

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Permasalahan**

Indonesia adalah negara kepulauan yang memiliki berbagai sumber daya alam yang beragam dengan panorama yang indah, jika dikelola dengan benar dapat memberikan keuntungan bagi negara dan penduduk setempat. Salah satu caranya dengan menciptakan destinasi wisata di berbagai daerah seluruh pelosok Indonesia. Daerah-daerah yang dianugerahi sumber daya alam yang eksotis dapat berkontribusi dalam memberikan sumber pendapatan dalam sektor pariwisata (Setiawan, 2015:1). Dengan hadirnya destinasi wisata, tentu perlu akomodasi pendukung seperti hotel untuk memfasilitasi akomodasi wisatawan yang bermukim. Lawson, (1976:27) menegaskan, hotel adalah tempat tinggal umum untuk wisatawan dengan memberikan pelayanan jasa kamar, penyedia makanan dan minuman serta akomodasi dengan syarat pembayaran. Hotel secara umum memiliki klasifikasi, mulai dari jenis pelayanan, lokasi, fasilitas dan luasan, penentuan jenis hotel tidak terlepas dari kebutuhan pelanggan dan ciri atau sifat khas yang dimiliki wisatawan. Dalam penilaian klasifikasi hotel dibedakan dengan menggunakan simbol bintang antara 1-5, semakin banyak bintang yang dimiliki suatu hotel, maka semakin berkualitas hotel tersebut (Endar Sri, 1996:9). Sehingga hotel dikelompokkan menjadi 4 yaitu *City Hotel*, *Residential Hotel*, *Resort Hotel* dan *Motel* (Tarmoezi, 2000:5). Saat ini di Indonesia muncul istilah hotel butik, yang pada awalnya dipopulerkan di negara Amerika dan Inggris.

Menurut Alfari, (2018) hotel butik memiliki desain bangunan dan interior yang sangat unik, kekinian dan bergaya modern. Hotel butik awalnya muncul di tahun 1980-an di kota-kota besar seperti *London, New York, dan San Francisco*. Menurut Wright, (2011:1-3) hotel butik berbeda dengan hotel lainnya yang selalu memiliki hal-hal yang sama dalam standar layanan dan arah desain, hotel butik tidak ada standar khusus, selain mementingkan layanan yang berkualitas dan memiliki desain yang tidak akan pernah diduplikasi. Hotel butik menyediakan kualitas pengalaman tak berwujud untuk para tamu, memfasilitasi perasaan, emosi, imajinasi, pengetahuan, kepuasan, dan pengalaman yang bermanfaat. Lokasi yang ideal untuk hotel butik tidak hanya ditentukan berdasarkan kenyamanan, tetapi juga oleh tren dan kemewahan dari lingkungan. Menurut Nursyabani, (2019) kota Bandung telah meraih penghargaan Indonesia *Attractiveness Award (IAA) 2019*, kategori salah satu kota besar di Indonesia yang meraih penghargaan pada sektor pariwisata Indonesia yang berperingkat emas. Wajar saja saat ini hotel butik khususnya di kota Bandung sangat menjamur, karena secara geografis kota Bandung berada di kawasan pegunungan, memiliki udara yang sejuk, membuat turis dapat merasakan kenyamanan dan belum lagi jumlah wisatawan yang berkunjung selalu meningkat. Menurut Yudhistira & Octavia, (2016:1) kota Bandung adalah kota yang menyenangkan untuk rekreasi, terutama untuk para wisatawan dari berbagai kota merelakan waktunya untuk berekreasi ke kota Bandung. Aktivitas wisata di kota Bandung mendorong peningkatan pembangunan fasilitas pendukung pariwisata, pada akhirnya hal tersebut akan mendorong perkembangan fasilitas hiburan baru.

