

BAB I PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

1.1.1. Latar Belakang Pengadaan Proyek

Pariwisata merupakan salah satu sektor industri di Indonesia yang memiliki banyak peluang serta potensi untuk dikembangkan dan juga merupakan industri di sektor bidang jasa yang memiliki tingkat pertumbuhan paling pesat di Indonesia. Industri ini mampu menggerakkan perubahan peningkatan sektor ekonomi, yang dapat dilihat pada bertambahnya jumlah kunjungan wisatawan nusantara ataupun mancanegara. Seperti yang tercantum pada Peraturan Daerah Kota Malang tentang penyelenggaraan kepariwisataan pasal 4 bahwa pariwisata bertujuan untuk meningkatkan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, mengatasi pengangguran, memajukan kebudayaan, dan lain-lain (Walikota Malang, 2010). Hal ini juga dikatakan oleh Menteri Pariwisata Wishnutama berdasarkan data BPS pada tahun 2019 sektor pariwisata ini mampu menyerap hingga 13 juta tenaga kerja ("Outlook Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif," n.d.). Oleh karena itu sektor pariwisata memiliki peran penting dalam peningkatan ekonomi masyarakat dan juga pemerintah.

Malang Raya sebagai salah satu kawasan destinasi pariwisata. Menurut PERDA tentang tanda daftar usaha pariwisata Pasal 1, destinasi pariwisata merupakan suatu kawasan geografis yang ada di dalam suatu wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, pariwisata, fasum, aksesibilitas, serta terdapat peran masyarakat yang memiliki kaitan kuat dalam melengkapi terwujudnya kepariwisataan ("Peraturan Daerah Kabupaten Malang No.8 Tahun 2019 Tentang Tanda Daftar Usaha Pariwisata," 2019). Pada kawasan ini terdiri dari Kota Malang, Kabupaten Malang, dan Kota Batu. Wisatawan mengeual Kota Malang sebagai kota wisata yang ada di Jawa Timur. uamun sebenatnya dalam dunia pariwisata, Kota Malang

hanyalah sebagai kota transit bagi para wisatawan. Karena wisatawan yang ingin berkunjung ke Kota Batu maupun Kabupaten Malang akan memasuki Kota Malang terlebih dahulu melalui jalur darat maupun jalur udara. Semua fasilitas transportasi akan berhenti di Kota Malang. Hal ini juga didukung oleh pernyataan Wali Kota Malang, bahwa Kota Malang memiliki potensi wisata buatan yang lebih sedikit dibandingkan Kota Batu, dan potensi wisata alam yang lebih sedikit dibandingkan Kabupaten Malang (Nora, 2019). Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang melakukan upaya agar Kota Malang tidak lagi disebut sebagai kota transit namun sebagai kota wisata dengan menerapkan strategi *Beautiful Malang* (Laudyan, 2018). Strategi ini untuk menunjukkan kepada wisatawan akan keindahan Kota Malang yang menarik dan nyaman. *Beautiful Malang* diterapkan dengan membangun taman-taman tematik di sekitar Kota Malang. Menurut DISBUDPAR Kota Malang taman-taman tematik ini termasuk bagian dari destinasi wisata di Kota Malang seperti yang dapat dilihat pada tabel 1.1. (Pemerintah Kota Malang, n.d.)

Data Daya Tarik Kawasan Strategis dan Destinasi Wisata Kota Malang	
No	Nama Objek Wisata
36	Taman Merjosari
37	Taman Trunojoyo
38	Taman Merbabu
39	Taman Kendedes
40	Taman Slamet
41	Taman Kota Kediri
42	Taman Hutan Kota Malabar
43	Taman TPA Supit Urang
44	Taman Rektor Universitas Brawijaya

Tabel 1. 1 Daya Tarik Kawasan Strategis dan Destinasi Wisata Kota Malang

Sumber : *Website* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang

Penyebab beberapa destinasi wisata belum diketahui oleh wisatawan karena kurangnya informasi dan promosi yang dilakukan.

