

## 2. IDENTIFIKASI

### 2.1. Kajian Pustaka /Teoritis

#### 2.1.1. *Brand*

Istilah pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata, yaitu 'pari' dan 'wisata'. Pari berarti berulang-ulang atau berkali-kali. Sedangkan wisata berarti perjalanan atau bepergian. Pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang atau berkali-kali. Orang yang melakukan perjalanan disebut *traveler*, sedangkan orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan wisata disebut *tourist* (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan 50).

Dalam melakukan pengembangan di bidang pariwisata, kita harus melakukan kegiatan yang terstruktur dan terencana untuk menarik para wisatawan. Hal ini mencakup berbagai macam aspek yang sangat luas mulai dari kehidupan dalam masyarakat, kegiatan yang dilakukan masyarakat, akomodasi yang ada, tempat wisata dan atraksinya, makanan dan minuman, suasana, pelayanan, dan lain-lain. Untuk menarik para wisatawan tersebut, sebuah *brand* sangat penting untuk dimiliki oleh objek pariwisata tersebut agar masyarakat mengetahui dan tertarik untuk mengunjungi objek tersebut.

*Brand* atau merek dapat diartikan sebagai nama, terminologi, tanda, simbol, atau desain yang dibuat untuk menawarkan atau mengidentifikasi produk yang kita tawarkan kepada pelanggan. *Branding* tidak hanya dilakukan pada produk atau layanan saja melainkan banyak sekali hal yang dapat di-*branding*-kan, seperti distributor, orang, organisasi, berbagai pesta olah raga seperti Piala Dunia, karya seni, dan juga tempat (lokasi). Tempat atau lokasi banyak yang dapat di-*branding*-kan seperti daerah kabupaten, kotamadya, kawasan berikat, atau bahkan negara. Setiap *brand* atau merek memiliki *brand equity* (ekuitas merek). Ekuitas merek adalah aset *intangible* yang dimiliki oleh sebuah merek karena *value* yang diberikannya baik kepada produsen maupun pada pelanggan. Ekuitas merek ini memiliki unsur yang terkait yaitu : *brand awareness*, *perceived quality*, *brand association*, *brand loyalty*, *brand extension* (Kertajaya 184).

a. *Brand Awareness*

*Brand Awareness* berarti ukuran kekuatan eksistensi merek kita di benak pelanggan. *Brand awareness* ini mencakup *brand recognition* (merek yang pernah diketahui oleh pelanggan), *brand recall* (merek apa yang diingat pelanggan untuk suatu kategori produk tertentu), *top of mind* (merek pertama apa yang disebut oleh pelanggan untuk suatu kategori produk tertentu), dan *dominant brand* (satunya merek yang diingat pelanggan).

b. *Perceived quality*

*Perceived quality* adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas dan superioritas produk relatif terhadap pesaing. Jika merek memiliki persepsi kualitas yang bagus, maka akan menjadi dasar bagi perluasan merek.

c. *Brand association*

*Brand association* adalah asosiasi apa pun yang terkait dengan sebuah merek tertentu. Asosiasi ini dapat berupa atribut produk, bintang iklan yang menjadi *endorser* produk, simbol, logo, atau maskot. Dalam banyak riset merek, asosiasi ini dipakai sebagai basis penentuan *positioning* produk.

d. *Brand Loyalty*

*Brand loyalty* adalah loyalitas yang diberikan oleh pelanggan kepada merek. Loyalitas merek ini menjadi ukuran seberapa besar kemungkinan pelanggan akan pindah ke merek lain.

e. *Brand extension*

*Brand extension* adalah *line extension* yang dilakukan untuk masuk ke kategori produk baru. *Brand extension* membuka peluang untuk masuk kepada kategori produk baru yang memiliki peluang keuntungan finansial yang lebih besar.

Setiap objek dapat di-*brand*-kan dengan menciptakan dan mengkomunikasikan identitas bagi suatu lokasi yang bersangkutan. Kota, negara bagian, dan negara masa kini telah aktif dikampanyekan melalui periklanan, *direct mail* dan perangkat komunikasi lainnya (Keller 30). Keseluruhan strategi dan proses ini dikenal dengan *destination branding*.

Kota-kota di Indonesia sangat berpotensi untuk di-*brand*-kan. Tetapi sejauh ini mereka kurang efektif dalam melakukannya. Mereka hanya melakukan kampanye kota yang memiliki lingkup kecil. Padahal dalam *destination branding*, tidak hanya aspek *tourism* saja yang diangkat, namun juga aspek lainnya yang dapat dijual.

Pada saat ini, banyaknya sekali negara-negara yang sukses dalam melakukan *destination branding* seperti Singapura, Malaysia, Hong Kong, Taiwan, Maroko, Meksiko, China, Thailand, dan sebagainya. Menurut Harry Puspito, dalam dunia global seperti sekarang ini negara maupun kota tidak cuma dipandang sebagai sekumpulan penduduk, namun juga sebuah aset yang bisa dijual. Di kawasan Asia, *destination branding* telah lama dilakukan untuk meningkatkan pendapatan negaranya (Hasto 14).

Istilah *Branding* berakar dari sebuah kata Norwegia Kuno “*brandr*”, yang berarti “membakar”. Istilah “*brand*” dari dulu hingga sekarang masih diartikan demikian bagi para peternak ketika memberi cap identitas pada ternaknya. Seiring dengan berkembangnya dunia perdagangan, *brand* diartikan sebagai asal atau sumber dari suatu produk atau pembeda sebuah produk dengan produk lainnya.

#### 2.1.2. *Destination Branding*

*Destination branding* berarti merancang suatu tempat untuk memenuhi kebutuhan *target market* (Keller 138). Dalam sebuah *destination branding*, kita harus dapat menciptakan sebuah rasa kepada konsumen mengenai suatu tempat. Sehingga penciptaan *brand* kita dapat menancap di benak konsumen dan membangun sebuah *awareness* terhadap suatu lokasi atau tempat tersebut.

Dalam menyusun sebuah *destination branding*, terdapat 6 aspek penting yang harus diperhatikan agar berhasil dan efektif yaitu (Total Destination Management) :

- a. *Brand Platform*, yang membedakan suatu lokasi dengan lokasi lainnya dan harus dapat dipertanggungjawabkan sebagai sebuah janji bahwa suatu lokasi tersebut menyediakan penawaran kepada masyarakat yang benar-benar ada dan nyata.
- b. Identitas *visual* dan *verbal* yang memberikan pesan *visual* dan *verbal* melalui sebuah desain, gambar, dan kata-kata yang menangkap dan mengisahkan sebuah lokasi yang ada dan menarik konsumen untuk datang dan melihat lokasi tersebut.
- c. Sebuah rencana dan rangka dalam penyusunan sebuah *destination branding* yang mana berisi mengenai bagaimana *branding* tersebut dapat dikomunikasikan secara efektif dan dapat sampai kepada konsumen dengan jelas.
- d. *Brand management*, yang menyediakan strategi dan pedoman untuk menjamin sebuah konsistensi dan juga pengawasan dalam membangun *brand* sebuah lokasi.
- e. Strategi dalam mengambil sebuah *brand* yang menjamin bahwa *brand* tersebut baik untuk diterima, didukung, dan diadopsi oleh masyarakat, para pemimpin, pemegang saham, dan juga relasi bisnis terkait.

Sebuah *destination branding* memiliki tujuan yang beragam. Secara umum tujuan-tujuan tersebut adalah (Kotler 138) :

- a. Membangun *brand image* positif bagi lokasi.
- b. Meningkatkan *quality of life* suatu lokasi.
- c. Menarik *target market*, seperti pengunjung, penduduk, dan pegawai, bisnis, dan industri.
- d. Menemukan pasar ekspor.

Tujuan diatas menunjukkan bahwa *destination branding* memiliki banyak manfaat bagi sebuah lokasi atau tempat. Mereka tidak hanya dapat meningkatkan

sektor pariwisata, tetapi juga menjunjung tinggi sektor kehidupan dan membangun sebuah *brand* yang positif bagi masyarakat. Akan tetapi ketika akan merancang sebuah *destination branding*, *target market* harus dikenali secara tepat. *Target market* adalah pasar yang akan dituju dan menjadi objek dari *destination branding* ini. Dalam sebuah *destination branding*, *target market* yang potensial untuk dituju adalah kalangan produsen dan jasa, cabang perusahaan dan kantor regional, penanam modal luar negeri dan pasar ekspor, turisme, dan penerima tamu (*hospitality*), warga negara, dan para penduduk baru.

### 2.1.3. Kaitan Kajian Teoritis Dengan Perancangan *Destination Branding* Kota Malang Sebagai Kota Wisata Bersejarah

Setelah mengetahui banyak teori mengenai *brand* dan *destination branding*, maka dalam penyusunan Perancangan *Destination Branding* Kota Malang Sebagai Kota Wisata Bersejarah digunakan teori tersebut agar perancangan dapat terlaksana dengan baik.

Pada kajian teori mengenai *destination branding*, dikatakan bahwa dalam membuat ataupun menambah sebuah *brand* baru di benak masyarakat, semua aspek harus diperhatikan baik dari segi *target market*, objek yang akan diangkat, semua hal yang ada disekitar objek serta apa yang akan ditawarkan kepada masyarakat. Hal ini sangat penting agar *destination branding* dapat berjalan dengan baik dan berhasil dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Oleh karena itu dengan mengacu pada teori tersebut, maka Perancangan *Destination Branding* Kota Malang Sebagai Kota Wisata Bersejarah juga mencari semua data yang lengkap dan akurat untuk menunjang perancangan ini.

Berbagai macam data tentang kota Malang baik di zaman sekarang maupun saat berada di zaman kolonial dibahas secara tuntas. Begitu juga akan dicari seberapa besar pengetahuan masyarakat mengenai bangunan bersejarah kolonial di kota Malang melalui kuesioner yang ada sehingga dapat menambah informasi dalam membuat perancangan promosi yang dapat menancap di benak masyarakat. Begitu juga *target market* dapat diketahui dengan jelas dengan melihat dari hasil analisa data yang ada.

Setelah diketahui secara jelas data-data yang menunjang perancangan dan *target market* yang dituju, maka kehidupan masyarakat juga harus dilihat agar media untuk melakukan promosi dapat tepat sasaran dan efektif untuk dijalankan. Berbagai macam wawancara baik kepada masyarakat kota Malang maupun kepada pemerintah kota Malang dilakukan supaya perancangan ini juga dapat meningkatkan sektor kehidupan masyarakat kota Malang disamping meningkatkan sektor pariwisata dan menambah *brand* baru kota Malang sebagai kota wisata bersejarah.

## 2.2. Sekilas Kota Malang

Kota Malang seperti kota-kota lain di Indonesia pada umumnya baru tumbuh dan berkembang setelah hadirnya pemerintah kolonial Belanda. Fasilitas umum direncanakan sedemikian rupa agar memenuhi kebutuhan keluarga belanda. Kesan diskriminatif itu masih berbekas hingga sekarang. Misalnya adalah kawasan Ijen *Boulevard* dan kawasan sekitarnya. Kawasan ini hanya dinikmati oleh keluarga-keluarga belanda dan bangsa eropa lainnya, sementara penduduk pribumi harus puas bertempat tinggal di pinggiran kota dengan fasilitas yang kurang memadai. Kawasan perumahan itu sekarang bagai monumen yang menyimpan misteri dan seringkali mengundang keluarga-keluarga belanda yang pernah bermukim disana untuk bernostalgia.

Pada Tahun 1879, di kota Malang mulai beroperasi kereta api dan sejak itu kota Malang berkembang dengan pesatnya. Berbagai kebutuhan masyarakat pun semakin meningkat terutama akan ruang gerak melakukan berbagai kegiatan. Akibatnya terjadilah perubahan tata guna tanah, daerah yang terbangun bermunculan tanpa terkendali. Perubahan fungsi lahan mengalami perubahan sangat pesat seperti dari fungsi pertanian menjadi perumahan dan industri.

Sejalan perkembangan tersebut di atas, urbanisasi terus berlangsung dan kebutuhan masyarakat akan perumahan meningkat di luar kemampuan pemerintah, sementara tingkat ekonomi urbanis sangat terbatas sehingga banyak timbul perumahan-perumahan liar yang pada umumnya berkembang di sekitar daerah perdagangan, di sepanjang jalur hijau, sekitar sungai, rel kereta api, dan lahan-lahan yang dianggap tidak bertuan. Selang beberapa lama kemudian daerah

itu menjadi perkampungan, dan degradasi kualitas lingkungan hidup mulai terjadi dengan segala dampak bawaannya. Gejala-gejala itu cenderung terus meningkat, dan sulit dibayangkan apa yang terjadi seandainya masalah itu diabaikan.

### 2.3. Sejarah Kota Malang

Kota Malang merupakan sebuah Kerajaan yang berpusat di wilayah Dinoyo, dengan rajanya Gajayana.