Kemunculan hotel butik di kota Bandung menjadi sebuah fenomena yang menarik, karena saat ini gaya hidup generasi muda cenderung menyukai hal-hal baru, unik dan berbeda. Membuat hotel butik menjadi pilihan sebagai tempat untuk bermukim, pengunjung juga dapat merasakan sensasi menginap sambil bersantai, berfoto-foto dan berkumpul bersama keluarga, teman atau pasangan. Menurut Ayun, (2015:2-3), saat ini terjadi pergeseran budaya, para generasi muda tidak segan-segan mengunggah segala kegiatan pribadinya melalui akun media sosial dalam membentuk identitas diri mereka. Identitas merupakan sebuah hal yang penting di dalam suatu masyarakat, membuat suatu gambaran mengenai seseorang, melalui penampilan fisik, ciri ras, warna kulit, bahasa yang digunakan, penilaian diri, dan faktor persepsi yang lain, yang semuanya digunakan dalam mengkonstruksi identitas budaya. Berdasarkan fenomena yang terjadi di sosial media, ternyata banyak klien hotel yang mengunggah foto-foto pengalaman saat menginap di hotel butik. Tentu unggahan tersebut dapat dilihat oleh siapa saja, terutama bagi para wisatawan lokal, membuat para pelancong mencari tahu informasi lebih jelas mengenai hotel butik, biasanya informasi hotel butik dapat diakses melalui situs web agensi perjalanan. Situs web agensi perjalanan yang populer di Indonesia adalah Traveloka, Pegi-Pegi dan Tiket.com, ketiga situs ini merupakan situs asli buatan anak bangsa yang memiliki penilaian, ulasan dan jumlah pengguna yang banyak sekitar 10 juta pengguna di android maupun IOS. Foto-foto interior hotel butik yang terdapat pada laman situs web agensi perjalanan, (Traveloka, Pegi-Pegi dan Tiket.com) secara kuantitas banyak namun secara kualitas seadanya. Padahal menurut Harsanto, (2020:4), tampilan fotografi yang memiliki sifat rill dapat memudahkan persuasi bagi orang yang melihatnya.

Fotografi merupakan suatu proses mendapatkan representasi yang akurat dari objek yang terlihat dengan menggunakan reaksi kimia antara cahaya. Dengan begitu, fotografi berfungsi sebagai alat rekam, karena fotografi dapat merekam objek nyata menjadi gambar yang sangat mirip dengan aslinya (Kurniawan, 2016:1). Dalam hal representasi foto hotel butik, disini peran seorang fotografer sangat vital dalam menghasilkan sebuah foto yang baik, karena hanya foto terbaiklah yang dapat menjembatani komunikasi visual antara calon konsumen dan bangunan hotel. Apalagi hotel butik memiliki desain interior yang dekoratif, unik dan menarik, perlu perhatian ekstra untuk mendokumentasikan seluruh bagian interior kedalam gambar visual foto, agar calon konsumen dapat melihat representasi interior hotel butik secara persuasif, informatif dan profesional.

Dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat, banyak para pelaku bisnis properti seperti hotel, berlomba-lomba untuk terus berinovasi dalam menyajikan konten yang menarik. Apalagi dengan banyaknya media pemasaran yang tersedia di internet, seperti media sosial, dan situs web agensi perjalanan terkemuka seperti Traveloka, Pegi-Pegi dan Tiket.com. Semua media ini memiliki satu tujuan yaitu untuk menjembatani perusahaan hotel untuk dapat membuka dan memperbesar peluang bisnis agar menjadi semakin terkenal dan laku di masyarakat. Dengan banyaknya peluang yang tersedia di internet, tentu sangat membantu para pelaku bisnis properti hotel, terutama pada sektor pemasaran. Pengelola hotel menjadi semakin berinovasi dalam mempromosikan hotel secara digital. Kini setiap perhotelan sudah memiliki *Marketing Communication* yang mana profesi ini menjadi ujung tombak perusahaan untuk mendapatkan konsumen secara digital. Maka dari itu pihak pemasaran hotel butik membutuhkan seorang fotografer yang

berfokus pada bidang keahlian fotografi interior , untuk bekerjasama dalam proyek pemotretan seluruh bangunan interior hotel. Karena sebelum mempublikasikan hotel ke masyarakat luas, pihak pemasaran hotel perlu representasi foto-foto yang persuasif, informatif dan profesional.

Dengan segala permasalahan dan fenomena yang telah dipaparkan diatas, penulis ingin fokus meneliti dan memecahkan persoalan mengenai representasi foto-foto hotel butik di kota Bandung yang telah dipublikasi pada situs web agensi perjalanan (Traveloka, Pegi-Pegi dan Tiket.com). Sehingga nantinya dapat menghasilkan sebuah representasi foto yang dapat memudahkan calon konsumen hotel dalam memilih hotel, dengan cara merasakan nuansa ruang interior hanya melalui sebuah foto dan membuat calon konsumen menjadi semakin tertarik untuk merasakan langsung bagaimana sensasi menginap di hotel butik.

