BAB II
RESTORAN SEBAGAI PENUNJANG WISATA DAN PERANCANGANNYA DALAM MEDIA INFORMASI WEBSITE

II.1 Restoran Sebagai Penunjang Wisata

Seiring dengan perkembangan jaman, berwisata kuliner merupakan hal yang wajib dilakukan oleh sebagian wisatawan. Bukan hanya wisatawan luar kota saja, bahkan wisatawan lokal pun cenderung melakukan hal yang sama. Kekayaan budaya Indonesia dibidang kuliner mulai dari jenis makanan, cita rasa dan cara penyajiannya, memiliki daya tarik tersendiri bagi sebagian wisatawan.

Dilihat dari fenomena tersebut, perkembangan usaha pada bidang kuliner khususnya restoran berkembang sangat cepat dan lebih baik. Peluang yang diberikan sangat besar dan menjanjikan, karena pola pikir, gaya hidup dan kebiasaan masyarakat yang berubah akibat perkembangan jaman. Restoran pada jaman sekarang ini tidak hanya sekedar menjual makanan, namun perpaduan cita rasa yang unik, lingkungan, cara penyajian bahkan suasana yang diberikan oleh restoran tersebut. Maka tidak heran timbul persaingan bisnis yang ketat untuk menarik perhatian konsumen.

II.2 Pengertian Restoran

Restoran merupakan usaha yang memberikan pelayanan kepada konsumen dan jasa, baik berupa makanan, minuman, suasana dan lingkungan.

Ada banyak pengertian mengenai restoran menurut beberapa ahli:

1. Marsum (2005) menjelaskan “restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makan maupun minum” (h.7).
2. Soekresno (2000) menjelaskan “restoran adalah suatu usaha komersial yang menyediakan jasa pelayanan makan dan minum bagi umum dan dikelola secara professional” (h.16).

Dari beberapa pengertian tentang restoran dapat disimpulkan bahwa restoran adalah tempat usaha yang dikelola secara profesional dengan memberikan pelayanan kepada konsumen baik berupa makanan dan minuman serta bersifat komersial.

II.3 Sejarah Restoran

Menurut Walker & Lundberg (2008:6), Restoran yang paling pertama disebut *"public dining room"* dan berasal dari negara Perancis. Terobosan konsep terjadi sekitar tahun 1782, ketika restoran yang terletak di *Rue De Richelieu* (Paris) menulis daftar makanan dalam menu. Makanan kemudian disajikan dalam porsi personal dan setiap tamu dilayani satu per satu. Menu yang dikeluarkan pun tidak sekaligus, melainkan bertahap. Namun ini bukan awal dari konsep restoran *modern*.

M. Boulanger dianggap sebagai "Bapak" dari restoran *modern.* Dia menjual sup sepanjang malam di kedai rumahnya daerah *Rue Bailleul*. Ia menyebut sup ini *"restorantes"* (*restoratives*), yang merupakan asal dari kata restoran. Boulanger percaya bahwa sup adalah obat untuk segala macam penyakit.

Perkembangan pesat terjadi justru karena Revolusi Prancis. Waktu itu berbagai *guild*, semacam serikat para tukang dan perajin yang mengatur perizinan kerja dan usaha dibubarkan, memudahkan orang untuk membuka restoran. Peluang ini ditangkap oleh para pelayan dan koki kaum bangsawan yang kehilangan majikannya yang dipancung atau melarikan diri. Untuk menghidupi diri, mereka membuka restoran sendiri Beberapa tinggal di Perancis untuk membuka restoran dan beberapa pergi ke bagian lain Eropa; banyak menyeberangi Atlantik ke Amerika, khususnya New Orelans

Menurut sebuah forum disitus http://forum.isi-dps.ac.id/ yang ditulis oleh Abdi Patria Syafei Narim (2011), di Indonesia sendiri restoran berkembang setelah G30S/PKI, pada tahun 1965. Sedangkan sebelum tahun 1945, hanya terdapat warung yang hanya melayani orang pribumi. Kemudian setelah tahun 1945, berkembang menjadi rumah

makan. Pada perkembangan selanjutnya yaitu pada tahun 1966, telah menjadi restoran karena penghasilan per kapital masyarakat Indonesia semakin baik.