Tahun 1767	: Kompeni memasuki kota Malang.
Tahun 1821	: Kedudukan Pemerintah Belanda di pusatkan di sekitar kali Brantas.
Tahun 1824	: Kota Malang mempunyai Asisten Residen.
Tahun 1882	: Rumah-rumah di bagian barat kota di dirikan dan kota didirikan alun-alun di bangun.
1 April 1914	: Kota Malang ditetapkan sebagai Kotapraja.
8 Maret 1942	: Kota Malang diduduki Jepang.
21 September 1945	: Kota Malang masuk Wilayah Republik Indonesia.
22 Juli 1947	: Kota Malang diduduki Belanda.
2 Maret 1947	: Pemerintah Republik Indonesia kembali memasuki kota Malang.
1 Januari 2001	: Menjadi Pemerintah kota Malang.

Gelar yang disandang oleh kota Malang adalah :

a. *Paris van Java*

Karena kondisi alamnya yang indah, iklimnya yang sejuk dan kotanya yang bersih, bagaikan kota “PARIS” nya Jawa Timur.

b. Kota Pesiar

Kondisi alam yang elok menawan, bersih, sejuk, tenang, dan fasilitas wisata yang memadai merupakan ciri-ciri sebuah kota tempat berlibur.

c. Kota Peristirahatan

Suasana kota yang damai sangat sesuai untuk beristirahat, terutama bagi orang dari luar kota Malang, baik sebagai turis maupun dalam rangka mengunjungi keluarga atau famili.

d. Kota Pendidikan

Situasi kota yang tenang, penduduknya ramah, harga makanan yang relatif murah dan fasilitas pendidikan yang memadai sangat cocok untuk belajar atau menempuh pendidikan.

e. Kota Militer

Terpilih sebagai kota Kesatrian. Di kota Malang ini didirikan tempat pelatihan militer, asrama dan mess perwira disekitar lapangan Rampal, dan pada jaman Jepang dibangun lapangan terbang “Sundeng” di kawasan Perumnas sekarang.

f. Kota Sejarah

Sebagai kota yang menyimpan misteri embrio tumbuhnya kerajaan-kerajaan besar, seperti Singosari, Kediri, Mojopahit, Demak dan Mataram. Di kota Malang juga terukir awal kemerdekaan Republik bahkan kota Malang tercatat masuk nominasi akan dijadikan Ibu Kota Negara Republik Indonesia.

g. Kota Bunga

Cita-cita yang merebak di hati setiap warga kota senantiasa menyemarakkan sudut kota dan tiap jengkal tanah warga dengan warna warni bunga.

#### 2.4. Lambang Kota Malang



Gambar 2.1. Lambang Kota Malang

Keterangan :

Motto "Malang Kucecwara" berarti Tuhan menghancurkan yang bathil, menegakkan yang benar.

Arti Warna :

- a. Merah Putih, adalah lambang bendera nasional Indonesia.
- b. Kuning, berarti keluhuran dan kebesaran.
- c. Hijau, berarti kesuburan.
- d. Biru Muda, berarti kesetiaan pada Tuhan, Negara dan Bangsa.

Segilima berbentuk perisai bermakna semangat perjuangan kepahlawanan, kondisi geografis, pegunungan, serta semangat membangun untuk mencapai masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila.

DPRDGR mengukuhkan lambang Kotamadya Malang dengan perda No. 4/1970.

Bunyi semboyan pada lambang "Malang Kucecwara". Semboyan tersebut dipakai sejak hari peringatan 50 tahun berdirinya Kotapraja Malang 1964, sebelum itu yang digunakan adalah "Malang Namaku, Maju Tujuanku" yaitu terjemahan dari : "*Malang Nominator, Sursummoveor*" yang disahkan oleh "*Gouvernement besluit* pada 25 April 1938 N. 027". Semboyan baru itu diusulkan oleh Almarhum Prof.Dr. R. Ng. Poernatjaraka, dan erat hubungannya dengan asal mula kota Malang pada jaman Ken Arok.

Dalam lambang kota Malang tertulis sesanti berbunyi "Malang Kucecwara" yang berarti "Tuhan menghancurkan yang bathil dan menegakkan yang baik". Sesanti itu disahkan menjadi semboyan Pemerintah Kotamadya Daerah Tingkat II Malang pada tanggal 1 April 1914.

Semboyan tersebut erat kaitannya dengan asal mula kota Malang yang pada masa Ken Arok lebih kurang 8 abad yang lampau menjadi nama tempat di sekitar candi bernama Malang. Letak candi itu masih menjadi tanda tanya dan memerlukan penelitian lebih lanjut. Daerah Malang dan sekitarnya termasuk Singosari merupakan pusat kegiatan politik dan budaya sejak tahun 760 sampai dengan tahun 1414 berdasarkan tulisan batu di Dinoyo. Kegiatan selama masa itu diikuti oleh kegiatan budaya tidak dapat digambarkan sebagai perkembangan satu

dinasti saja, melainkan merupakan rangkaian kegiatan politik dan budaya dari beberapa turunan.

Demikian diungkapkan oleh almarhum Prof. Drs. S. Wojowasito dalam tulisannya tentang sejarah dan asal mula kota Malang Lebih jauh diungkapkan dari beberapa keturunan itu, ada yang jelas terpisah dalam arti tidak ada hubungan antara satu keturunan dengan keturunan lainnya, seperti keturunan Dewasimba, Gajayana di Dinoyo dengan keturunan Balitung. Daksa, Tulodog dan Hawa, akhirnya Sindhok. Keturunan berlangsung kepada Dharmawangsa, Airlangga hingga yang terakhir yaitu Kertajaya (1215 - 1222).

Kemudian timbulnya dinasti Ken Arok merupakan estafet pertama dari raja-raja Majapahit sampai raja terakhir Bhre Tumapel (1447-1451). Pada waktu Ken Arok menampakkan kegiatannya, Tumapel hanya merupakan semacam kabupaten dari daerah Jenggala yang pada waktu itu praktis berada di bawah kekuasaan Kertajaya dari Kediri. Batara Malangkucewara, disebut di dalam piagam tahun 908 dekat Singosari. Piagam tahun 907 itu menerangkan bahwa orang-orang yang mendapat piagam itu adalah pemuja-pemuja batara dari Malangkucewara, Putecwara Kutusan, Cilebhedecwara dan Tulecwara. Penyebutan nama-nama seperti Batara dari Malangkucewara, putecwara, dan sebagainya membuktikan bahwa nama-nama itu adalah nama raja-raja yang pernah memerintah dan pada saat dimakamkan didalam candi lalu disebut Batara.

## **2.5. Keadaan Sosio Geografis Kota Malang**

Letak geografis kota Malang terletak pada ketinggian antara 440 - 667 dpl, serta 112,06 Bujur Timur dan 7,06 - 8,02 Lintang Selatan, dengan dikelilingi gunung-gunung yaitu:

- a. Gunung Arjuno di sebelah Utara
- b. Gunung Tengger di sebelah Timur
- c. Gunung Kawi di sebelah Barat
- d. Gunung Kelud di sebelah Selatan

Kadar Udara di kota Malang yaitu berhawa sejuk dan kering, curah hujan rata-rata tiap tahun 1.833 mm dan kelembaban udara rata-rata 72 %. Sedangkan keadaan tanah di wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Malang antara lain :

- a. Bagian selatan termasuk dataran tinggi yang cukup luas, cocok untuk industri.
- b. Bagian utara termasuk dataran tinggi yang subur, cocok untuk pertanian.
- c. Bagian timur merupakan dataran tinggi dengan keadaan kurang subur.
- d. Bagian barat merupakan dataran tinggi yang amat luas menjadi daerah pendidikan.

Jenis tanah di wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Malang ada 4 macam, antara lain :

- a. Alluvial kelabu kehitaman dengan luas 6,930,267 Ha
- b. Mediteran coklat dengan luas 1.225.160 Ha
- c. Asosiasi latosol coklat kemerahan *grey* coklat dengan luas 1.942.160 Ha
- d. Asosiasi andosol coklat dan *grey* humus dengan luas 1.765,160 Ha

Struktur tanah pada umumnya relatif baik, akan tetapi yang perlu mendapatkan perhatian adalah penggunaan jenis tanah andosol yang memiliki sifat peka erosi. Jenis tanah andosol ini terdapat di Kecamatan lowokwaru dengan relatif kemiringan sekitar 15 %.

Batas wilayah administrasi kota Malang adalah :

- a. Sebelah Utara : Kecamatan Singosari dan Karangploso.
- b. Sebelah Selatan : Kecamatan Tajinan dan Pakisaji.
- c. Sebelah Timur : Kecamatan Pakis dan Tumpang.
- d. Sebelah Barat : Kecamatan Wagir dan Dau.

sedangkan pembagian wilayah administrasi kota Malang adalah :

- a. Kecamatan Klojen : 11 Kelurahan, 89 RW, 676 RT.
- b. Kecamatan Blimbing : 11 Kelurahan, 120 RW, 834 RT.
- c. Kecamatan Kedungkandang : 12 Kelurahan, 102 RW, 764 RT.
- d. Kecamatan Sukun : 11 Kelurahan, 79 RW, 692 RT.
- e. Kecamatan Lowokwaru : 12 Kelurahan, 115 RW, 683 RT.

## **2.6. Visi dan Misi Kota Malang**

Pemerintah kota Malang dalam pelaksanaan pembangunan berpedoman pada PROPEDA dimana didalamnya termuat Visi kota Malang, yaitu:

"Terwujudnya Kota Malang Yang Mandiri, Berbudaya, Sejahtera, dan Berwawasan Lingkungan".

- a. Mandiri, artinya bahwa kedepan kota Malang diharapkan mampu membiayai sendiri seluruh penyelenggaraan pemerintahan dan pelaksanaan pembangunan dengan memanfaatkan segala sumber daya lokal (SDA, Potensi Daerah SDM yang dimiliki).
- b. Berbudaya, artinya bahwa pelaksanaan otonomi daerah tetap mengedepankan nilai-nilai Ke-Tuhanan, nilai-nilai kemanusiaan dan nilai-nilai kehidupan sosial masyarakat kota Malang dan mengembangkan pendidikan untuk mengantisipasi perkembangan kota Malang menuju kota Metropolitan.
- c. Sejahtera, artinya bahwa pelaksanaan pembangunan yang di laksanakan di kota Malang kesemuanya diarahkan pada peningkatan kesejahteraan masyarakat kota, baik secara material maupun spiritual.
- d. Berwawasan Lingkungan, artinya bahwa pelaksanaan pembangunan yang di laksanakan tetap berupaya untuk menjaga kelestarian alam dan kualitas lingkungan serta pemukiman kota Malang.

Dalam rangka mewujudkan Visi Kota Malang tersebut, kota Malang juga memiliki misi yang sangat besar yaitu :

- a. Meningkatkan kualitas SDM aparatur dan masyarakat dengan mengedepankan *imtaq* yang menguasai iptek.
- b. Mengembangkan kelembagaan dan kinerja perangkat daerah yang *akuntable*, transparan dan responsif terhadap aspirasi masyarakat.
- c. Memantapkan kualitas kehidupan umat beragama dan nilai nilai sosial budaya masyarakat melalui peningkatan wawasan kebangsaan.
- d. Mewujudkan kehidupan berdemokrasi dan pelaksanaan hak asasi manusia dengan mengedepankan supremasi hukum yang berkeadilan.
- e. Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat melalui pelayanan prima yang berorientasi pada kepuasan masyarakat.
- f. Meningkatkan kualitas pendidikan yang mengedepankan *imtaq* serta memiliki keunggulan kompetitif dalam bidang iptek.

- g. Memberdayakan masyarakat kelompok ekonomi lemah melalui pengembangan ekonomi kerakyatan, terutama industri kecil, dan sejenisnya.
- h. Mengoptimalkan sumber-sumber pendapatan asli daerah melalui diversifikasi, eksresitas dan intensifikasi potensi daerah.
- i. Memperbaiki kualitas lingkungan melalui peningkatan kesadaran masyarakat dan pengendalian pelaksanaan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW).
- j. Mengembangkan kawasan wisata kota melalui penyediaan infrastruktur dengan melibatkan para pelaku bisnis dan masyarakat secara intensif.

## **2.7. Penduduk dan Sosiologi**

Kota Malang memiliki luas 110.06 kilometer persegi. Kota Malang memiliki jumlah penduduk sampai akhir Desember 2004 sebesar 778.149 jiwa. Kepadatan penduduk kurang lebih 6639 jiwa per kilometer persegi dengan tingkat pertumbuhan 1.63 % per tahun. Tersebar di 5 Kecamatan (Klojen, Blimbing, Kedungkandang, Sukun dan Lowokwaru), 57 Kelurahan, 10 Desa, 505 RW dan 3.649 RT.

Etnik masyarakat kota Malang terkenal religius, dinamis, suka bekerja keras, lugas dan bangga dengan identitasnya sebagai Arek Malang (AREMA). Komposisi penduduk asli berasal dari berbagai etnik (terutama suku Jawa, Madura, sebagian kecil keturunan Arab dan Cina).