## **1.2 Rumusan Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan, penulis merumuskan beberapa poin permasalahan terhadap representasi foto-foto yang ada pada situs web agensi perjalanan, khususnya foto-foto mengenai hotel butik. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini yaitu :

- a) Bagaimanakah representasi foto-foto interior hotel butik yang telah dipublikasi pada situs web agensi perjalanan (Traveloka, Pegi-Pegi dan Tiket.com) ?
- b) Bagaimana menghasilkan foto-foto interior yang merepresentasikan setiap ruangan interior pada bangunan hotel butik, sesuai kajian visual teknik fotografi dan perspektif ilmu desain ?

### 1.3 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, membatasi wilayah penelitian khusus di area kota Bandung, karena kota Bandung adalah kota tujuan destinasi wisata yang meraih penghargaan emas dalam sektor pariwisata Indonesia pada tahun 2019 dan terdapat beberapa hotel butik yang menarik. Dalam memilih hotel butik yang akan dijadikan sebagai studi kasus, dibatasi berdasarkan klasifikasi dari penilaian, ulasan, tanda pagar dan lokasi strategis. Hotel butik yang terpilih sebagai studi kasus adalah hotel *BlackBird* dan hotel *The House Tour*, karena kedua hotel ini memiliki ulasan yang sangat memuaskan dari mesin pencari Google dan memiliki jumlah unggahan mencapai 1000 (seribu) berdasarkan tanda pagar pada laman pencari media sosial Instagram. Hotel *BlackBird* dan hotel *The House Tour* terletak di daerah strategis, dekat dengan lokasi wisata, kafe dan restoran, hotel *BlackBird* berlokasi di daerah Sersan Bajuri yang berdekatan dengan Kampung Daun dan wisata lainnya di daerah Lembang, sementara hotel *The House Tour* berlokasi di daerah Ciumbuleuit yang berdekatan dengan obyek wisata *Rabbit Town* dan tempat kuliner di daerah Punclut.

Dalam penelitian ini, membatasi foto yang akan di analisis secara interpretasi komposisional, dengan cara mengambil satu sampel dari setiap foto yang ditampilkan pada laman situs web agensi perjalanan (Traveloka, Pegi-Pegi dan Tiket.com), sampel foto yang diambil berjumlah 2 (dua) foto, foto ini dipilih berdasarkan kelengkapan elemen interior yang dihadirkan. Untuk jumlah keseluruhan foto hotel *The House Tour* yang telah dipublikasi pada laman situs web agensi perjalanan (Traveloka, Pegi-Pegi dan Tiket.com) berjumlah 12 (dua belas) foto. Sementara jumlah keseluruhan foto hotel hotel *BlackBird* sekitar 9 (sembilan)

foto. Deskripsi mengenai alasan mengapa dipilihnya 2 (dua) foto yang akan di analisis sesuai interpretasi komposisional, akan dijelaskan pada lembar lampiran.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap permasalahan sebagai berikut :

1. Mengetahui representasi foto-foto interior hotel butik yang telah dipublikasi pada laman situs web agensi perjalanan (Traveloka, Pegi-Pegi dan Tiket.com). Apakah foto-foto yang terdapat pada laman situs web travel agensi secara visualisasi telah menyampaikan pesan secara persuasif, informatif dan profesional.
2. Mengungkap bagaimana cara menghasilkan foto-foto yang dapat merepresentasikan interior hotel butik sesuai kajian visual teknik fotografi dan perspektif ilmu desain, untuk mengetahui bagaimana foto-foto yang dapat menyampaikan pesan secara persuasif, informatif dan profesional.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai bahan rujukan dan referensi bagi para akademisi, praktisi dan pihak pemasaran hotel. Berikut adalah poin-point penjelasan:

1. Untuk pihak akademisi dapat menggunakan karya tulis ini sebagai bahan referensi, rujukan, maupun studi literatur. Karya tulis ini dapat dikembangkan untuk keperluan penelitian selanjutnya dan untuk para akademisi yang baru mempelajari fotografi interior dapat memberikan manfaatnya kepada para mahasiswa yang menekuni keilmuan seni dan desain. Terutama mahasiswa desain interior, keilmuan ini sangat penting untuk menunjang keahlian kompetensi mahasiswa saat bekerja di perusahaan maupun berwirausaha.
2. Untuk pihak praktisi dapat menggunakan karya tulis ini sebagai metode pembelajaran untuk mencari tahu bagaimana memotret ruangan interior hotel dengan teknik fotografi dan perspektif yang benar. Supaya dapat menghasilkan foto-foto yang dapat menyampaikan pesan secara persuasif, komunikatif, informatif dan profesional.
3. Untuk pihak pemasaran hotel dapat menggunakan karya tulis ini sebagai bahan referensi dan rujukan untuk mengetahui bagaimana menyiapkan foto-foto yang dapat merepresentasikan interior hotel dengan benar. Supaya ketika saat diunggah pada laman situs web agensi perjalanan, foto-foto dapat tersaji secara persuasif, komunikatif, informatif dan profesional. Membuat calon pengunjung yang melihatnya menjadi semakin tertarik untuk merasakan langsung sensasi pengalaman menginap di hotel butik.



## 1.6 Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yakni untuk mengetahui representasi fotografi pada interior hotel butik *The House Tour* dan hotel *Blackbird* yang telah dipublikasi pada situs web agensi perjalanan (Traveloka, Pegi-Pegi dan Tiket.com) dan membahas bagaimana menghasilkan foto-foto interior yang merepresentasikan setiap ruangan interior pada bangunan hotel butik, sesuai kajian visual teknik fotografi dan perspektif ilmu desain.

Menurut Kasmana, (2018:10) untuk menelaah dan mendeskripsikan serangkaian bentuk dan konsep dari representasi foto-foto interior yang terdapat pada laman situs web agensi perjalanan (Traveloka, Pegi-Pegi dan Tiket.com), dapat di analisis menggunakan pisau bedah analisis interpretasi komposisional. Yakni interpretasi yang menekankan aspek visual sebuah citra, yang tersusun kedalam sebuah komposisi secara mendetail.

Untuk analisis berdasarkan eksperimen menggunakan pisau bedah analisis studi narasi. Menurut Cresswell, (2015:97-102) studi ini mencakup *biografi* (narasi tentang pengalaman seseorang), *autobiografi* (pengalaman yang ditulis sendiri oleh subjek penelitian). Prosedur yang digunakan biasanya berupa *restroying*, yakni penceritaan kembali cerita tentang pengalaman individu mengenai tata cara pengambilan foto interior yang benar berdasarkan teknik fotografi dan perspektif ilmu desain.

Dalam pengumpulan data, peneliti melakukan beberapa tahapan:

1. Tahapan pertama, mengumpulkan data berupa foto-foto interior hotel *The House Tour* dan hotel *Blackbird* yang telah dipublikasi pada situs web agensi perjalanan (Traveloka, Pegi-Pegi dan Tiket.com) dan menyimpan data-data lainnya yang saling berkaitan.
2. Tahapan kedua, mengumpulkan buku-buku, artikel, jurnal dan penelitian ilmiah mengenai hotel butik, teori representasi, teori interpretasi komposisional, teori-teori fotografi dan perspektif ilmu desain. Beberapa dikutip dari sumber media cetak maupun internet yang berkaitan juga turut menjadi referensi.
3. Tahapan ketiga, melakukan wawancara mendalam dengan pihak hotel butik dan fotografer profesional yang berfokus pada bidang fotografi interior dan merekam segala informasi mengenai topik penelitian. Proses wawancara dilakukan dengan tatap muka langsung maupun tidak langsung, bisa melalui telepon, e-mail, dan sosial media. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi sebanyak mungkin mengenai objek yang diteliti.
4. Tahap selanjutnya, memecahkan persoalan dilapangan, dengan cara melakukan eksperimen langsung ke hotel *The House Tour* dan hotel *Blackbird* untuk menghasilkan foto interior yang persuasif, informatif dan profesional, berdasarkan teknik fotografi dan perspektif ilmu desain.

Setelah melakukan beberapa tahapan, seperti mengumpulkan data, mencari studi literatur, wawancara dan eksperimen langsung, seluruh data-data tersebut dapat diolah dan di analisis untuk mendapatkan hasil penelitian.

