

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

#### 1.1.1 Latar Belakang Objek

Pariwisata merupakan suatu aspek yang penting keberadaanya di suatu daerah karena berhubungan dengan psikologi masyarakat serta pertumbuhan ekonomi di suatu daerah tersebut. Maka tidak heran jika berbagai daerah di Indonesia berlomba- lomba mengembangkan sektor andalan mereka dan dijadikan sebagai wisata, karena banyak hal yang akan didapatkan jika daerah memiliki sektor pariwisata yang baik. Salah satunya adalah lebih dikenalnya daerah tersebut melalui wisata yang dikembangkan.

Pariwisata berasal dari dua kata yaitu Pari dan Wisata. Pari dapat diartikan sebagai banyak, berkali-kali, berputar-putar atau lengkap. Sedangkan Wisata dapat diartikan sebagai perjalanan atau bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata “*reavel*” dalam bahasa Inggris. Atas dasar itu maka kata “pariwisata” dapat juga diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ketempat yang lain yang dalam bahasa Inggris didebut juga dengan istilah “*Tour*” menurut pendapat yang dikemukakan oleh Youti, (1991:103). Dan tempat yang merupakan tujuan pariwisata memiliki berbagai jenis, menurut James J. Spillane (1987:29-31) berdasarkan motif tujuan perjalanan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis pariwisata khusus, yaitu :

- a. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*)
- b. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*)
- c. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*)
- d. Pariwisata untuk olahraga (*Sports Tourism*)
- e. Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*Business Tourism*)
- f. Pariwisata untuk berkonvensi (*Convention Tourism*)

Dari jenis- jenis pariwisata diatas tidak harus semua diwadahi oleh suatu daerah, daerah tersebut harus mengerti potensi apa saja yang dimiliki. Sehingga daerah tersebut dapat berfokus kepada pengembangan wisata dengan potensi yang dimiliki daerah tersebut. Namun ada satu jenis pariwisata yang hampir seluruh daerah memiliki potensi tersebut, yaitu Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*). Budaya menjadi penting bagi keberadaan suatu kelompok, karena dapat menjadi identitas dari kelompok tersebut, terutama di Indonesia. Sangat penting untuk menjaganya jika budaya itu sudah hilang daerah tersebut sudah tidak lagi memiliki identitas. Sehingga pariwisata dan budaya ini memiliki hubungan yang terikat, karena keberadaan keduanya memberikan keuntungan bagi satu sama lain.

Budaya sendiri memiliki arti cara hidup yang dimiliki oleh sebuah kelompok dan diturunkan dari generasi ke generasi. Budaya sangat erat kaitannya dengan masyarakat. Pola perilaku serta kebiasaan seseorang juga dapat dilihat dari kebudayaan yang mereka anut. Kebudayaan adalah kombinasi dari simbol-simbol abstrak, umum, bersifat khusus, atau idealis, sedangkan perilaku adalah gerak organisme yang bertenaga, bersifat khusus dan biasa diamati. Dalam hal ini perilaku adalah manifestasi dari budaya atau kebudayaan memberi arti bagi aktivitas manusia tersebut (Lebra, 1976:42).

Berbagai etnis terdapat di Indonesia, mulai dari Jawa, Tionghoa, Minang, Bugis dan berbagai etnis lainnya. Setiap etnis memiliki perbedaan dan keunikan masing-masing sesuai dengan ajaran nenek moyang mereka. Budaya Osing adalah salah satu kelompok etnis di Nusantara yang berasal dari Banyuwangi dengan budaya dan adat yang masih terjaga hingga saat ini.