Masyarakat kota Malang sebagian besar adalah pemeluk Islam kemudian Kristen, Katolik, sebagian kecil Hindu, dan Budha. Umat beragama di kota Malang terkenal rukun dan saling bekerja sama dalam memajukan kotanya. Bangunan tempat ibadah banyak yang telah berdiri semenjak jaman kolonial antara lain Masjid Jami (Masjid Agung), Gereja (Alun2, Kayutangan dan Ijen) serta Klenteng di kota Lama. Malang juga menjadi pusat pendidikan keagamaan dengan banyaknya pesantren dan seminari Alkitab yang sudah terkenal di seluruh Nusantara.

Kekayaan etnik dan budaya yang dimiliki kota Malang berpengaruh terhadap kesenian tradisional yang ada. Salah satunya yang terkenal adalah Tari Topeng, namun kini semakin terkikis oleh kesenian modern. Gaya kesenian ini adalah wujud pertemuan gaya kesenian Jawa Tengahan (Solo, Yogya), Jawa

Timur-Selatan (Ponorogo, Tulungagung, Blitar) dan gaya kesenian Blambangan (Pasuruan, Probolinggo, Situbondo, Banyuwangi).

Bahasa Jawa dialek Jawa Timuran dan bahasa Madura adalah bahasa sehari-hari masyarakat kota Malang. Di kalangan generasi muda berlaku dialek khas Malang yang disebut '*boso walikan*' yaitu cara pengucapan kata secara terbalik seperti contohnya : pengucapan kata Malang menjadi *Ngalam*. Gaya bahasa di Malang terkenal kaku tanpa unggah-ungguh sebagaimana bahasa Jawa pasaran pada umumnya. Hal menunjukkan sikap masyarakatnya yang tegas, lugas dan tidak mengenal basa-basi.

Kebanyakan pendatang di kota Malang adalah pedagang, pekerja, dan pelajar atau mahasiswa yang tidak menetap dan dalam kurun waktu tertentu kembali ke daerah asalnya. Sebagian besar berasal dari wilayah disekitar kota Malang untuk golongan pedagang dan pekerja. Sedang untuk golongan pelajar atau mahasiswa banyak yang berasal dari luar daerah (terutama wilayah Indonesia Timur) seperti Bali, Nusa Tenggara, Timor Timur, Irian Jaya, Maluku, Sulawesi dan Kalimantan.

## **2.8. Walikota kota Malang**

Mantan Walikota Malang yang menjabat dan memerintah kota Malang hingga sekarang adalah :

- a. Tahun 1919–1929 : H I Bussemaker
- b. Tahun 1929–1933 : Ir Voorneman
- c. Tahun 1933–1936 : Ir Lakemar
- d. Tahun 1936-1942 : J H Boerstra
- e. Tahun 1942-1945 : I. RAA Sam (*caretaker*)
  - II. Mr Soewarso Tirtowijogo (*caretaker*)
- f. Tahun 1945-1958 : M Sardjono Wiryohardjono
- g. Tahun 1958-1966 : Koesno Soeroatmodjo
- h. Tahun 1966-1968 : Kol M Ng Soedarto (*caretaker*)
- i. Tahun 1968-1973 : Kol R Indra Soedarmadji
- j. Tahun 1973-1983 : Kol Soegiyono
- k. Tahun 1983-1983 : Drs Soeprapto

- l. Tahun 1983-1988 : Dr. H Tom Uripan N SH
- m. Tahun 1988-1998 : H M Soesanto
- n. Tahun 1998-2003 : Kol Inf H Suyitno
- o. Tahun 2003-sekarang : Drs Peni Suparto

## 2.9. Tribina Cita Kota Malang

Dalam salah satu Sidang Paripurna Gotong Royong Kotapraja Malang pada tahun 1962 ditetapkan kota Malang sebagai :

- a. Kota Pelajar / Kota Pendidikan
- b. Kota Industri
- c. Kota Pariwisata

Ketiga pokok diatas tersebut menjadi cita-cita masyarakat kota Malang yang harus dibina. Oleh karena itu kemudian di sebut Tribina Cita Kota Malang.

Kota Malang sebagai kota pendidikan, merupakan potensi daerah yang memiliki nilai jual dan daya saing baik di tingkat regional maupun nasional. Dalam era globalisasi dunia pendidikan menghadapi berbagai tantangan dalam menghadapi perubahan yaitu dengan adanya tuntutan masyarakat memperoleh fasilitas pendidikan yang baik dan berkualitas. Upaya yang dilaksanakan adalah dengan menciptakan visi dan misi pendidikan kota Malang, menjalin mitra dengan lembaga perguruan tinggi baik dalam bidang pengkajian, pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi maupun dalam pengembangan kualitas kota Malang pada umumnya.

Kota Malang dipenuhi oleh berbagai sekolah, kampus perguruan tinggi, lembaga pendidikan non formal atau tempat-tempat kursus, serta sejumlah pondok pesantren. Selain itu juga dilengkapi dengan fasilitas penunjang yang cukup memadai seperti tempat pemondokan, toko buku, *supermarket*, *plaza*, pusat pelayanan kesehatan masyarakat serta fasilitas penunjang lainnya yang tak kalah penting adalah adanya angkutan umum (transpotasi) yang tersedia ke penjuru kota (memiliki 25 jalur), yang menghubungkan 3 (tiga) terminal yang ada di kota Malang, yaitu terminal Arjosari (arah Surabaya), terminal Gadang (arah Blitar), terminal Landungsari (arah Jombang atau Kediri). Krisis ekonomi yang berkepanjangan membawa dampak ekonomi yang sangat berat bagi warga kota

Malang. Hal ini ditandai dengan meningkatnya angka pengangguran dan menurunnya tingkat pertumbuhan ekonomi. Namun dengan segala keyakinan dan senantiasa memanjatkan doa kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, maka krisis yang berkepanjangan ini sedikit demi sedikit dapat teratasi. Upaya yang telah dilakukan untuk mengatasi krisis tersebut adalah dengan menciptakan lapangan kerja dan usaha yang seluas-luasnya serta menciptakan tenaga kerja yang berkualitas dan memiliki daya saing di pasar kerja.

Kota Malang dikatakan sebagai kota industri karena kota Malang sejak dulu sangat dikenal dengan industri rokok kreteknya. Diversifikasi produk industri kecil dan menengah yang mulai bangkit sejak berlangsungnya krisis ekonomi, masih memerlukan bimbingan dalam hal peningkatan mutu, teknis, dan penanaman modal untuk mempercepat pemulihan pembangunan ekonomi yang berbasis pada ekonomi kerakyatan, serta untuk perkembangannya di masa mendatang. Sedangkan industri besar yang ada di kota Malang masih perlu adanya wahana untuk diperkenalkan secara luas, sehingga semakin mendukung produktivitas kota Malang sebagai kota industri.

Kota Malang sebagai kota pariwisata tampak pada potensi alam yang dimiliki oleh kota Malang, yaitu pemandangan alam yang elok serta hawa yang sejuk, teduh dan asri serta bangunan-bangunan kuno peninggalan Belanda, kota Malang layak menjadi tujuan wisata bagi wisatawan dalam maupun luar negeri. Berbagai pilihan tempat perbelanjaan, baik yang bersifat tradisional maupun modern yang tersebar di berbagai penjuru kota sangat menunjang kota Malang sebagai kota pariwisata. Perkembangan pusat-pusat perbelanjaan modern ini seiring dengan perkembangan kawasan perumahan yang melaju dengan pesat seakan tidak ada lagi lahan yang tersisa di kota Malang. Di era otonomi daerah dan era globalisasi saat ini upaya pembangunan di segala bidang yang telah dilaksanakan merupakan sebuah langkah awal peningkatan citra, posisi, dan peran kota Malang dalam percaturan hubungan antar kota, antar propinsi, maupun antar bangsa. Sekaligus merupakan sebuah peluang dan harapan yang bisa memberi manfaat bagi masyarakat kota Malang sendiri.

## 2.10. Sosio Perekonomian Kota Malang

### 2.10.1. Data Keuangan Kota Malang

#### a. Realisasi Penerimaan Keuangan Daerah Kota Malang Tahun Anggaran 2003

Tabel 2.1. Tabel Penerimaan Keuangan Daerah Kota Malang Tahun 2003

<b>JENIS PENERIMAAN</b>	<b>NILAI (juta/ Rp)</b>
Pendapatan Asli Daerah	42.094.975
- Pajak Daerah	20.267.760
- Retribusi Daerah	14.354.577
- Laba Badan Usaha Milik Daerah	4.076.407
- Lain-lain	3.396.230
	278.250.458
Bagian Dana Perimbangan	
- Bagi Hasil Pajak	37.694.140
- Bagi Hasil Bukan Pajak	1.116.028
- Dana Alokasi Umum	204.790.000
- Dana Alokasi Khusus	7.100.000
- Dana Perimbangan dari Prop	27.550.289
Bagian Lain-lain Penerimaan yang sah	15.355.435
Jumlah 2003	335.700.867
Jumlah 2002	287.900.174

Sumber : Bagian Keuangan Pemerintah Kota Malang

#### b. Realisasi Pengeluaran Keuangan Daerah Kota Malang Tahun Anggaran 2003

Tabel 2.2. Tabel Pengeluaran Keuangan Daerah Kota Malang Th. 2003

<b>JENIS PENGELUARAN</b>	<b>NILAI (juta/ Rp)</b>
APARATUR DAERAH	76,844.417
Belanja Administrasi Umum	67,176.505
- Belanja Pegawai	38,838.612
- Belanja Barang dan Jasa	22,820.982
- Belanja Perjalanan Dinas	2,096.785
- Belanja Pemeliharaan	3,420.127
Belanja Operasi & Pemeliharaan	8,384.270
- Belanja Pegawai	1,689.268
- Belanja Barang dan Jasa	5,982.167

(Lanjutan) Tabel 2.2. Tabel Pengeluaran Keuangan Daerah Kota Malang Th. 2003

- Belanja Perjalanan Dinas	682.380
- Belanja Pemeliharaan	30.455
Belanja Modal/Pembangunan	1,283.642
PELAYANAN PUBLIK	251,445.533
Belanja Administrasi Umum	140,272.173
- Belanja Pegawai	134,001.615
- Belanja Barang dan Jasa	5,435.467
- Belanja Perjalanan Dinas	24.315
- Belanja Pemeliharaan	810.777
Belanja Operasi & Pemeliharaan	60,174.430
- Belanja Pegawai	10,377.295
- Belanja Barang dan Jasa	20,240.229
- Belanja Perjalanan Dinas	1,124.839
- Belanja Pemeliharaan	28,432.067
Belanja Modal/Pembangunan	35,665.856
Belanja Bagi Hasil dan Bantuan Keuangan	14,323.364
Belanja Tidak Tersangka	1,009.709
Jumlah ( I + II) 2003	329,289.950
Jumlah 2002	262,047.487

Sumber : Bagian Keuangan Pemerintah Kota Malang

c. PDRB (a.d Harga Berlaku) Pemerintah Kota Malang

Tabel 2.3. Tabel PDRB (a.d Harga Berlaku) Pemerintah Kota Malang

Sektor	1993	2000	2001	2002
Pertanian	14.596.24	43.975.72	52.691.55	50.312.65
Pertambangan dan Penggalian	2.508.76	6.581.78	6.867.86	7.197.75
Industri Pengolahan	576.476.26	2.364.210.39	2.961.459.61	3.234.832.11
Listrik Gas dan Air Bersih	15.455.30	36.276.63	40.791.23	44.452.88
Konstruksi	102.929.99	190.653.90	224.225.63	281.116.01
Perdagangan, Hotel & Restoran	594.813.25	2.125.844.18	2.264.084.84	2.421.533.37
Pengangkutan, & Komunikasi	180.626.43	512.549.62	456.521.46	530.761.05

(Lanjutan)Tabel 2.3. Tabel PDRB (a.d Harga Berlaku) Pemerintah Kota Malang

Keuangan, Persewaan & Jasa Perusahaan	138.289.27	549.263.19	641.791.52	770.194.59
Jasa-jasa	273.003.31	768.016.24	899.242.32	1.013.584.73

Sumber : Bagian Keuangan Pemerintah Kota Malang

### 2.10.2. Potensi Kota Malang

Kota Malang merupakan kota yang sedang berkembang dan mempunyai beragam potensi. Potensi-potensi tersebut meliputi :

- a. Potensi Sumber Daya Alam
- b. Potensi Sumber Daya Manusia
- c. Potensi Ekonomi

Bidang-bidang usaha yang ada mampu memberikan pemasukan daerah dan peningkatan sarana dan prasarana untuk memenuhi kebutuhan daerah Malang dan sekitarnya.

Kondisi Kota Malang ini sangat memungkinkan untuk perkembangan usaha-usaha yang manghasilkan, karena potensi yang mendukung. Seperti Wisata, Pendidikan, Hotel dan lain-lain, saling berkitan erat antar satu dengan yang lainnya.

Potensi industri kota Malang sangat banyak antara lain adalah :

- a. Keramik

Lokasi: Kerajinan ini berpusat di daerah Dinoyo - Mt Haryono.

Bahan dasar : Tanah Keramik.

- b. Gerabah

Lokasi : Kerajinan ini berpusat di Jl. Mayjen Panjaitan-Malang.

Bahan dasar : Tanah Liat.

- c. Kripik Tempe

Lokasi : Kerajinan ini berpusat di Sanan-Malang.

