

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pandemi *covid-19* dan segala dinamikanya secara tidak langsung telah membuka cakrawala baru bagi banyak manusia. Dari segala yang diambil oleh-nya, di lain sisi pandemi *covid-19* ini juga memberi banyak hal seperti waktu di rumah dan sebuah kata “suasana baru” dari rutinitas harian yang tidak disadari. Dari sini kesadaran dan proses pengenalan diri pun terjadi dan timbul bermacam - macam reaksi secara organik.

Kesadaran dan proses pengenalan diri inilah yang berujung dengan naiknya gerakan *mental health awareness* di berbagai tempat di dunia, salah satunya Indonesia. *Mental health awareness* sendiri merupakan istilah untuk menggambarkan kesadaran akan kesehatan mental dan usaha - usaha untuk semakin mengenalkan dan penanggulangannya. Karena nyatanya di tahun 2019, 1 dari setiap 8 orang atau 970 juta orang di dunia mengidap *mental disorder*; dengan *Anxiety* dan *Depressive disorders* merupakan yang paling umum¹. menurut WHO (World Health Organization) mental disorder dapat berupa : *Anxiety Disorders, Depression, Bipolar Disorder, Post-Traumatic Stress Disorder (PTSD) Schizophrenia, Eating Disorders* dan *Disruptive behaviour and dissocial disorders*².

Sejalan dengan fakta diatas maka ketertarikan masyarakat akan topik yang berkaitan dengan penanggulangan masalah mental tadi pun juga menjadi naik daun. Slogan - slogan seperti *self-care* dan *work-life balance* pun digembar - gemburkan di berbagai platform media. Hal ini juga dapat dilihat dari meledaknya jumlah pencarian kata kunci terkait di mesin pencari seperti google dalam kurun waktu 5 tahun terakhir³.

¹ Institute of Health Metrics and Evaluation. Global Health Data Exchange (GHDx), (<https://vizhub.healthdata.org/gbd-results/>, accessed 14 May 2022).

² WHO. (2022, June 8). *Mental disorders*. Who.Int. Retrieved May 15, 2022, from <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-disorders>

³ Tren pencarian keyword-keyword tertera. Data Bisa dilihat pada lampiran 1

Kegiatan - kegiatan yang berkaitan dengan hal tadi pun juga meningkat. Pencarian istilah *Staycation* dan destinasi *refreshing* seperti *resort* juga meningkat di mesin pencarian pasca larangan bepergian di longgarkan. Kegiatan meditasi *mindfulness* dan yoga pun semakin ramai peminat, hal ini bisa dilihat dari data jumlah unduhan aplikasi penyedia layanan tersebut. Aplikasi meditasi *mindfulness* seperti *Calm* yang diunduh sebanyak 35 juta kali pada tahun 2018, meningkat menjadi 120 juta pada tahun 2021⁴. Pesaing aplikasi *Calm*, *Headspace* juga mengalami fenomena serupa. Pada tahun 2018 aplikasi *Headspace* diunduh sebanyak 6 juta kali meningkat menjadi 65 juta pada 2021⁵. Dari sumber yang sama Peningkatan juga terjadi pada jumlah orang yang melakukan *subscription*/pembayaran kepada aplikasi penyedia panduan meditasi tadi untuk dipandu.

Dari sini meningkatlah sebuah demografi baru yakni para meditator kasual yang mencari tempat untuk *staycation*. Orang yang melakukan praktik meditasi namun masih pemula atau dengan kadar yang rendah dan tanpa embel - embel agama atau etnis tertentu (*meditasi mindfulness*) dan ingin mencari tempat - tempat yang menarik untuk melakukan praktisi itu. Yang disayangkan, belumlah ada fasilitas yang menjembatani ini. Kebanyakan fasilitas yang sudah ada adalah meditasi center yang berada di tengah kota atau tempat ibadah agama tertentu yang menyediakan kegiatan meditasi sebagai kegiatan tambahan yang mana cukup membatasi umat agama lainnya walaupun kegiatan dan fasilitas yang ada dikatakan terbuka untuk umum.

Sejalan dengan semua hal tadi, Kota Jepara merupakan salah satu kota yang memiliki potensi di sektor pariwisata. Kayanya akan pantai, sejarah akan Kartini dan budaya ukiran merupakan beberapa faktor yang cukup menjual. Namun walau memiliki potensi yang menjual tadi, hal - hal diatas belum terlaksana dengan maksimal. Jumlah pengunjung pantai paling dikelola (Pantai Kartini) di jepara masih $\frac{2}{3}$ dari pengunjung pantai senggigi, Lombok. Bila ditelaah lebih lanjut kebanyakan pengunjung tadi bahkan bisa dikatakan “numpang lewat” alias hanya transit untuk ke tujuan berikutnya yakni Karimun Jawa, membuat data yang disajikan tadi semakin tidak baik. Padahal selain Pantai Kartini tadi masih banyak pantai - pantai potensial seperti Pantai Teluk Awur, Pantai Bondo/Ombak mati yang lebih sepi pengunjung dan investasi.

⁴ Curry, D. (2022, July 1). *Calm Revenue and Usage Statistics (2022)*. Business of Apps. Retrieved August 3, 2022, from <https://www.businessofapps.com/data/calm-statistics/>

⁵ Curry, D. (2022, July 1). *Headspace Revenue and Usage Statistics (2022)*. Business of Apps. Retrieved August 3, 2022, from <https://www.businessofapps.com/data/headspace-statistics/>

Berikut adalah perbandingan data antara pengunjung dan jumlah akomodasi yang ada pada Kabupaten Jepara dan Kabupaten Lombok Utara. Menurut BPS Kabupaten Jepara, Kabupaten Jepara pada tahun 2019 memiliki pengunjung sebanyak 1,490,453⁶ dan memiliki akomodasi penginapan dari berbagai kelas sebanyak 47 akomodasi dan 689 kamar⁷. Sedang Diambil dari BPS Nusa Tenggara Barat, Pada Tahun 2015 Kabupaten Lombok Utara memiliki 535 525 orang⁸ pengunjung dan memiliki 449 akomodasi dengan jumlah kamar sebanyak 3818 kamar⁹.

Setelah semua hal diatas, pariwisata memang memunculkan sebuah pertanyaan ayam-telur mengenai investasi dan trafik manusia. Entah lebih dahulu mana antara investasi atau trafik manusia, yang pasti salah satu elemen harus memulainya. Diharapkan dengan animo tentang *staycation*, *mindfulness* meditasi dan segala potensi (alam, budaya, sejarah) yang sudah ada di Jepara, pembuatan *Resort Meditasi Lepas pantai* ini dapat menjadi sesuatu yang unik dan atraktif sehingga dapat menaikkan jumlah wisatawan yang ada, baik lokal dan terutama wisatawan asing. Menjadi pusat destinasi baru di Indonesia dan memperbesar angka 17 juta WNA yang berkunjung ke dalam negeri (*pra-covid*) yang dominasi tujuannya ke Bali dan Borobudur. Angka yang masih bisa dikembangkan bila dibandingkan dengan negara tetangga, Thailand yang berhasil mendatangkan 40 juta WNA (*pra-covid*)¹⁰.

⁶ *Badan Pusat Statistik*. (2019). Badan Pusat Statistik. Retrieved August 3, 2022, from <https://jeparakab.bps.go.id/indicator/16/285/1/banyaknya-pengunjung-objek-wisata-orang-di-kabupaten-jepara.html>

⁷ *Badan Pusat Statistik*. (2017, March 3). Badan Pusat Statistik. Retrieved August 3, 2022, from <https://jeparakab.bps.go.id/statictable/2017/03/03/517/tabel-table-8-1-1-jumlah-hotel-dan-akomodasi-lainnya-menurut-klasifikasi-di-kabupaten-jepara-2015.html>

⁸ *Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Utara*. (2015). Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Utara. Retrieved August 3, 2022, from <https://lombokutarakab.bps.go.id/indicator/16/109/1/jumlah-wisatawan.html>

⁹ *Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat*. (2020, October 15). Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat. Retrieved August 3, 2022, from <https://ntb.bps.go.id/statictable/2020/10/15/205/jumlah-akomodasi-kamar-dan-tempat-tidur-yang-tersedia-pada-hotel-nonbintang-dan-akomodasi-lainnya-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-nusa-tenggara-barat-2019.html>

¹⁰ Wirjawan, G. (Host). (2022, Apr 27). Maudy Ayunda : The Power of Insecurity (Season 3 No.25) [Audio podcast episode]. In *Endgame with Gita Wirjawan*. Visinema Group <https://open.spotify.com/episode/6Eb1En8TBPnjv0exgyzlw6?si=61f92da1d46749d7>

1.2. Masalah

Dari pembahasan diatas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana menciptakan bentuk bangunan Resort Meditasi Lepas Pantai yang unik dan menarik sehingga dapat mendatangkan banyak wisatawan ?
2. Bagaimana menciptakan ruang - ruang yang meditatif pada Resort Meditasi Lepas Pantai yang dapat mendukung kegiatan para meditator?
3. Bagaimana menciptakan struktur lepas pantai yang aman dan nyaman untuk mendukung fungsi bangunan resort meditasi?

1.3. Tujuan

Dari pembahasan diatas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Dapat menciptakan arsitektur yang menarik dan dapat diterima oleh semua kalangan sehingga dapat mendatangkan wisatawan
2. Dapat menciptakan arsitektur yang meditatif dan bekesan secara arsitektural bagi para meditator
3. Dapat memberikan inspirasi dan kemajuan kepada bidang akademik arsitektur dalam hal terkait Resort, Tempat Meditasi dan Arsitektur Lepas Pantai

1.4. Orisinalitas

Keorisinalitas tulisan dibuktikan dengan perbandingan judul proyek ini dengan proyek-proyek yang sudah ada sebelumnya. Yang mana antara lain :

No	Judul Proyek	Topik	Nama Penulis
1.	Satipatthanas Meditation Resort	<i>Religious Design</i>	Jihanan Mahosot
2.	Meditation and Spa Centre di Kabupaten Karanganyar Sebagai Sarana Relaksasi Kesehatan dengan pendekatan Zen	<i>Philosophical Design</i>	Chandra Gumilar A
3.	Family Resort Di Kawasan Pantai Pungkruk, Desa Mororejo, Jepara	<i>Sustainable Design</i>	Ruth Alfania Nevritasari

4.	Resort Pantai di Kabupaten Jepara Dengan Pendekatan Arsitektur Organik	<i>Organic Design</i>	T. Nicolaus Hermawan Haryono
5.	Resort Meditasi Lepas Pantai di Jepara	<i>Sensory Design</i>	Nicholas Putra Wijaya

Tabel 1. Orisinalitas

Sumber : Analisa Pribadi

Dari daftar yang saya berikan dapat dilihat bahwa proyek milik saya berbeda dalam berbagai hal. Hal pertama yang berbeda adalah lokasi pasti dimana proyek saya berada. Kedua adalah pendekatan *sensory design* yang akan digunakan dalam proyek saya ini sama sekali berbeda dengan pendekatan-pendekatan yang digunakan pada proyek yang sudah ada. Ketiga, struktur lepas pantai pada proyek saya yang berada di laut jelas membedakan dengan proyek-proyek yang sudah ada karena semuanya berada pada daratan. Demikianlah beberapa hal yang membedakan proyek saya dengan proyek-proyek yang sudah ada dan membuat proyek saya orisinal.