Suku Osing atau dikenal juga sebagai *Laros* (akronim: *Lare Osing*) atau Wong Osing merupakan suku bangsa asli yang mendiami Banyuwangi di Jawa Timur, wilayah paling timur Pulau Jawa. Suku Osing merupakan keturunan rakyat Kerajaan Blambangan yang mengasingkan diri pada zaman Majapahit. Nama Osing diberikan oleh

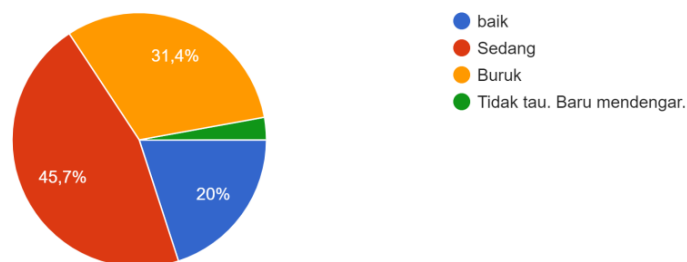
penduduk pendatang yang menetap di daerah itu pada abad ke-19 yang artinya “Tidak” yaitu sebagai ungkapan frustrasi Belanda yang gagal membujuk masyarakat Blambangan untuk bekerjasama. Suku Osing adalah sub-kultur dari Suku Jawa dengan bahasa, budaya, dan adat kebiasaan yang jauh berbeda.

Sejarahnya Banyuwangi merupakan bagian dari Kerajaan Hindu Blambangan yang merupakan cikal bakal dari Banyuwangi. Blambangan adalah kerajaan yang semasa dengan kerajaan Majapahit bahkan dua abad lebih panjang umurnya dan merupakan kerajaan hindu terakhir di Indonesia. Banyuwangi memiliki penduduk yang multikultur, dibentuk oleh 3 elemen masyarakat yaitu Jawa Mataraman, Madura, dan Osing. Suku Osing adalah penduduk asli Banyuwangi. Sebagai keturunan kerajaan Blambangan, Suku Osing mempunyai adat-istiadat, budaya maupun bahasa yang berbeda dari masyarakat jawa dan madura.

Dulunya Banyuwangi dikenal sebagai kota santet yang syarat dengan hal mistisnya, namun sekarang telah berubah menjadi kota pariwisata yang sangat dikenal. Banyuwangi memiliki budaya dan tradisi yang masih sangat kental di beberapa daerah terutama Budaya Osing. Namun seiring perkembangan zaman budaya ini mulai luntur, apalagi di kalangan anak mudanya. Meski diajarkan di sekolah melalui pelajaran Bahasa Osing tapi kebanyakan masyarakatnya tidak memahami betul tentang budaya asli Banyuwangi ini. Sehingga dibutuhkan Pusat Budaya sebagai wadah untuk budaya Osing agar bisa berkembang dan menjadi tempat yang mengapresiasi para seniman untuk berkarya serta bisa dipelajari oleh masyarakatnya maupun wisatawan yang berkunjung.

2. Seberapa mengerti kalian tentang budaya dan tradisi Suku Osing yang merupakan suku asli Banyuwangi?

35 tanggapan



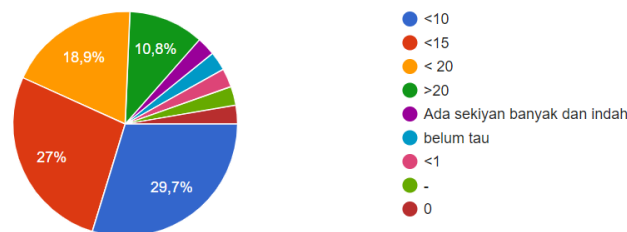
**Gambar 1.1 Pemahaman Masyarakat Terhadap Budaya Osing**

Sumber: Hasil Kuesioner Pribadi 2021

Sama seperti budaya wisata alamnya juga mengalami hal yang sama, berdasarkan data ada 50 lebih wisata yang ada di Banyuwangi, namun masyarakatnya dan orang luar daerah masih belum mengetahui bahwa ada wisata sebanyak itu di Banyuwangi. Hal ini merupakan hambatan besar bagi pertumbuhan pariwisata di Banyuwangi, sehingga pusat budaya juga berfungsi sebagai katalog wisata. Yang memuat berbagai informasi tentang wisata tersebut, sehingga memudahkan wisatawan yang akan berkunjung. Dengan kemudahan tersebut sektor pariwisata akan lebih cepat berkembang begitupun perekonomian daerah.