Bahan dasar : Kedelai.

- d. Mebel

Lokasi : Kerajinan ini berpusat di Jl Simpang Teluk-Malang.

Bahan dasar : Kayu.

## e. Rotan

Lokasi : Kerajinan ini berpusat hampir di seluruh Malang.

Bahan dasar : Rotan.

## f. Emping Jagung

Kerajinan ini berpusat di Jl Simpang Teluk-Malang

## g. Saniter

Industri ini berpusat di daerah Jl Candi-Malang.

## h. Kompor

Industri ini berpusat di daerah Merjosari dan Tlogomas

Tempat-tempat wisata di kota Malang sangat banyak sekali yaitu antara lain:

Tabel 2.5. Tabel Tempat-Tempat Wisata Kota Malang

NO.	NAMA WISATA	ULASAN
1.	 <p>Balai Kota &amp; Alun-Alun Bunder</p>	<p>Di Jl. Tugu adalah bangunan kuno peninggalan jaman kolonial Belanda. Monumen tugu adalah eks taman <i>JP Zoen Coen</i> yang di kelilingi kolam dan di tumbuhi <i>Lily</i> air serta di kelilingi oleh pohon Trembesi raksasa yang berusia sangat tua.</p>
2.	 <p>Pasar Burung dan Pasar Bunga</p>	<p>Di Jl. Brawijaya, di jual berbagai macam burung dan bunga hidup di Malang dan Indonesia serta kios-kios buku bekas yang cocok bagi pemburu buku-buku kuno.</p>

(lanjutan) Tabel 2.5. Tabel Tempat-Tempat Wisata Kota Malang

3.	 <p>Taman Senaputra</p>	<p>Di Jl. Belakang Rumah Sakit merupakan sarana hiburan anak-anak dan dewasa, di lengkapi dengan arena bermain dan kolam renang. Di setiap Minggu pagi di pentaskan hiburan Tari Jaran Kepang dan band. Juga merupakan tempat latihan tari, pencak silat dan karate. Terletak hanya 500 meter dari pusat kota.</p>
4.	 <p>Alun-Alun Kota</p>	<p>Merupakan taman yang indah dikelilingi oleh bangunan kuno seperti masjid Jami dan gereja Katolik serta pusat perbelanjaan.</p>
5.	 <p>Taman Krida budaya</p>	<p>Jl. Soekarno Hatta merupakan tempat penyelenggaraan kegiatan Seni Budaya dan Pariwisata Jawa Timur dan Malang.</p>
6.	 <p>Sentra Industri Keramik</p>	<p>Di Jl. M.T. Haryono dan Mayjend Panjaitan merupakan pusat keramik khas Malang. Pengunjung dapat menyaksikan dan melihat proses pembuatan di pabrik.</p>
7.	 <p>Taman Tlogomas</p>	<p>Di daerah Tlogomas merupakan tempat rekreasi yang dilengkapi kolam renang dan arena bermain berjarak 7 km dari pusat kota.</p>

(lanjutan) Tabel 2.5. Tabel Tempat-Tempat Wisata Kota Malang

8.	 <p>Ijen <i>Boulevard</i> dan Museum Brawijaya</p>	<p>Di Jalan Ijen merupakan jalur hijau yang dihiasi bunga <i>Bougenvile</i> dan pohon Palem dengan latar belakang perumahan bergaya kolonial Belanda. Museum TNI menyimpan senjata tradisional dan modern yang pernah dipakai pada perang kemerdekaan.</p>
9.	 <p>Kerajinan Rotan</p>	<p>Di Arjosari, tempat pembuatan dan penjualan kerajinan rotan di Malang. Berjarak lebih kurang 5 km dari pusat kota.</p>
10.	 <p>Pasar Wisata Tugu</p>	<p>Dapat dijumpai pada setiap hari Sabtu Sore dan Minggu pagi mulai pukul 5 Pagi hingga 10.00 di stadion luar Gajayana. Berbagai kerajinan dan souvenir dapat dijumpai disini. Bahkan segala macam kebutuhan rumah tangga, jenis-jenis makanan tradisional dan produk unggulan dapat ditemukan disini.</p>

(lanjutan) Tabel 2.5. Tabel Tempat-Tempat Wisata Kota Malang

11.	 <p>Taman Rekreasi Rakyat</p>	<p>Taman Rekreasi Kota (Tareko), terletak di tengah kota Malang yaitu di Jl. Simpang Majapahit tepatnya di belakang Gedung Balaikota Malang yang dibangun pada tahun 2002. Taman Rekreasi Kota Malang adalah untuk memenuhi keinginan masyarakat akan sarana rekreasi atau tempat bermain anak-anak ditengah kota yang memadai dan terjangkau.</p> <p>Taman Rekreasi Kota Malang memiliki fasilitas antara lain :</p> <p>Sarana Olahraga :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Joging Track</i></li> <li>2. Kolam Renang</li> <li>3. Areal Senam Bersama</li> </ol> <p>Sarana Pendidikan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tanaman (Flora)</li> <li>2. Taman Mini Satwa (Fauna)</li> </ol> <p>Sarana Belanja :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Stand Produk Unggulan</li> <li>2. Stand Gasebo (Makanan Khas Malang)</li> <li>3. Sarana atau Tempat Bermain Anak-Anak</li> </ol>
-----	--	--

Sumber : Pemerintah Kota Malang (<http://www.pemkot-malang.ac.id>)

Kota Malang memiliki kesenian yang sangat banyak dan bervariasi. Hal ini membuat kota Malang menjadi majemuk dan bersatu padu. Berbagai macam kesenian tersebut antara lain adalah :

a. Tari Beskalan

Merupakan tarian ucapan "Selamat Datang", tarian khas kota Malang yang dipakai dalam upacara penyambutan tamu yang datang berkunjung ke kota Malang. Beskalan sendiri berasal dari kata "bakalan" yang artinya pertama atau dasar dari segala bentuk penghargaan terhadap tamu atau orang asing yang muncul secara spontan.

b. Tari Bedayan Malang



Gambar 2.2. Kostum Penari Tari Bedayan

Penggambaran sifat dan sikap keterbukaan masyarakat kota Malang, yang diungkapkan penuh kesederhanaan dan lugas. Membuka diri, khususnya dalam menerima tamu merupakan ritus tersendiri. Menghargai dan menghormati serta melayani tamu adalah bagian cukup penting dalam hubungan bermasyarakat. Hal tersebut dilandasi pemahaman bahwa tamu adalah raja dan pasti membawa berkah.

c. Tari Grebeg Wiratama



Gambar 2.3. Kostum Penari Tari Grebeg Wiratama

Tari ini menggambarkan semangat dan keberwiraan prajurit yang berangkat perang, disamping itu sifat manusia yang terkadang humoris dan "ngglece" tergambar pula dalam tarian ini.

## **2.11. Kota Malang Di Zaman Kolonial Belanda**

### **2.11.1. Kedatangan Belanda Di Kota Malang**

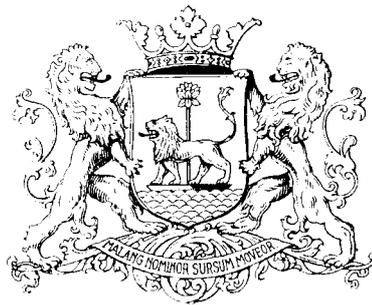
Perkembangan kota Malang tidak terlepas pasang-surut perkembangan kehidupan sosial-budaya, ekonomi, dan politik yang melatarbelakanginya. Dari catatan sejarah kota Malang (50 tahun kotapraja Malang), disebutkan bahwa di Malang pernah ada kerajaan Kanjuruhan pada abad ke-VIII, hal ini diketahui dari diketemukannya prasasti Dinoyo yang berangka tahun 682 caka (Nayana Vasurasa). Pengaruh-pengaruh kerajaan besar di Jawa seperti Majapahit dan Mataram juga memberikan peran dalam perkembangan kota Malang.

Sebelum pemerintahan Belanda masuk kota Malang (1767), Malang dipimpin oleh Adipati Moyo Kusumo. Setelah kemunduran Kerajaan Majapahit yang terdesak oleh Kerajaan Mataram Islam, daerah Malang semakin ditinggalkan bahkan dijauhi karena kultus Dewa-Raja dan agama Hindu bertentangan dengan ajaran Islam. Peninggalan peradaban Hindu-Ciwa tidak lagi diperhatikan karena sisa pengikut Kerajaan Majapahit yang memeluk agama Hindu-Ciwa menyingkir ke daerah Tengger dan keturunannya dikenal sebagai masyarakat Tengger sekarang.

Kedatangan bangsa kulit putih antara lain Portugis, Belanda dan Inggris pada akhirnya mengakibatkan kemunduran Kerajaan Mataram sehingga Nusantara jatuh kedalam masa penjajahan. Kota Malang mulai mengalami perubahan setelah dikeluarkannya keputusan politik mengenai Undang-Undang Gula (*Suikerwet*) dan Undang-Undang Agraria (*Agrarischewet*) oleh pemerintah Hindia Belanda pada tahun 1870. Hal itu membuat pihak swasta bersama dengan pemerintah Hindia Belanda mulai membangun infrastruktur dan komunikasi. Memang siasat ini menguntungkan pihak pemerintah Hindia Belanda karena mereka menganggap bahwa Malang memiliki potensi sebagai daerah produksi yang harus dihubungkan dengan Surabaya sebagai kota pesisir yang berfungsi sebagai daerah distribusi atas hasil bumi daerah pedalaman (*hinterland*). Pemerintah Belanda membuat

jalur kereta api dan membuka berbagai perkebunan terutama tebu untuk industri gula. Sampai saat ini dua pabrik gula peninggalan kolonial masih beroperasi yaitu PG. Krobot Baru dan PG. Kebon Agung.

Setelah Belanda menguasai Malang, kemudian mendirikan pertahanan di sekitar kali Brantas yang selanjutnya mulai membangun *Loge* (lodji) sebagai tempat tinggal orang Belanda, sehingga daerah tersebut dikenal dengan nama "*Klodjen*", dari kata "*Kalodjian*".



Gambar 2.4. Lambang Kota Malang Dibawah Pemerintahan Kolonial Belanda  
Sumber : Malang *Beeld van een stad*

Secara kronologis pendudukan pemerintahan kolonial Belanda di Malang dapat diuraikan sebagai berikut (*50 Th Kotapraja Malang* 14):

- a. Tahun 1767 : Kompeni menduduki Malang.
- b. Tahun 1821 : Kedudukan Pemerintah Belanda dipusatkan di sebelah Kali Brantas.
- c. Tahun 1824 : Malang mempunyai Asisten Residen.
- d. Tahun 1882 : Dibangun "Loji" perumahan belanda.
- e. Tahun 1914 : Malang ditetapkan sebagai Kotapraja (*stadsgemeente*).
- f. Tahun 1918 : Pembentukan dewan kota.
- g. Tahun 1919 : *Burgemeester* pertama dilantik.
- h. Tahun 1930 : Perubahan desa menjadi dinas pemerintahan lingkungan.
- i. Tahun 1931 : *Wethouder* dibentuk (3 orang).
- j. Tahun 1938 : Jumlah *Wethouder* ditambah 1 orang (4 orang).
- k. 7 Maret 1942 : Kekuasaan Belanda di Kotapraja Malang berakhir.

Pada awal pendudukan Belanda, masyarakat Eropa (Belanda) pada waktu itu masih tinggal di dalam benteng demi pertimbangan keamanan. Dengan semakin berkembangnya daerah Malang serta makin kuatnya kekuasaan Belanda di Malang maka pada tahun 1824 Malang memiliki Asisten Residen, hal ini berdampak semakin menyempitnya kekuasaan Bupati (adipati). (Wikantiyoso 35)

Pada tahun 1903 pemerintah kolonial Belanda mengeluarkan Undang-Undang Desentralisasi (*Decentralisatiewet*) yang disusul dua tahun kemudian, 1905, dengan surat keputusan pelaksanaan desentralisasi. Perubahan menjadikan *gemeente-gemeente* di berbagai wilayah kota terjadi pada saat itu, seperti Batavia (1905), Bandung (1906), Cirebon (1906), Pekalongan (1906), Tegal (1906), Semarang (1906), Magelang (1906), Kediri (1906), Blitar (1906), dan Malang (1914). Perubahan menjadikan *gemeente* terhadap wilayah kota Malang agak terlambat, sebab perubahan itu dilakukan secara bertahap. Implikasi Undang-Undang Desentralisasi 1905 menjadikan wilayah kota dan kabupaten Malang masih di bawah wilayah Karesidenan Pasuruan (1908). Selanjutnya, wilayah kota Malang dipandang paling pesat pertumbuhannya, sehingga dijadikan *gemeente* pada 1 April 1914.



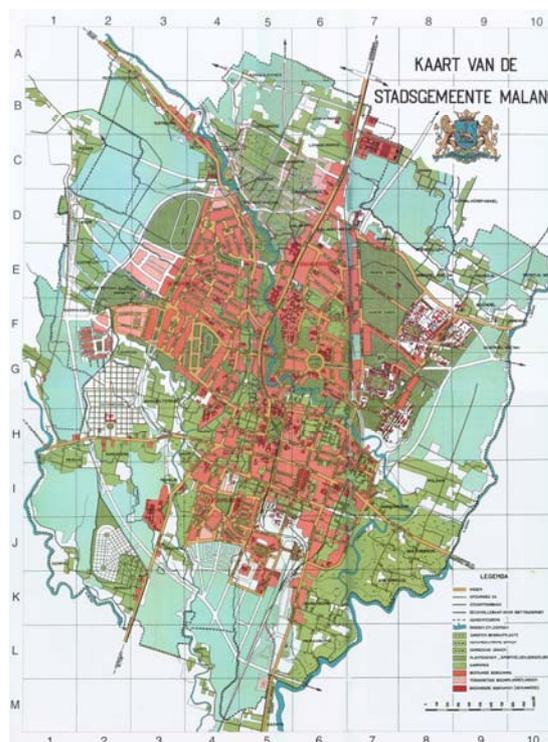
Gambar 2.2. Peta kota Malang pada tahun 1825  
Sumber : Malang *Beeld van een stad*

Keputusan politik itulah yang berdampak pada kelanjutan perkembangan kota Malang yang dibangun dengan baik. Mulai 1 April 1914, kota Malang ditetapkan menjadi Kotapradja dengan residen J.C Hoffman. Tujuan utama penetapan kotapradja Malang adalah menjamin tempat kehidupan yang baik, sehat dan menarik bagi masyarakat Eropa (Belanda), sehingga praktis semua kebijaksanaan pengembangan kota ditujukan bagi kepentingan masyarakat

Belanda. Memang perkembangan kota Malang menjadi pesat dan perkembangan ini juga berdampak pada penambahan penduduk Malang.

Hal ini terbukti pada tahun 1914 penduduk kota Malang mencapai 46.500 orang yang terdiri dari (pribumi : 40.000, Asing Asia : 4.000, Eropa : 2.500 orang) dan pada tahun 1942 penduduk Malang mencapai 22.014 orang yang terdiri dari (pribumi: 178.257, asia: 24.372, Eropa: 9.385 mengalami penurunan dari 13.869 pada tahun 1940).

Setelah kota Malang menjadi Kotapradja pembangunan kota semakin pesat, Pengadaan *waterlaideng*, *aniem* (listrik), pengembangan sarana perhubungan (kereta api sejak 1819) “*Malang Stoomtram Maatschappij*”, Hotel, Rumah sakit *Malangsezieken verpleging*” (sekarang *lavalette dan Soepraoen*) dan sebagainya. Akan tetapi kesemuanya terutama untuk kepentingan masyarakat Belanda sedangkan bagi masyarakat “bumiputra” hanya kalangan tertentu saja yang dapat memanfaatkannya.



Gambar 2.3. Peta Kota Malang setelah ditetapkan menjadi *Gemeente*  
Sumber : Malang *Beeld van een stad*

Dengan ditetapkan menjadi kotapradja, praktis kedudukan bupati menjadi sempit bahkan dibatasi hanya mengurus orang “bumiputra”, Keadaan demikian memang diciptakan oleh Belanda. Demikian halnya dengan pusat pemerintahan,

pusat kota yang sebelumnya di Alun-alun dialihkan untuk mengurangi kewibawaan bupati dengan menciptakan “alun-alun bunder” sebagai tandingan, dengan Balaikota sebagai pusatnya.

Pada tahun 1937 tata ruang kota Malang pernah dipamerkan di Paris. Kelebihan dari tata ruang kota Malang hingga pernah dipamerkan secara internasional, adalah terciptanya tata ruang kota kebun (*garden city*). Pengembangan kota Malang saat itu yang sangat menonjol adalah membentuk kotak-kotak kawasan yang berada di sebelah selatan Alun-alun Merdeka yang sekarang. Kawasan tersebut dibangun cenderung untuk memacu perekonomian dan perdagangan kota. Kemudian di kawasan sebelah utara alun-alun cenderung penataan kotanya didasarkan pada konsep *garden city* (Tunggal 26). Kondisi sebagian besar bangunan-bangunan maupun jalan masih utuh sampai sekarang. Di sebelah selatan alun-alun itu terdapat rumah kediaman Asisten Residen yang sebelum tahun 1905 ditetapkan memegang pemerintahan kota Malang. Sedangkan posisinya dalam pemerintahan sejajar pula dengan Bupati Malang. Di seberang Kantor Bupati Malang atau di sebelah barat alun-alun hingga kini masih terdapat masjid dan gereja. Kemudian di sebelah utaranya terdapat *Societiet Concordia*, suatu bangunan untuk klub orang-orang Belanda.

Begitu juga penyatuan lingkungan ruang terbuka juga diterapkan pada Ijen *boulevard* melalui penataan bangunan-bangunan rumah yang masih menyediakan ruang luar. Jalan raya yang ada di depan kompleks bangunan perumahan pun dipertimbangkan pula dengan pembuatan taman-taman di pinggir jalan raya.

Penyatuan lingkungan ruang terbuka dengan lingkungan itu kemudian menjadi *trend*. Itulah yang dijadikan andalan Karsten untuk menyertakan tata ruang kota Malang dalam pameran internasional tahun 1937. Konsep *garden city* untuk kota Malang pada saat pertumbuhannya sejak tahun 1914 lalu, tak bisa dilupakan dari adanya peran seorang arsitek yaitu Ir Herman Thomas Karsten.

Karsten dilahirkan pada 22 April 1884 di Amsterdam. Ia sendiri sebetulnya seorang arsitek dan konsultan perencanaan pengembangan kota yang sudah malang-melintang di berbagai kota di Hindia Belanda. Bahkan di kota Malang, Karsten sendiri tidak pernah berperan sebagai arsitek bangunan secara

penuh melainkan hanya sebagai konsultan pengembangan kota Malang setelah berkembang dan dijadikan *gemeente* sejak 1 April 1914.

Nama Karsten juga dikenal di kota-kota lainnya, seperti Bandung, Jakarta, Magelang, Bogor, Yogyakarta, Madiun, Cirebon, Purwokerto, Palembang, Padang, Medan, dan Banjarmasin. Peran Karsten di antara berbagai kota tersebut selain sebagai arsitek maupun konsultan pengembangan kota, juga sebagai konsultan peraturan bangunan.

Rencana kota Malang 1920, yang dibuat oleh Ir. Thomas Kartsen, merupakan fenomena baru bagi perencanaan kota-kota di Indonesia, kaidah-kaidah perencanaan modern telah memberikan warna baru bagi bentuk tata ruang kota, seperti penggunaan pola *boulevard*, bentuk-bentuk simetri yang menonjol dan sangat disukai pada periode *renaissance*.

Pengembangan kawasan pusat kota dengan bangunan bergaya *Art Deco*, munculnya bangunan “sudut” seperti di perempatan PLN, dan bangunan “kembar” di perempatan Kayutangan serta hadirnya bangunan-bangunan bermenara menandai era baru arsitektur perkotaan di Malang.

Bentuk dan tata ruang pusat kota yang terbentuk pada masa pemerintahan Belanda, yang lebih ditujukan bagi kepentingan politis pemerintahan belanda (mengutamakan masyarakat Belanda), ternyata telah menghasilkan bentukan morfologi kota yang cenderung meniru bentuk-bentuk arsitektur gaya Eropa seperti *Art Deco*, *Renaissance*, *Baroque*, dan sebagainya. Dalam konteks historis sebenarnya keberadaan bangunan peninggalan Belanda merupakan potensi (*asset*) yang dapat dikembangkan bagi perkembangan arsitektur kota Malang. Melalui aturan-aturan “produk” kolonial, ternyata telah memberikan “warna” pada bentukan fisik lingkungan baik gaya arsitektur maupun pola-pola tata ruang yang terbentuk.

Bentuk morfologi kawasan tercermin pada pola tata ruang, bentuk arsitektur bangunan, serta elemen-elemen fisik kota lainnya pada keseluruhan konteks perkembangan kota. Perkembangan selanjutnya, kekuatan domain ekonomi, sebagai akibat cepatnya pertumbuhan ekonomi telah membawa implikasi perubahan pada karakter dan bentuk morfologi kawasan pusat kota Malang. Disisi lain, pengendalian perkembangan kawasan pusat kota tidak

memperhatikan konteks kesejarahan pembentukan kota, sehingga seperti halnya kota besar lainnya, kota Malang-pun mempunyai kecenderungan kehilangan karakter spesifiknya dan muncul karakter “ketunggal rupa” arsitektur kota (Budiardjo 75), sehingga kesinambungan kesejarahan kawasan seolah terputus sebagai akibat pengendalian perkembangan yang kurang memperhatikan aspek morfologis kawasan.

### 2.11.2. Bangunan Bersejarah Peninggalan Kolonial Belanda

#### a. Toko Oen

Toko dan restoran “Oen” Malang didirikan pada tahun 1930 oleh Max Liem yang sekaligus merupakan pemilik Toko dan Restoran “Oen” (“Analisa Media” 17-18). Nama “Oen” diambil dari nama keluarga atau marga Max Liem yaitu Oen. Pada mulanya, Toko dan Restoran “Oen” menjalankan usahanya di 5 kota sekaligus, yaitu Malang, Surabaya, Semarang, Yogyakarta, dan Jakarta.

Pada saat Toko dan Restoran “Oen” didirikan pada tahun 1930 (jaman kolonial Belanda), Toko dan Restoran “Oen” merupakan toko dan restoran terbesar dimana pada saat itu Toko dan Restoran “Oen” merupakan tempat berkumpul bagi masyarakat Belanda untuk bersantai sambil menikmati musik, *ice cream*, *steak*, roti, dan masakan Eropa lainnya.



Gambar 2.4. Toko dan Restoran “Oen” di Malang  
Sumber : J.R. van Diessen, Malang *Beeld van een stad*

Adapun berbagai macam makanan dan minuman yang tersedia di Toko dan Restoran “Oen” Malang antara lain *pastry* (*sausage brood*, *risolles*), *salad*, aneka minuman seperti jus, *milkshake*, dan bir. Sedangkan menu utama terdiri atas 3 bagian yaitu masakan Eropa, Oriental, dan Indonesia.

Kepemilikan Toko dan Restoran “Oen” ini tidak selamanya dimiliki oleh keluarga Max Liem, karena tidak satupun keluarganya yang mau meneruskan

usahanya dalam Toko dan Restoran “Oen”. Maka pada akhirnya kelima Toko dan Restoran “Oen” mengalami alih generasi yang mana satu sama lainnya tidak ada kaitan atau hubungan.

Setelah alih generasi, Toko dan Restoran “Oen” Malang kini dipimpin oleh Bapak Drs. Dani Mugiyanto, dan dikelola oleh Bapak Drs. Peter Siswono.

#### b. Stasiun Kereta Api Kota Baru

Didirikan pada masa penjajahan Belanda pada tahun 1876 dengan gaya bangunan *Indische Empire*. Pada perkembangannya, tahun 1930 stasiun kereta api ini menjadi internasional *style* dengan satu bangunan utama dan bangunan penunjang operasional stasiun.



Gambar 2.5. Stasiun kereta api Kota Baru zaman kolonial Belanda  
Sumber : J.R. van Diessen, Malang *Beeld van een stad*

Stasiun kereta api Kota Baru ini merupakan salah satu bidang transportasi darat di kota Malang. Perancang bangunan dari stasiun ini adalah arsitek Belanda dengan konsep perancangan yang konservatif terhadap lingkungan (*Pengembangan Stasiun Kota Baru Malang 57*).

Struktur bangunan dari stasiun ini terdiri dari beton dengan sistem konstruksi rangka beton dan dinding pengisi dari batu bata agar tidak roboh. Struktur atap dari beton untuk memberikan perlindungan dari bom bakar. Ciri arsitektur kolonial modern yang sering disebut dengan *Niuwe Bouwen* mempunyai ciri bewarna putih, beratap datar, *gavel* horizontal, dan volume bangunan berupa kubus.

### c. Gereja Katolik Hati Kudus Yesus

Pendirian Gereja Hati Kudus Yesus di Jl. Kayoetangan ini dibangun oleh arsitektur Marius J. Hulswit antara tahun 1900-1915 (Handinoto dan Soehargo 156-157). Perancangan Gereja Hati Kudus Yesus di Malang ini dikerjakan setelah menyelesaikan pembangunan gereja katedral di lapangan Banteng Batavia Jakarta pada tahun 1898.



Gambar 2.6. Gereja Hati Kudus Yesus tahun 1935  
Sumber : Foto Studio Malang, Malang *Beeld van een stad*

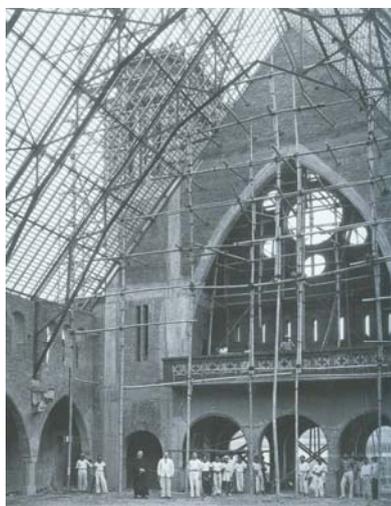
Rancangan Gereja Hati Kudus Yesus ini mengambil gaya Neogothik yang banyak dipakai dalam bangunan gereja di Eropa pada abad ke 19. Ukuran gereja yang ada di Malang ini lebih kecil jika dibandingkan dengan yang ada di Batavia. Hal ini memang disesuaikan dengan besarnya kota dan banyaknya umat Katolik di Malang.