Wisatawan yang berkunjung biasanya hanya mendatangi tempat-tempat wisata yang memang sudah terkenal, sehingga beberapa destinasi wisata lainnya menjadi jarang diketahui. Sehingga destinasi wisata membutuhkan sumber pelayanan informasi dan promosi agar destinasi wisata tersebut dapat diketahui oleh wisatawan. Pelayanan sendiri merupakan ciri utama dari pariwisata, karena menghubungkan komunikasi antara dua perusahaan jasa sebagai pemenuhan kebutuhan para wisatawan (Suwena, 2010). Dalam komunikasi ini terdapat sebuah informasi yang membuat wisatawan mendapatkan jawaban yang terpercaya dari pertanyaan yang mereka tanyakan sehingga dapat membantu wisatawan memutuskan suatu keputusan. Oleh karena itu, pelayanan ini perlu dilakukan oleh suatu sumber khusus yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya yaitu *Tourist Information Centre (TIC)*. Keberadaan TIC memiliki peran penting terutama bagi suatu kota wisata, karena TIC dapat memberikan informasi-informasi mengenai destinasi wisata yang ada di kota tersebut sehingga wisatawan mendapatkan informasi destinasi wisata yang mungkin belum mereka ketahui. Hal ini juga membuat TIC sekaligus memiliki peran sebagai sumber promosi kepada wisatawan.

Keberadaan TIC sebagai wadah kerja sama antar pariwisata di Malang Raya (Kota Batu, Kota Malang, dan Kabupaten Malang). Sehingga dengan adanya TIC di Kota Malang diharapkan dapat meningkatkan daya tarik wisatawan dan menjadikan Kota Malang tidak lagi sebagai kota transit, namun juga sebagai tujuan wisata mereka. TIC memberikan sumber promosi kepada wisatawan, sehingga wisatawan mendapatkan informasi baru mengenai destinasi-destinasi wisata khususnya yang ada di Kota Malang.

Untuk mendukung keberadaan TIC agar berfungsi sebagai layanan informasi dan sumber promosi destinasi wisata maka diperlukan lokasi TIC yang strategis dalam artian mudah dijangkau oleh wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Karena TIC memiliki

peran dalam dunia pariwisata sehingga target dari TIC sendiri merupakan para wisatawan. Lokasi yang strategis untuk didirikan TIC di Kota Malang berada di sisi Utara stasiun Kota Malang. Jarak antara lokasi dengan stasiun hanya sekitar 250 meter, hanya memerlukan waktu 3 menit untuk menuju lokasi ini dengan berjalan kaki. Lokasi ini tepatnya berada di Jalan Trunojoyo, Klojen, Kecamatan Klojen, Kota Malang, Jawa Timur dapat dilihat pada gambar 1.1. Pemilihan lokasi berdekatan dengan stasiun dengan maksud agar lokasi TIC mudah dijangkau oleh wisatawan seperti yang dikatakan sebelumnya bahwa Kota Malang seperti kota transit bagi para wisatawan yang ingin berkunjung ke Kota Batu dan Kabupaten Malang, maka Jalan Trunojoyo merupakan daerah yang sangat strategis karena sebagai gerbang pintu masuk bagi wisatawan yang akan berwisata ke Malang Raya



Gambar 1.1 Lokasi Site
Sumber : *Google Maps*, 2021

1.1.2. Latar Belakang Permasalahan

Upaya untuk meningkatkan Kota Malang sebagai kota wisata dengan melakukan promosi destinasi wisata khususnya yang ada di Kota Malang. Semakin meningkatnya sarana promosi yang dilakukan maka destinasi wisata yang ada di Kota Malang juga akan semakin dikenal oleh wisatawan. Keberadaan TIC diharapkan dapat mengenalkan kepada wisatawan bahwa Kota Malang juga memiliki destinasi wisata yang tidak kalah menarik dari Kota Batu maupun Kabupaten Malang. TIC sebagai layanan informasi bagi wisatawan sekaligus layanan promosi bagi suatu destinasi wisata dengan

memberikan informasi yang terpercaya. TIC ini nantinya tidak hanya membagikan informasi mengenai destinasi wisata yang ada di Kota Malang saja namun juga Kota Batu dan Kabupaten Malang, sehingga TIC dapat meningkatkan pariwisata yang ada di Malang Raya.

Pemilihan lokasi untuk didirikan TIC berada di Jalan Trunojoyo karena lokasinya yang strategis dekat dengan stasiun Kota Malang. Dengan pemilihan lokasi yang strategis dapat mendukung keberadaan TIC sehingga dapat berfungsi sebagai mana mestinya. Dimana stasiun merupakan salah satu transportasi bagi wisatawan untuk menuju ke Kota Malang, Kabupaten Malang maupun Kota Batu.

Di Kota Malang sendiri terdapat dua TIC yang tidak dapat berjalan dengan baik karena TIC ini didirikan di lokasi yang jauh dari jangkauan wisatawan dan juga bangunannya yang kurang menarik hanya bangunan persegi dengan atap batu bata seperti bangunan rumah tinggal. Memanfaatkan daya tarik yang ada di Kota Malang dalam merancang agar TIC lebih berkonsep dan dapat lebih diminati oleh wisatawan maupun masyarakat. Perpaduan perancangan TIC dengan lingkungan sekitar juga untuk menciptakan hubungan interaktif antar bangunan maupun lingkungan.

Spirit of place merupakan pendekatan yang digunakan dalam merancang TIC. *Spirit of place* merupakan suatu identitas atau jiwa yang dimiliki oleh suatu tempat, masing-masing tempat akan memiliki jiwa yang berbeda-beda (Norberg-Schulz, 1980). Jiwa yang dimiliki oleh suatu tempat sebagai makna yang ditimbulkan oleh tempat itu sendiri yang kemudian dapat dirasakan oleh penggunanya. Makna ini yang kemudian akan menimbulkan suatu hubungan antara jiwa individu dengan tempat individu. Kehadiran *spirit of place* ini diharapkan dapat menciptakan hubungan antara berdirinya TIC dengan lingkungan yang ada. Sehingga berdirinya TIC tidak hanya sebagai bangunan tambahan namun juga memiliki hubungan yang kuat terhadap lokasi sekitarnya dengan membentuk kesan atau makna

khusus yang nantinya dapat dirasakan oleh pengunjung taman maupun pengunjung TIC.

1.2. RUMUSAN PERMASALAHAN

Bagaimana wujud rancangan *Tourist Information Centre* (TIC) di Kota Malang yang memiliki karakter interaktif dengan pendekatan *spirit of place*?

1.3. TUJUAN DAN SASARAN

1.3.1. Tujuan Penelitian

Menghasilkan desain rancangan *Tourist Information Centre* (TIC) sebagai sarana informasi destinasi wisata yang interaktif dengan pendekatan *spirit of place*.

1.3.2. Sasaran

1. Mengidentifikasi penyebab *Tourist Information Centre* (TIC) tidak dapat berfungsi sebagaimana mestinya.
2. Mengidentifikasi isu dan permasalahan terkait perancangan *Tourist Information Centre*.
3. Melakukan kajian literatur mengenai pendekatan *spirit of place*.
4. Merumuskan konsep perancangan *Tourist Information Centre* dengan pendekatan *spirit of place*.

1.4. LINGKUP STUDI

1.4.1. Lingkup Spasial

Lokasi perancangan berada di Utara stasiun Kota Malang tepatnya berada di Jalan Trunojoyo, Klojen, Kecamatan Klojen, Kota Malang, Jawa Timur.

1.4.2. Lingkup Substansial

Pada perancangan ini melingkup desain *Tourist Information Centre* (TIC) yang mampu memberikan informasi destinasi wisata kepada wisatawan dengan menerapkan *spirit of place*.

1.5. METODE STUDI

1.5.1. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam studi ini adalah:

1. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tidak langsung yang diperoleh melalui informasi yang sudah ada sebelumnya dan dikumpulkan seperti dari studi literatur. Pengumpulan data yang didapat dari beberapa buku, jurnal atau peraturan yang terkait dengan *Tourist Information Centre* dan studi literatur mengenai prinsip dan penerapan pendekatan *spirit of place* pada desain. Studi literatur dilakukan dengan membaca, memilah, dan mengkaji literatur-literatur yang berhubungan sehingga nantinya akan didapat informasi sebagai data tambahan yang kemudian akan dibahas hingga mendapatkan kesimpulan dari data tersebut.

2. Data Primer

Data Primer diperoleh langsung dari hasil survei dan pengamatan langsung ke lokasi dengan beberapa teknik, yaitu observasi dan dokumentasi. Teknik observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung di lokasi yang kemudian akan dikaji lebih lanjut berdasarkan teori yang ada. Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mengambil gambar menggunakan kamera atau *handphone* untuk melengkapi data yang ada pada saat melakukan pengumpulan data dengan teknik observasi.

1.5.2. Analisis

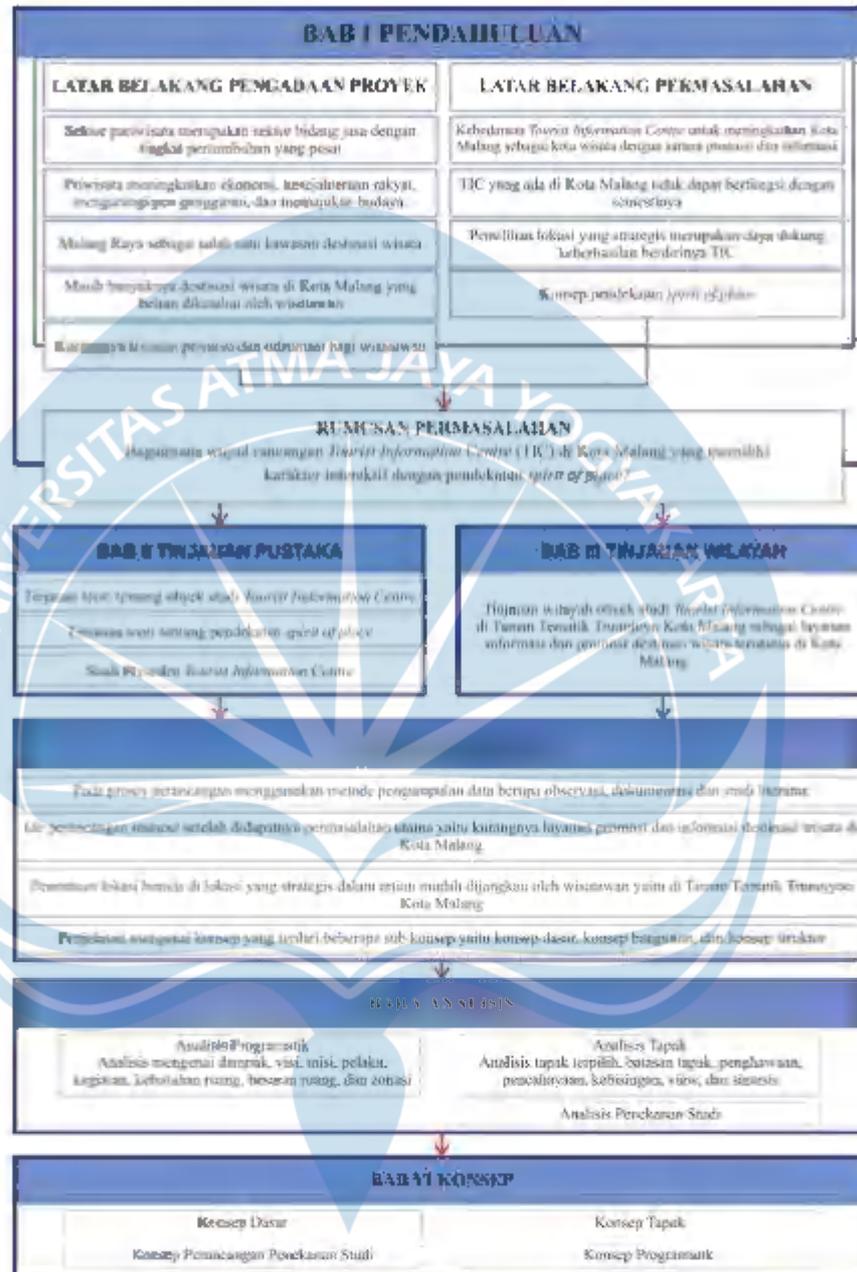
Analisis dilakukan dengan melakukan identifikasi studi literatur yang sudah didapat dan juga melalui pengamatan langsung di lokasi. Hasil pengamatan langsung dijadikan sebagai data lapangan yang nantinya akan membantu dalam proses penulisan dan perancangan.

1.5.3. Perumusan Konsep

Perumusan konsep didapat dari hasil identifikasi terhadap pendekatan *spirit of place*. Setelah didapat elemen-elemen penerapan pendekatan *spirit of place* terhadap desain maka akan didapatkan konsep perancangan.



1.6. TATA LANGKAH



Bagan 1.1 Tata Langkah

Sumber : Penulis, 2021

1.7. SISTEMATIKA PENULISAN

- a. **Halaman Judul**
- b. **Kata Pengantar**
- e. **Daftar Isi**
- d. **Abstrak**

Uraian singkat dari seluruh isi penulisan mulai dari pendahuluan hingga kesimpulan dan saran.

- e. **BAB 1: Pendahuluan**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang pengadaan proyek, latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan dan sasaran, lingkup studi, metode studi, tata langkah, sistematika penulisan, dan keaslian penulisan.

- f. **BAB 2: Tinjauan Pustaka**

Bab ini menjelaskan tentang teori dan segala topik yang menyangkut dengan topik perencanaan, kajian teori dan juga studi preseden yang berkaitan dengan perencanaan dan perancangan *Tourist Information Centre*. Terdapat teori mengenai pendekatan dalam perancangan yaitu *spirit of place*. Topik ini kemudian dijadikan sebagai acuan atau landasan dalam membantu menentukan konsep perancangan hingga proses merancang.

- g. **BAB 3: Tinjauan Wilayah**

Bab ini berisi data dan informasi mengenai lokasi yang akan dijadikan sebagai site perencanaan seperti kondisi administratif, kondisi geografis dan geologis, kondisi klimatologi, dan tujuan khusus lokasi perencanaan.

- b. **BAB 4: Metodologi**

Bab ini menjelaskan tentang metode perancangan yang digunakan selama penulisan laporan hingga proses perancangan nantinya.

i. BAB 5: Analisis

Bab ini memiliki tiga bagian yaitu perencanaan yang berisi tentang analisis programatik, programatik ruang, dan analisis lingkungan. Kedua terdapat perancangan yang berisi analisis tapak, tata ruang, struktur, dan konstruksi. Terakhir adalah penekanan studi yang berisi sirkulasi, bentuk massa bangunan, eksterior bangunan, dan zonasi ruang.

j. BAB 6: Konsep Perencanaan dan Perancangan

Bab ini berisi tentang ide atau konsep dalam merancang *Tourist Information Centre* yang mencakup kriteria pendekatan *spirit of place* dan persyaratan lainnya.

k. Daftar Pustaka

Bagian ini berisi daftar pustaka yang digunakan selama penulisan yang dapat berupa literatur, buku acuan, makalah, jurnal, artikel, dan sumber bacaan terpercaya lainnya yang memiliki topik sesuai dengan penulisan. Penulisan daftar pustaka berdasarkan nama, tahun terbit, judul, penerbit, kota, dan penulisannya disusun berdasarkan urutan huruf alfabet.

l. Lampiran

1.8. KEASLIAN PENULISAN

No	Judul	Penulis	Tahun	Asal	Penekanan
1	Perencanaan Tourism Centre di Singosari	Adi Irawan	2016	Universitas Islam Negeri Malang	Menggunakan pendekatan simbiosis arsitektur. Lokasi berada di Singosari
2	Peranan <i>Tourist Information Centre (TIC)</i> Dalam Penyediaan Layanan Informasi Berbahasa China di Bandara International Adi Soemarmo	Alifian Firmansyah Z	2011	Universitas Sebelas Maret	TIC dengan peran sebagai penyedia layanan bahasa China
3	Perencanaan Tourism Centre di Kabupaten Gunung Kidul	Ridwan Prasetyo Adji	2017	Universitas Teknologi Yogyakarta	Menggunakan pendekatan Neo-Vernakular
4	Perancangan Interior <i>Tourism Centre</i> di Kabupaten Magelang	Alfian Kumiawan	2018	Institut Seni Indonesia Surakarta	Merancang interior dari TIC
5	<i>Tourist Information Centre</i> Kediri	Fahmi Syahbana Prasetyo	2020	Universitas Komputer Indonesia	Menggunakan pendekatan simbiosis arsitektur

Tabel 1. 2 Keaslian Penulisan

Sumber : Penulis, 2021