

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Pengadaan Proyek

I.1.1. Pariwisata Indonesia

Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi yang sangat besar dalam bidang pariwisata, yang memiliki keanekaragaman alam dan berbagai macam budaya. Pantai-pantai di Bali, Kepulauan Raja Ampat di Papua, Taman Laut Bunaken di Sulawesi Utara, Danau Toba di Sumatera Utara, Gunung Merapi di Daerah Istimewa Yogyakarta, dan berbagai taman nasional di Indonesia merupakan contoh tujuan wisata alam di Indonesia.



Gambar 1. Wisata Yogyakarta
Sumber : <http://ubpleinfo.blogspot.com>

Berbagai macam wisata itu didukung dengan warisan budaya beraneka ragam yang mencerminkan sejarah dan keberagaman etnis di Indonesia dengan berbagai macam bahasa daerah yang tersebar di seluruh Indonesia. Daerah Istimewa Yogyakarta, Bali, Toraja, dan Minangkabau merupakan contoh tujuan wisata budaya di Indonesia. Dengan demikian sektor pariwisata di Indonesia dapat dikembangkan melalui

pengelolaan kekayaan alam yang berlimpah berupa keindahan alam flora dan faunanya, serta keanekaragaman budaya atau kultur. Hal ini juga disebabkan oleh faktor perbedaan geografis yang berlainan di setiap daerahnya.

Berlakunya Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, maka kewenangan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata beralih menjadi kewenangan Kabupaten atau Kota dalam upaya untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat antara lain melalui pembinaan izin usaha pariwisata yang mudah dan cepat. Dalam era otonomi daerah tersebut, urusan-urusan kepariwisataan terutama yang menyangkut usaha dan jasa pelayanan pariwisata menjadi kewenangan pemerintah, maka kekuatan-kekuatan suatu daerah disamping mengandalkan kemampuan sumber daya alam yang dimiliki oleh masing-masing daerah seperti sektor kehutanan, perkebunan, pertambangan dan industri, dimasa depan tetap memegang peranan strategis dan pariwisata diharapkan menjadi sumber pertumbuhan baru dalam perekonomian daerah.

Pemerintah juga telah memperluas dan mengembangkan aksesibilitas udara, darat, dan laut dari pusat- pusat distribusi pariwisata di tanah air. Hal ini dilakukan agar seluruh daerah tujuan wisata yang potensial dapat terhubung dengan baik, sehingga mempercepat pengembangannya sebagai obyek pariwisata yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di daerah masing-masing. Kini, program promosi pariwisata yang menggunakan slogan “*Visit*” atau sejenisnya sedang booming di negara ini. Selain *Visit Indonesian* sendiri, ada pula *Visit Yogyakarta 2012*, yang mulai tahun ini diberlakukannya di Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan mengadakan banyak event-event secara regional, nasional, maupun internasional.

Hal inilah yang mendorong gencarnya promosi pariwisata dan budaya oleh daerah-daerah tujuan wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pemerintah Daerah terus berusaha menggali sektor-sektor potensi wisata guna menambah jumlah wisatawan yang masuk. Sebutan Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai kota pariwisata menggambarkan potensi provinsi ini dalam bidang kepariwisataan.

I.1.2. Pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta

Daerah Istimewa Yogyakarta selain dikenal sebagai kota pelajar, kota budaya, kota gudeg dikenal juga sebagai kota pariwisata selain Bali. Banyak sekali potensi wisata yang dimiliki kota ini antara lain wisata belanja yang terkenal, yaitu pusat

perbelanjaan di kawasan Malioboro dan di pasar Beringharjo, serta wisata kuliner khas Daerah Istimewa Yogyakarta yang sangat terkenal yaitu makanan gudeg, bakpia patuk dan masih banyak yang lainnya.



Gambar 2. Pasar Beringharjo

Sumber : [http:// yuniastuti1991.blogspot.com](http://yuniastuti1991.blogspot.com)

Secara geografis, Daerah Istimewa Yogyakarta juga diuntungkan oleh jarak antara lokasi obyek wisata dengan pusat kegiatan lainnya, seperti dekatnya bandara pesawat terbang dengan pusat kota, event-event nasional, candi-candi, dan kegiatan wisata lainnya.