Pada awal pembangunannya, Gereja Hati Kudus Yesus ini belum dibangun secara maksimal. Hal ini tampak pada menara yang tidak dibangun karena kesulitan konstruksi dan biaya yang ada. Namun pada tanggal 17 Desember 1930, menara tersebut dibangun secara utuh dan pembangunannya diselesaikan dengan detail yang menarik.

### d. Gereja Katolik St. Maria Bunda Karmel

*Prefek Apostolik* (Imam yang memperoleh kuasa administratif sebagai Uskup I di tanah misi) Malang Msgr. Clemens van der Pas, O. Carm pada tahun 1929 mencita-citakan pembangunan suatu Gereja Katedral di kota Malang. Ternyata pada waktu itu baru ada satu gereja di kota Malang yaitu Gereja Hati Kudus Yesus di Kayutangan yang dibangun pada tahun 1905. Pada awalnya,

gereja Kayutangan memberikan pelayanan terutama kepada umat berbahasa Belanda. Misa pada waktu itu menggunakan bahasa Latin, tetapi khotbah diberikan dalam bahasa Belanda. Karena jumlah umat Katolik Jawa bertambah banyak, khotbah kemudian diberikan dalam dua bahasa yaitu Belanda dan Jawa. Hal tersebut dianggap merepotkan. Agar praktis, diusahakan mendirikan gereja khusus untuk umat Katolik Jawa di jalan Semeru pada tahun 1929, yaitu Gereja Santo Yusuf (sekarang menjadi Gereja Kristen Kalam Kudus). Ketika meresmikan Gereja St. Yusuf itulah Msgr. Clemens van der Pas, O. Carm menyatakan keinginannya untuk membangun suatu Gereja Katedral yang diharapkan sudah berfungsi pada Hari Kristus Raja 1934.



Gambar 2.7. Gereja Katedral saat sedang dibangun  
Sumber : L.B.M. van Liempt, Malang *Beeld van een stad*

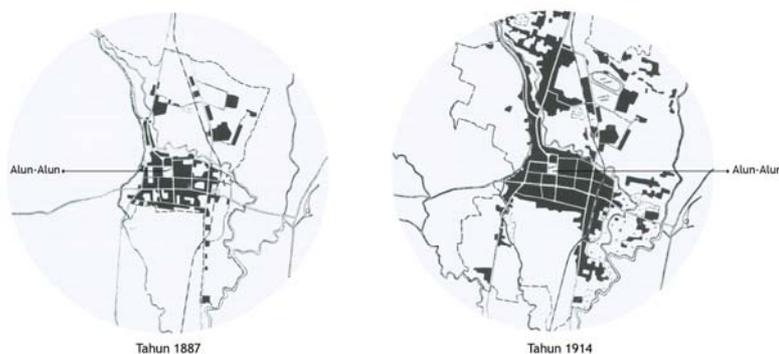
Lahan untuk pembangunan Katedral diperoleh di Jalan Ijen. Kemudian disusun penghimpunan dana untuk pembangunan tersebut. Gambar bangunan dirancang oleh arsitek L. Estourgie. Sayang, pada tanggal 16 Desember 1933 Msgr. Clemens van der Pas, O. Carm wafat. Pastor Linus Hencken, O.Carm selaku Pro-Prefek meneruskan rencana pembangunan gereja Katedral itu. Pemborong pelaksana yang dipilih adalah NV *Bouwundig Bureau Sitzen en Louzada*. Peletakan batu pertama dilakukan pada 11 Februari 1934. Pelaksanaan pembangunan berlangsung 8 bulan dan pada 28 Oktober 1934 (enam tahun sesudah Sumpah Pemuda) gereja Katedral Malang diberkati dan diresmikan, dipersembahkan kepada Santa Theresia, pelindung karya misi (Tim Penyusun Buku Kenangan 6-9). Gereja Santa Theresia Katedral merupakan gereja kedua di

Malang, dan sejak peresmianya berdiri pula Paroki Katedral Santa Theresia Malang. Sebagai Pastor Paroki yang pertama adalah Romo Dominicus Blommestein, O.Carm.

Dalam Konstitusi Apostolik Paus Yohanes XXIII *Quod Christus* tentang pendirian Hirarki Gereja Katolik Indonesia mandiri tahun 1961, nama Gereja Katedral Malang yang resmi adalah Gereja Katedral Santa Perawan Maria.

#### e. Alun-Alun Kota Malang

Alun-alun kota Malang dan sekitarnya sudah ada sejak tahun 1882 (*Kotapraja Malang 50<sup>th</sup> 12*). Malang adalah ibukota kabupaten yang menjadi pengumpulan produksi bagi daerah subur disekitarnya. Alun-alun, yang sejak dahulu dipakai sebagai pusat pemerintahan, sengaja dihadirkan oleh Belanda sebagai pusat kontrol, yaitu pusat administrasi. Dalam kedudukannya sebagai pusat administrasi sekaligus pusat kontrol, alun-alun bisa dipakai sebagai studi awal perkembangan bentuk kota Malang antara tahun 1800-1900.



Gambar 2.8. Peta Kota Malang Tahun 1887 dan Tahun 1914  
Sumber : *Staadsgemeente* Malang (1914-1939)

Dengan melihat peta kota Malang antara tahun 1882 sampai 1914 jelas terlihat bahwa alun-alun adalah pusat kegiatan kota Malang. Pusat kota (alun-alun) merupakan *zoning* administrasi yang berfungsi sebagai kontrol atas produksi. Itulah sebenarnya yang secara tidak langsung membentuk pola pemukiman yang menyesuaikan diri dengan konsep kepentingan ekonomi. Pemukiman Belanda jelas menempati tempat-tempat yang strategis di dalam kota Malang, yaitu di daerah sekitar alun-alun dan daerah strategis sepanjang jalan api yang menuju keluar kota. Jadi disamping keamanan, daerah Eropa juga

mempunyai nilai strategis ekonomi yang tinggi. Daerah orang pribumi sendiri yang berjumlah paling banyak, justru kurang mendapat perhatian dari pemerintah kolonial. Penduduk setempat berdiam di perkampungan kota dan di gang-gang yang biasanya padat dan kurang pemeliharaan, yaitu yang terletak di sekitar kampung Kebalen, Djodipan, Talon, dan Klojenlor.

f. Bangunan *Javasche Bank* dan *Palace Hotel* (Hotel Pelangi)

Kedua bangunan ini dibangun hampir bersamaan, yaitu sekitar tahun 1916. Dengan selesainya kedua bangunan tersebut, maka alun-alun kota Malang menjadi lebih semarak dengan bangunan umum yang cukup megah. Kedua bangunan ini termasuk golongan bangunan kolonial yang dibangun antara tahun 1900-1915 (Handinoto dan Soehargo 162-164).



Gambar 2.9. Palace Hotel tahun 1930

Sumber : J.R. van Diessen, Malang *Beeld van een stad*

Bangunan Hotel Pelangi, di pintu masuknya terdapat *double tower* sebagai salah satu ciri khas arsitektur kolonial tahun 1900-1915. Akan tetapi tidak jelas siapa arsitektur dari bangunan tersebut.

Sedangkan *Javasche Bank* dirancang oleh biro arsitek Hulswit, *Fermont & Ed. Cuypers* dari Batavia. Semua kantor *Javasche Bank* mempunyai cabang hampir di setiap kota di Hindia Belanda. Hingga saat ini bangunan dari *Javasche Bank* masih ada dan berfungsi sebagai Bank Indonesia di kota Malang.



Gambar 2.10. *Javasche Bank* di sebelah utara alun-alun  
Sumber : Foto Studio Malang, Malang *Beeld van een stad*

#### g. Balai Kota Malang

Sebelum tahun 1914, Malang masih merupakan sebuah ibukota Kabupaten Malang. Setelah tanggal 1 April 1914, kota Malang dinaikkan tingkatnya menjadi *Gemeente* (kotamadya) yang berhak memerintah kotanya sendiri. Menurut undang-undang pada waktu itu, sebuah kotamadya diperintah oleh seorang walikota. Walikota Malang yang pertama adalah H.I. Bussermaker yang menduduki jabatan sampai tahun 1929. Meskipun walikota sudah ada, namun sampai tahun 1926, kota Malang masih belum mempunyai sebuah balaikota yang permanen (Handinoto dan Soehargo 177-178).

Pada rencana perluasan kota yang ke 2, pusat pemerintahan baru kota Malang sudah ditunjuk dan menggantikan daerah sekitar alun-alun lama. Lapangan yang menjadi orientasi utama daerah baru tersebut kemudian dinamakan sebagai lapangan *J.P.Coen*. Karena bentuk lapangan tersebut bulat, maka sering disebut sebagai Alun-alun Bunder. Daerah Alun-alun Bunder memang diperuntukan sebagai pusat pemerintahan kota Malang yang baru.

Selain akan ada balaikota Malang, terdapat beberapa bangunan lain seperti gedung sekolah HBS/AMS, tempat kediaman kolonel, Hotel Splendid, Kantor Dinas Topografi serta bangunan *villa* lainnya.



Gambar 2.11. Balaikota Malang dan Lapangan J.P.Coen  
Sumber : J.R. van Diessen, Malang *Beeld van een stad*

Perancangan *interior* dari Balaikota Malang dipercayakan kepada C. Citroen yaitu arsitek terkenal dari Surabaya. Karena biaya pembangunan gedungnya ternyata sungguh diluar dugaan, maka anggaran untuk pembangunan menjadi sangat terbatas. Meskipun demikian, Citroen telah berhasil membuat interior yang memberikan kesan cukup berwibawa dengan menggunakan jati putih dan kursi dengan *bekled* dari kulit kaleb kuning.

Balaikota Malang ini memang dibuat sedemikian rupa sehingga seolah-olah ingin menguasai lapangan *J.P.Coen* (Alun-alun Bunder).

#### h. SMAK.St. Albertus Malang

Sekolah yang dikenal dengan nama “SMA Dempo” sebenarnya bernama resmi SMA Katolik St. Albertus. Sekolah ini merupakan SMA Katolik pertama yang berdiri di kota Malang (SMUK St. Albertus 10-11). Pendiri dan pengelolanya adalah Yayasan Sancta Maria milik serikat para imam dan biarawan Karmelit. Pada tahun 1936, ketika para Karmelit yang berkarya di Indonesia masih merupakan bagian dari provinsialat Belanda, sekolah ini didirikan untuk mendidik generasi muda bangsa Indonesia. Pater Titus Brandsma, martir yang oleh Paus Yohanes Paulus II telah digelari “Beato” adalah salah satu pendukung prakarsa pendirian sekolah yang semula bernama “Rooms Katholiek Algemene Middelbare School” (RKAMS) St. Albertus. Sampai dengan tahun 1942, sekolah ini hanya menerima siswa laki-laki pilihan.

Meskipun yang mengasuh adalah para imam dan guru-guru Belanda dengan bahasa pengantar Belanda, sekolah ini diperuntukkan bagi mereka yang ingin mengenyam pendidikan sekolah menengah yang bermutu tinggi tanpa memandang kekayaan, ras, agama, pangkat, atau kedudukan. Pada tahun 1947, sekolah ini menerima siswa berjenis kelamin perempuan.



Gambar 2.11. Sekolah SMAK St. Albertus tahun 1942  
Sumber : J.R. van Diessen, Malang *Beeld van een stad*

Pada tahun 1942-1946, sekolah ini tidak dapat menerima siswa karena gedung baru di jalan Talang dirampas oleh Angkatan Udara Balatentara Jepang dan digunakan sebagai markas. Pada tahun 1946, sekolah dibuka lagi di gedung yang sekarang ditempati oleh para suster Ursulin (OSU), pengelola SMA Cor Jesu. Lalu sekolah dipindah ke gedung yang kini dikenal sebagai Pantai Asuhan Theresia, dan tidak lama disitu sekolah boyongan ke gedung antik yang sekarang dikenal dengan SMA Frateran.

Dalam kurun waktu itu, gedung di jalan Talang dibangun kembali setelah ditinggalkan dalam keadaan rusak akibat perang. Pembangunan diselesaikan pada tahun 1949 dan sekolah dipindah kembali. Sejak tahun 1950, sekolah bernama SMA Katolik St. Albertus yang lebih kondang dengan sebutan SMA Dempo.

## 2.12. Kompetitor

### 2.4.1. Bandung

Pada tahun 1786, bangsa Eropa berada di Bandung untuk mencoba memanfaatkan kesuburan dan kemakmuran lahan pertanian di Bandung.