#### **A. Pengolahan Data**

Hasil rekapitulasi dari semua tahapan yang meliputi pengumpulan foto-foto interior dan wawancara. Langsung diolah sesuai pisau bedah analisis interpretasi komposisional dan studi narasi, untuk data-data seperti studi literatur juga diolah untuk memperkaya materi.

#### **B. Analisis Visual (Situs Web Agensi Perjalanan)**

Pada analisis visual, menggunakan pisau bedah interpretasi komposisional, untuk menelaah, menguraikan dan mendeskripsikan elemen-elemen visual pada foto-foto yang terdapat pada laman situs web agensi perjalanan (Traveloka, Pegi-Pegi dan Tiket.com). Khususnya pada laman situs hotel *The House Tour* dan hotel *Blackbird*, analisis visual meliputi elemen-elemen interior, komposisi, distorsi, proporsi, warna, cahaya, dan perspektif ilmu desain.

#### **C. Analisis Representasi**

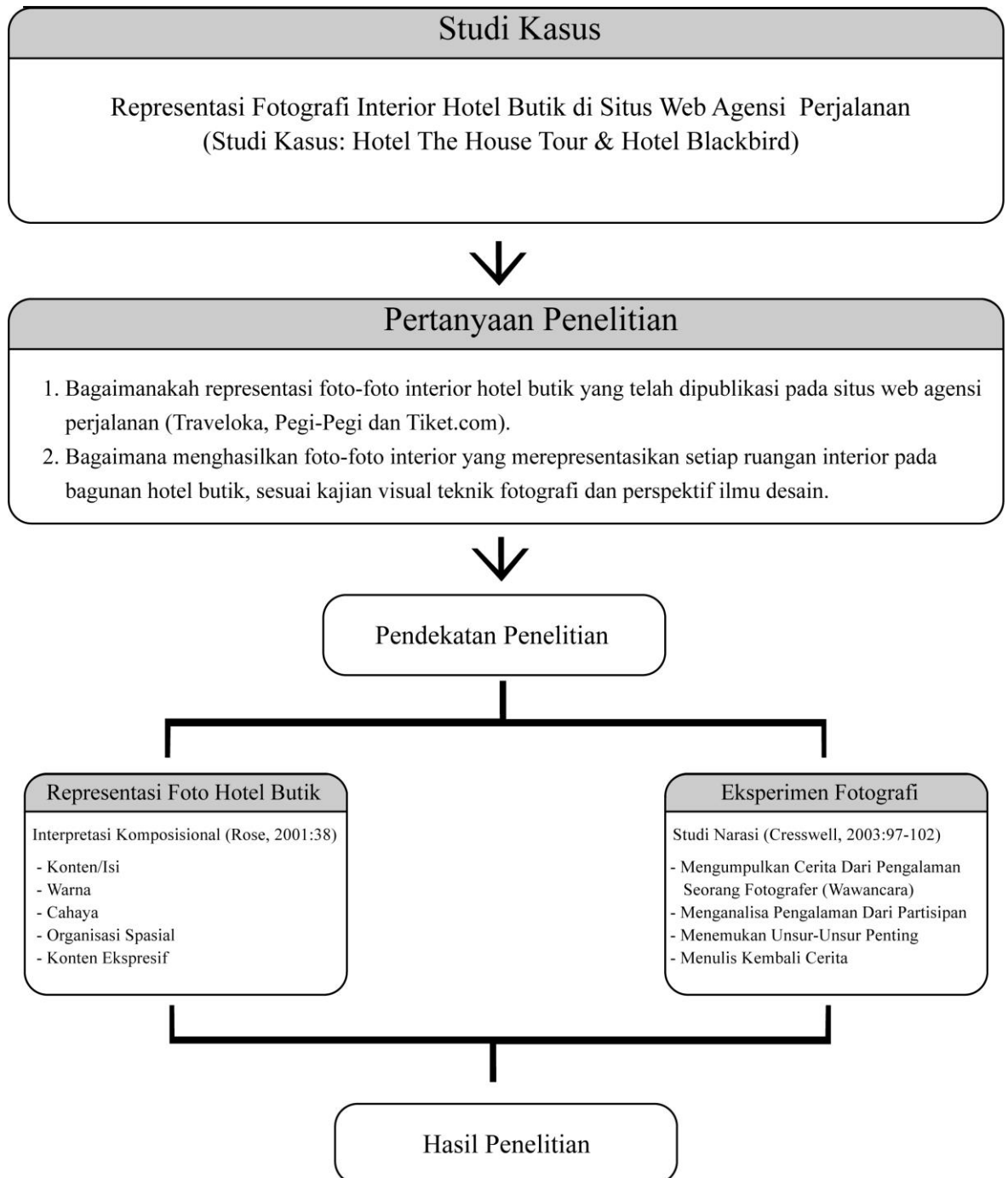
Representasi yang mengarah pada fotografi adalah teori transparansi (*Transparency Theory*) oleh Walton, (1984:100). Menurut Walton bahwa melalui visual foto seseorang dapat melihat berbagai hal dan peristiwa. Pada analisis representasi ini akan memaparkan representasi yang dihadirkan oleh foto-foto yang terdapat pada laman situs web agensi perjalanan (Traveloka, Pegi-Pegi dan Tiket.com). Khususnya pada laman situs hotel *The House Tour*

