

PERANCANGAN FASILITAS INTERIOR TOURISM CENTER WONDERFUL INDONESIA DI JAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata menjadi penggerak utama kinerja perekonomian Indonesia. Berdasarkan publikasi Indonesia “*Tourism Satellite Statistics*” yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik, terlihat bahwa kontribusi sektor pariwisata mencapai 5% terhadap perekonomian pada tahun 2019. Aktivitas luar masyarakat yang harus dihentikan sementara waktu pada saat pandemi berdampak pada keberlangsungan berbagai pariwisata di Indonesia. Daerah-daerah ikon dan situs wisata Indonesia mengalami penurunan yang signifikan, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah perjalanan wisatawan nusantara mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2020, yaitu dari 722 juta perjalanan pada tahun 2019 menjadi 524 juta perjalanan pada tahun 2020 sedangkan Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2020 adalah 4,05 juta di seluruh titik masuk, turun sebesar 74,84% dibandingkan 16,1 juta kunjungan pada tahun 2019.

Namun, setelah perjuangan panjang yang terfokus pada pemulihan perekonomian nasional, pertumbuhan industri pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia mulai menunjukkan sisi terangnya. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan peningkatan jumlah pergerakan wisatawan nusantara dan kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia. Jumlah pergerakan wisatawan nusantara semester I-2023 mencapai 433,57 juta perjalanan, atau naik 12,57% dari 2022. Sedangkan, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara per Juli 2023 mencapai 6,31 juta kunjungan, atau naik 196,85% dibandingkan 2022. (Kemenparekraf, 2023). Pada saat yang sama, industri informasi dan komunikasi (TIK) tetap

kuat untuk menjaga pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Yusuf, 2021). Berdasarkan data yang dihimpun Badan Pusat Statistik (BPS) terhadap Nilai Indeks Pembangunan Informasi dan Komunikasi (TIK) seluruh provinsi di Indonesia pada tahun 2022, ditemukan bahwa provinsi DKI Jakarta mempunyai nilai indeks tertinggi yaitu sebesar 7,56 pada skala 0-10 hal tersebut juga sama tingginya dengan penggunaan internet pada tahun 2021 yaitu DKI Jakarta (Nurhanisah, 2022).

Peningkatan tersebut juga dapat dipengaruhi karena manusia identic dengan rutinitas, rutinitas merupakan pekerjaan atau kegiatan yang dilakukan secara berulang hal tersebut dapat melepas penat dan mengurangi stress yang nantinya dapat membawa banyak manfaat bagi kesehatan tubuh baik secara fisik maupun mental salah satunya adalah efek relaksasi dan rasa Bahagia yang dirasakan setelah berlibur dapat memperkuat sistem imun.

Dengan banyaknya destinasi wisata di dunia, Indonesia tentu mempunyai tantangan untuk mempertahankan eksistensinya di mata negara lain. Tantangan yang dihadapi tidak hanya ekonomi, namun juga persaingan antar negara. Dalam memperkenalkan secara global bangsa Indonesia terutama sektor pariwisata baik kepada wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara tentu memerlukan sesuatu yang namanya promosi. Hal itu dilakukan untuk lebih mengenalkan kepada dunia mengenai apa saja yang dimiliki Indonesia dalam hal pariwisata yang sangat beragam dari Sabang hingga Merauke. Tindakan tersebut dapat didukung dengan konsep era digitalisasi saat ini, dimana kemajuan teknologi telah membuka peluang untuk ide-ide inovatif yang menarik, seperti imersif dan metaverse yang saat ini telah menjadi bagian penting dari transformasi digital yang sedang terjadi. Konsep-konsep ini tidak lagi hanya sesuatu yang ada dalam dunia fiksi, tetapi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari perubahan digital yang tengah dialami saat ini. Pengenalan ide-ide imersif dan metaverse membawa ke dalam dimensi baru di mana pengguna dapat benar-benar terlibat dalam lingkungan digital dengan lebih dalam. Hal tersebut menyebabkan perubahan pola pikir, cara kerja, hingga budaya dalam menggunakan teknologi. Pola pikir pengguna menjadi kunci untuk membuat aktivitas lebih produktif, efektif, dan efisien.