II.4 Klasifikasi Restoran

Dengan perkembangan jaman dan kemajuan tekhnologi banyak bermunculan restoran-restoran yang variatif mulai dari cara penyajian, pelayanan, cita rasa makanan bahkan tempat yang diberikan oleh pelaku usaha restoran tersebut. Melihat hal tersebut restoran dapat diidentifikasikan sesuai dengan krateristik restoran itu sendiri, menurut Soekresno (2000:17) dilihat dari pengelolaan dan sistem penyajian, restoran dapat diklasifikasikan menjadi 3 (tiga), yaitu:

II.4.1 Restoran Formal

Pengertian restoran *formal* adalah industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan professional dengan pelayanan yang eksklusif. Contoh: member restoran, *Gourmet*, *Main dining room*, *Grilled Restaurant*, *Exsecutive Restaurant* dan sebagainya. Ciri – ciri restoran formal antara lain:

1. Penerimaan pelanggan dengan sistim pemesanan tempat terlebih dahulu.
2. Para pelanggan terikat menggunakan pakaian resmi.
3. Menu pilihan yang disediakan adalah menu klasik atau menu Eropa popular.
4. Sistem penyajian yang dipakai adalah *Russian service* atau *French service* atau modifikasi dari kedua *table service* tersebut.
5. Di sediakan ruangan untuk *cocktail* selain ruangan jamuan makan digunakan sebagai tempat untuk minum yang beralkohol sebelum santap malam.
6. Di buka untuk pelayanan makan malam atau makan siang atau makan malam dan makan siang dan tidak di buka untuk makan pagi.
7. Menyediakan berbagai merek minuman bar secara lengkap khususnya *wine* dan *champagne* dari beberapa negara penghasil *wine* di dunia.
8. Menyediakan hiburan musik hidup dan tempat untuk melantai dengan suasana romantis dan *exclusive*.

9. Harga makanan dan minuman relatif tinggi dibanding harga makanan dan minuman di restoran informal.
10. Penataan bangku dan kursi memiliki area *service* yang lebih luas untuk dapat di lewati gueridon.
11. Tenaga relatif banyak dengan standar kebutuhan pramusaji untuk melayani 4 – 8 pelanggan.



Gambar II.1 Contoh Restoran Formal

Sumber: http://bali.panduanwisata.com/files/2011/12/golden-lotus2.jpg (8 November 2013)

II.4.2 Restoran Informal

Restoran informal adalah industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan professional dengan lebih mengutamakan kecepatan pelayanan, kepraktisan, dan percepatan frekuensi yang silih berganti pelanggan. Contoh: *café, cafeteria, fast food restorant, coffe shop, bistro, canteen, tavern, family restaurant, pub, service corner, burger corner, snack bar*. Ciri – ciri restoran informal antara lain:

1. Harga makanan dan minuman relatif murah.
2. Penerimaan pelanggan tanpa sistem pemesanan tempat.
3. Para pelanggan yang datang tidak terikat untuk mengenakan pakaian formal.

4. Sistem penyajian yang dipakai *American Service* / *ready plate* bahkan *self service* ataupun *counter service.*
5. Tidak menyediakan hiburan musik hidup.
6. Penataan meja dan bangku cukup rapat antara satu dengan yang lain.
7. Daftar menu oleh pramusaji tidak dipresentasikan kepada tamu atau pelanggan namun di pampang di counter atau langsung di meja makan untuk mempercepat proses pelayanan.
8. Menu yang disediakan sangat terbatas dan membatasi menu – menu yang relative cepat selesai dimasak.
9. Jumlah tenaga *service* relatif sedikit dengan standar kebutuhan, 1 pramusaji melayani 12 – 16 pelanggan.



Gambar II.2 Contoh Restoran Informal

Sumber: http://media-cdn.tripadvisor.com/media/photo-s/03/97/4c/72/oxbo-urban-bar-grill.jpg (8 November 2013)

II.4.3 Restoran Spesial

Restoran spesial adalah industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan professional dengan menyediakan makanan khas dan diikuti dengan sistem penyajian yang khas dari suatu negara tersebut.Contoh: *Indonesian food*

restaurant, Chinese food restaurant, Japanesse food restaurant dan seterusnya. Ciri – ciri restoran spesial antara lain:

1. Menyediakan sistem pemesanan tempat.
2. Menyediakan menu khas suatu negara tertentu, popular dan disenangi banyak pelanggan secara umum.
3. Sistem penyajian disesuaikan dengan budaya negara asal dan dimodifikasi dengan budaya internasional.
4. Hanya dibuka untuk menyediakan makan siang dan atau makan malam.
5. Menu ala *carte* dipresentasikan kepada pelanggan.
6. Biasanya menghadirkan musik/hiburan khas negara asal.
7. Harga makanan relatif tinggi di banding restoran informal dan lebih rendah dibanding restoran formal.
8. Tenaga *service* sedang, dengan standar kebutuhan 1 pramusaji untuk melayani 8 – 12 pelanggan.