dan hotel *Blackbird*, untuk mengetahui apakah foto tersebut memiliki representasi yang persuasif, informatif dan profesional.

#### **D. Analisis Eksperimen**

Pada bagian analisis eksperimen, menggunakan studi narasi, studi ini mencakup *biografi* (narasi tentang pengalaman seseorang), *autobiografi* (pengalaman yang ditulis sendiri oleh subjek penelitian). Mencari tahu bagaimana menghasilkan foto interior yang persuasif, informatif dan profesional, berdasarkan teknik fotografi dan perspektif ilmu desain, seperti: pengaturan segitiga cahaya, pengaturan sudut distorsi, komposisi, dan perspektif.

Untuk mempermudah dan memahami alur dari proses penelitian, berikut adalah bentuk kerangka penelitian :



## **1.7 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini dilakukan dalam 6 bab. Sistematika penulisan dari masing-masing bab adalah sebagai berikut :

### **1.7.1 Bab I Pendahuluan**

Bab ini menguraikan latar belakang masalah mengenai fenomena hotel, hotel butik, representasi foto-foto pada situs web agensi perjalanan dan fotografi. Terdapat rumusan masalah penelitian untuk mencari tahu kebenaran dan jawaban terhadap masalah yang diteliti. Menentukan tujuan dan manfaat penelitian yang akan dicapai, menentukan batasan dan metodologi penelitian, serta mengumpulkan data, mengolah dan menganalisis sesuai dengan metodologi yang digunakan dalam penelitian.

### **1.7.2 Bab II Tinjauan Pustaka**

Bab ini berisi studi literatur mengenai pengertian hotel, jenis-jenis hotel, klasifikasi hotel, hotel butik, situs web agensi perjalanan, fotografi, fotografi interior, ruang arsitektur dan interior, prinsip-prinsip desain, fotografi interior dan teknik-teknik fotografi.

### **1.7.3 Bab III Hotel *The House Tour* dan Hotel *Blackbird***

Pada bab ini berisi studi literatur mengenai hotel *The House Tour* dan hotel *Blackbird*. Membahas mengenai sejarah hotel, deskripsi hotel, ulasan hotel, dan fasilitas hotel.

#### **1.7.4 Bab IV Analisis Representasi Foto Hotel *The House Tour* dan Hotel *Blackbird* Melalui Interpretasi Komposisional Pada Situs Web Agensi Perjalanan (Traveloka, Pegi-Pegi dan Tiket.com)**

Pada bab ini menganalisis representasi foto-foto hotel *The House Tour* dan hotel *Blackbird* yang terdapat pada situs web agensi perjalanan (Traveloka, Pegi-Pegi dan Tiket.com). Dengan menggunakan metodologi interpretasi komposisional, sesuai kajian visual fotografi dan perspektif ilmu desain.

#### **1.7.5 Bab V Eksperimen Fotografi Interior Hotel *The House Tour* dan Hotel *Blackbird***

Pada bab ini melakukan eksperimen fotografi interior hotel *The House Tour* dan hotel *Blackbird*. Analisis menggunakan metodologi studi narasi, sesuai kajian visual fotografi dan perspektif ilmu desain.

#### **1.7.6 Bab VI Kesimpulan dan Saran**

Bab ini berisi hasil analisa berupa kesimpulan dan saran dari tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian.