

BAB I PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

1.1.1. Keadaan Negara Indonesia

Republik Indonesia adalah sebuah negara yang dilintasi garis khatulistiwa, berada diantara benua Australia dan Asia dan diapit oleh Samudra Hindia dan Pasifik. Alam Indonesia memiliki kombinasi iklim tropis, 17.508 pulau yang 6.000 di antaranya tidak dihuni sehingga Indonesia menjadi negara kepulauan terbesar dan berpenduduk terbanyak di dunia.

Keberagaman etnis yang ada di Indonesia menciptakan warisan budaya yang kaya dan mencerminkan sejarah dinamis Indonesia dengan 10.068 suku, 719 bahasa daerah, dan 300 jenis tarian. ⁽¹⁾ Hingga 2011, terdapat 7 lokasi di Indonesia yang telah ditetapkan oleh UNESCO yang masuk dalam daftar Situs Warisan Dunia. Bahkan hasil budaya daerah Indonesia yaitu wayang, keris, batik dan angklung ditetapkan UNESCO dalam daftar Representatif Budaya Warisan Manusia. ⁽²⁾



Gambar 1.1. Berbagai Objek Pariwisata di Indonesia
Kekayaan budaya yang berupa karya arsitektur, upacara tradisional dan keindahan alam yang tiada duanya merupakan aset pariwisata terbesar Indonesia.
Sumber : Penulis

(1) <http://detak-unsyiah.com>

(2) id.wikipedia.org/wiki/Pariwisata_di_Indonesia

Potensi pariwisata Indonesia yang besar dengan kekayaan alam, keanekaragaman budaya dan bahasa daerah, jumlah penduduk yang saat menduduki urutan ketiga terbesar di dunia, merupakan berbagai kekuatan yang dimiliki Indonesia. Indonesia berpeluang untuk menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor andalan bagi pendapatan negara dan kesejahteraan masyarakat.

Pariwisata Indonesia merupakan penghasil devisa terbesar ketiga dengan total 9 miliar dolar AS pada tahun 2012 dari kunjungan wisata mancanegara. Pariwisata Indonesia tumbuh sebesar 5%. Pertumbuhan ini masih di atas pertumbuhan pariwisata dunia sebesar 3,8%.⁽³⁾

Sementara itu, berdasarkan data BPS dan Pusdatin Kemenparekraf, posisi Januari hingga September 2012, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia sebanyak 5.895.288 atau tumbuh 5,01% dibandingkan periode yang sama tahun lalu sebanyak 5.614.238 wisman. Secara kumulatif (Januari-Agustus) 2012, jumlah kunjungan wisman mencapai 5,21 juta orang atau naik 4,99 persen dibanding kunjungan wisman pada periode yang sama tahun sebelumnya, yang berjumlah 4,96 juta orang.⁽⁴⁾

Yogyakarta sebagai salah satu provinsi di Indonesia merupakan daerah tujuan wisata favorit yang tidak kalah dari Bali, Ada dua alasan pokok yang mendukung, yaitu faktor keamanan dan faktor tawaran obyek wisata. Yogyakarta seperti halnya Bali, menawarkan aset kebudayaan sebagai obyek utama pariwisata. Ketika Yogyakarta lebih unggul dalam sektor keamanan para wisatawan mengalihkan tujuannya ke Yogyakarta.

1.1.2. Keadaan Pariwisata Yogyakarta

Yogyakarta merupakan haribaan peradaban masyarakat Jawa yang masih hidup hingga kini. Di sinilah semua berawal, mulai dari pemikiran pembinaan Candi Borobudur yang megah, Candi Prambanan yang agung, kekuasaan Mataram baru yang mengakar, hingga detik terakhir dilahirkannya maestro-maestro seni, para pemikir, dan perajin berbakat.

(3) <http://www.tribunnews.com> Tribunnews.com - Jumat, 9 November 2012 18:23 WIB

(4) <http://www.bps.go.id>



Gambar 1.2. Berbagai obyek wisata di Yogyakarta.

Dari upacara gunung, sendra tari Ramayana di Candi Prambanan, wisata belanja di Malioboro, dan Kraton Ngayogyakarta kekayaan budaya Jawa mendari daya tarik kunjungan wisata ke Yogyakarta.

Sumber : Penulis

Kota Yogyakarta adalah salah satu kota kuno di Indonesia yang tetap hidup, bahkan makin hari makin berkembang, baik dalam segi kehidupan masyarakatnya maupun segi sosialnya, dikenal luas secara lokal bahkan internasional sebagai salah satu pusat Budaya Jawa.

Budaya Jawa mampu memikat hati para wisatawan untuk mengunjungi Yogyakarta menikmati serta mengetahui lebih jauh mengenai keragaman budayanya. Budaya menjadi komoditi utama pariwisata Yogyakarta sehingga mendapat predikat sebagai Kota Budaya. Objek wisata budaya seperti Malioboro, Kraton Ngayogyakarta dan Candi Borobudur menjadi tujuan wisata terpopuler dikalangan wisatawan. Potensi budaya seperti sekatenan dan labuhan jika dikelola dengan baik akan menjadi aset pariwisata cukup handal.

Hal ini menjadikan Provinsi DIY sebagai salah satu destinasi wisata favorit bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Terlebih dengan adanya musim liburan tengah tahun, dipastikan jumlah wisatawan yang berkunjung akan melonjak dari hari biasanya.⁽⁵⁾

(5) <http://jogja.tribunnews.com>



Gambar 1.3. Kunjungan wisatawan ke Yogyakarta

Kegiatan kunjungan wisata para wisatawan ke beberapa obyek wisata di Yogyakarta, yaitu Taman Sari dan Kraton Ngayogyakarta. Terlihat bahwa baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal tertarik kepada obyek wisata ada.