Hal ini didukung dengan dibukanya jalan menuju Jakarta, Bogor, Cianjur, dan Bandung. Arus ini berkembang ketika di tahun 1809, Louis Napoleon sebagai pemimpin Belanda meminta Gubernur Umum H.W. Daendels meningkatkan pertahanan di Jawa untuk melawan bangsa Inggris. Visi ini diwujudkan dengan membuat sebuah akses jalan menuju Cirebon dan Batavia.

Grote Postweg dibangun 11 mil ke utara dari pusat kota Bandung. Daendels menganjurkan agar semua pusat kota diahlikan ke jalan baru tersebut. Bupati Wiranatakusumah II memilih jalan disebelah selatan *Western Bank* Cikapundung dekat sepasang sumur yaitu sumur Bandung. Disitu akan dibangun alun-alun dan keraton (istana). Begitu juga mengikuti adat yang ada, Mesjid Agung berada di sisi barat dan pasar berada di sisi timur. Pendopo berada di sisi selatan menghadap gunung yang dianggap mistis yaitu Gunung Tangkuban Perahu.

Di sekitar abad 19, Pohon Kina Amerika, Teh Asam, dan juga kopi ditanam di perkebunan tersebut. Pada akhir abad 19, Priangan tercatat sebagai perkebunan paling makmur di Jawa Barat. Kemudian tahun 1880 jalur kereta api dari Jakarta ke Bandung telah diselesaikan dan dapat ditempuh dalam waktu 2,5 jam. Dengan Kehidupan yang berubah tersebut, hotel, café, toko dibuka untuk melayani para petani yang ada di perkebunan.

Pada awal abad 20, diperlukan ahli-ahli professional sehingga dibuka sekolah-sekolah menengah teknis yang dibiayai oleh masyarakat Bandung. Pada saat yang sama, rencana pemindahan ibukota Hindia Belanda dari Batavia ke Bandung telah disetujui dan daerah semakin diperluas menuju ke utara. Daerah ibukota telah diletakkan di wilayah timur laut yang dahulu digunakan sebagai sawah.

Kemudian pada tahun 1946, menghadapi kembalinya Belanda ke Indonesia, para pemuda mencoba untuk mempertahankan Indonesia yaitu dengan membakar semua hal yang berhubungan dengan Belanda dan peristiwa ini disebut

dengan Bandung Lautan Api. Banyak orang yang mengungsi dan mereka mencoba untuk menyelamatkan diri. Tetapi dengan adanya lagu “Halo-Halo Bandung” membuat para pengungsi menjadi kembali ke Bandung dan populasi Bandung dari 230.000 di tahun 1961 menjadi bertambah pesat sehingga di tahun 2000 populasi menjadi 1 juta orang. Begitu juga sektor ekonomi menjadi meningkat dan terdapat pabrik tekstil terbesar serta banyak sekolah-sekolah baru muncul di kota Bandung untuk melayani masyarakat Bandung.

Beberapa bangunan kolonial di Bandung adalah :

a. Grand Hotel Preanger

Bentuk baru Hotel Preanger ini adalah hasil gubahan arsitek Prof. C.P. Wolff Schoemaker, sepulangnya dari Amerika setelah mendapatkan masukan dari pengalamannya bersama arsitek kenamaan Amerika, Frank Lloyd Wright. Pengaruh tersebut dirasakan sangat kental lewat penampilan dekorasi fasade hotel ini yang berusaha mengambil pola ragam hias lokal, seperti halnya yang dilakukan oleh Frank Lloyd Wright pada beberapa rumah hasil karyanya yang mengambil pola ragam hias suku Indian di daerah Amerika Tengah.



Gambar 2.17. *Grand Hotel Preanger*

Sumber : <http://www.geocities.com/bandungcity/aa.htm>

Lepas dari berbagai macam kritik yang dilontarkan terhadap cara arsitek Schoemaker menerapkan budaya lokal dalam bentuk yang oleh sementara orang dianggap naif ini, bangunan ini adalah salah satu dari sekian banyak bangunan hotel di Bandung yang memiliki keunikan yang menawan.

#### b. Monumen Asia-Afrika

Monumen ini diletakkan di jalan Asia-Afrika. Monumen ini merupakan lambang persaudaraan dari bangsa Asia dan Afrika. Persimpangan Simpang Lima yang menghubungkan jalan Asia-Afrika, jalan Gatot Subroto, jalan Ahmad Yani, Karapitan jalan Braga adalah jalan yang paling terkenal di masa lalu. Jalan yang berada di jalur utara-selatan kota Bandung dan berada di pusat kota tersebut adalah salah satu kebanggaan warga negara Bandung. Braga adalah salah satu jalan tertua di kota Bandung. Bangunan di sebelah kiri dan sebelah kanan berumur lebih dari 100 tahun. Keputusan untuk memindah pusat kota dari Batavia ke Bandung membawa dampak positif pembangunan bagi kota Bandung.

#### c. Hotel Savoy Homan

Bentuk awal Grand Hotel Savoy Homan Bandung yang hanya memiliki lantai dasar. Sekilas bangunan ini memiliki kesan langgam bangunan di Eropa dengan bentuk atapnya yang mengkotak dan kanopi bulat di depannya.

Sampai sekitar tahun 1937 banyak tokoh dunia yang telah menjadi tamunya, seperti: Yang Mulia Ratu dan Raja Siam, Yang Mulia Pangeran dan Permaisuri Belgia, Yang Mulia Susuhunan Solo, Yang Mulia Gubernur Jenderal Indo-China, Yang Mulia Duchess of Westminster.

Tamu-tamu lain yang berkunjung kemudian diantaranya aktor Charlie Chaplin, juga para tamu kenegaraan peserta Konferensi Asia Afrika seperti Presiden India Pandit Jawaharlal Nehru, Perdana Menteri Cina Chou En Lai, Presiden Mesir Gamal Abdul Nasser, dan masih banyak lagi.

Savoy Homan Bandung yang kita lihat sekarang ini adalah hasil karya arsitek kenamaan A.F. Aalbers. Ciri khas bangunan ini terletak pada dua unsur yang dominan, yaitu : bentuk horisontal lembut dari deretan kamar-kamarnya dan bentuk menara vertikal yang tegas.

Pada masa-masa awal keemasan hotel tersebut, tanggung jawab pengelolaannya adalah oleh Meneer Fr. J. A. Van Es, yang menjabat sebagai presiden direktur.

d. *Villa Isola*

Contoh istimewa dari bangunan bergaya *Art Deco* ini terletak di bagian Utara Bandung. Arsiteknya, A.F. Aalbers yang juga merancang bangunan Savoy Homan yang baru, telah mengabdikan dirinya di dalam penjelajahan kreativitas desain, yang hasil akhirnya bermuara pada sosok karya yang teristimewa ini. Dikelilingi oleh lahan sawah yang membentang luas, yang bagaikan kotak-kotak teratur dilihat dari udara, lingkungan dalam lingkup bangunan ini juga ditata dalam keteraturan bentuk yang seolah-olah dapat mengingatkan kita akan keteraturan bentuk dari petak sawah.

*Villa Isola* dibangun tahun 1932 untuk seorang jutawan berdarah Italia, D.W. Berrety seorang milliyuner kritikus seni yang meninggal tidak lama setelah bangunan ini selesai dibangun. Di kemudian hari, hotel ini dirubah menjadi hotel villa, dan kemudian akhirnya menjadi lembaga pendidikan guru, hingga kini.

e. Gedung Sate

Gedung ini merupakan gedung yang dibangun dengan dekorasi yang khusus dan tongkat-tongkat yang mirip sate. Oleh karena itu gedung ini diberi nama yaitu Gedung Sate. Gedung ini menghabiskan dana sebanyak 6 juta gulden. Bangunan ini adalah bangunan pertama di Indonesia yang dibangun menggunakan beton bertulang.



Gambar 2.18. Gedung Sate

Sumber : <http://www.geocities.com/bandungcity/aa.htm>

#### 2.4.2. Bogor

Kota bogor berjarak sekitar 60 km dari Jakarta. secara geografis terletak di antara 106° 48' BT dan 6° 26' LS, berada di tengah-tengah wilayah Kabupaten Bogor masuk wilayah Propinsi Jawa Barat. Luas Wilayah 11.850 Ha terdiri dari 6 kecamatan, 68 kelurahan dengan jumlah penduduk sekitar 820.707 jiwa pada awal tahun 2005. Potensi strategis kota pada saat ini mendukung pertumbuhan ekonomi, dalam mengembangkan Bogor sebagai kota jasa, perdagangan, pendidikan dan pariwisata

Kota Bogor mempunyai sejarah yang panjang dalam pemerintahan, mengingat sejak zaman Kerajaan Pajajaran sesuai dengan bukti-bukti yang ada seperti dari Prasasti Batu Tulis, nama-nama kampung seperti dikenal dengan nama Lawanggintung, Lawang Saketeng, Jerokuta, Baranangsiang, dan Leuwi Sipatahunani diyakini bahwa Pakuan sebagai Ibukota Pajajaran terletak di kota Bogor. Pakuan sebagai pusat pemerintahan Pajajaran terkenal pada pemerintahan Prabu Siliwangi (Sri Baginda Maharaja) yang penobatannya tepat pada tanggal 3 Juni 1482, yang selanjutnya hari tersebut dijadikan hari jadi Bogor, karena sejak tahun 1973 telah ditetapkan oleh DPRD kabupaten dan kota Bogor sebagai hari jadi Bogor dan selalu diperingati setiap tahunnya sampai sekarang.

Sebagai akibat penyerbuan tentara Banten ke Pakuan Pajajaran catatan mengenai kota Pakuan tersebut hilang, baru terungkap kembali setelah datangnya rombongan ekspidisi orang-orang Belanda yang dipimpin oleh Scipio dan Riebeck pada tahun 1687, dan mereka meneliti Prasasti Batutulis dan situs-situs lainnya yang meyakini bahwa di Bogorlah terletak pusat pemerintahan Pakuan Pajajaran.

Pada tahun 1745 Gubernur Jendral Hindia Belanda pada waktu itu bernama Baron Van Inhoff membangun Istana Bogor, seiring dengan pembangunan jalan Raya Daenless yang menghubungkan Batavia dengan Bogor, sehingga keadaan Bogor mulai berkembang.

Pada masa pendudukan Inggris yang menjadi Gubernur Jendralnya adalah Thomas Rafless, beliau cukup berjasa dalam mengembangkan kota Bogor, dimana Istana Bogor direnovasi dan sebagian tanahnya dijadikan kebun raya (*botanical garden*), beliau juga memperkejakan seorang *planner* yang bernama Carsens yang menata Bogor sebagai tempat peristirahatan yang dikenal dengan *Buitenzoorg*.

Setelah Pemerintahan kembali kepada Hindia Belanda pada tahun 1903, terbit Undang-undang Desentralisasi yang bertujuan menghapus sistem pemerintahan tradisional diganti dengan sistem administrasi pemerintahan modern sebagai realisasinya dibentuk *Staadsgemeente* diantaranya adalah :

Tabel 2.6. Tabel daftar *staadsgemeente* kota Bogor

1.	<i>Gemeente</i> Batavia	( S. 1903 No.204 )
2.	<i>Gemeente</i> Meester Cornelis	( S. 1905 No.206 )
3.	<i>Gemeente</i> Buitenzoorg	( S. 1905 No.208 )
4.	<i>Gemeente</i> Bandoeng	( S. 1906 No.121 )
5.	<i>Gemeente</i> Cirebon	( S. 1905 No.122 )
6.	<i>Gemeente</i> Soekabumi	( S. 1914 No.310 )

(Sumber : *Regeringsalmanak Voor Nederlandsh Indie* 1928 : 746-748)

Pembentukan *Gemeente* tersebut bukan untuk kepentingan penduduk pribumi tetapi untuk kepentingan orang-orang Belanda dan masyarakat golongan Eropa dan yang dipersamakan (yang menjadi *Burgermeester* dari *Staadsgemeente Buitenzoorg* selalu orang-orang Belanda dan baru tahun 1940 diduduki oleh orang Bumiputra yaitu Mr. Soebroto).

Pada tahun 1922 sebagai akibat dari ketidakpuasan terhadap peran desentralisasi yang ada maka terbentuklah *Bestuursher Voorings Ordonantie* atau Undang-undang perubahan tata Pemerintahan Negeri Hindia Belanda (*Staatsblad* 1922 No. 216), sehingga pada tahun 1922 terbentuklah *Regentschaps Ordonantie* yang membuat ketentuan-ketentuan daerah otonomi kabupaten (*Staatsblad* 1925 No. 79).

Propinsi Jawa Barat dibentuk pada tahun 1925 (*Staatsblad* 1924 No. 378 *bij Propince West Java*) yang terdiri dari 5 karesidenan, 18 kabupaten (*Regentscape*), dan Kotapraja (*Staadsgemeente*) dimana *Buitenzoorg* (Bogor) salah satu *Staadsgemeente* di Propinsi Jawa Barat di bentuk berdasarkan (*Staatsblad* 1905 No. 208 jo. *Staatsblad* 1926 No. 368), dengan prinsip desentralisasi modern, dimana kedudukan *Burgermeester* menjadi jelas.