Gambar 3. Peta Yogyakarta
 Sumber : <http://www.jogjawae.com>

Tabel 1 .Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2006-2010

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Nusantara	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Mancanegara dan Nusantara	Pertumbuhan (%)
2006	78,145	-24,49	836,682	-13,52	914,827	-14,58
2007	103,224	32,09	1,146,197	36,99	1,249,421	36,57
2008	128,660	24,64	1,156,097	0,86	1,284,757	2,83
2009	139,492	8,42	1,286,565	11,29	1,426,057	11
2010	152,843	9,57	1,304,137	1,37	1,456,980	2,17

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.2010

Banyaknya obyek dan daya tarik wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta telah menarik para wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Keanekaragaman budaya dan upacara keagamaan dari berbagai agama serta didukung oleh kreativitas seni dan keramah tamahan masyarakat, membuat Daerah Istimewa Yogyakarta mampu menghasilkan produk-produk budaya dan pariwisata yang menyakinkan, yang membuat Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai tujuan wisata kedua di Indonesia setelah Bali.¹

I.1.3. Wisata Konvensi di Daerah Istimewa Yogyakarta

Daerah Istimewa Yogyakarta tampaknya juga sedang berkembang menuju kota wisata konvensi. Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta dan investor memang giat mengembangkan produk wisata baru ini. Selain wisatawan biasa, banyak pula orang yang datang ke Istimewa Yogyakarta untuk menghadiri konvensi baik regional, nasional, maupun internasional.

Tabel 2. Konferensi Internasional

No.	Konferensi	Tanggal	Agenda / Tema	Tempat / Penyelenggara	Sumber
1.	<i>Sustainable Innovation in Enhancing Global Competitiveness in Asian Countries</i>	19-20 Maret 2012	-	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	http://www.dikti.go.id (7 Maret 2012)
2.	<i>International Social Entrepreneurship Conference</i>	14 – 16 Mei 2012	<i>Social Economy 4.0: Innovation,</i>	MM FEB UGM	http://www.mmugm.ac.id

¹ <http://investasi.jogjakota.go.id.2010>

BAB I [PENDAHULUAN]

			<i>Sustainability and Responsibility</i>		
3.	KNASTIK– International	29-30 Mei 2012	-	UKDW Yogyakarta	http://knastik.ukdw.ac.id/
4.	<i>International Consortium for Social Development-Asia Pasifik</i>	27-30 Juni 2012	<i>Envisioning New Social Development Strategies Beyond Millennium Development Goals 2015</i>	Hotel Ambarrukmo	http://www.stks.ac.id (Kamis, 28 Juni 2012 05:34)
5.	<i>The 5th International Indonesia Forum(The 5th IIF)</i>	9-10 JULI 2012	<i>Between the Mountain and the Sea : Positioning Indonesia</i>	UGM	Tribun Jogja (Rabu, 27 Juni 2012 15:31 WIB)
6.	<i>International Conference on Information Technology and Electrical Engineering(CITEE)</i>	12 Juli 2012	-	Fakultas Teknik UGM	http://citee.te.ugm.ac.id/
7.	<i>South East Asia Parties Againts Corruption</i>	10-12 September 2012	<i>Workshop on International Cooperation dan Mutual Legal Asstinance</i>	Hotel Sheraton Mustika, Yogyakarta	http://ekbis.sindonews.com (Sabir Laluhi - Koran Sindo.Senin, 10 September 2012 05:01 WIB)
8.	<i>International Microfinancial Conference</i>	22-23 Oktober 2012	<i>Microfinance Sustainability and Finance Inclusion</i>	Yogyakarta	http://www.setkab.go.id (11 September 2012.10:52 WIB)

Wisata konvensi atau lebih sering disebut dengan istilah MICE (*Meeting, Conference, Incentive and Exhibition*). Wisata konvensi berkembang sejalan dengan

keluarnya UU No.9 tahun 1990 tentang kepariwisataan, bahwa: Konvensi, Konferensi atau Kongres adalah kegiatan pertemuan sekelompok orang (pejabat, pebisnis, cendekiawan, dan sebagainya) yang membahas persoalan-persoalan yang berkaitan dengan kepentingan bersama. Secara lebih jelas pasal 14 UU kepariwisataan ini menyebutkan bahwa wisata konvensi berkaitan erat dengan usaha pariwisata yang lain seperti akomodasi, transportasi, hiburan, perjalanan pra- dan pasca-konferensi.²

Daerah Istimewa Yogyakarta terus berusaha menggali sektor-sektor potensi wisata guna menambah jumlah wisatawan yang masuk. Mengingat bertambahnya jumlah wisatawan yang datang baik dalam negeri maupun mancanegara untuk keperluan berlibur maupun bisnis, maka perlu adanya faktor fasilitas pendukung. Pelaksanaan pembangunan dan perkembangan pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta perlu didukung dengan menyediakan tempat-tempat penginapan seperti villa, losmen ataupun hotel sebagai fasilitas pendukung.

