurut Kartini (2012) macam pencahayaan buatan antara lain:

- *General Lighting*

General Lighting merupakan tipe pencahayaan paling sederhana. Pencahayaan ini memiliki efek terang yang merata sehingga dapat dijadikan penerangan utama dalam ruang.

- *Task Lighting*

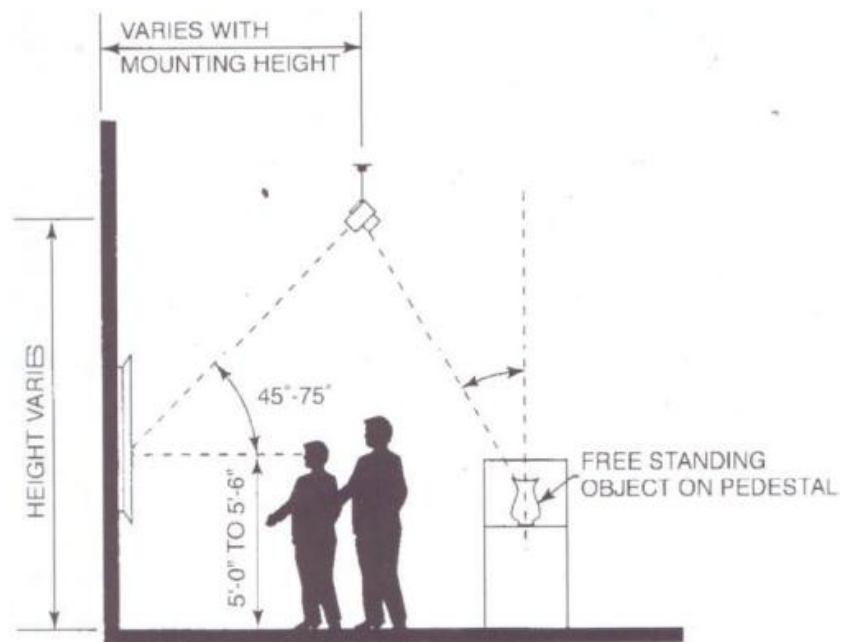
Tipe pencahayaan ini memberikan pencahayaan pada objek yang spesifik. Cahaya disorotkan pada area yang terbatas dan tertentu, seperti dalam menerangi lukisan atau benda seni tertentu.

- *Accent Lighting*

Tipe pencahayaan ini dapat menciptakan *mood* pada ruang, seperti memberi kesan dramatis, romantis atau artistik.

Pencahayaan buatan memiliki kelebihan untuk meminimalisir kerusakan koleksi dan objek pameran. Namun, cahaya buatan harus tetap dimodifikasi pada iluminasi (tingkat kekuatan cahaya) tertentu dengan tujuan untuk

mengurangi radiasi sinar ultraviolet. Secara umum, berdasarkan ketentuan nilai iluminasi yang dikeluarkan *Illumination Engineers Society of North America (Lighting Handbook for General Use)*, pada area pameran tingkat pencahayaan paling dominan yaitu di permukaan koleksi dan objek pameran itu sendiri. Diatas permukaan paling sensitif, termasuk benda dari bahan kertas (misal: hasil print dan foto), tingkat pencahayaan tidak boleh lebih dari 5 Fc (*Footcandles*).



Gambar 2.5 Teknik Pencahayaan Buatan pada Objek Pamer

Sumber: Joseph De Chiara dan John Callender (1980), *Time-Saver Standards for Building Types*

Terdapat beberapa aspek pencahayaan yang perlu diperhatikan antara lain:

- Warna cahaya dengan dasar warna, dimana masing-masing warna cahaya memberikan kesan yang berbeda pada pengunjung yang mengamatinya.
- Iluminasi dan tingkat penerangan.
- Posisi pencahayaan, dengan perletakkan yang tidak menyilaukan pengunjung, baik secara langsung maupun refleksi.
- Menentukan jenis pencahayaan yang diperlukan, serta kekuatan (intensitas) disesuaikan dengan objek yang disorot.