Gambar II.3 Contoh Restoran Spesial

Sumber: http://www.eats.my//img/Nikko-TohLeeNT1701YY06.jpg100.jpeg (8 November 2013)

II.5 Pengertian Wisata

Kata wisata erat kaitannya dengan piknik, jalan-jalan dan tamasya ke suatu tempat bersama keluarga maupun kerabat dekat. Untuk sebagian orang wisata menjadi agenda tahunan yang telah menjadi kebutuhan hidup, secara tidak disadari berwisata

merupakan penyeimbang hidup setelah sekian hari berkutat dengan aktivitas pekerjaan. Dengan melakukan wisata dapat membuat pikran dan tubuh menjadi segar kembali sehingga bisa bekerja dengan lebih maksimal lagi setelah itu.

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang pariwisata (Yoeti, 1996:113), maka penjabaran kata-kata yang berhubungan dengan pariwisata sebagai berikut:

1. wisata : perjalanan; dalam bahasa Inggris dapat disamakan dengan perkataan *"travel"*.
2. wisatawan : orang yang melakukan perjalanan; dalam bahasa Inggris dapat disebut dengan istilah *"travellers"*.
3. para wisatawan : orang – orang yang melakukan perjalanan dan dalam bahasa Inggris disebut *"travelers"* (jamak).
4. pariwisata : perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain dan dalam bahasa Inggris biasa disebut dengan istilah "tour".
5. pariwisatawan : orang yang melakukan perjalanan *tour* dan dalam bahasa Inggris disebut "*tourist"*.
6. para pariwisatawan : orang – orang yang melakukan perjalan *tour* dan dalam bahasa Inggris dengan istilah *"tourist"* (jamak).
7. ke-pariwisatawan : hal – hal yang berhubungan dengan pariwisata dan dalam bahasa Inggris disebut dengan istilah *"tourism"*.

Namun menurut Undang-Undang Pemerintah Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, wisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari daya tarik wisata yang dikunjunginya dalam jangka waktu sementara.

II.6 Pariwisata

Pariwisata menurut Undang – Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Pengertian tersebut meliputi semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata, sebelum dan selama dalam perjalanan dan kembali ke tempat asal, pengusahaan daya tarik atau atraksi wisata (pemandangan alam, taman rekreasi, peninggalan sejarah, pagelaran seni budaya). Usaha dan sarana wisata berupa: usaha jasa, biro perjalanan, pramu wisata, usaha sarana, akomodasi dan usaha-usaha lain yang berkaitan dengan pariwisata.

Beberapa ahli mengemukakan pengertian pariwisata, antara lain:

1. Menurut Gamal (2002) pariwisata didefenisikan sebagai bentuk. Suatu proses kepergian sementara dari seorang, lebih menuju ke tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiaanya adalah karena berbagai kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain.
2. Sedangkan menurut RG. Soekadijo (1997:8), Pariwisata ialah segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Semua kegiatan pembangunan hotel, pemugaran objek budaya, pembuatan pusat rekreasi, penyelenggaraan pekan pariwisata, penyediaan angkutan dan sebagainya dapat disebut sebagai kepariwisataan dengan kegiatan-kegiatan itu semua dapat diharapkan para wisatawan akan berdatangan.

II.7 Wisatawan

Jika ditinjau dari arti kata *"wisatawan"* yang berasal dari kata *"wisata"* maka sebenarnya tidaklah tepat sebagai pengganti kata "tourist" dalam bahasa Inggris. Kata itu berasal dari bahasa Sansekerta *"wisata"* yang berarti *"perjalanan"* yang sama atau

dapat disamakan dengan kata *"travel"* dalam bahasa Inggris. Jadi orang melakukan perjalanan dalam pengertian ini, maka wisatawan sama artinya dengan kata *"traveller"* karena dalam bahasa Indonesia sudah merupakan kelaziman memakai akhiran *"wan"* untuk menyatakan orang dengan profesinya, keahliannya, keadaannya jabatannya dan kedudukan seseorang (Yoeti, 1996:130).

Adapun pengertian wisatawan antara lain:

1. Menurut Smith (Kusumaningrum, 2009:16), menjelaskan bahwa wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain.
2. Menurut WTO (*World Tourism Organization*) (Kusumaningrum, 2009:17) membagi wisatawan kedalam tiga bagian yaitu:
    a. Pengunjung adalah setiap orang yang berhubungan ke suatu negara lain dimana ia mempunyai tempat kediaman, dengan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh Negara yang dikunjunginya.
    b. Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal di suatu negara tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung kesuatu tempat pada negara yang sama untuk waktu lebih dari 24 jam yang tujuan perjalanannya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:
        1) Memanfaatkan waktu luang untuk rekreasi, liburan, kesehatan, pendidikan, keagamaan dan olahraga.
        2) Bisnis atau mengunjungi kaum keluarga.
    c. Darmawisata atau *excursionist* adalah pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam di negara yang dikunjungi, termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar.

Wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah biasanya benar-benar ingin menghabiskan waktunya untuk bersantai, menyegarkan pikiran dan benar-benar ingin melepaskan diri dari rutinitas kehidupan sehari-hari. Jadi bisa juga dikatakan wisatawan adalah

seseorang yang melakukan perjalanan dari suatu tempat lain yang yang jauh dari rumahnya bukan dengan alasan rumah atau kantor (Kusumaningrum, 2009: 17).

Melihat sifat perjalanan dan ruang lingkup dimana perjalanan wisata itu dilakukan, maka dapat diklasifikasikan wisatawan berdasarkan jenisnya (Yoeti, 1996:143), sebagai berikut:

1. Wisatawan asing (*foreign tourist)*

   Orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan negara dimana ia biasanya tinggal.
2. *Domestic Foreign Tourist*

   Orang asing yang berdiam atau bertempat tinggal atau bertempat tinggal pada suatu negara yang melakukan perjalanan wisata di wilayah negara dimana ia tinggal.
3. *Dometic Tourist*

   Wisatawan dalam negeri, yaitu seseorang warga negara suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan negaranya.
4. *Indigenous Foreign Tourist*

   Warga negara suatu negara tertentu, yang karena tugasnya atau jabatannya di luar negeri, pulang ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri.
5. *Transit Tourist*

   Wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata ke suatu negara tertentu, yang menumpang kapal udara atau kapal laut ataupun kereta api, yang terpaksa mampir atau singgah pada suatu pelabuhan/*airport*/stasion bukan atas kemauannya sendiri.

6. *Business Tourist*

   Orang yang melakukan perjalanan (apakah orang asing atau warga negara sendiri) yang mengadakan perjalanan untuk tujuan lain bukan wisata, tetapi perjalanan wisata akan dilakukannya setelah tujuannya yang utama selesai.

II.8 Kepariwisataan

Pada Undang – Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Maksud dari pengertian tersebut suatu kegiatan usaha melayani serta memenuhi keinginan dan kebutuhan orang yang sedang melakukan perjalanan *tour* (*traveller).*

II.9 Asas Kepariwisataan

Pada Undang – Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, kepariwisataan diselenggarakan berdasarkan asas: manfaat, kekeluargaan, adil dan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan dan kesatuan.

Tujuan dari kepariwisataan, yaitu:

1. Kepariwisataan bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
2. Meningkatkan kesejahteraan rakyat.
3. Menghapus kemiskinan.
4. Mengatasi pengangguran.
5. Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya.
6. Memajukan kebudayaan.
7. Mengangkat citra bangsa.
8. Memupuk rasa cinta tanah air.

9. Memperkukuh jadi diri dan kesatuang bangsa.
10. Mempererat persahabatan antar bangsa.

II.10 Jenis Pariwisata

Host and Guest (1989) dalam Kusumanegara (2009:3) mengklasifikasikan jenis pariwisata sebagai berikut:

1. Pariwisata Etnik *(Etnhic Tourism)*, yaitu perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang menarik.
2. Pariwisata Budaya *(Culture Tourism)*, yaitu perjalanan untuk meresapi atau untuk mengalami gaya hidup yang telah hilang dari ingatan manusia.
3. Pariwisata Rekreasi *(Recreation Tourism)*, yaitu kegiatan pariwisata yang berkisar pada olahraga, menghilangkan ketegangan dan melakukan kontak social dengan suasana santai.
4. Pariwisata Alam *(Eco Tourism)*, yaitu perjalanan kesuatu tempat yang relative masih asli atau belum tercemar, dengan tujuan untuk mepelajari, mengagumi, menikmati pemandangan, tumbuhan, dan binatang liar serta perwujudan budaya yang ada atau pernah ada di tempat tersebut.
5. Pariwisata Kota *(City Tourism)*, yaitu perjalanan dalam suatu kota untuk menikmati pemandangan, tumbuhan dan binatang liar serta perwujudan budaya yang ada atau pernah ada di tempat tersebut.
6. *Rersort City*, yaitu kota atau perkampungan yang mempunyai tumpuan kehidupan pada persediaan sarana atau prasarana wisata yaitu penginapan, restoran, olahraga, hiburan dan persediaan tamasya lainnya.
7. Pariwisata Agro (*Agro Tourism* yang terdiri dari *Rural Tourism* atau *Farm Tourism*) yaitu merupakan perjalanan untuk meresapi dan mempelajari kegiatan pertanian, perkebunan, peternakan, kehutanan. Jenis wisata ini bertujuan mengajak wisatawan memikirikan alam dan kelestariannya.

II.11 Unsur – Unsur Pariwisata

Unsur-unsur yang terlibat dalam industri pariwisata meliputi hal-hal sebagai berikut (Pendit, 1994):

1. Akomodasi, tempat seseorang untuk tinggal sementara.
2. Jasa Boga dan Restoran, industri jasa di bidang penyelenggaraan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial.
3. Transportasi dan Jasa Angkutan, industri usaha jasa yang bergerak di bidang angkutan darat, laut dan udara.
4. Atraksi Wisata, kegiatan wisata yang dapat menarik perhatian wisatawan atau pengunjung.
5. Cinderamata (*Souvenir*), benda yang dijadikan kenang-kenangan untuk dibawa oleh wistawan pada saat kembali ke tempat asal.
6. Biro Perjalanan, badan usaha pelayanan semua proses perjalanan dari berangkat hingga kembali.

II.12 Wisata Makanan

Kuliner merupakan sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari, karena pada dasarnya manusia butuh makanan untuk kelangsungan hidupnya. Namun pengertian wisata kuliner sendiri masih pro kontra oleh beberapa kalangan, karena ada permasalahan bahasa yang memadukan kata wisata dan kuliner. Namun, hal itu itu bukanlah menjadi masalah karena masyarakat Indonesia sudah tidak asing lagi mendengar kata wisata kuliner.

Menurut Hall dan Mitchell (seperti dikutip Nurhidayati, 2013) wisata makanan *(food tourism*) secara umum dapat didefinisikan sebagai kunjungan ke produsen makanan, festival makanan, restoran dan lokasi spesifik untuk mencicipi makanan dan, atau menikmati atau mempelajari produksinya. Dengan demikian makanan, produksi makanan dan atribut khusus makanan daerah menjadi dasar dan faktor pendorong utama dalam perjalanan wisata.

Menurut Hall dan Sharples (seperti dikutip Nurhidayati, 2013) ada beberapa bentuk / varian *food tourism*:

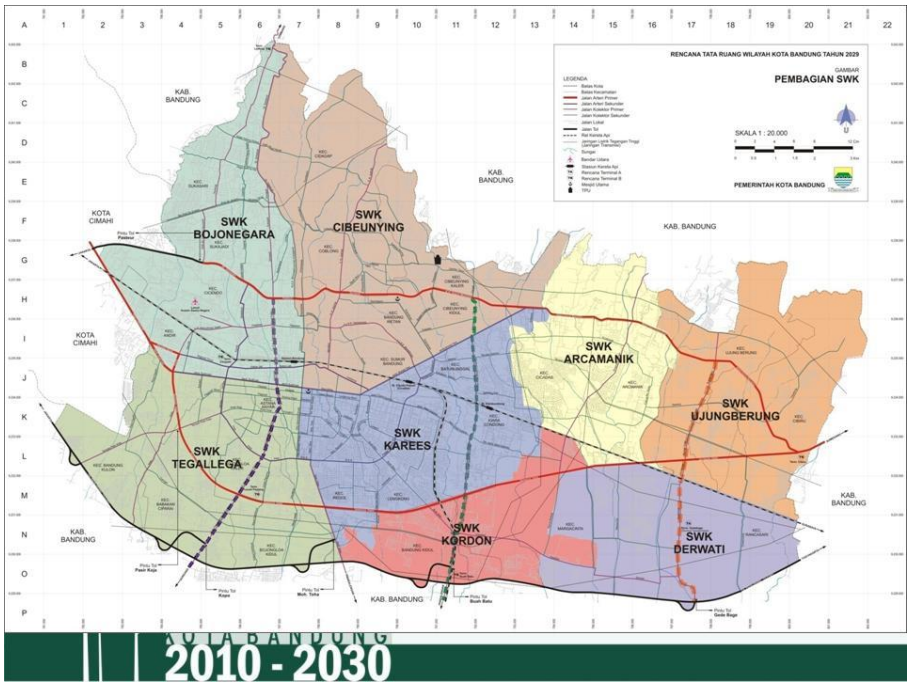
1. *Rural/urban tourism* yaitu kegiatan berkunjung di restoran / tempat makan saat berwisata, festival makanan lokal karena berbeda, sebagai wujud adanya kebutuhan makan minum selama berwisata. Ketertarikan terhadap makanan lokal tergolong rendah, karena tujuan utamanya bukan untuk menikmati makanan lokal melainkan berwisata.
2. *Culinary tourism* yaitu mengunjungi pasar tradisional, restoran lokal, festival makanan saat datang ke destinasi wisata. Ketertarikan terhadap makanan lokal tergolong sedang karena menikmati menu lokal merupakan bagian dari aktivitas gaya hidup mereka.
3. *Gastronomi tourism / cuisine tourism / gourmet tourism* yaitu bepergian ke destinasi khusus untuk menikmati makanan lokal, festival makanan, atau mempelajari makanan lokal secara serius. Menikmati / mempelajari makanan lokal sebagai tujuan / daya tarik utama kegiatan perjalanan, dan memiliki ketertarikan tinggi terhadap makanan lokal.

Yang menjadi daya tarik tersendiri dari wisata kuliner (Suryadana, 2009) yaitu:

1. Keragaman aktivitas kuliner.
2. Makanan khas.
3. Lokasi yang nyaman dan bersih.
4. Desain ruangan *(venue)* yang unik dan menarik.
5. Pelayanan yang baik.
6. Pasar yang Competitive.
7. Harga dan proporsi nilai.
8. Peluang bersosialisasi.
9. Interaksi budaya dengan kuliner.
10. Suasana kekeluargaan.
11. Lingkungan yang menarik.
12. Produk tradisional, nasional & Internasional.

II.13 Data – Data Restoran Kota Bandung

Berikut ini daftar kafe dan restoran beserta alamatnya yang ada di kota Bandung, pembagian kawasan restoran dibagi beberapa wilayah sesuai dengan Sub Wilayah Kota Bandung:



Gambar II.4 Peta Wilayah Kota Bandung

Sumber: http://kardady.files.wordpress.com/2010/04/06032010_rtrw_finaledited2.jpg (14 Februari 2014)

1. Wilayah Bojonegara

No	Restoran	Alamat
1	Sweet Home Café & Resto	Jl. Setiabudhi 148 Bandung
2	Kirbs Tearoom & Pastry	Paris Van Java Resort Lv B 11E
3	Brieven	Jl. Suka Asih No.1, Setiabudi,Bandung

4	Traffic	Jalan Pasteur No. 11 A, Bandung
5	Belle Vue Roof Top Garden Café	GH Universal Hotel, Jl. Setiabudi No. 376, Setiabudi
6	First Love Pattiserie	Paris Van Java, Jl. Sukajadi No.137 - 139, Cihampelas
7	Sour Sally	Paris Van Java, Lt. GF, Jl. Sukajadi No. 137 - 139, Cihampelas, 40162
8	Rit's Ice Cream	Jl. Setiabudhi No. 388, Bandung
9	Sagoo Kitchen	Paris Van Java, Lt. GF, Jl. Sukajadi No. 137 - 139, Cihampelas, 40162
10	Katja Piring	Paris Van Java, Lt. 1, Jl. Sukajadi No. 137 - 139, Cihampelas, 40162
11	Black Canyon Coffee	Paris Van Java, Lt. 1, Jl. Sukajadi No. 137 - 139, Cihampelas, 40162
12	Café Halaman	Paris Van Java, Lt. 1, Jl. Sukajadi No. 137 - 139, Cihampelas, 40162
13	Suis Butcher	Jl. Setiabudi No. 174, Setiabudi
14	Brussels Spring	Jl. Dr. Setiabudhi 49 - 51, Bandung
15	Giggle Box	Jl. Karangsari No.1, Setiabudi

Table II.1 Data restoran Sub Wilayah Kota Bojonegara

2. Wilayah Cibeunying

No	Restoran	Alamat
1	Two Cents: The Brew Believer	Jl. Cimanuk No. 2. Riau, Bandung
2	Celebrate Café	Jl. Bengawan 23 Jawa, Jawa Barat, Indonesia
3	Apricot Fruit Store & Juice Bar	Jln. Sawunggaling No. 5 (Dago), Bandung
4	Oza Tea House	Jl. Diponegoro No. 25, Bandung
5	Beehive café & eatery	Jl.Dayang Sumbi No.1 (Dago), Bandung

6	Zombie Café	Jl. Braga No. 3, Bandung
7	Secret Garden	Jl. Gunung Agung (Jl. Ciumbuleuit), Bandung
8	Little Wings	Jl. Cigadung Raya Barat No.2 Bandung
9	Nanny's Pavillon	Jl. R.E Martadinata No. 112, Riau
10	Origin House & Kitchen Bandung	Jl. Sumatra No. 21, Cibeureum
11	Karnivor	Jalan Riau No. 127, Bandung

Table II.2 Data restoran Sub Wilayah Kota Cibeunying

3. Wilayah Karees

No	Restoran	Alamat
1	Atmosphere Café	Jl. Lengkong Besar No. 97
2	Bober Café Tropicana	Jl. Sumatera 5, Lengkong Besar
3	Vin's Berry Garden Café	Jl. Patuha No. 38, Bandung
4	Cielo Bistro	Jl. Lengkong Kecil 73E, Bandung
5	Royal Ice Cream	Batununggal Indah II No.65, Bandung
6	Wajan Noodle	Jl. Batununggal Indah, Bandung
7	Queen International Restaurant	Jl. Dalem Kaum No. 79, Bandung
8	Sushi Tei	Jl. Gatot Subroto No. 289
9	The Duck King	Trans Studio Mall (TSM), 3rd Floor
10	The Trans Luxury Restaurant	The Trans Luxury Hotel, L. 3
11	Nanny's Pavillon – Porsche	Trans Studio Mall, GF Unit. SM01B
12	Sour Sally	Jalan Gatot Subroto No. 289

13	Oopen Pasta & Grill	Jl. Gatot Subroto No. 289

Table II.3 Data restoran Sub Wilayah Kota Karees

4. Wilayah Tegallega

No	Restoran	Alamat
1	Sunda Hejo Coffee	Komp. Pasar Bunga Tegalega, Bandung
2	Giggle box	Jl. Kopo No. 599, Kopo Permai
3	Sugarush	Festival City Link, Jl. Peta No.241,Kopo Permai
4	Poffstory Coffee	Festival Citylink 3rd Floor, (Jl. Peta 241), Bandung

Table II.4 Data restoran Sub Wilayah Kota Tegallega

5. Wilayah Kordon

No	Restoran	Alamat
1	Farel Patisserie Cafe	Jl. Terusan Buah Batu No.259, Bandung
2	The Harvest Patissier & Chocolatier	Jalan Buah Batu Raya Nomor 262
3	Kampung Modern Priangan	MIM (Soekarno Hatta), Bandung
4	Bjoy Cafe and Steak	Jl Soekarno-Hatta, Bandung

Table II.5 Data restoran Sub Wilayah Kota Kordon

6. Wilayah Arcamanik

No	Restoran	Alamat
1	Cizz Cake Shop	Jl. Laswi No. 1A, Gatot Subroto
2	Steak Roso	Jl. Terusan Jakarta (Antapani), Bandung
3	Rumah Ice Cream	Jl. Purwakarta No.135 (Antapani), Bandung

4	Red Bean Lucky Square	Jl. Terusan Jakarta No 2, Bandung
5	Bee'r House	Lucky Square LGF, Bandung

Table II.6 Data restoran Sub Wilayah Kota Arcamanik

7. Wilayah Derwati

No	Restoran	Alamat
1	Griya Rasa, Metro	Soekarno hatta (Margahayu), Bandung
2	Sub7ero Frozen	Jl. Saturnus Tengah No. 12, Bandung
3	Cie Rasa Loom 2	Jl. Terusan Buah Batu No. 51, Bandung

Table II.7 Data restoran Sub Wilayah Kota Derwati

8. Wilayah Ujung Berung

No	Restoran	Alamat
1	Rully Bistro Cafe & Resto	Jl. Cibiru, Bandung
2	RM. Dj Resto	Jl. Jend A.H. Nasution, Bandung
3	Saung Legit	Jl. Raya A.H.Nasution No.423 Cipadung

Table II.8 Data restoran Sub Wilayah Kota Ujung Berung

II.14 Pengertian Media Informasi

Kata media berasal dari bahasa latin *medium* yang secara harfiah berarti tengah, perantara, pengantar. Dalam bahasa Arab, media adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Sedangkan pengertian informasi menurut Gordon B. Davis (1991:28) adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau mendatang.

Maka pengertian dari media informasi dapat disimpulkan sebagai alat komunikasi untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi.

II.15 Media Informasi *Website*

Website merupakan halaman situs sistem informasi yang dapat diakses secara cepat. *Website* ini didasari dari adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Website menurut Dewanto (2004:7) adalah sebuah situs pada *world wide web* dimana situs terdiri dari sebuah *home page*, dimana kita dapat melihat halaman pertama yang dilihat oleh pengguna dan dapat melanjutkan ke halaman selanjutnya.

III.14.1 Unsur – Unsur *Website*

Untuk menyediakan keberadaan sebuah *website*, maka harus tersedia unsur-unsur penunjangnya (seperti dikutip Rughib, 2013) adalah sebagai berikut:

1. Nama domain (*Domain name/URL – Uniform Resource Locator*)

   Pengertian Nama domain atau biasa disebut dengan *Domain Name* atau *URL* adalah alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah *website*, atau dengan kata lain *domain name* adalah alamat yang digunakan untuk menemukan sebuah *website* pada dunia internet.

2. Rumah tempat *website* (*Web hosting*)

   Pengertian *Web Hosting* dapat diartikan sebagai ruangan yang terdapat dalam *harddisk* tempat menyimpan berbagai data, *file-file*, gambar dan lain sebagainya yang akan ditampilkan di *website*.

3. Bahasa Program (*Scripts Program*)

   Adalah bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam *website* yang pada saat diakses. Jenis bahasa program sangat menentukan statis, dinamis atau interaktifnya sebuah *website*.

4. Desain *website*

   Setelah melakukan penyewaan domain name dan web hosting serta penguasaan bahasa program (*scripts program*), unsur website yang penting dan utama adalah desain. Desain website menentukan kualitas dan keindahan sebuah website. Desain sangat berpengaruh kepada penilaian pengunjung akan bagus tidaknya sebuah *website*.

III.14.2 Fungsi Website

Secara umum situs web mempunyai fungsi sebagai berikut (seperti dikutip Rughib, 2013):

1. Fungsi komunikasi.

   Situs *web* yang mempunyai fungsi komunikasi pada umumnya adalah situs *web* dinamis. Karena dibuat menggunakan pemograman *web* (*server side*) maka dilengkapi fasilitas yang memberikan fungsi-fungsi komunikasi, seperti *web mail*, *form contact*, *chatting form* dan yang lainnya.

2. Fungsi informasi

   Situs *web* yang memiliki fungsi informasi pada umumnya lebih menekankan pada kualitas bagian kontennya, karena tujuan situs tersebut adalah menyampaikan isisnya. Situs ini sebaiknya berisi teks dan grafik yang dapat di *download* dengan cepat. Pembatasan penggunaan animasi gambar dan elemen bergerak seperti *shockwave* dan *java* diyakini sebagai langkah yang tepat, diganti dengan fasilitas yang memberikan fungsi informasi seperti *news*, *profile company*, *library*, *reference* dan lain-lain.

3. Fungsi *entertainment*

   Situs *web* juga dapat memiliki fungsi *entertainment* / hiburan. Bila situs *web* kita berfungsi sebagai sarana hiburan maka penggunaan animasi gambar dan elemen bergerak dapat meningkatkan mutu presentasi desainnya, meski tetap harus mempertimbangkan kecepatan downloadnya. Beberapa fasilitas yang memberikan fungsi hiburan adalah *game online*, *film online*, *music online*, dan sebagainya.

4. Fungsi transaksi

   Situs *web* dapat dijadikan sarana transaksi bisnis, baik barang, jasa, atau lainnya. Situs *web* ini menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik. Pembayarannya bisa menggunakan kartu kredit, transfer, atau dengan membayar secara langsung.