

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

1.1.1 Perkembangan Teknologi

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan salah satu gejala perkembangan jaman menuju era globalisasi. Kondisi demikian menuntut manusia untuk selalu mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan high-tech. Salah satunya adalah perkembangan teknologi komputer, dimana internet merupakan jaringan informasi bebas hambatan yang berpotensi dalam perkembangan teknologi.

Teknologi telah mendorong kita ke dalam suatu evolusi dari abad industri ke abad informasi. Teknologi membawa kita ke suatu dunia yang oleh sementara orang disebut "komputerisasi dimana-mana" atau "virtualisasi berwujud". Mark Weiser, kepada Computer Science Laboratory di Pusat Penelitian Xerox Palo Alto, menyamakannya dengan menulis, yang ia rujuk sebagai teknologi informasi. Kemampuan untuk menggambarkan bahasa lisan secara simbolis untuk menyimpan jangka panjang membebaskan informasi dari keterbatasan ingatan individu (Naisbitt, 1994). Potensi inilah yang mengejar kita untuk menuju abad teknologi informatif, sehingga tidak ketinggalan. Kehidupan modern menuntut manusia untuk bergerak cepat dan tangkas. Cepat dan informatif akan membebaskan kita dari kebodohan dan ketertinggalan.

Revolusi informasi cepat atau lambat akan membentuk masyarakat informasi, begitu pandangan Alvin Toffler, futurist terkenal (*InfoKomputer, Vol. II No. 6, Juni 1988*). Informasi akan membudayakan masyarakat baru

itu jauh menjangkau sampai mengatasi batas-batas fisik lokal. Namun dalam hal ini melalui media perantara yaitu komputer dengan sistem internet. Dengan komputer teknologi tinggi ini akan diperoleh informasi digital yang lebih adekuat.

Informasi digital adalah apa yang akan mengubah hibrida baru produk konsumen elektronik-televisi, telepon, dan komputer menjadi media interaktif. Multimedia mewakili seluruh generasi baru teknologi bagi komunikasi dengan kesanggupan audio dan video yang canggih (Naisbitt, 1994). Dengan kondisi ini teknologi memiliki peran penting dalam pengembangan informasi digital sebagai arena informasi yang terkelola dan terprogram. Sedang information high-tech menanti kita di era global ini dengan sistem yang mampu merekam semua ingatan manusia dengan jumlah volume yang lebih besar.

Dewasa ini kehadiran komputer di tengah-tengah kegiatan masyarakat semakin dirasakan, sebagai suatu perlengkapan elektronik yang mengolah data, mampu menerima masukan dan keluaran, dan mempunyai sifat seperti kecepatan yang tinggi, ketelitian, dan kemampuan menyimpan instruksi-instruksi untuk memecahkan masalah. Komputer dapat melaksanakan kebanyakan jenis pengolahan informasi yang dapat dilaksanakan oleh manusia dengan lebih cepat dan dengan kesalahan-kesalahan yang lebih sedikit (Moekijat, 1994). Dengan adanya komputer segala informasi lebih mudah didapat dan super cepat.

Alan Kessler dari 3Com Corp., sebuah perusahaan jaringan komputer di Santa Clara, California, menyatakan, "Jaringan masa depan akan meruntuhkan waktu dan ruang, menghapus perbatasan budaya dan membuat benua dan orang lebih berdekatan" (Naisbitt, 1996). Inilah yang disebut memasyarakatkan informasi, dimana jaringan ini bukanlah pemba-

tas, namun pemersatu benua. Dengan adanya jaringan informasi memandangkan seluruh dunia dengan jelas tanpa dibatasi waktu dan ruang. Untuk itu masyarakat memerlukan teknologi tepat guna ini sebagai sumber informasi yang efektif dan inovatif.

1.1.2 Pertumbuhan Ekonomi Global

Informasi semakin lama semakin dibutuhkan sebagai suatu kebutuhan pokok oleh sebagian besar masyarakat, di samping kebutuhan pangan, sandang, dan papan. Dan karena sudah menjadi kebutuhan, maka informasi berubah menjadi komoditi yang dapat diperdagangkan (information as a product). Sehingga berkembanglah bisnis pelayanan informasi non profit seperti Pusat Informasi Nasional (PIN).

Agaknya suatu masyarakat informasi (information society), yang diprediksi John Naisbitt, sedang menuju bentuk utuhnya. Bila masyarakat umum saja sudah demikian membutuhkan informasi, maka ketergantungan dunia usaha terhadapnya tentunya lebih besar. Dalam dunia usaha yang profit merupakan ukuran keberhasilan, serta persaingan merupakan gaya hidup, peranan informasi sama vitalnya dengan modal dan sumber daya manusia (Majalah Manajemen dan Usahawan Indonesia, No. 6 Th XX, Juni 1991). Ini merupakan kenyataan yang harus dihadapi dalam mencapai loyalitas pasar bebas.

Dalam perkembangannya, pertumbuhan ekonomi global dapat dilihat pada daya beli konsumen muda usia muda di Asia sedang berada pada puncaknya. Gaya hidup mereka hebat, yang mereka inginkan pun produk serta jasa pelayanan yang hebat. Mereka menuntut mutu sebagai bagian dari suatu pencarian mereka akan gaya hidup yang bermutu (Naisbitt, 1996). Potensi inilah yang dapat melihat dan membuka pertumbuhan ekonomi

global maju pesat, khususnya di Asia. Kondisi ini menuntut gaya hidup yang lebih bermutu yaitu teknologi sebagai sasaran utamanya. Apalagi Joseph Kanoui, ketua sekaligus chief executive Vendome Luxury Group, memperkirakan bahwa Asia akan menjadi kelompok pasar terbesar menjelang tahun 2000. Hal ini menjadi acuan bagi dunia untuk mencari saingan pasar bebas di dunia dalam perkembangannya.

Adapun pertumbuhan ekonomi tujuh negara industri utama dan beberapa negara Asia dapat dilihat pada Tabel 1 berikut :

Tabel 1 *Pertumbuhan Ekonomi Tujuh Negara Industri Utama dan Beberapa Negara Asia (Persen per tahun)*

Kelompok	1990	1991	1992	1993	1994	1994				1995			
						0.1	0.2	0.3	0.4	0.1	0.2	0.3	0.4
Negara													
Negara-negara Industri	2.5	0.8	1.5	1.3									
7 negara industri													
- Amerika Serikat	1.2	-0.6	2.3	3.1	4.1	3.7	4.1	4.4	4.1	3.4	2.5	2.3	1.6
- Jepang	4.8	4.3	1.1	-0.2	0.6	-0.3	0.5	1.0	0.8	0.1	0.5	-0.2	1.1
- Jerman	5.7	5.0	2.2	-4.4	2.9	2.4	3.0	2.9	3.7	2.7	2.5	1.9	0.8
- Inggris	0.4	-2.0	-0.5	2.2	3.8	3.4	4.2	4.1	4.1	3.7	2.8	2.1	1.5
- Italia	2.1	1.2	0.7	-1.2	2.2	0.6	1.5	3.8	3.1	3.9	2.9	3.3	2.2
- Perancis	2.5	0.8	1.3	-1.5	2.7	1.3	2.6	3.4	4.1	4.2	2.9	2.1	0.8
- Kanada	-0.2	-1.6	0.6	2.2	4.5	3.5	4.2	5.2	5.4	4.4	2.7	1.9	1.3
NIEs													
- Korea Selatan	9.5	9.1	5.5	5.6	8.4								
- Hong Kong	3.0	4.1	5.3	5.6	5.4								
- Taiwan	5.0	7.2	6.0	6.0	6.6								
- Singapura	8.8	6.6	6.0	9.9	10.1								
ASEAN													
- Indonesia	7.3	6.9	6.5	6.5	6.9								
- Malaysia	9.7	8.7	7.8	8.5	8.6								
- Thailand	10.0	8.2	7.4	7.6	8.2								
- Philipina	2.7	-0.5	0.1	1.7	4.5								

Sumber : -International Financial Statistics
 -World Economic Outlook IMF
 -Asian Development Outlook

Dari Tabel di atas tampak pertumbuhan ekonomi Asia lebih mencolok dibanding negara-negara lain. Hal ini menunjukkan bahwa perekonomian Asia lebih pesat pertumbuhannya, dan yang terpenting dapat dianggap sebagai negara-negara yang mampu dalam memperjuangkan ekonomi global menuju teknologi canggih, sebagai upaya untuk mempertahankan peringkat ekonomi dunia mencapai teknologi informasi menuju era pasar bebas.

Adapun pertumbuhan ekonomi diikuti oleh :

- Kemampuan daya beli yang kuat tanpa pikir panjang.
- Banyaknya pusat perbelanjaan.
- Penggunaan kartu kredit yang merajalela di mana-mana.

Ketiga hal ini terjadi di Asia yang akhir-akhir ini meluas di setiap tempat dan waktu, karena telah mencapai kemakmuran menuju era globalisasi teknologi.

Teknologi yang memperkenalkan pada titik waktu yang kritis hampir selalu menghasilkan lompatan besar dalam perkembangan ekonomi. Evolusi dalam teknologi telekomunikasi menciptakan revolusi dalam pembagian informasi. Tepat ketika bergerak secara global ke satu pasar ekonomi, kita pun bergerak di dalam telekomunikasi ke satu jaringan tingkat dunia dari jaringan-jaringan informasi, dengan segalanya terkait dengan segala yang lain (Haishitt, 1994). Kondisi ini akan membantu dalam mendapatkan loyalitas pasar menuju persaingan pasar bebas. Dari jaringan satu ke jaringan yang lain dalam informasi yang bergerak cepat dan efisien. Teknologi ini sebagai jaringan dunia yang akan terkait dengan segala yang lain dalam hanya satu sistem yaitu internet. Internet akan mengantarkan manusia ke dunia lain tanpa harus pergi sendiri, dan itulah yang kini sedang berkembang.

1.1.3 Kunjungan Tamu Mancanegara

Bagi banyak negara, turisme sejauh ini adalah penghasil uang terbesar dan sektor terkuat dalam pembiayaan ekonomi global (Waisbitt, 1994). Pada pangasanya turisme penghasil devisa kedua bagi Indonesia setelah Migas. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 2 berikut :

Tabel 2 Perkembangan Wisatawan Dunia

No.	Tahun	Wisatawan	Pendapatan
1.	1952	25 juta	2 milyar dolar
2.	1960	69,3 juta	6,9 milyar dolar
3.	1970	159,7 juta	17,9 milyar dolar
4.	1975	214,4 juta	40,7 milyar dolar
5.	1980	279,1 juta	95,3 milyar dolar
6.	1985	325 juta	105 milyar dolar

Sumber : Dr. James J. Spillane, S.L. Pariwisata Indonesia :
Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan

Dengan pesatnya pertumbuhan pendapatan, menunjukkan begitu besar peranan wisatawan. Pada perkembangannya pariwisata memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai salah satu sumber penerimaan dan kesempatan kerja serta kesempatan berusaha.

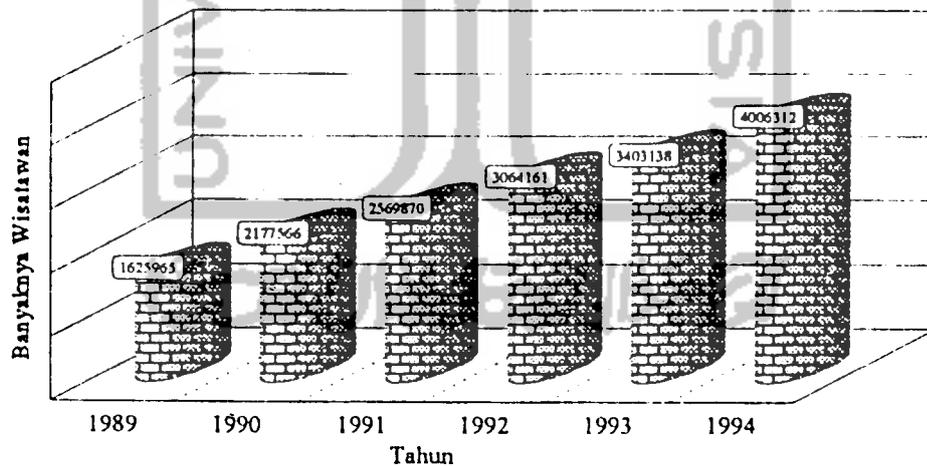
Pariwisata sebagai salah satu "komoditi ekspor" yang tidak bisa dilihat, terus meningkat perannya dalam perekonomian di Indonesia. Dalam usaha mengembangkan pariwisata internasional sangat diperlukan program yang terarah dan tepat dalam rangka meningkatkan jumlah kedatangan wisatawan mancanegara, yang dapat dilakukan dengan meningkatkan kegiatan pemasaran dan perbaikan dari berbagai fasilitas dan pelayanan yang diperlukan wisatawan mancanegara. Apalagi Indonesia sangat diuntungkan dengan adanya 'tourist boom' di kawasan sekitar Indonesia. Sehingga kedatangan tamu mancanegara di Indonesia

dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan yang cukup berarti (BPS, 1994). Hal ini juga terjadi di negara-negara Asia lainnya. Turisme akan menjadi industri paling menguntungkan di semakin banyak negara Asia.

Pada perkembangannya, kunjungan tamu mancanegara yang ada di Indonesia dapat dilihat pada grafik berikut (BPS, 1994) :

a. *Kedatangan Tamu Mancanegara*

Statistik kedatangan tamu mancanegara ke Indonesia selama kurun waktu dua belas tahun terakhir meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 1994 meningkat 17,72%, yaitu 3.403.138 orang pada tahun 1993 menjadi 4.006.312 orang pada tahun 1994. Peningkatan tersebut lebih besar bila dibanding tahun sebelumnya yang hanya 11,06%.

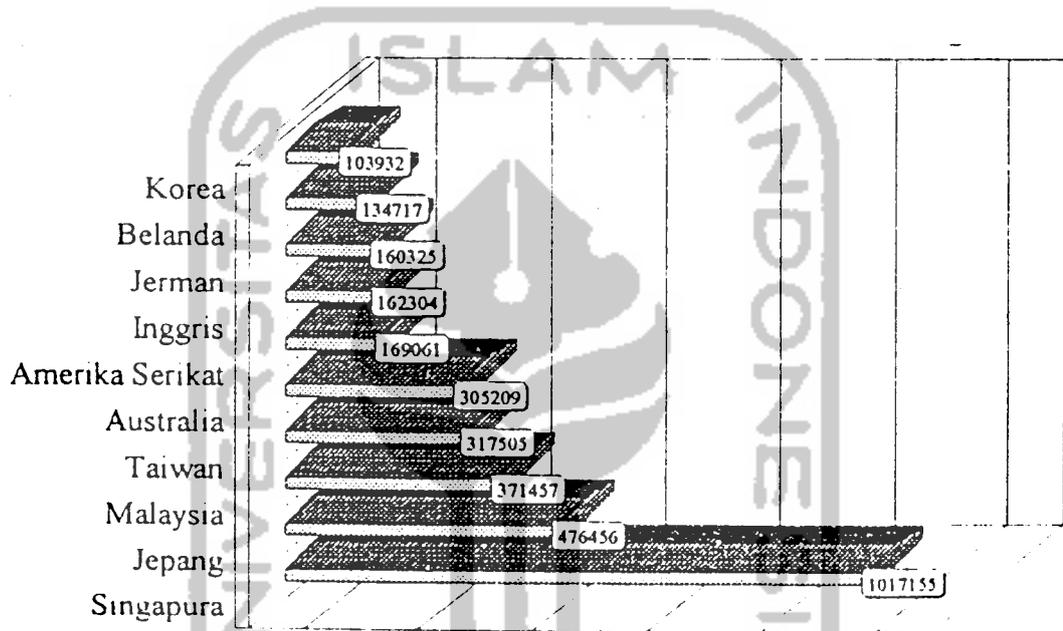


Grafik 3 *Kedatangan Tamu Mancanegara, Th. 1989-1994*

Sumber : Statistik Kunjungan Tamu Asing 1994

b. Pangsa Pasar Utama

Sepuluh negara pasar utama tamu mancanegara adalah Singapura yang mendominasi sebanyak 25,39% dari jumlah tamu datang ke Indonesia, Jepang 11, 89%, Malaysia 9,27%, Taiwan 7,93%, Australia 7,62%, Amerika Serikat 4,22%, Inggris 4,05%, Jerman 4,00%, Belanda 3,36%, dan Korea 2,59%. Total dari 10 negara tersebut adalah 80,32% dari jumlah seluruh kedatangan tamu mancanegara di Indonesia.



Grafik 4 Kedatangan Tamu Mancanegara dari 10 Negara Pangsa Pasar Utama, Tahun 1994

Sumber : Statistik Kunjungan Tamu Asing 1994

Ditinjau dari grafik kedatangan tamu mancanegara dan pangsa pasar utama perkembangan kunjungan tamu mancanegara semakin meningkat dengan pesat. Ini merupakan peluang besar untuk dibuatnya suatu wadah informasi yang inovatif, guna tujuan dan maksud tamu mancanegara untuk datang ke Indonesia.

"Dalam abad ke-21, "ujar Geoffrey Lipman, Presiden dari World Travel & Tourism Council, "akan ada gelombang pelancong Asia di pasar-pasar seluruh dunia, dan negara-negara Asia akan menjadi tempat tujuan pelancong yang utama" (Naisbitt, 1996). Potensi Asia menjadi ajang pelancong yang utama dapat menjadikan sumber devisa yang cukup besar yang dapat diandalkan. Setiap orang dapat memesan tempat di pesawat, penyewaan mobil dan hotel dari komputer di rumah mereka karena sistem komputer dunia bersatu, menciptakan sebuah jaringan informasi turisme tanpa batas.

Dengan adanya isu pertumbuhan yang eksplosif dalam turisme, dan dengan meningkatnya kecanggihan pelancong, pemintaan akan informasi akan mendorong pertumbuhan dalam konsorsium, yang akan menghasilkan kesalingterhubungan yang lebih besar lagi.

Agar tetap kompetitif, operator bebas dan perusahaan internasional akan sama-sama dihubungkan dengan satu atau lebih sistem reservasi. Akhirnya, sistem-sistem ini akan dihubungkan satu dengan yang lain, menciptakan jaringan informasi yang lengkap dan industri yang benar-benar global (Naisbitt, 1994).

1.1.4 Pelayanan Informasi di Yogyakarta

Yogyakarta adalah kota pelajar dan pariwisata. Prestasi Yogyakarta sebagai kota pelajar dan mahasiswa mencapai peringkat ke-5 dari seluruh jumlah mahasiswa yang ada di Indonesia dengan jumlah 153.417 orang mahasiswa perguruan tinggi negeri dan swasta di Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat pada lembar Tabel pada lampiran. Potensi ini mendukung untuk diadakannya pusat pelayanan informasi di Yogyakarta.

Potensi Yogyakarta sebagai kota pariwisata mendukung Yogyakarta dalam mendapatkan predikat sebagai Daerah Tujuan Wisata (DTW) ke-2 di kawasan Nusantara setelah Bali mempunyai peluang besar untuk pengembangan selanjutnya. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5 Prosentase Motivasi Wisatawan di Tiga DTW

DTW	Plesure	Social	Bisnis	Bisnis & Plesure	DIY	Jumlah
Bali	81,8	1,6	7,8	5,0	3,8	100
Yogya	76,2	1,8	10,0	6,1	5,9	100
DKI	56,7	2,7	27,5	7,6	7,6	100

Sumber : Statistik Pariwisata Perhotelan 1993

Dari Tabel di atas tampak bahwa posisi pariwisata Yogyakarta secara umum adalah yang tertinggi (peringkat ke-2 Plesure & Bisnis). Namun demikian kondisi kepariwisataan di DIY masih belum seperti apa yang diharapkan. Hal ini karena rata-rata dana yang dihabiskan oleh wisatawan yang berkunjung di DIY berkisar pada 54-56% dari dana yang disediakan untuk tujuan wisatanya. Hal demikian itu dikarenakan antara lain (Hijrahwan RP, Kompas, 9 Januari 1987) :

- Kurangnya informasi wisata (52%).
- Kurangnya pemandu wisata (33%).
- Kurangnya obyek hiburan (41%).
- Kurangnya dalam pelayanan (13%).

Usaha-usaha peningkatan di bidang pelayanan informasi sudah dilakukan, tetapi karena tidak adanya satu sistem pelayanan yang terpadu dan efisien, maka masalah kurang lancarnya pelayanan sering timbul. Karenanya dibutuhkan suatu wadah pelayanan yang terpadu berupa pusat pelayanan informasi.

Saat ini yang ada di Yogyakarta sebagai informasi adalah Tourist Information Center yang berkedudukan di Jl. Malioboro Yogyakarta, melingkupi kegiatan-kegiatan bidang pelayanan informasi pariwisata dan publikasi. Kondisi sistem pelayanan yang dilakukan cenderung merupakan aktifitas yang bersifat pasif tanpa adanya usaha untuk menarik minat sasaran pelayanan guna memanfaatkan secara optimal, dan bersifat manual. Sedang jumlah kedatangan tamu mancanegara yang mencari informasi pariwisata pada hari-hari biasa tidak bisa dipastikan, namun dapat diperkirakan minimal \pm 20 orang dan maksimal \pm 100 orang atau lebih. Melihat kondisi ini, potensi Tourist Information Center cukup berperan dalam perkembangan sarana informasi. Namun keberadaannya kurang dapat mewadahi segala kegiatan yang ada di Yogyakarta, yang mana informasi ini sungguh sangat berpotensi sekali dalam era globalisasi ini menuju kemajuan zaman di segala bidang.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa dengan adanya :

- Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.
- Pertumbuhan ekonomi dunia.
- Kunjungan tamu mancanegara.
- Potensi Yogyakarta sebagai kota pelajar dan pariwisata.

Maka dibutuhkan hadirnya suatu wadah pusat pelayanan informasi yang mana di era globalisasi ini menuntut manusia untuk menggapai teknologi canggih menuju kemajuan zaman yang serba informatif pada pangsa pasar bebas.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Umum

Bagaimana perwujudan fasilitas pelayanan informasi dengan teknologi informasi agar lebih mudah dan efektif.

1.2.2 Khusus

- * Bagaimana sistem pewadahan teknologi informasi agar pelayanan dapat terselenggara secara efektif dan efisien.
- * Bagaimana menampilkan citra arsitektur sebagai fasilitas pusat pelayanan informasi dengan teknologi tinggi.

1.3 Tujuan dan Sasaran

1.3.1 Tujuan

- * Mengungkapkan kondisi (potensi dan kendala) pada pusat pelayanan informasi sebagai sarana informasi internasional.
- * Memenuhi kebutuhan manusia di era globalisasi akan sarana informasi teknologi tinggi.
- * Memberikan alternatif pusat pelayanan informasi untuk masa yang akan datang.

1.3.2 Sasaran

- * Mendapatkan desain arsitektural yang berfungsi sebagai fasilitas pusat pelayanan informasi dengan teknologi tinggi.

1.4 Lingkup Pembahasan

Lingkup pembahasan ditekankan pada :

- Ruang lingkup wilayah, wilayah kota Yogyakarta.
- Ruang lingkup teknologi tinggi.
- Ruang lingkup pusat pelayanan informasi, yaitu gedung pusat pelayanan informasi dan sistem teknologi informasi.

1.5 Metode Pembahasan

Metode pembahasan yang dilakukan :

1. Observasi langsung dengan mengadakan pengamatan langsung ke lapangan.
2. Observasi tidak langsung dengan study literatur.
3. Wawancara dengan instansi terkait, dalam hal ini dengan Kepala Bagian Perpustakaan STIE dan Kepala Dinas Pariwisata DIY yang mendukung informasi untuk terbentuknya proses desain.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Berisi argumen yang mengiringi pembicaraan dari awal hingga obyek bangunan yang dipilih, yaitu tentang proyek Pusat Pelayanan Informasi.

BAB II Sistem Teknologi Informasi

Berisi tinjauan umum tentang sistem informasi, pusat pelayanan informasi, dan teknologi tinggi dalam arsitektur.

BAB III Pusat Pelayanan Informasi di Yogyakarta

Berisi analisa pewadahan sistem informasi, Yogyakarta sebagai pusat pelayanan informasi, teknologi tinggi sebagai citra arsitektur, dan dasar-dasar pengembangan konsep.

BAB IV Konsep Dasar Perencanaan dan Perancangan

Berisi konsep dasar Yogyakarta sebagai pusat informasi, pewadahan sistem informasi, dan teknologi tinggi sebagai citra arsitektur.

1.7 Keaslian Penulisan

1. 72 (043) Kus/P/92-54

Oleh : Agung Kusdiyanto, 14090-TA UGM

Judul : Pusat Informasi dan Promosi Pariwisata di Yogyakarta Efektifitas Sistem Pelayanan Sebagai Penentu Pola Pengaturan Ruang

Permasalahan :

Umum : Bagaimana mewujudkan suatu wadah pelayanan wisata yang mampu secara terpadu dan efektifitas menyampaikan informasi kepariwisataan di DIY, sekaligus mempromosikannya baik secara lisan maupun visual.

Khusus: Bagaimana mengorganisasikan dan menata ruang-ruang serta kelengkapannya sehingga misi dan sistem pelayanan informasi dan promosi dapat terselenggara secara efektif, yang diungkapkan dalam bentuk fisik bangunan dengan tidak meninggalkan citra kota Yogyakarta.

2. 72 (043) Kri/P/96-54

Oleh : Meita Krisanti 16122-TA UGM

Judul : Pusat Informasi Teknik Bangunan Yogyakarta, Perancangan Kembali Suatu Fasilitas Pelayanan Terpadu

Permasalahan :

Umum : a. Apakah kondisi bangunan Pusat Informasi Teknik Bangunan Yogyakarta yang telah didirikan pada saat ini mampu mendukung kegiatan informasi secara optimal sehingga memungkinkan terjalinnya hubungan yang komunikatif dan terwujudnya kenyamanan dalam beraktifitas.

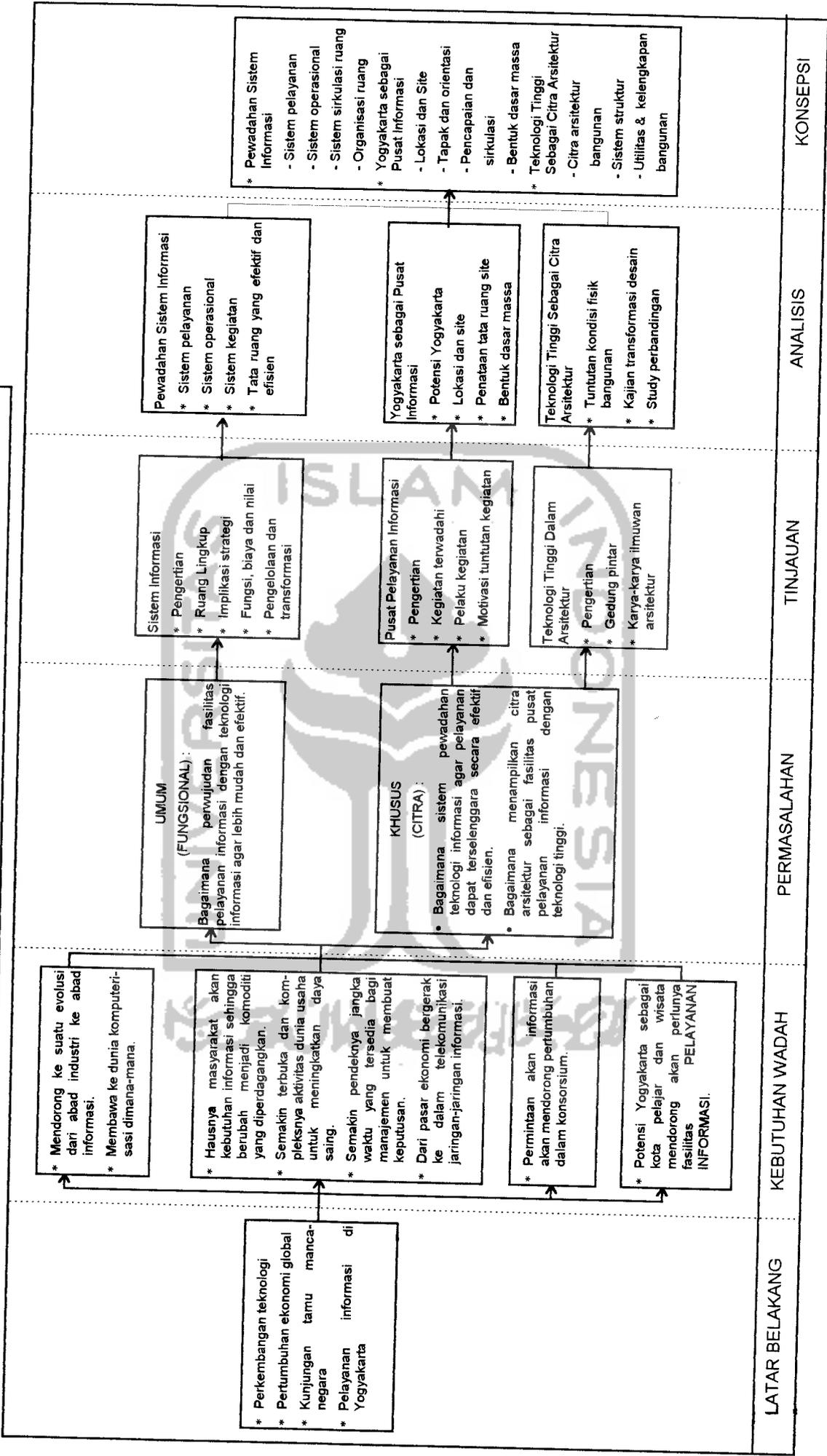
b. Jika perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan kondisi bangunan dan lingkungan fisik Pusat Informasi Teknik Bangunan Yogyakarta, bagaimanakah bentuk penyelesaian yang mampu mendukung aktifitas informasi yang akan diwadahi.

Khusus: a. Sistem pelayanan informasi yang diterapkan pada Pusat Informasi Teknik Bangunan ini selain pelayanan pasif juga pelayanan aktif. Bagaimana bentuk pengadaan fasilitas yang mampu berfungsi sebagai unsur pengundang dan daya tarik PITB Yogyakarta.

b. Bagaimana bentuk penyelesaian tapak Pusat Informasi Teknik Bangunan Yogyakarta sebagai pengungkapan karakter fasilitas pelayanan.

c. Bagaimana bentuk pengungkapan fisik bangunan yang mempertimbangkan aspek fungsional, juga memperhatikan penyelesaian yang kontekstual dengan lingkungan.

**POLA PEMIKIRAN KONSEPSI PERANCANGAN
PUSAT PELAYANAN INFORMASI DI YOGYAKARTA**



Skema 6. Pola Pemikiran Konsepsi Perancangan