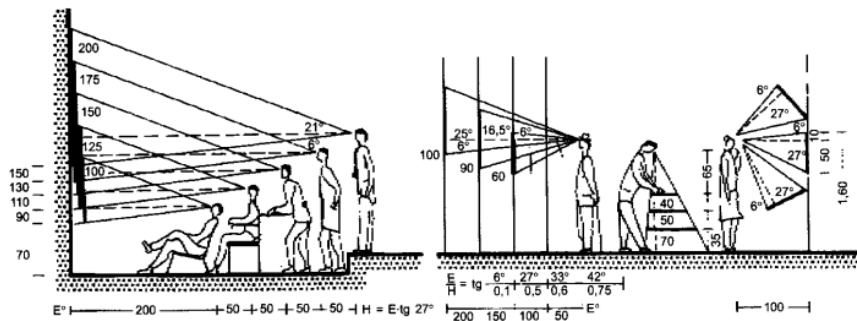
- Menentukan sudut yang tepat untuk posisi pencahayaan agar tidak mengurangi keindahan objek yang diberi cahaya.

b) Penghawaan

Penghawaan alami bisa melalui perletakkan jendela yang tinggi pada satu sisi dan rendah pada sisi lainnya (*cross ventilation*). Namun, untuk tujuan pemeliharaan objek pameran sebaiknya menggunakan AC (*air conditioner*) karena dapat mengatur temperatur dan kelembaban yang diinginkan. Hal ini tergantung pada bahan objek pameran tersebut, apakah peka terhadap kelembaban atau tidak.

c) Tata Objek

Ruang pameran yang baik sebaiknya dapat dilihat oleh pengunjung tanpa rasa lelah. Sudut pandang normal adalah 54° atau 27° terdapat pada sisi bagian dinding objek pameran, diatas mata kira-kira 70cm dengan pencahayaan yang cukup. Tempat untuk menggantung objek pameran yang menggantung adalah antara 30° dan 60° pada ketinggian ruang 6,70m.



Gambar 2.6 Jarak Pandang terhadap Objek Pamer

Sumber: Ernst Neufert (2002), Data Arsitek

Tata letak barang koleksi dan objek pameran sangat berperan dalam memudahkan pengunjung untuk melihat, mengapresiasi serta menikmati barang koleksi dan objek pameran tersebut. Standar perletakkan barang koleksi di dalam ruang pameran dengan objek pengamatan yang berdimensi cukup kecil adalah 152,4cm dan jarak pandang minimal adalah 76,2 cm. Dalam upaya melindungi objek pameran dari potensi kerusakan, panjang jangkauan tangan manusia juga perlu dipertimbangkan dalam tata letak

objek pameran. Jarak maksimal jangkauan orang dewasa kurang lebih adalah 68,7cm (Panero dan Zelnik, 1979).

Menurut Tutt dan Adler (1981), terdapat tiga macam cara menata barang koleksi dan objek pameran, yaitu:

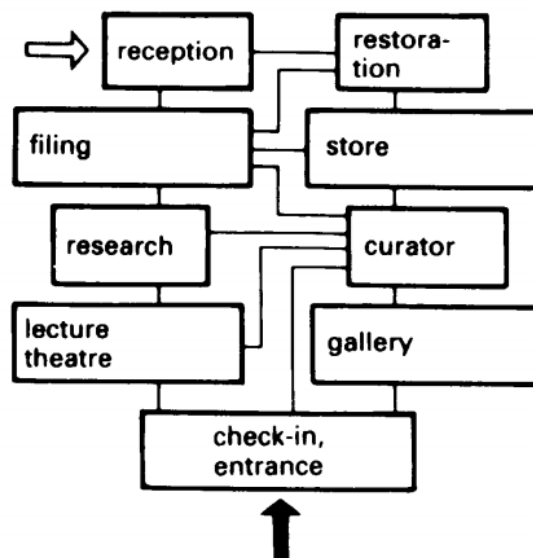
Tabel 2.1 Sudut Pandang terhadap *Display* Objek Pamer

<i>On Walls or On Panels</i>	<i>In Showcase</i>	<i>Free Standing on the Floor</i>

Sumber: Tutt dan Adler (1981)

d) Sirkulasi

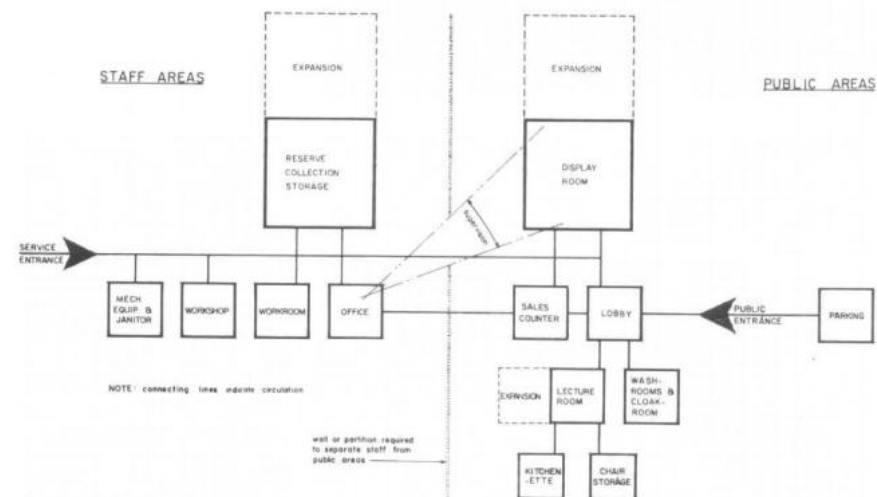
Sirkulasi menjadi salah satu bagian penting dalam perencanaan sebuah ruang pameran karena sirkulasi akan membantu pengunjung dalam melihat barang koleksi dan objek pameran. Pemilihan sirkulasi yang baik membuat objek pameran yang ditampilkan terlihat sesuai alur cerita. Alur sirkulasi dapat diartikan sebagai “tali” yang mengikat ruang-ruang menjadi saling berhubungan (Ching, 1996).



Gambar 2.7 Skema Alur Sirkulasi Ruang Pamer

Sumber: Ernst Neufert (2002), Data Arsitek

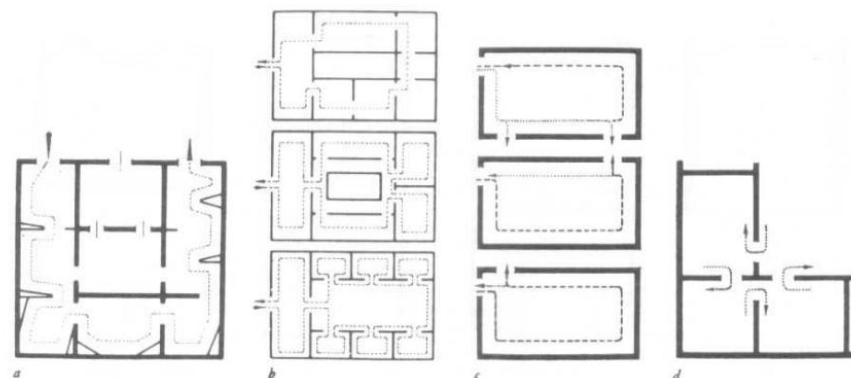
Pada ruang pameran, sirkulasi harus dapat mendukung dalam penyampaian informasi, sehingga dapat membantu pengunjung memahami dan mengapresiasi objek pameran yang sedang ditampilkan.



Gambar 2.8 Diagram Alur Sirkulasi terhadap Ruang Pameran

Sumber: Joseph De Chiara dan John Callender (1980), *Time-Saver Standards for Building Types*

Sirkulasi biasanya tercipta sesuai dengan bentuk *layout* bangunan. Penataan sirkulasi akan membentuk suasana ketika pengunjung mengapresiasi barang koleksi yang sedang dipamerkan. Beberapa prinsip yang dapat digunakan dalam penataan sirkulasi pada ruang pameran yaitu:



Gambar 2.9 *Layout* Denah Ruang Pameran

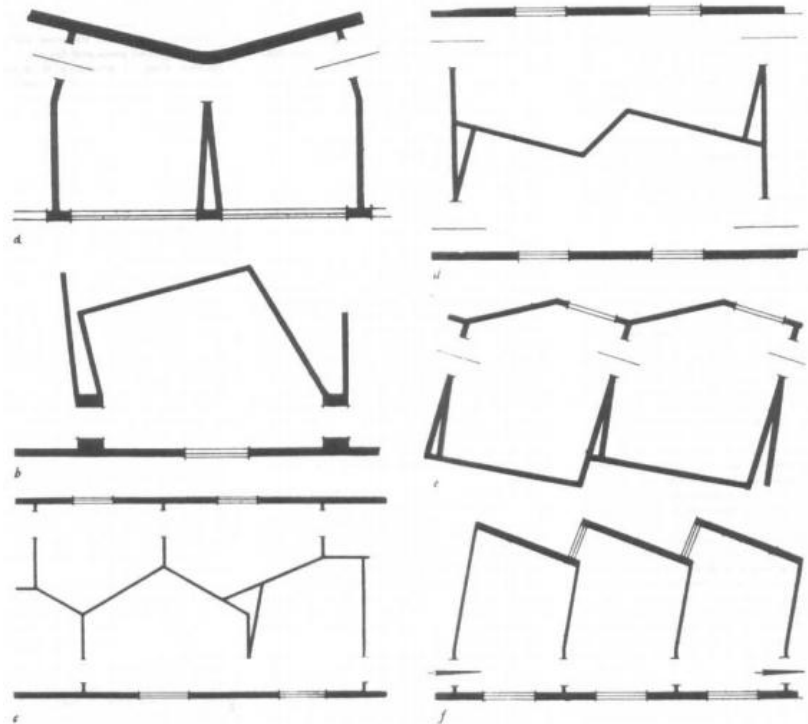
Sumber: Joseph De Chiara dan John Callender (1980), *Time-Saver Standards for Building Types*

Keterangan

- Gambar “a” sampai dengan” d”, penempatan pintu dan denah display serta alur sirkulasi yang akan terjadi.

- Gambar “c1”, penempatan pintu dan pengaruhnya pada sirkulasi.
- Gambar “c2”, *exit attraction* mendukung penjelajahan ruang.
- Gambar “c3”, *exit attraction* meningkatkan penjelajahan ruang.
- *Exit attraction*: menarik perhatian pengunjung pada sesuatu dibalik pintu

Alternatif lain dalam pembagian ruang:



Gambar 2.10 Sirkulasi Pembagian Ruang

Sumber: Joseph De Chiara dan John Callender (1980), *Time-Saver Standards for Building Types*

Untuk menghindari kesan monoton dan membosankan pada ruang pameran juga dapat diminimalisir dengan cara mengubah pola dan hubungan antara tinggi dan lebar atau dengan menggunakan permainan warna yang berbeda-beda pada dinding dan jenis lantai. Dibutuhkan dorongan atau stimulasi alur yang tidak terduga atau terkesan tidak direncanakan, hal tersebut dapat membuat pengunjung yang datang menjadi lebih tertarik.

b. Fasilitas yang diwadahi

Di dalam *visitor center* biasanya terdapat fasilitas-fasilitas yang diwadahi, seperti:

- Peta wisata
- Informasi paket wisata

Mutiara Ajriyani, 2018

LAPORAN PERENCANAAN & PERANCANGAN
VISITOR CENTER DI KOTA BANDUNG

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

- Informasi gambaran umum kota/daerah setempat, berupa media-media *display* dan pameran untuk menampilkan informasi tersebut.
- Informasi tentang potensi wisata yang terdapat pada kota/daerah setempat.
- *Ticket Office* dan tempat pembelian paket-paket wisata lain yang dapat menunjang kegiatan berwisata..
- Tempat pembelian produk-produk khas kota/daerah setempat.

c. Program dan Layanan

Terdapat beberapa program dan layanan yang dapat disediakan untuk mendukung berjalannya sebuah *visitor center*, yaitu:

- *Kios K*
- Pemandu
- *Storytelling*
- Demonstrasi alat
- Aktifitas edukasi
- Media presentasi

d. Media dan Produk Informasi

a) Produk Media Cetak

- Media pameran yang menampilkan rute perjalanan
- Peta dan brosur sebagai aktivitas pemandu mandiri

b) Produk Media Elektronik dan Teknologi

- Halaman web beserta deskripsi audionya
- Media video
- *Powerpoint slide*

3. Suasana

- Mewadahi suasana kenyamanan yang berkaitan dengan kualitas ruang, kebutuhan luas ruang, penampilan ruang yang dapat memberikan kesan terhadap pengunjung.
- Gunakan warna dan efek pencahayaan untuk menciptakan suasana hati yang berbeda didaerah yang berbeda.
- Gunakan berbagai media seperti teks, grafis, audio visual atau media berbasis komputer yang mencakup berbagai informasi yang menarik.
- Menciptakan suasana ruang luar berupa taman atau plaza yang menarik minat pengunjung.

4. Perencanaan rambu (*signage*) dan kemudahan akses untuk para pengunjung

- Sebuah *visitor center* yang efektif adalah *visitor center* yang mudah ditemukan dan memberikan kemudahan akses kepada pengunjungnya. Cara untuk memastikan pengunjung dapat menemukan dan menggunakan *visitor center* yakni melalui perencanaan rambu-rambu (*signage*) yang baik dan dapat dimengerti oleh seluruh pengunjung yang datang, seperti rambu-rambu jalan dan arah menuju dan disekitar *visitor center*, rambu-rambu menuju pintu masuk *visitor center*, rambu-rambu yang mengarahkan pengunjung kepada titik-titik transportasi seperti halte bus atau *shelter* taksi/angkutan umum, dll.
- Kemudahan akses bagi para pengunjung yakni memastikan jalur menuju *visitor center* harus jelas, baik kendaraan maupun pejalan kaki, mempertimbangkan tempat parkir kendaraan yang cukup, arah pintu masuk dan keluar yang jelas, ramah terhadap kaum disabilitas dan mempertimbangkan ruang untuk kemungkinan datangnya pengunjung dalam skala grup, contohnya pengunjung yang datang menggunakan bus-bus pariwisata.

5. Sistem orientasi yang baik

Visitor center dengan sistem orientasi yang baik berguna untuk meminimalisir kemungkinan pengunjung/wisatawan untuk tersesat. Beberapa fitur seperti sirkulasi yang jelas dapat membantu pengunjung untuk menemukan *visitor center* dengan mudah, misalnya sirkulasi arah pintu masuk dan keluar harus jelas, sehingga pengunjung/wisatawan tidak berputar-putar dan merasa bingung.

6. Pengelolaan dan Pemeliharaan

Pengelolaan terhadap manajemen fasilitas, termasuk pengelola/staf dan pemeliharaan kondisi fisik bangunan merupakan komponen penting pada bagian ini. Pengelolaan dan pemeliharaan yang baik akan berpengaruh terhadap kualitas dan daya tarik *visitor center*. Pelatihan terhadap para pengelola/staf juga harus diperhatikan guna mempertahankan tingkat kualitas pelayanan terhadap pengunjung yang lebih baik.

7. Perkiraan masa yang akan datang

Memperkirakan fungsi *visitor center* untuk jangka waktu yang lama dengan melihat kemungkinan jumlah pengunjung yang semakin meningkat akan berpengaruh kepada kebutuhan pengguna dan kebutuhan ruang yang juga berubah dan bertambah.

8. Menjadi model bagi keberlanjutan ekologi

Visitor center memiliki gaya arsitektur yang baik sesuai dengan kondisi daerah setempat atau sesuai dengan ciri khas/symbol suatu daerah. Selain harus baik, pengaturannya juga harus sesuai dengan fitur lingkungan yang ada pada daerah setempat. Penggunaan energi yang efisien dan sistem pembuangan sampah dan limbah perlu diperhatikan, serta penggunaan bahan-bahan lokal juga perlu dipertimbangkan guna meningkatkan kebanggaan terhadap daerah tersebut.