Sumber : Penulis

Data Dinas Pariwisata DIY menunjukkan selama periode Januari-September 2012 saja total wisatawan mancanegara (wisman) dan wisatawan nusantara (wisnus) yang mengunjungi provinsi Yogyakarta mencapai 1.732.660 orang, terdapat peningkatan sebanyak 54,15% dari tahun 2011 yang hanya mencapai 1.224.022 orang. ⁽⁶⁾

Walaupun terjadi peningkatan kunjungan wisatawan, namun dalam lingkup nasional Yogyakarta mulai kehilangan pamornya, Yogyakarta tak lagi menjadi daerah tujuan wisata nomor dua di Indonesia seperti yang selama ini kita pahami. Setidaknya hal ini ditunjukkan oleh sebuah survei yang dilakukan oleh Badan Promosi Pariwisata Indonesia (BPPI) tahun 2012, yang menempatkan Jogja pada peringkat empat tujuan wisata nasional di belakang Bali, Jakarta, dan Bandung. ⁽⁷⁾

Dinas Pariwisata DIY mencatat, kunjungan wisatawan asing turun signifikan khususnya wisatawan asal Malaysia. Pada 2010 lalu, jumlah wisatawan asing dari negara tetangga tersebut mencapai 15.407 orang sedangkan pada 2011 turun menjadi 14.412 wisatawan. ⁽⁸⁾

(6) <http://www.bisnis.com>

(7) <http://www.solopos.com> Rabu, 18 Juli 2012 13:45 WIB | Devi Krismawati/JIBI/Harian Jogja

(8) <http://pariwisata.jogjakota.go.id/>

Alasan mengapa pamor Yogyakarta sebagai tujuan pariwisata turun adalah karena hal-hal sebagai berikut :⁽⁹⁾

A. Promosi wisata yang gencar dilakukan oleh daerah-daerah lain membuat wisatawan melirik kota lain untuk dijadikan destinasi liburan.

Potensi industri pariwisata sebagai salah satu sumber pendapatan daerah yang strategis semakin dilirik oleh banyak pemerintah daerah di Indonesia. Hal ini jelas tergambar dalam industri pariwisata tanah air yang berkembang pesat di mana daerah-daerah baru muncul sebagai kompetitor yang patut diperhitungkan. Masing-masing daerah saling bersaing menarik wisatawan dengan meningkatkan fasilitas dan pelayanan pariwisatanya.

Contoh saja Solo, sebagai saudara seakar budaya dengan Yogyakarta menggalakkan diri untuk menjadi kota pariwisata dengan sektor pariwisata sebagai pusat pengembangan budaya Jawa. Solo berusaha menawarkan semua potensi pariwisata kotanya dengan publisitas yang gencar melalui berbagai media dan peningkatan pelayanan pariwisata dengan menata kota, menambah jumlah pusat belanja kerajinan meningkatkan kualitas transportasi yang ada dengan memperbaiki bandara Adi Sumarno serta menghidupkan kembali railbus.



(9) <http://www.solopos.com> Rabu, 18 Juli 2012 13:45 WIB | Devi Krismawati/JIBI/Harian Jogja

B. Pengembangan pariwisata Yogyakarta cenderung terfokus pada sisi komersial namun melupakan budaya Jawa yang menjadi inti dari Pariwisata Yogyakarta.

Perkembangan sektor pariwisata yang selama ini memberikan keuntungan ekonomis cukup tinggi dicemari oleh praktek-praktek mencari keuntungan semata dengan pembangunan hotel dan pusat perbelanjaan yang pesat tanpa mengindahkan kekhasan Yogyakarta sebagai kota yang berbudaya tinggi. Budaya adalah magnet pariwisata Yogyakarta, apabila nilai budaya sudah dipinggirkan, maka identitas Yogyakarta sebagai kota pariwisata berbasis budaya akan menghilang.

Tahun 2012 Yogyakarta memiliki penambahan 17 hotel baru yang dibangun. Pembangunan hunian ini telah mendapatkan ijin dari kabupaten atau kota di DI Yogyakarta ironisnya tidak didukung dengan peningkatan prasarana informasi pariwisata yang justru lebih penting untuk diadakan karena kurangnya prasarana menyebabkan penurunan jumlah kunjungan wisatawan, apabila kunjungan wisatawan menurun sarana pariwisata yang menggantungkan hidup dari arus wisatawan akan mati. ⁽¹⁰⁾

C. Prasarana pelayanan informasi pariwisata yang tidak memadai menjadi keluhan wisatawan

Sarana dan prasarana pariwisata yang lancar merupakan salah satu indikator perkembangan pariwisata. Sarana pariwisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Suwanto (2004:22) ⁽¹¹⁾

Sarana pariwisata meliputi sarana pokok kepariwisataan yang hidupnya bergantung kepada arus wisatawan seperti agen travel, hotel, restoran, sarana pelengkap pariwisata yaitu sarana rekreasi serta sarana penunjang pariwisata yang berfungsi sebagai fasilitas belanja.

(10) <http://file.upi.edu>

(11) Suwanto, Gamal "Dasar-Dasar Pariwisata", Yogyakarta: Andi, 2004, hal 22.

Menurut Yoeti (1985:181), mengatakan : Prasarana pariwisata adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang sehingga dapat memberikan pelayanan untuk memuaskan kebutuhan wisatawan. Meliputi transportasi, komunikasi, pusat informasi, fasilitas kesehatan, polisi pariwisata dan lainnya.⁽¹²⁾

Prasarana pelayanan pariwisata memegang peranan penting sebagai pendukung potensi pariwisata yang ada, memungkinkan semua proses kegiatan kepariwisataan dapat berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan wisatawan memenuhi kebutuhannya.

Fasilitas informasi wisata adalah media pengenalan dan penghubung wisatawan dengan objek wisata yang dituju yang dapat berupa media cetak, kantor informasi atau rambu-rambu. Fasilitas ini menawarkan pengetahuan mengenai wisata bagi para wisatawan sehingga dapat memberikan penerangan dan memudahkan untuk mengambil pilihan-pilihan wisata. Perkembangan pariwisata Yogyakarta tidak didukung dengan pengembangan prasarana pariwisata terutama fasilitas informasi.

Akses informasi mengenai objek wisata di Yogyakarta sangat terbatas, ketiadaan kantor informasi yang dapat memandu wisatawan, kurangnya jumlah polisi wisata, rambu petunjuk pariwisata yang tidak jelas, letak peta pariwisata yang tidak merata mempengaruhi akses ke objek wisata sehingga menjadi perkara yang mempersulit wisatawan dalam melakukan kegiatan wisatanya sehingga menurunkan minat para wisatawan terutama wisatawan mancanegara untuk mengetahui pariwisata Yogyakarta lebih jauh. Menyebabkan Pariwisata Yogyakarta hanya diwakili oleh beberapa ikon objek wisata saja, sementara yang lainnya kurang terekspos dan tergali.

Sebagai kota pariwisata, Yogyakarta kurang memperhatikan pengembangan prasarana informasi pariwisata yang memudahkan wisatawan untuk mengeksplorasi berbagai potensi pariwisata Yogyakarta, tidak mengherankan apabila minat wisatawan untuk berkunjung ke Yogyakarta berkurang.

(12) Oka A. Yoeti, "Pengantar Ilmu Pariwisata", Bandung: Penerbit Angkasa, 1996, hal. 181

D. Dinamika Perkembangan Budaya Jawa

Dari waktu ke waktu seiring perkembangan jaman, Budaya Jawa akan mengalami pergeseran, perubahan dan penyesuaian ini merupakan hal yang lumrah karena kebudayaan bersifat abstrak. Kebudayaan itu akan terus berkembang bersamaan dengan perkembangan masyarakat itu sendiri.

Budaya Jawa merupakan salah satu dari kebudayaan yang ada di Indonesia, setiap budaya pasti mengalami pergeseran, perubahan dan penyesuaian. Karena sifat pengertian budaya sendiri adalah hasil cipta, rasa dan karsa manusia yang digunakan dan diterima masyarakat kemudian mengakar dan diteruskan, sehingga selalu mengalami perkembangan maupun penurunan. Budaya Jawa dalam kontinuitasnya mengalami beberapa perkembangan, dari Jaman Pra Hindu-Budha, Hindu-Budha, Islam maupun Kontemporer.

Budaya sendiri sebenarnya memiliki dua sifat seperti mata uang logam yang memiliki dua sisi yang bertolak belakang. Disatu sisi budaya adalah sesuatu yang memiliki pakem (pola) yang statis dan tidak boleh dirubah karena sudah menjadi suatu tradisi yang sakral, dan disisi lain budaya memiliki sifat dinamis yang harus selalu berubah disesuaikan dengan keadaan, kebutuhan dan kemajuan jaman.

Budaya yang kita kenal saat ini adalah perubahan dan perkembangan dari masa lalu yang telah disesuaikan dengan masanya. Dalam budaya Jawa bahasa yang digunakan masyarakat menggambarkan dinamika kebudayaan Jawa yang memalui beberapa perkembangan dan perubahan dimulai dari bahasa asli penduduk Jawa Pra Hindu-Budha kemudian berganti bahasa Jawa Asli yang bercampur dengan bahasa Sanskerta dari India saat Hindu-Budha masuk ke Indonesia, kemudian berkembang menjadi bahasa Jawa Kuna Pada masa Mataram Kuna, kemudian berkembang menjadi bahasa Jawa Tengahan pada masa Majapahit, kemudian pada masa Demak hingga Mataram Islam dikenal bahasa Jawa Baru Klasik, dan sampai saat inipun bahasa Jawa masih mengalami perkembangan.



Gambar 1.5. Perkembangan Tari Topeng

Tari ini sebenarnya berasal dari Wayang Wong atau drama. Tari Topeng yang pernah mengalami kejayaan pada jaman Majapahit. Tari ini semakin pesat pertumbuhannya sejak Islam masuk terutama oleh Sunan Kalijaga Beliau menciptakan 9 jenis topeng.

Sumber : www.wikipedia.com

Perubahan dan penyesuaian yang ada tidak merusak pakem yang sudah ada, justru menambah kekayaan Budaya Jawa terutama di Yogyakarta sehingga meningkatkan keunikannya. Budaya Jawa di Yogyakarta akan selalu berkembang dan berubah namun perkembangan jaman dan budaya harus diimbangi dengan pelestarian budaya masa lampau sehingga tidak terjadi ketimpangan dan penyimpangan masyarakat dalam memaknai budaya.

Sektor pariwisata masih menjadi andalan bagi perekonomian DIY. Tetapi jika pengelolaannya tidak berubah, ada kemungkinan sektor pariwisata Yogyakarta akan semakin menurun dan kalah bersaing dengan daerah-daerah lain. Untuk itu perlu segera dipikirkan dan dicari solusinya agar pengembangan pariwisata di Yogyakarta tetap mampu menjawab tantangan zaman sehingga sektor pariwisata tetap eksis dan mampu memberikan sumbangan besar dalam pencapaian kesejahteraan masyarakat Yogyakarta.

1.1.3. Pusat informasi wisata budaya Jawa di Yogyakarta

Peranan informasi wisata sangat penting, karena dengan informasi yang lengkap, jelas, akurat dan relevan dapat memberikan pengetahuan kepada para wisatawan sehingga dapat menjauhkan dari kebingungan untuk mengambil keputusan yang akan digunakan dalam perencanaan kunjungan wisata.

Tuntutan akan kemudahan informasi pariwisata sebagai pelayanan untuk memberikan kemudahan bagi para wisatawan melakukan kunjungan di Yogyakarta sangat mendesak. Dengan peningkatan prasarana penerangan informasi maka kualitas pariwisata Yogyakarta akan meningkat dan meningkatkan pamor pariwisata Yogyakarta sehingga akan menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Yogyakarta.

Salah satu bentuk prasarana informasi pariwisata adalah Tourism Information Center (TIC) atau Pusat Informasi Wisata (PIW). PIW sangat penting dalam sebuah komunitas wilayah yang memiliki banyak potensi wisata. PIW ini penting karena pusat inilah yang melakukan kontak pertama dengan sebagian besar wisatawan yang datang mengunjungi sebuah komunitas dan komunitas inilah yang bertanggungjawab menciptakan kesan pertama yang diterima wisatawan, instansi resmi di bawah kantor Pariwisata yang memiliki sumber terpercaya memberi informasi yang jelas kepada pengunjung, memudahkan wisatawan mendapatkan jawaban yang dapat dipercaya, mengarahkan perjalanan wisatawan sehingga teratur dan menjawab semua kebutuhan para wisatawan (Mill, 2000: 303).⁽¹³⁾

Setiap daerah di Indonesia berlomba-lomba meningkatkan pariwisata daerah mereka dengan jalan peningkatan fasilitas dalam hal ini adalah fasilitas Pusat informasi Wisata yang dengan tujuan memperkenalkan, memberikan publisitas terhadap kebudayaannya sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisata yang akan menambah pendapatan daerahnya.

(13) Mill, Robert Cristie "The Tourism The International Bussiness:edisi bahasa Indonesia" RajaGrafindo Persada, 2000, hal 303



Gambar 1.6 . Pusat Informasi Pariwisata di Tolbero, Halmahera Utara.

Pemda melihat potensi pariwisata di Tobelo, akan mengalami kesulitan jika tidak datang ke Pusat Informasi Pariwisata di Tobelo. Lokasinya terletak di area Hibualamo, yaitu rumah atau gedung pertemuan tempat bermusyawarah warga masyarakat. Di Hibualamo masyarakat dapat melakukan musyawarah adat dan membicarakan berbagai hal untuk kemajuan bersama.

Sumber : <http://beritadaerah.com>

Selama ini urusan pariwisata ditangani semata oleh Badan Promosi Pariwisata Yogyakarta dibawah Dinas Pariwisata Yogyakarta yang berfokus pada publisitas potensi wisata yang ada kepada para wisatawan. Sebuah pusat informasi bertujuan khusus untuk memberikan pelayanan kepada wisatawan untuk melancarkan kunjungan wisatanya, prasarana inilah yang dibutuhkan dan belum dimiliki Yogyakarta sehingga harus diadakan.

Tugas Pokok dan Fungsi Pusat Informasi Wisata Budaya Jawa di Yogyakarta adalah, memberi pelayanan informasi yang lengkap dan konkrit, memberi pelayanan wisata Budaya Jawa yang atraktif dan informatif, ikut serta dalam rangka mempromosikan kepariwisataan, menjadi media koordinasi bagi para pelaku pariwisata, menjadi pusat referensi kepariwisataan yang terbuka bagi masyarakat umum, serta ikut serta dalam menciptakan iklim kepariwisataan dan ekonomi.



Gambar 1.7. Pusat Informasi Pariwisata Kota Probolinggo

Tourism Information Centre The Government of Probolinggo City, memberikan informasi tentang kepariwisataan yang ada di Kota Probolinggo kepada wisatawan lokal maupun mancanegara sehingga dapat mengangkat citra Kota Probolinggo, memberdayakan ekonomi masyarakat, dan ikut serta dalam pembangunan Kota Probolinggo.

Sumber : <http://pedomannews.com>

Peranan pusat informasi wisata selain meningkatkan kualitas pariwisata Yogyakarta, melalui pelayanan informasi untuk membantu mempermudah kunjungan para wisatawan, secara tidak langsung juga menjadi sarana publikasi kepada masyarakat luas mengenai wisata Yogyakarta untuk mengangkat dan memperkuat pamor pariwisata Yogyakarta.

Bedasarkan Program Pembangunan Kepariwisata Daerah Yogyakarta nomor 1 tahun 2012 bagian kesatu, Pasal 3 ayat 3 menyatakan Visi pembangunan Kepariwisata Daerah adalah terwujudnya Yogyakarta sebagai Destinasi Pariwisata berbasis budaya terkemuka di Asia Tenggara, berkelas dunia, berdaya saing, berkelanjutan, mampu mendorong pembangunan Daerah untuk kesejahteraan masyarakat. Misi yang berusaha dicapai mewujudkan kepariwisataan berbasis budaya yang kreatif dan inovatif dengan mengembangkan daya tarik wisata berbasis budaya yang sinergis, unggul dan kredibel serta aman, nyaman dan menarik sehingga mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan baik nusantara maupun mancanegara dengan mengembangkan kelembagaan, fasilitas dan sumber daya manusia menjadi pariwisata yang berkelanjutan. Salah satu sasaraannya adalah tersedianya fasilitas Kepariwisata yang handal, berdasarkan pasal 19 c mengacu pembentukan sebuah fasilitas informasi dan pelayanan wisata.



Pariwisata berbasis budaya adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah yang berupa hasil olah cipta, rasa dan karsa manusia sebagai makhluk budaya, baik yang bersifat berwujud (*tangible*) maupun tidak berwujud (*intangible*).

Mengacu kepada program kepariwisataan Yogyakarta yang berbasis budaya yang kreatif, berkelanjutan dan inovatif serta untuk melestarikan nilai khas Yogyakarta sebagai pusat Budaya Jawa yang menjadi daya tarik terbesar pariwisata Yogyakarta, maka pusat informasi pariwisata yang diadakan akan berkonsentrasi pada informasi wisata budaya Jawa yang selalu berkembang menyesuaikan perkembangan jaman.

Perkembangan Budaya Jawa dan produk budaya yang dihasilkan dari pakem orisinalnya menjadi mengarah ke bentuk yang lebih modern dan kontemporer mengikuti perubahan jaman menjadi bahan yang menarik untuk disajikan selain menambah khasanah pengetahuan para wisatawan akan budaya Jawa yang dinamis, hal ini meningkatkan nilai budaya Jawa di Yogyakarta dengan menyatukan nilai lama dan baru agar dapat terjalin keharmonisan budaya dan memperkaya kekhasan budaya Jawa sehingga dapat mengangkat pamor Kota Yogyakarta sebagai Kota Budaya dan Kota Tujuan Pariwisata.

Pengembangan prasarana wisata yang berorientasi pada pelayanan informasi pariwisata budaya Jawa merupakan kebutuhan mendesak bagi kota Yogyakarta. Sebelum terlanjur mengalami kehilangan identitasnya sebagai kota pariwisata berbasis budaya akibat pengembangan pariwisata yang terlalu berorientasi pada bisnis semata, pihak-pihak terkait di Yogyakarta perlu melakukan pembenahan.

Pusat informasi wisata budaya Jawa di Yogyakarta perlu diadakan karena alasan sebagai berikut:

- A. Sarana pelayanan informatif bagi para wisatawan untuk mempermudah mengeksplorasi berbagai objek wisata Budaya Jawa yang ada di Yogyakarta.

B. Mengenalkan kekayaan Budaya Jawa yang dinamis dalam mengikuti perkembangan jaman sehingga meningkatkan pengetahuan dan menjadi daya tarik untuk parawisatawan.

C. Mengembalikan pamor Yogyakarta sebagai Kota Pariwisata dengan mengenalkan dan mempromosikan pariwisata Budaya Jawa kepada wisatawan.

D. Meningkatkan kualitas pelayanan Pariwisata Yogyakarta.

Melestarikan potensi Kebudayaan Jawa yang menjadi bagian kekayaan budaya bangsa Indonesia agar terhindar dari kepunahan.

Pusat informasi wisata budaya Jawa di Yogyakarta (PIWBJ) diharapkan memenuhi tuntutan wisatawan akan fasilitas pelayanan informasi wisata yang akan memudahkan kunjungan wisatawan untuk mengenal keanekaragaman wisata Budaya Yogyakarta serta berfungsi ganda sebagai sarana promosi pariwisata Budaya Jawa ke lingkup nasional bahkan internasional.

PIWBJ mengacu terbentuknya sebuah fasilitas pelayanan wisata budaya terpadu sebagai sarana promosi yang mengenalkan berbagai wisata budaya Jawa yang dinamis memadukan antara nilai lama dan baru, pelayanan informasi wisata, ruang pameran, ruang pertunjukan, ruang konverensi, perpustakaan serta *stand-stand* perencanaan kunjungan wisata dilengkapi dengan pemandu.

1.1.4. Latar Belakang Masalah

1.1.4.1. Kebutuhan Pusat Informasi Wisata Budaya

Informasi merupakan kumpulan data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerima, ⁽¹⁴⁾ informasi berguna untuk mengedukasi penerima informasi.

Sebuah sarana yang melayani penerangan tentang objek wisata atau masalah yang berkaitan dengan wisata budaya di Yogyakarta, PIWBJ menawarkan pelayanan informasi. Penyampaian informasi sekiranya harus lengkap, jelas dan mudah dipahami terutama oleh wisatawan asing, sehingga kegiatan kunjungan wisata berjalan lancar.

(14) Andri, Kristanto. 2003. Perancangan Sistem Informasi. Gava Media, Yogyakarta

Tuntutan dari informasi yang harus tertata, teratur, dan jelas untuk memberikan manfaat yang maksimal bagi penggunanya. Hal ini menjadi kunci penting dalam pengaturan ruang sehingga memperlancar kegiatan penginformasian.

Untuk memenuhi tuntutan fungsi PIWBJ, maka ruang dalam PIWBJ harus ditata sedemikian rupa agar **KOMUNIKATIF** dalam memandu mengarahkan kegiatan penyampaian informasi sehingga dapat diterima dan dimengerti dengan baik oleh pengunjungnya. Untuk memunculkan Pusat Kebudayaan Jawa yang komunikatif maka kualitas interaksi, baik itu interaksi antara pengunjung dengan sumber maupun narasumber informasi obyek wisata budaya jawa maupun dengan wadah penampung kegiatan sangat diperlukan. Komunikatif dipresentasikan dengan tata cara penataan ruang, pengolahan alur pergerakan pengunjung dan sirkulasi.

Penataan ruang PIWBJ yang teratur dan terarah dalam menyajikan informasi wisata yang interaktif serta mengatur alur pergerakan wisatawan memberikan kesempatan para pengunjung PIWBJ untuk mengamati, berinteraksi dan berpartisipasi langsung dalam prose penyampaian informasi wisata Budaya Jawa sehingga pengetahuan yang disampaikan dapat terserap dengan baik memberikan kesempatan bagi potensi wisata Jawa agar dikenal dan dicintai baik secara nasional maupun internasional serta memperkuat fungsi PIWJB sebagai bentuk pelayanan pariwisata serta prasarana promosi Wisata Budaya Jawa Yogyakarta.

1.1.4.2. Peranan Budaya Jawa

Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi, terbentuk dari banyak unsur yang rumit, termasuk sistem agama politik, adat istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan, dan seni.⁽¹⁵⁾

(15) Stewart L. Tubbs, Sylvia Moss Human Communication: Konteks-konteks Komunikasi, Rosda, 2001

Budaya adalah identitas sebuah bangsa, dimana apabila kebudayaan itu punah, identitas bangsa tidak akan dapat dikenali lagi. Peranan budaya Jawa dalam melahirkan suatu dinasti yang kaya akan nilai pekerti dan sejarah tidak boleh dilupakan.



Gambar 1.9. Lambang Kota Yogyakarta
Lambang Kebudayaan Kota Yogyakarta diambil dari bentuk Gunungan Wayang
Sumber : <http://www.jogjakota.go.id>

Pemerintah daerah Yogyakarta menerbitkan lambang kota Yogyakarta dengan Gunungan sebagai lambang dari Kebudayaan Yogyakarta.

Gunungan adalah wayang berbentuk gambar gunung beserta isinya. Dalam setiap pertunjukan wayang kulit selalu ditampilkan gunung, yang berbentuk persegi lima yang terdapat gambar atau simbol di dalamnya. Disebut gunung karena bentuknya seperti gunung yang ujung atasnya meruncing. Gunungan ini dalam berisi nilai-nilai budaya yang dipercayai masyarakat Jawa antara lain : ⁽¹⁶⁾

A. Gunungan sebagai lambang kehidupan, setiap gambar yang berada di dalamnya melambangkan seluruh alam raya beserta isinya mulai dari manusia sampai dengan hewan serta hutan dan perlengkapannya. Yang melambangkan perjalanan kehidupan manusia dari penciptaan hingga mengalami berbagai cobaan dan godaan yang harus selalu sadar bahwa manusia hidup ini menuju yang di atas yaitu Tuhan yang Maha Kuasa.

(16) Agus Purwoko, Gunungan: nilai-nilai filsafat Jawa, Adisaputra, 2010

B. Pandangan Masyarakat Jawa terhadap kosmosnya merupakan bentuk nilai tetap yang selalu hadir dalam kehidupannya. Pribadi seorang manusia Jawa (mikrokosmos) bertimbal balik dengan lingkungan alam sekitarnya (makrokosmos), ketimpangan pada salah satu sisi akan menyebabkan bencana.

Filosofi luhur budaya Jawa yang terkandung dalam gunung menjadikan Gunung simbol dari Kebudayaan Jawa di Yogyakarta.

Simbol ini harus dikomunikasikan kedalam bentuk yang riil agar timbul pemahaman dan penghargaan terhadap Budaya Jawa sehingga memicu keinginan untuk melestarikan kekayaan budaya Jawa di Yogyakarta terutama bagi para wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta, sehingga bisa lebih mengerti nilai budaya Jawa.

Tranformasi bentuk Gunung kedalam bentuk struktural PIWBJ sebagai lambang Kebudayaan di Yogyakarta diharapkan dapat menyampaikan pesan ini kepada khalayak umum sekaligus memperkuat konsepnya sebagai pusat informasi wisata yang terfokus pada budaya Jawa.

1.1.1. Latar Belakang Pemilihan Lokasi Proyek

Pemilihan lokasi penting bagi kelangsungan aktivitas yang ditampung oleh sebuah bangunan karena mempengaruhi berhasil atau tidaknya sebuah proyek. Berbagai faktor perlu dipertimbangkan dalam menentukan lokasi, fungsi dan tujuan proyek adalah kunci utamanya. PIWBJ menuntut hal sebagai berikut:

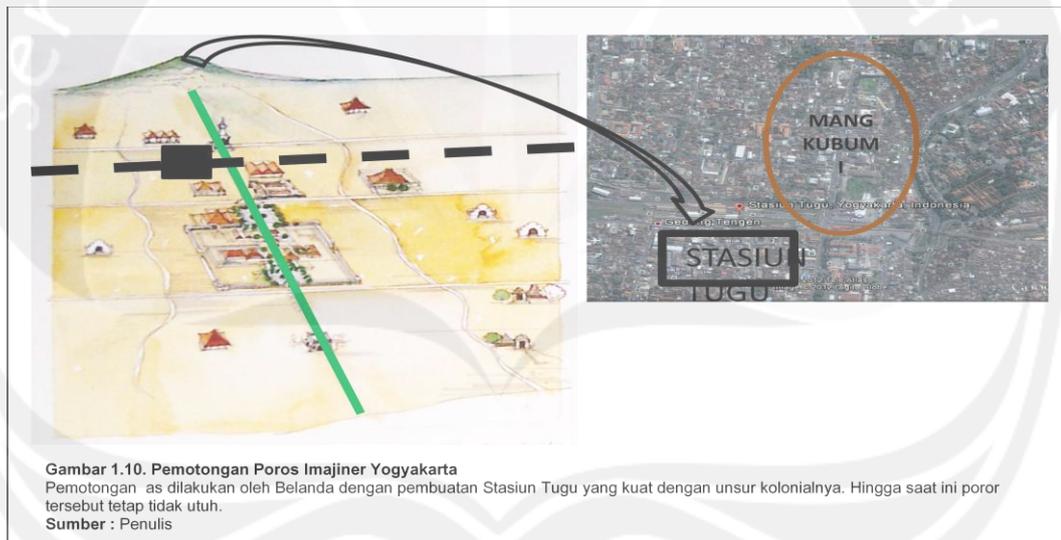
1.1.1.1. PIWBJ adalah fasilitas untuk menyajikan data mengenai pariwisata Budaya Jawa sehingga dalam memilih lokasi dipertimbangkan lokasi yang berdekatan dengan sentra-sentra budaya lain sehingga dapat terjadi hubungan timbal balik yang saling mendukung satu dengan lainnya.

1.1.1.2. PIWBJ adalah fasilitas yang ditujukan untuk publik, kemudahan untuk dijangkau oleh masyarakat baik dengan kendaraan pribadi, ataupun angkutan umum menuntut lokasi proyek yang dapat diakses dengan mudah dan dilewati oleh jalur transportasi umum.

1.1.1.3. PIWBJ harus menyesuaikan dengan peraturan pemerintah tentang kebijakan pengembangan wilayah.

Pusat dari kebudayaan Jawa di Yogyakarta berasal dari Kraton Yogyakarta dimana Sultan Hamangku Buwono ke-X bertempat tinggal, di sekitar kraton terdapat banyak sentra budaya Jawa, seperti alun-alun, Museum Sonobudoyo, Jalan Malioboro, benteng Vredeburg, atau monumen Tugu.

Salah satu monumen penting kota Yogyakarta adalah poros historis filosofis Krapyak-Keraton-Tugu. struktur kota memiliki filosofis simbolis yang berdasar pada garis imajiner Gunung Merapi-Tugu-Keraton – Panggung Krapyak-Laut Selatan (Parang Kusumo). Garis poros di dalam tata rakit kraton tersebut konfigurasi fisiknya merupakan suatu bagian dari tata Kota Yogyakarta



Gunung Merapi terletak di perbatasan DIY dan Jawa Tengah, yang juga sebagai batas utara Yogyakarta. Disinilah garis lurus itu dimulai. Membujur ke arah selatan, terdapat Tugu Yogya. Tugu menjadi simbol '*manunggaling kawulo gusti*' yang juga berarti bersatunya antara raja (golong) dan rakyat (gilig). Simbol ini juga dapat dilihat dari segi mistis yaitu persatuan antara khalik (Sang Pencipta) dan makhluk (ciptaan). Garis selanjutnya mengarah ke Keraton dan kemudian lurus ke selatan terdapat Panggung Krapyak. Bangunan di sebelah selatan Keraton ini menjadi batas selatan kota tua Yogyakarta. Titik terakhir dari garis imajiner itu adalah Pantai Parang Kusumo, di Laut Selatan. ⁽¹⁷⁾

(17) http://id.wikipedia.org/wiki/Keraton_Ngayogyakarta_Hadiningrat#cite_note-88

Dua lokasi itu memiliki arti yang sangat penting bagi Keraton yang dibangun berdasarkan pertimbangan keseimbangan dan keharmonisan. Keraton merupakan titik imbang dari api dan air. Api dilambangkan oleh Gunung Merapi, sedangkan air dilambangkan pada titik paling selatan, Pantai Parang Kusumo. Dan keraton berada di titik tengahnya. Kraton dan dua daerah itu merupakan titik keseimbangan antara vertikal dan horizontal. Keseimbangan horizontal dilambangkan oleh Laut Selatan yang mencerminkan hubungan manusia dengan manusia. Gunung Merapi melambangkan sisi horizontal yang mencerminkan hubungan antara manusia dengan Yang Maha Kuasa.⁽¹⁸⁾

Dahulu sultan bersemedi dengan panduan garis imajiner ini, namun pada masa penjajahan Belanda berusaha mengganggu dengan suara kereta api yang memotong garis itu. Pada waktu Sultan HB-I masih hidup, garis imajiner itu tampaknya belum diganggu, tetapi setelah perang Diponegoroyang dimenangkan Belanda, maka usaha mengacak-acak (dari sisi Jawa) atau membuat pusat baru (dari sisi Belanda) sebagai tandingan kraton. Upaya degradasi wibawa kraton dikembangkan terus sejak saat itu.. Pemotongan as imajiner ini terjadi makin keras pada era HB VII yaitu dengan pembuatan rel kereta api yang memotong garis imajiner itu.⁽¹⁹⁾

Garis imajiner Yogyakarta masih tetap terputus hingga saat ini, rel tetap dipertahankan serta diperkuat dengan adanya Stasiun Tugu. Keberadaan rel telah merusak tatanan poros yang ada, perkuatan poros imajiner untuk mengembalikan fungsi dan filosofi Jawa yang ada patut untuk dilakukan.

Letak Tugu dan Stasiun Tugu berada di Jalan Mangkubumi, area ini menarik untuk dikembangkan sebagai lokasi pendirian PIWBJ karena :

A. Mengembalikan poros Jawa di Yogyakarta dengan Pusat informasi wisata budaya Jawa . Dengan latar belakang sejarah yang ada, Pembangunan Pusat informasi wisata budaya Jawa kiranya dapat menjadi solusi untuk menyambung kembali garis imajiner yang telah dirusak Belanda dulu.

(18) Abdurrahman Surjomihardjo. **Sejarah Perkembangan Kota Yogyakarta**, 1880-1930. Yogyakarta: Yayasan Untuk Indonesia, 2000.

(19) <http://blog-sejarah.blogspot.com/2010/11/garis-lurus-imajiner-yogya.html>

B. Jalan Mangkubumi yang terletak di pusat Kota Yogyakarta. Jalan Mangkubumi dahulu ada Lokasi tersebut berdekatan dengan sentra budaya, seperti Kraton Yogyakarta , Malioboro, Tugu dan kawasan budaya lainnya.

C. Akses untuk kendaraan pribadi dan angkutan umum dapat dicapai dengan mudah karena terdapat jalur Trans Jogja serta terdapat stasiun Tugu.

D. Letaknya yang berada di poros antara Tugu dan Kraton, menyebabkan Jalan Mangkubumi menjadi “Pintu Utama” sekaligus “Ruang Penerima” bagi pengunjung untuk masuk Kawasan Malioboro dan Kraton. Fungsi sebagai pintu utama sejalan dengan fungsi Pusat informasi wisata budaya Jawa sebagai sarana untuk memperkenalkan potensi Pariwisata Budaya Jawa. Sehingga sebelum memasuki Pusat Budaya Jawa yaitu Kraton Yogyakarta, para pengunjung dapat memperoleh pengetahuan awal mengenai kebudayaan Jawa.

E. Jalan Mangkubumi kaya akan perpaduan nuansa kolonial pada bangunannya dan tradisional dengan keberadaan warung-warung tradisionalnya menarik masyarakat umum untuk mengunjunginya.

Berdasarkan ulasan diatas, Jalan Mangkubumi tepat untuk dijadikan sebagai lokasi pendirian PIWBJ , sehingga fungsi bangunan dan lokasinya dapat saling mendukung dan melengkapi satu dengan lainnya.

1.2. RUMUSAN PERMASALAHAN

Bagaimana rancangan Pusat informasi Wisata Budaya Jawa di Yogyakarta yang komunikatif pada penataan ruang dalamnya dan mentransformasikan Gunung sebagai Lambang Kebudayaan Yogyakarta ke dalam bentuk tampilan massa bangunannya?

1.3. TUJUAN DAN SASARAN

1.1.1. Tujuan

Mewujudkan suatu rancangan bangunan Pusat Informasi Wisata Budaya Jawa di Yogyakarta yang komunikatif pada penataan ruang dalamnya dan mentransformasikan bentuk Gunung sebagai Lambang Kebudayaan Yogyakarta ke dalam bentuk tampilan massa bangunannya.

1.1.2. Sasaran

Tersusunnya konsep dan desain tata ruang dalam serta wujud fisik bangunan yang dapat menampung kegiatan penerangan wisata Budaya Jawa.

1.4. LINGKUP STUDI

Perwujudan transformasi Gunungan sebagai Lambang Kebudayaan Yogyakarta melalui bentuk massa bangunannya dari Pusat Informasi Wisata Budaya Jawa di Yogyakarta yang komunikatif pada penataan ruang dalamnya.

1.5. METODE PEMBAHASAN

1.5.1. Deduktif

Berdasar pada landasan umum, peraturan dasar, persyaratan dan teori yang sudah ada mengenai bangunan Pusat Informasi Wisata kemudian ditarik kesimpulan dengan rumusan permasalahan yang ada.

1.5.2. Transformasi

Metode ini dilakukan dalam proses pencarian bentuk bangunan dan tata ruang dalamnya, yang sebelumnya terlebih dulu dilaksanakan penganalisisan mengenai prinsip komunikatif serta tinjauan Gunungan sebagai Lambang Kebudayaan Yogyakarta. Bentuk yang ditemukan akan diuraikan dengan bahasa arsitektural yang kemudian ditransformasikan menjadi sebuah bangunan melalui pengolahan tata ruangnya dalamnya dan bentuk massa bangunannya.

1.6. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

BAB 1. PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang eksistensi proyek, latar belakang permasalahan desain, rumusan permasalahan, tujuan dan sasaran, lingkup studi, metode pembahasan, sistematika pembahasan dan kerangka pemikiran.

BAB 2. TINJAUAN UMUM PUSAT INFORMASI PARIWISATA DAN WISATA BUDAYA JAWA

Berisi tentang tinjauan tentang Pusat Informasi Wisata, fungsi dan syarat – syarat perencanaan bangunan Pusat Informasi Wisata. Pengertian wisata budaya serta berbagai jenis wisata Budaya Jawa yang ada di Yogyakarta beserta contoh karya serupa mengenai bangunan yang menerapkan prinsip arsitektural Jawa ke dalam desainnya.

**BAB 3. TINJAUAN KHUSUS PERMASALAHAN PUSAT
INFORMASI WISATA BUDAYA JAWA**

Berisi tentang data mengenai prinsip komunikatif, pengertian bentuk Gunung dan filosofinya sebagai bahan tinjauan untuk diterapkan melalui penataan ruang dalam dan bentuk penampilan massa bangunan Pusat Informasi Pariwisata Yogyakarta.

**BAB 4. ANALISIS PERENCANAAN DAN PERANCANGAN PUSAT
INFORMASI WISATA BUDAYA JAWA**

Berisi analisis perancangan mengenai prinsip komunikatif yang akan diterapkan dan transformasi bentuk Gunung sebagai Lambang Kebudayaan Yogyakarta dalam analisis ruang, tata ruang dalam, tata ruang luar, tapak, sistem struktur dan sistem utilitas bangunan.

**BAB 5. KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN PUSAT
INFORMASI WISATA BUDAYA JAWA DI YOGYAKARTA**

Berisi konsep perancangan bangunan dengan penerapan prinsip komunikatif dalam penataan ruang dalam serta transformasi filosofi bentuk Gunung ke dalam bentuk tampilan massa bangunannya.

1.7. KERANGKA PEMIKIRAN