Identik dengan pariwisata Indonesia, Bali masih tetap menjadi primadona dibandingkan dengan destinasi wisata lainnya. Selama ini devisa negara pariwisata terbesar berasal dari Pulau Bali yang terkenal dengan kekayaan budaya dan tempat-tempatnya yang eksotik, tak heran jika Bali memang sudah memiliki pamor pada pariwisata dunia maka dari itu, pemerintah ingin mengembangkan sejumlah destinasi wisata di luar Bali Pengembangan destinasi prioritas ini merupakan implementasi dari Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Nasional 2010-2025 yang tertuang dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 2010 edisi 50 Tahun 2011. PP ini menjadi dasar pengembangan pariwisata untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi serta menciptakan industri pariwisata yang dapat menggerakkan perekonomian nasional. Pada tahun 2015, untuk pertama kalinya pemerintah melakukan pengembangan pariwisata yang lebih terfokus pada 10 destinasi wisata prioritas Indonesia di luar Bali. 10 destinasi pariwisata prioritas di luar Bali tersebut adalah Borobudur di Jawa Tengah, Mandalika di NTB, Labuan Bajo di NTT, Bromo Tengger Semeru di Jawa Timur, Kepulauan Seribu di Jakarta, Danau Toba di Sumatera Utara, Wakatobi Sulawesi Utara, serta Tanjung Lesung di Banten, Morotai di Maluku Utara dan Tanjung Kelayan di Kepulauan Bangka Belitung. Pascapandemi para wisatawan mulai berpelisir mencari destinasi wisata di seluruh pelosok negeri, selain dari 10 pariwisata prioritas, Parekraf dalam Wonderful Indonesia juga telah merangkum 12 pelesiran terbaik dengan Bali di dalamnya yang terdiri dari beberapa delapan prioritas unggulan dengan tambahan tiga pelesiran terbaik yang saat ini banyak diminati masyarakat yaitu Raja Ampat, Likupang dan Batam.

Untuk mewadahi dari fenomena di atas, maka dibutuhkan pengembangan infrastruktur, regulasi, informasi dan promosi dengan menggunakan teknologi saat ini. Fasilitas yang dihadirkan adalah pengenalan 11 destinasi pariwisata di Indonesia yang telah dirangkum oleh Parekraf. Dalam konsep *immersive experience*, teknologi yang dihadirkan adalah sebuah lingkungan simulasi yang menciptakan pengalaman interaktif yang sangat jelas atau realistis bagi pengguna. Pendekatan ini mencakup pemanfaatan teknologi canggih seperti tampilan resolusi tinggi, suara 3D, dan pengontrol gerak untuk menciptakan

lingkungan virtual yang meniru lingkungan fisik sebenarnya yang didukung dengan penggunaan teknologi realitas buatan seperti *Augmented Reality* (AR), *Virtual Reality* (VR) dan *Mixed Reality* (MR) (Skarbez., 2019 dalam Demolingo & Remilenita, 2023)

Melalui Perancangan Interior Tourism Center Wonderful Indonesia di Jakarta ini diharapkan dapat menjadi pengembangan pariwisata Indonesia untuk menciptakan pemerataan dan pertumbuhan ekonomi dari sektor pariwisata di luar Pulau Dewata, meningkatkan daya tarik dan daya saing destinasi tersebut di pasar pariwisata global sekaligus menjadi penguat posisi bangsa Indonesia sehingga negara lain mengakui potensi dan kemampuan Indonesia dalam mengembangkan sektor pariwisata. Hal tersebut juga dapat memberikan informasi bagi pengunjung terkait kekayaan dan keberagaman Indonesia khususnya dalam sektor pariwisata dan kesan berbeda yang memberikan pengalaman berkesan kepada pengunjung yang dapat berpotensi mengunjungi destinasi pariwisata prioritas tersebut.

1.2 Fokus Permasalahan

1. Fasilitas informasi dan sosialisasi untuk memperkenalkan keberagaman budaya dan kekayaan alam Indonesia dalam satu tempat sekaligus dapat menjadi referensi tujuan untuk berwisata kepada wisatawan lokal maupun mancanegara.
2. Fasilitas interior yang dapat memberikan kebutuhan wisatawan berupa informasi, berbagai aktivitas wisata seperti pameran budaya, presentasi multimedia, dan demonstrasi interaktif yang dapat melibatkan pengunjung secara langsung dan menyenangkan.
3. Fasilitas Tourist Activity Center dengan metode storyline pendekatan tematik untuk menciptakan alur perjalanan wisatawan yang runtun dan jelas mengenai destinasi wisata Indonesia berdasarkan provinsi yang ada di Indonesia agar dapat lebih memahami secara mendalam.
4. Memberikan pengalaman dengan teknologi dan era digitalisasi saat ini, dimana masyarakat dapat berimajinasi terhadap pariwisata Indonesia yang tidak bisa didapatkan dari media biasa.

1.3 Permasalahan Perancangan

1. Bagaimana merancang fasilitas yang dapat memberikan informasi dan mempromosikan destinasi pariwisata Indonesia dalam satu waktu kepada para wisatawan ?
2. Bagaimana merancang fasilitas interior yang menarik, interaktif, dan rekreatif untuk meningkatkan pengalaman wisatawan ?
3. Bagaimana menciptakan alur perjalanan wisatawan yang efisien dan mengalir di dalam Tourist Activity Center untuk memaksimalkan pengalaman pengunjung ?
4. Bagaimana memanfaatkan teknologi modern untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan wisatawan di dalamnya ?

1.4 Ide dan Gagasan Perancangan

Fasilitas Interior Tourism Center Wonderful Indonesia di Jakarta ini akan memiliki fasilitas yang terbagi ke dalam dua kategori yaitu fasilitas utama dan fasilitas penunjang. Fasilitas utama antara lain adalah area edukasi yang interaktif disertai diorama dari 12 destinasi pariwisata tersebut. Area edukasi interaktif merupakan area yang menyediakan informasi dengan kekhasan yang dimiliki dari setiap daerah. Pada perancangan ini juga akan diterapkan storyline dengan pendekatan tematik yaitu set yang diatur dengan menunjukkan kepulauan Indonesia yang dimulai dari Sabang sampai Merauke. Pada setiap daerah akan memiliki area interaktif dan diorama masing-masing, pengunjung diajak untuk melihat serta merasakan keindahan serta budaya yang berada pada daerah tersebut. Area ini juga akan diterapkan konsep penghawaan yang disesuaikan dengan konten pada video mapping tersebut. Media audio juga ditambahkan agar dapat memperkuat suasana. Area transisi juga dibuat dengan mengenalkan pulau-pulau lainnya diluar dari 11 destinasi wisata pilihan agar konsep dari stroyline terharmonisasi dengan baik. Area edukasi tersebut akan terlihat membosankan jika tak digabungkan dengan transformasi digital saat ini, maka dari itu terdapat multimedia interaktif diantaranya *immersive cinema*, *interactive wall*, *video mapping* dan teknologi imersif seperti *Augmented Reality (AR)*, *Virtual Reality (VR)* dan *Mixed Reality (MR)* sebuah lingkungan

simulasi yang menciptakan pengalaman interaktif yang sangat jelas atau realistis bagi pengguna.

Kemudian terdapat fasilitas penunjang meliputi ruang aula serbaguna, toko cinderamata area pengelola dan area servis. Area ruang aula serbaguna pada fasilitas ini menyediakan ruangan dengan immersive cinema dan interactive wall yang dapat digunakan untuk sub sektor kreatif lainnya untuk mengenalkan karyanya yang bersifat temporer atau menjadi sebuah tempat pameran kerajinan dan kebudayaan berbagai macam daerah pada setiap bulannya. Toko cinderamata merupakan sebuah retail dengan konsep stand yang menjual souvenir khas dari Nusantara yang di datangkan langsung dari daerah asalnya. Untuk mengelola fasilitas ini maka diperlukan sebuah area pengelola bagi para pegawai. Area pengelola akan dibuat sesuai aktivitas dan fasilitas yang disesuaikan dengan kebutuhan dari fasilitas ini. Area servis juga diberikan seperti toilet, gudang dan ruang kontrol untuk mengontrol area dan teknologi yang digunakan.

1.5 Maksud dan Tujuan

Maksud dari perancangan Fasilitas Interior Tourism Center Wonderful Indonesia di Jakarta adalah memberikan pengunjung sebuah sarana yang di digunakan untuk menampung aktivitas yang menginformasikan, memasarkan dan memamerkan destinasi wisata Indonesia berbasis teknologi dengan panduan interaktif untuk menjelajahi tempat wisata tanpa harus pergi ke lokasi karena keterbatasan fisik dan finansial. Perancangan ini juga tertuju kepada para wisatawan yang terbiasa mencari tahu tempat-tempat destinasi wisata dengan teknologi, banyaknya informasi yang ingin disampaikan pada perancangan ini sehingga dibutuhkan fasilitas dengan *storyline* yang tepat untuk memberikan informasi yang jelas dan runtun. Tujuannya yakni untuk memperkenalkan kembali serta ajang mempromosikan kekayaan dan keberagaman khususnya pada destinasi pariwisata Indonesia dengan pengalaman yang mendalam dan berkesan bagi pengunjung yang berpotensi untuk mengunjunginya secara langsung dan menjadi pengembangan pariwisata Indonesia untuk menciptakan pemerataan dan pertumbuhan ekonomi dari sektor pariwisata di luar Pulau Dewata.