I.1.4. Perkembangan Hotel di Daerah Istimewa Yogyakarta

Perkembangan usaha dalam bidang perhotelan di Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki peluang yang sangat bagus. Hal ini berdasarkan kota Yogyakarta yang dikenal sebagai Kota Budaya, yang memiliki banyak tempat budaya seperti Kraton Yogyakarta, Kraton Pakualaman, Taman Sari, banyaknya candi-candi sebagai peninggalan sejarah, serta status Yogyakarta sebagai Daerah Istimewa. Tempat wisata alam di Daerah Istimewa Yogyakarta juga banyak seperti Pantai Parangtritis, Pantai Baron, Pantai Kukup, sehingga menjadikan daya tarik bagi wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara.



Gambar 4. Taman Sari
Sumber : <http://www.warawiriwisata.com>

² Keputusan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi No. KM 108/HM.703/MPPT-91

Persaingan hotel-hotel di Daerah Istimewa Yogyakarta ditunjukkan dengan adanya mutu pelayanan yang ditawarkan dari setiap manajemen hotel. Mulai dari fasilitas hotel, keadaan kamar, harga sewa kamar dan bagaimana pihak hotel melayani konsumen. Perkembangan hotel ataupun tempat peristirahatan di Daerah Istimewa Yogyakarta cukup tinggi. Hal ini dapat dilihat berdasarkan jenis akomodasi yang digunakan oleh wisatawan.

Pada tahun 2010 hotel bintang di Daerah Istimewa Yogyakarta berjumlah 37 Hotel dengan jumlah kamar 3.595 yang terdiri dari :³

- a. Hotel Bintang di Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2010 berjumlah 37 Hotel dengan kamar sebanyak 3.595.
- b. Hotel Melati di Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2010 berjumlah 415 Hotel dengan jumlah kamar sebanyak 7.270 (belum termasuk pondok wisata).
- c.
 1. Bintang 5 dengan jumlah 4 Hotel dengan jumlah 939 kamar
 2. Bintang 4 dengan jumlah 8 Hotel dengan jumlah 1.475 kamar
 3. Bintang 3 dengan jumlah 8 Hotel dengan jumlah 581 kamar
 4. Bintang 2 dengan jumlah 7 Hotel dengan jumlah 256 kamar
 5. Bintang 1 dengan jumlah 10 Hotel dengan jumlah 344 kamar

Tabel 3. Perkembangan Wisatawan ke Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2006-2010 (berdasarkan akomodasi yang digunakan)

No	Akomodasi	2006		2007		2008		2009		2010	
		Mancanegara	Nusantara								
1	Hotel Melati	10,492	337,991	17,281	558,304	21,136	559,805	25,426	641,013	28,783	640,948
2	Hotel Bintang	67,653	498,691	85,943	587,893	107,524	596,292	114,066	645,552	124,060	663,189
	Sub Jumlah	78,145	836,682	103,224	1,146,197	128,660	1,156,097	139,492	1,286,565	152,843	1,304,137
	Jumlah	914,827		1,249,421		1,284,757		1,426,057		1,456,980	

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, 2010

Keberadaan hotel di Daerah Istimewa Yogyakarta mampu memberikan keuntungan bagi pemerintah, investor maupun untuk mensejahterakan masyarakat yang terlibat dalam kegiatan wisata tersebut. Menurut Dinas Pariwisata, jumlah wisatawan yang menginap di hotel berbintang selalu lebih tinggi dari pada hotel melati. Hal ini disebabkan fasilitas dan pelayanan yang lebih baik pada hotel berbintang sehingga tingkat kepercayaan wisatawan pada hotel berbintang lebih tinggi dari pada hotel melati.

³Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. 2010

Sekarang ini pembangunan dan perkembangan hotel-hotel di Daerah Istimewa Yogyakarta berkembang dengan pesat. Fungsi hotel bukan saja tempat menginap untuk tujuan wisata namun juga untuk tujuan lain seperti menjalankan kegiatan bisnis dan mengadakan seminar.

I.1.5. Perkembangan *City Hotel* di Yogyakarta

City Hotel merupakan hotel yang terletak di pusat kota, dimana sebagian besar tamunya yang menginap memiliki kegiatan berbisnis. Para wisatawan juga akan disediakan tempat konvensi ataupun seminar di hotel tersebut. Daerah Istimewa Yogyakarta juga diuntungkan oleh terjangkaunya jarak antara hotel dengan lokasi kegiatan bisnis dan obyek wisata di pusat kota. Maka para pebisnis dapat meluangkan waktu di sela kesibukan pekerjaannya sambil menikmati keindahan wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta.



Gambar 5. Royal Ambarrukmo Hotel Yogyakarta
Sumber : <http://jogjabiz.com>

Dari semua hotel bintang 5 di Daerah Istimewa Yogyakarta secara keseluruhan semuanya berjenis *City Hotel*, contohnya Melia Purosani Hotel, The Phoenix Hotel Yogyakarta, Royal Ambarrukmo Hotel Yogyakarta, Grand Aston Yogyakarta, dan Hyatt Regency Yogyakarta Hotel. Hotel-hotel ini pun menyediakan ruang untuk para pebisnis nusantara maupun pebisnis mancanegara untuk melakukan dan mendukung kegiatannya. Dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan hotel dan jumlah kamar berikut

fasilitas-fasilitasnya, secara langsung akan berpengaruh terhadap penyediaan fasilitas pendukung untuk usaha wisata konvensi.

Maka City Hotel Yogyakarta ini akan berlabelkan bintang lima, yang tidak hanya mencakup wisatawan juga, namun pebisnis lokal dan pebisnis mancanegara yang akan melakukan konferensi nasional maupun bertaraf internasional dan tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk mewedahi kegiatan-kegiatan pebisnis maupun wisatawan baik itu untuk kepentingan bisnis, maupun di sela sibuknya para pebisnis untuk menikmati banyaknya kegiatan wisata yang berpusat di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan dibangunnya City Hotel Yogyakarta ini, maka Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai kota pariwisata dan berkembangnya wisata konvensi menjadi daya tarik pengunjung dari nusantara hingga internasional.

I.2. Latar Belakang Permasalahan

Jenis hotel ini dipilih berdasarkan lokasi hotel tersebut akan dibangun, sehingga jenis hotel yang diterapkan di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah *City Hotel*. *City Hotel* juga disebut *transit hotel*, karena sebagian dihuni oleh para pebisnis yang menggunakan fasilitas bisnis yang disediakan oleh investor hotel tersebut dan juga diperuntukkan bagi masyarakat yang bermaksud untuk tinggal sementara atau dalam jangka waktu pendek.⁴

Maka dari itu bangunan hotel berbintang lima di pusat kota Daerah Istimewa Yogyakarta ini akan menyediakan berbagai macam fasilitas yang mampu membuat penghuni hotel merasa tenang, nyaman, aman, dan terhibur. Dimana semua fasilitas tersebut juga dapat dinikmati oleh masyarakat lokal dengan cara merentalkan fasilitas tersebut. Dan bangunan hotel ini juga dapat menjaring pasar yang ada di luar negeri, dengan kata lain, hotel ini tidak hanya mewedahi kegiatan yang ada di dalam kota tersebut, tetapi juga melayani tamu-tamu dari mancanegara dengan standar internasional.

Menurut Brolin (1980), solusi desain arsitektural tidak hanya menyelaraskan keberadaan bangunan yang lama dengan bangunan baru, namun juga ikut menjaga dan melestarikan warisan budaya sekitar. Antara lain dengan: melakukan pencarian bentuk-bentuk dan pola baru yang memiliki efek visual sama atau mendekati yang lama serta

⁴ Tarmoezi. 2000

mengabstraksi bentuk-bentuk asli (kontras) pada bangunan yang lama tidak digunakan secara langsung, tetapi bisa diolah ke dalam bentuk baru yang berbeda.

Seperti halnya City Hotel Yogyakarta, maka untuk menemukan pola-pola yang baru tersebut, pendekatan analogi bentuklah sebagai penyelar antara bangunan City Hotel Yogyakarta dengan Gunung Merapi. Penerapan analogi bentuk Gunung Merapi pada bangunan City Hotel Yogyakarta dikarenakan Gunung Merapi berkaitan erat dengan mitos, kepercayaan masyarakat Jawa, terutama masyarakat sekitar Gunung Merapi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini juga digambarkan dengan garis imajiner yang saling berhubungan antara Gunung Merapi dengan Laut Selatan (Samudera Indonesia) dengan Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai titik pusatnya.