7. Hitunglah wisata di banyuwangi yang kalian ketahui

37 tanggapan



**Gambar 1.2 Pengetahuan Masyarakat Terhadap Wisata di Banyuwangi**

Sumber: Hasil Kuesioner Pribadi 2021

Pusat budaya merupakan suatu hal penting keberadaannya bagi suatu daerah yang berjuluk kota wisata, karena dapat mendongkrak pertumbuhan pariwisata di daerah tersebut. Tidak terkecuali Banyuwangi, kabupaten ini juga mendapat julukan kota wisata dan semestinya juga perlu adanya pusat budaya untuk menjaga kebudayaan dan mendorong pertumbuhan wisata. Berikut merupakan beberapa kota wisata di Indonesia yang memiliki pusat budaya.

**Tabel 1.1 Daftar Kota Wisata yang memiliki Pusat Budaya**

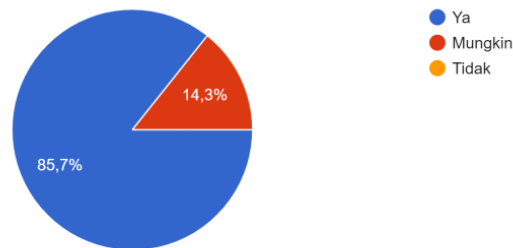
Kota Wisata	Nama Pusat Budaya
Bali	Bali Budaya Cultural Village
	Bali Cultural Centre
Bandung	Pusat kebudayaan dan kesenian Teras Sunda

	Saung Angklung Mang Udjo
Yogyakarta	Taman Budaya yogyakarta
Surabaya	Taman Budaya Jawa Timur
Sumatra Barat	Gedung Kebudayaan Sumatra Barat
Semarang	Radjawali Semarang Cultural Center
Jakarta	Taman Ismail Marzuki

Dan dari data yang saya peroleh melalui penyebaran kuesioner online, menurut responden yang berasal dari Banyuwangi maupun dari luar daerah mereka menyetujui jika harus dibuat pusat budaya di Banyuwangi.

3. Dari jawaban kalian dari soal sebelumnya menurut kalian perlukah Banyuwangi memiliki 'Pusat Budaya' sebagai pusat edukasi budaya dan rekreasi?

35 tanggapan



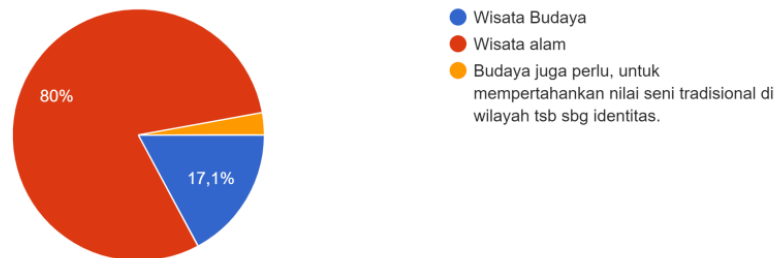
**Gambar 1.3 Pendapat Masyarakat Tentang Perlunya Pusat Budaya di Banyuwangi**

Sumber: Hasil Kuesioner Pribadi 2021

Mulai dari sekarang hingga masa yang akan datang nanti, budaya menjadi suatu hal berharga yang harus dijaga agar tidak menghilang. Fungsi dari Pusat Budaya Osing ini membantu terwujudnya tujuan tersebut. Karena semakin hari orang akan lebih memilih hidup modern atau dengan tren yang muncul pada waktu tertentu dan tentunya akan terus menggeser kebudayaan dan tradisi. Seperti data berikut yang menampilkan minat masyarakat terhadap wisata Banyuwangi. Dan hasilnya adalah hanya 20% yang tertarik wisata budaya, hal ini membuktikan minat budaya akan menurun seiring bejalannya waktu. Hal ini menjadi perhatian khusus untuk Banyuwangi, untuk memikirkan bagaimana cara budaya agar tetap menarik serta mengikuti selera manusia modern sekarang ini.

6. Jika disuruh memilih dari berbagai wisata di Banyuwangi wisata apakah yang akan kalian kunjungi?

35 tanggapan



**Gambar 1.4 Ketertarikan Masyarakat Terhadap Wisata Budaya di Banyuwangi**

*Sumber: Hasil Kuesioner Pribadi2021*

Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir Banyuwangi memiliki kenaikan kunjungan wisata yang cukup tinggi nilainya dan dari data setiap tahunnya akan terus bertambah. Dan karena hal ini Banyuwangi membutuhkan suatu wadah untuk mempermudah wisatawan yang atang serta memperkuat citra kota.

### 1.1.2 Latar Belakang Tema

Demi mewujudkan perancangan Pusat Budaya Osing yang dapat diminati semua kalangan maka dibutuhkan sebuah strategi khusus. Strategi tersebut dapat diwujudkan dari penerapan tema yang sesuai dan tepat. Dalam merancang pusat budaya ini perlu diperhatikan identitas dari budaya Osing sehingga bangunan dapat merepresentasikan Budaya Osing dan Banyuwangi. Serta menjadikan bangunan sebagai pusat perhatian dan menciptakan *landmark* baru di Banyuwangi untuk menarik masyarakat sekitar dan wisatawan. Karena hal tersebut bangunan harus dirancang berdasarkan arsitektur vernakular dan modern. Terdapat beberapa strategi merancang arsitektur modern atau kontemporer dengan pendekatan vernakular. Sehingga pada perancangan Pusat Budaya Osing ini menggunakan konsep Neo-Vernakular. Secara keseluruhan tema Arsitektur Neo-Vernakular merupakan sebuah konsep arsitektural yang berprinsip pada kaidah-kaidah normative, kosmologis, peran serta budaya local dalam kehidupan masyarakat serta keselarasan antara bangunan,

alam dan lingkungan masyarakat. Dengan adanya tema ini memudahkan arsitek untuk merancang suatu karya arsitektural yang menggambarkan suatu budaya dalam sebuah bangunan.

Dengan demikian teori ini sangat tepat jika digunakan dalam merancang bangunan-bangunan yang menganut unsur kebudayaan seperti pusat kebudayaan. Dan diharapkan hasil rancangan dapat menciptakan ketertarikan masyarakat dan wisatawan untuk mengetahui kebudayaan dan tradisi Budaya Osing serta wisata yang ada di Banyuwangi yang diharapkan dapat mendorong perkembangan pariwisata.

## **1.2 Rumusan Masalah**

- a. Bagaimana merencanakan dan merancang konsep desain bangunan Pusat Budaya Osing dengan berbagai fungsi fasilitas di dalamnya dan fasilitas pendukungnya sehingga sesuai dengan konsep Arsitektur Neo-Vernakular?
- b. Perencanaan site dan orientasi massa bangunan yang tepat sesuai dengan tradisi Suku Osing sehingga bangunan mencitrakan sebuah identitas dan mampu menyesuaikan dengan lingkungan sehingga menciptakan kondisi nyaman didalam bangunan maupun lingkungan.
- c. Bagaimana perancangan alat, sistem utilitas, *landscape*, struktur, utilitas dan sirkulasi yang baik agar bangunan berfungsi dengan baik dan dapat mempermudah aktivitas penggunaannya.

## **1.3 Tujuan Perancangan**

- a. Menjadikan Pusat Budaya Osing sebagai wajah Banyuwangi yang merepresentasikan Budaya Osing dan Banyuwangi, dengan menerapkan konsep Neo-Vernakular
- b. Sebagai sarana edukasi, rekreasi serta sebagai saran untuk melestarikan budaya Osing sehingga semakin dikenal oleh masyarakatnya sendiri ataupun wisatawan.
- c. Menciptakan Pusat Budaya yang atraktif dan interaktif bagi pengguna.

## **1.4 Manfaat Perancangan**

- a. **Bagi Perancang**

- Menambah wawasan dan pengetahuan bagaimana merancang suatu bangunan dengan merepresentasikan budaya namun dengan nuansa yang lebih modern.
- Menambah wawasan perancang tentang menciptakan ruang sesuai dengan kegiatan yang cukup kompleks.

**b. Bagi Masyarakat**

- Dapat menambah wawasan tentang segala sesuatu tentang budaya Suku Osing dan mengetahui apa saja wisata yang ada di Banyuwangi
- Menumbuhkan rasa bangga terhadap kekayaan alam dan budaya yang dimiliki oleh Banyuwangi.
- Menaikan produk seni dan kuliner daerah karena untuk dijual ataupun dipamerkan di pusat budaya
- Bertambahnya destinasi wisata baru yang tidak hanya sebagai hiburan tapi juga sebagai sarana edukasi untuk mengenal budaya Osing

**c. Bagi Pemerintah**

- Membantu pelestarian budaya dan mengenalkan wisata- wisata yang ada di Banyuwangi.
- Meningkatkan ekonomi daerah melalui pariwisata dengan lebih banyaknya pengunjung yang datang.
- Mengurangi angka pengangguran, karena membuka lapangan kerja baru untuk masyarakat dengan membuka penginapan, rumah makan ataupun usaha lain yang berhubungan dengan pariwisata.

## **1.5 Batasan Perancangan**

**a. Batasan Lokasi**

Lokasi yang dipilih adalah Kota Banyuwangi sebagai tempat asal Suku Osing berasal, dan tapak perancangan berada di kawasan pariwisata Pantai Marina Boom dengan fasilitas dan prospek pariwisata yang bagus di masa depan, serta pembangunan Pusat Budaya merupakan langkah yang baik untuk pihak kawasan pariwisata Boom dan



Pemerintah Banyuwangi, karena memiliki tujuan yang sama yaitu mengembangkan pariwisata

**b. Batasan Obyek**

Pusat Budaya Osing berfungsi sebagai tempat pertunjukan seni, galeri seni, pameran seni budaya Osing, perpustakaan dan restoran kuliner khas Banyuwangi. Sekaligus menjadi katalog atau pusat informasi mengenai tempat wisata dan festival yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah.

**c. Batasan Subyek**

Subyek diklasifikasikan dalam berbagai kelompok

- Masyarakat umum
- Komunitas Budaya
- Siswa : Sekolah Dasar(SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA)
- Mahasiswa
- Wisatawan lokal maupun mancanegara
- Jajaran Pemerintah
- Tamu istimewa daerah

**d. Batasan Konsep**

Konsep yang akan diterapkan adalah Konsep Neo- Vernakular. Adapun kriteria yang mempengaruhi arsitektur neo-vernacular yaitu sebagai berikut:

- Bentuk – bentuk yang menerapkan unsur budaya dan lingkungan, termasuk iklim setempat, yang diungkapkan dalam bentuk fisik arsitektural (tata letak denah, detail, struktur dan ornament).
- Tidak hanya elemen fisik yang diterapkan dalam bentuk modern, tetapi juga elemen non-fisik seperti budaya pola pikir, kepercayaan, tata letak yang mengacu pada makro kosmos dan lainnya.
- Produk pada bangunan ini tidak murni menerapkan prinsip-prinsip bangunan *vernacular* melainkan menghasilkan karya yang baru (mengutamakan penampilan visualnya).