Maka penyelesaian arsitektural City Hotel Yogyakarta ini akan mentransformasikan bentuk Gunung Merapi melalui pengolahan massa bangunan dan tampilan bangunan dengan pendekatan analogi bentuk.

I.3. RUMUSAN PERMASALAHAN

Bagaimana wujud rancangan City Hotel Yogyakarta berbintang lima di Daerah Istimewa Yogyakarta yang mentransformasikan bentuk Gunung Merapi melalui pengolahan massa bangunan dan tampilan bangunan dengan pendekatan analogi bentuk?

I.4. TUJUAN DAN SASARAN

I.4.1. Tujuan

Terwujudnya rancangan sebuah bangunan City Hotel Yogyakarta dengan penataan tampilan bentuk massa bangunan dan tampilan bangunan yang mentransformasikan bentuk Gunung Merapi melalui pendekatan arsitektur analogi bentuk.

I.4.2. Sasaran

- Konsep bentuk dan massa bangunan yang merupakan transformasi dari analogi bentuk Gunung Merapi.
- Konsep tampilan bangunan yang mendukung karakter Gunung Merapi.

I.5. LINGKUP STUDI**I.5.1. Materi Studi****I.5.1.1. Lingkup Spatial**

Lingkup spatial perancangan City Hotel Yogyakarta meliputi Daerah Istimewa Yogyakarta. Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri sebagai pusat wisata dan kegiatan bisnis sehingga para wisatawan maupun masyarakat lokal tetap dapat melakukan aktifitas wisata dan kegiatan bisnis mereka di City Hotel Yogyakarta.

I.5.1.2. Lingkup Substansial

Pengolahan massa dan tampilan bangunan dengan komposisi bentuk, warna, dan skala, sehingga tampilan bangunan dapat mentransformasikan bentuk dan mendukung karakter Gunung Merapi.

I.5.2. Pendekatan Studi

Analogi bentuk digunakan sebagai pendekatan dalam perancangan bangunan City Hotel Yogyakarta ini, karena salah satu pemikirannya menekankan pada bentuk gunung dalam aspek perancangannya dan tampilan bangunannya untuk mendukung karakter gunung tersebut.

Dalam dunia arsitektur, analogi adalah sarana merumuskan konsep yang mengidentifikasi hubungan harafiah yang memungkinkan di antara benda-benda. Sebuah benda diidentifikasi dan mempunyai sifat khas yang diinginkan, dengan demikian menjadi model untuk proyek yang ada.

I.6. METODE PEMBAHASAN**I.6.1. Pola Prosedural**

Prosedur pembahasan secara deduktif dimana dimulai dengan penjelasan materi secara umum kemudian dilakukan pembahasan secara khusus atau lebih terperinci mengenai hal-hal yang terkait dengan rumusan permasalahan, melalui pembahasan sebagai berikut :

- Studi mengenai *Hotel*
- Analogi bentuk

I.6.2. Penelitian dan Pencarian Data

Metode penelitian dan pencarian data dilakukan dengan metode sebagai berikut:

1. Studi Literatur

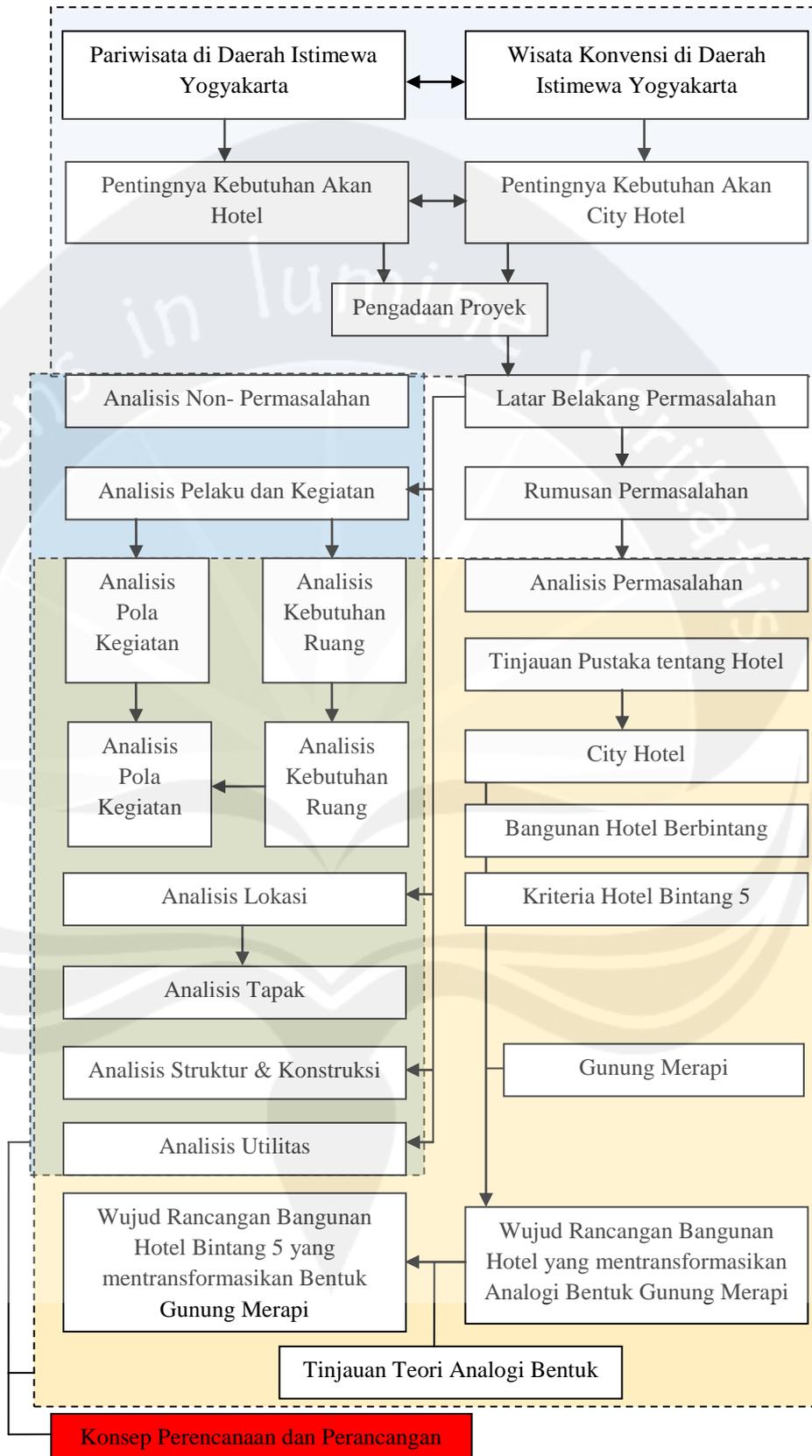
Dengan cara mencari teori ilmiah dalam bentuk buku, majalah pendukung dan lain sebagainya yang berhubungan dengan permasalahan.

2. Metode Analisis

Menganalisis kaitan antara teori dengan kasus yang muncul.



I.7. Kerangka Berpikir



I.8. SISTIMATIKA PENULISAN

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi latar belakang pengadaan proyek dan latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan dan sasaran, lingkup studi, metoda pembahasan, bagan kerangka berpikir dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN UMUM CITY HOTEL

Berisi pembahasan pengertian hotel secara umum, fasilitas dan persyaratan *City Hotel*.

BAB III : TINJAUAN KHUSUS CITY HOTEL YOGYAKARTA

Berisi tentang lokasi dan tapak City Hotel Yogyakarta itu sendiri serta kegiatan yang diwadahi dan point-point apa saja yang diinginkan melalui perencanaan dan perancangan pada City Hotel Yogyakarta.

BAB IV : LANDASAN TEORI

Berisi tentang teori-teori yang menjadi dasar analisis perencanaan dan perancangan City Hotel Yogyakarta yang berhubungan dengan analogi bentuk.

BAB V : ANALISIS PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

Berisi analisis pelaku dan kegiatan, analisis pola kegiatan, analisis kebutuhan ruang, analisis besaran ruang, analisis hubungan ruang, analisis lokasi, analisis tapak, analisis struktur dan konstruksi, dan analisis utilitas. Serta analisis mengenai wujud rancangan yang melalui pengolahan massa bangunan dan tampilan bangunan dengan pendekatan arsitektur analogi bentuk.

BAB VI : KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

Berisi konsep perencanaan dan perancangan City Hotel Yogyakarta melalui pengolahan massa bangunan dan tampilan bangunan di pembahasan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi daftar-daftar pustaka yang menyangkut landasan perancangan serta teori-teori yang dipakai.