Pada masa pendudukan Jepang kedudukan pemerintahan di kota Bogor menjadi lemah karena pemerintahan dipusatkan pada tingkat karesidenan yang berkedudukan di kota Bogor, pada masa ini nama-nama lembaga pemerintahan

berubah namanya yaitu: karesidenan menjadi *Syoeoe*, kabupaten/*Regenschaps* menjadi *ken*, kota/*Staads Gemeente* menjadi *Si*, *Kewedanaan*/distrik menjadi *Gun*, Kecamatan/*Under District* menjadi *Soe* dan desa menjadi *Koe*.

Pada masa setelah kemerdekaan, yaitu setelah pengakuan kedaulatan RI pemerintahan di Kota Bogor namanya menjadi kota besar Bogor yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 1950.

Selanjutnya pada tahun 1957 nama pemerintahan berubah menjadi Kota Praja Bogor sesuai dengan Undang-undang Nomor. 1 Tahun 1957. Kemudian dengan Undang-Undang Nomor 18 tahun 1965 dan Undang-Undang No. 5 Tahun 1974 berubah kembali menjadi Kotamadya Daerah Tingkat II Bogor.

Dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999, Kotamadya Daerah Tingkat II Bogor diubah menjadi kota Bogor.

Beberapa bangunan kolonial di Bogor adalah :

a. Gedung Bakorwil



Gambar 2.19. Gedung Bakorwil  
Sumber : <http://www.kotabogor.co.id>

Gedung Bakorwil didirikan pada sekitar abad XIX dengan fungsi sebagai Keresidenan Hindia Belanda. Gedung ini memiliki bentuk bangunan Kolonial Belanda.

b. Gedung Balaikota Bogor



Gambar 2.20. Gedung Balai Kota Bogor  
Sumber : <http://www.kotabogor.co.id>

Berdiri tahun 1950 dengan nama Societeit, bentuk bangunan gaya Kolonial Belanda. Gedung Balai Kota telah mengalami renovasi dan penggabungan gaya arsitektur Sunda dan Eropa. Sekarang gedung ini berfungsi sebagai Kantor Pemerintah Kota Bogor.

c. Gereja Katedral



Gambar 2.21. Gereja Katedral  
Sumber : <http://www.kotabogor.co.id>

Gereja Katedral didirikan pada tahun 1750 dengan gaya Gereja Katolik Roma, berfungsi sebagai tempat peribadatan agama Katolik. Gereja ini memiliki gaya bangunan Eropa.

d. Gereja Zebaoth



Gambar 2.22. Gereja Zebaoth  
Sumber : <http://www.kotabogor.co.id>

Gereja Zebaoth didirikan pada tahun 1761-1808 sebagai Gereja Protestan Hindia Belanda pada masa Mossel dan Daendels. Gereja Zebaoth merupakan bangunan bergaya Eropa.

e. Hotel Salak



Gambar 2.23. Hotel Salak  
Sumber : <http://www.kotabogor.co.id>

Hotel Salak didirikan pada tahun 1870-1880 dengan nama Hotel Dibbets. Gedung ini telah mengalami renovasi dan berubah menjadi Hotel Salak. Adapun bentuk bangunannya bergaya Kolonial.

f. Istana Negara Bogor



Gambar 2.24. Istana Negara Bogor  
Sumber : <http://www.kotabogor.co.id>

Istana Bogor terletak di pusat Kota Bogor, diatas tanah seluas sekitar 28 hektar yang ditumbuhi oleh kira-kira 100 buah pohon besar dengan halaman rumput yang membentang luas hidup bebas ratusan ekor rusa. Lokasi ini pada tahun 1745 dipilih oleh Gubernur Jenderal Hindia Belanda sebagai tempat pesangrahan, yang dalam perkembangannya kini disebut Istana Bogor.

#### g. Stasiun Kereta Api Bogor



Gambar 2.25. Stasiun Kereta Api Bogor  
Sumber : <http://www.kotabogor.co.id>

Stasiun Kereta Api Bogor berdiri tahun 1881. Gedung ini memiliki bentuk bangunan khas Kolonial Belanda.

#### 2.11.3. Magelang

Kota Magelang mengawali sejarahnya sebagai desa perdikan 'Mantyasih' yang berarti beriman dalam cinta kasih, dimana terdapat lumpang batu yang diyakini sebagai tempat upacara penetapan Sima atau Perdikan. Tertulis dalam Prasasti Mantyasih I tanggal 11 April 907 M dan menjadi dasar penetapan Hari Jadi Magelang, kemudian berkembang menjadi kota selanjutnya menjadi Ibukota Karesidenan Kedu dan juga Ibukota Kabupaten Magelang. Setelah masa kemerdekaan, kota ini menjadi kotapraja kemudian kotamadya. Di era reformasi, sejalan dengan pemberian otonomi seluas-luasnya kepada daerah sebutan kotamadya ditiadakan dan diganti menjadi kota.

Wilayah ini dulu disebut Kebondalem, yang berarti kebun milik Raja, yaitu milik Sri Sunan Pakubuwono dari Surakarta. Tanah yang membujur ke selatan mulai dari kampung Potrobangsari sampai kampung Bayeman sekarang dulunya adalah kebun kopi, rempah, buah-buahan dan sayur-sayuran termasuk bayam atau 'bayam' dalam bahasa Jawa. Sisa-sisa pernah adanya kebun itu masih dapat dilihat dari nama-nama tempat seperti : Kebondalem, yaitu sebuah kampung di Kelurahan Potrobangsari, Botton Kopen, dahulu adalah kebun kopi, Kebohpolo, kebun pala, Kemirikerep/Kemirirejo, bekas kebun kemiri, Jambon, bekas kebun jambu dan Bayeman, bekas kebun bayam.

Ketika Inggris menguasai Magelang pada abad ke 18, dijadikanlah kota ini sebagai pusat pemerintahan setingkat kabupaten dan diangkatlah Mas Ngabehi Danukromo sebagai bupati pertama. Bupati ini yang kemudian merintis berdirinya kota Magelang dengan membuat alun-alun, bangunan tempat tinggal bupati serta sebuah masjid. Dalam perkembangan selanjutnya dipilihlah Magelang sebagai Ibukota Karesidenan Kedu pada tahun 1818.

Setelah pemerintah Inggris takluk oleh Belanda, kedudukan Magelang semakin kuat. Oleh pemerintah Belanda, kota ini dijadikan pusat lalu lintas perekonomian. Selain itu karena letaknya yang strategis, udaranya yang nyaman serta pemandangannya yang indah Magelang kemudian dijadikan kota Militer: Pemerintah Belanda terus melengkapi sarana dan prasarana perkotaan. Menara air minum dibangun di tengah-tengah kota pada tahun 1918, perusahaan listrik mulai beroperasi tahun 1927, dan jalan-jalan arteri diperkeras serta diaspal. Kota Magelang diberikan status sebagai kota Gemeente pada 1 April 1906 dan

dipimpin oleh seorang Belanda yang menjabat sebagai *Burgemeester*. *Burgemeester* inilah yang sekarang disebut walikota. Dalam perjalanan sejarahnya kemudian, kota Magelang yang luasnya 18,12 km persegi ini berkembang menjadi sebuah kota kecil dengan jumlah penduduk 115.434 orang. Letaknya cukup strategis di persimpangan jalur utama Yogyakarta-Semarang, Yogyakarta-Dieng, Semarang-Purworejo-Cilacap, dan di tengah-tengah obyek wisata alam dan budaya unggulan di Jawa Tengah-DIY.

Perkembangan jaman menuntut dibangunnya berbagai sarana dan prasarana kota. Sarana dan prasarana air bersih, penerangan, transportasi, komunikasi, akomodasi, perbelanjaan, perbankan, tempat-tempat makan dan minum, tempat hiburan dan rekreasi serta yang lain terus berkembang sebagaimana layaknya sebuah kota yang penuh dengan dinamika. Fasilitas kota yang baru terus dibangun tanpa merusak bangunan-bangunan lama yang tetap akan menjadi saksi sejarah bertumbuhnya kota ini. Bangunan-bangunan ini tetap dilestarikan dan digunakan sebagian sesuai fungsi semula saat dibangun dan sebagian telah beralih ke fungsi lain meski bangunannya tetap yang lama. Semua bangunan ini dan tempat-tempat lainnya di kota Magelang, ternyata telah menjadi obyek 'nostalgia' bagi orang-orang, baik mancanegara maupun nusantara yang pernah menyaksikan Magelang 'tempo doeloe'. Bagi generasi mudanya foto dan cerita sejarah yang menggambarkan Magelang 'tempo doeloe' selalu menggugah rasa ingin tahu mereka.

Beberapa bangunan kolonial di Magelang adalah :

a. Gedung Kantor Kresidenan Kedu

Dibangun tahun 1810 dengan bangunan asli dari bambu, dipugar oleh JC Schulze atas perintah Gubernur Jendral Belanda pada tahun 1819. Gedung '*Residentielaan*' ini dilengkapi pendopo dan menghadap ke panorama Gunung Sindoro dan Gunung Sumbing yang indah.

b. Museum Bapeka

Gedung yang terletak di sayap kiri gedung kantor Karesidenan Kedu ini dulunya dikenal sebagai 'Gedung Aniem'. Mulai 1 Januari 1947 sampai dengan 6

Nopember 1948 menjadi Gedung BPK RI yang pertama, dan setelah BPK pindah ke jogjakarta jadilah gedung ini sebuah museum yaitu museum Bapeka.

c. Menara Air Minum

Dibangun dipusat kota tahun 1919-1920 dengan biaya 550.000 gulden, untuk memenuhi kebutuhan air minum warga kota. Bentuknya khas, tingginya 121,2m jumlah pilarnya 32 buah yang mampu menampung air sebanyak 1.750.000 l.

d. Mosvia (sekarang Kantor Mapolresta)

Dibangun oleh Pemerintah Hindia Belanda tahun 1874 pada awalnya digunakan untuk Sekolah Pegawai Pangreh Praja dengan nama Mosvia (*Middelbare Opleiding School Voor Indlandshche Bestuur Ambtenarsh*) yang dilengkapi dengan asrama di belakangnya dan gedung untuk direktur disebelah barat gedung utama.

Pada jaman Jepang, Mosvia dibubarkan dan fungsinya dialihkan menjadi Kantor Asrama Peta bentukan Jepang. Tahun 1945-1948 digunakan untuk sekolah guru dengan asramanya, Pada tahun 1948 (*Clash II*) gedung utama oleh Belanda digunakan untuk kantor pengadilan dan gedung di sebelah barat untuk kantor *Assisten Residen*. Kemudian Desember 1948 (penyerahan kedaulatan dari Pemerintah Belanda), gedung di sebelah barat diserahkan kepada kepolisian RI dan saat ini digunakan untuk Kantor Mapolresta

e. Gereja St.Ignatius

Bermula dari sebuah rumah yang dibeli Romo F. Voogel tahun 1890 untuk tempat ibadah umat Katolik. Dipugar tahun 1900 dengan bangunan berarsitektur Romawi, kemudian direnovasi lagi seiring nafas pembaharuan di Vatikan sehingga berbentuk seperti saat ini.

f. Rumah Sakit Jiwa

Rumah Sakit Jiwa (*Krankzinnigengesticht*) dibangun tahun 1916-1923 dengan ciri 2 buah 'penthol' besar di kiri kanan jalan masuk, stupa di atas

bangunan gedung utama, rumah-rumah dinas yang mengapit kantor, bangsal perawatan, alat penggiling tebu, padi dan *wassery*.

g. Rumah Sakit Tentara

Rumah Sakit yang dibangun tahun 1917 sebagai tempat pelayanan militer dan umum (Belanda), tahun 1942 khusus merawat orang I tentara Jepang. Pada tahun 1945, diubah menjadi RS PMI Magelang dan pada 1 Januari 1947 diganti menjadi RSU Wates Magelang. Rumah sakit ini menjadi RST Divisi III sejak diserahterimakan kepada kepala DKT Divisi III tanggal 1 Maret 1948. Kemudian untuk mengenang jasa Letkol dr. Soedjono yang gugur melawan Belanda, rumah sakit ini diganti namanya menjadi Rumah Sakit dr. Soedjono tanggal 1 Nopember 1973.

Sejak didirikan sampai dengan tahun 1980 kondisi bangunan rumah sakit tidak mengalami perubahan, baru pada tahun 1981 ada penambahan bangunan poliklinik dan UGD. Tahun 1986 penambahan kamar bedah sentral serta dibukanya pintu gerbang timur yang bertujuan tidak saja untuk melayani anggota TNI tetapi juga penderita umum.

h. Kantor Polwil Kedu.

Dulunya adalah Hotel Montagne (Belanda), berubah menjadi Hotel Nitaka (Jepang) kemudian menjadi Markas Rapwi (*Recovery of Allied Prisoners of War and Interneers*) saat Jepang ditaklukkan Sekutu. Hancur saat bumi hangus pada *Clash* (Agresi Militer) ke II, dibangun lagi dan saat ini menjadi Kantor Polwil Kedu.

i. *Hollandsche Chineseche School* (Belanda)

Pada tahun 1913 menjadi Markas Kempetai (Jepang). Saat ini digunakan oleh SMK Wiyasa. Gedung ini saksi sejarah gugurnya 5 orang pejuang yang dengan berani mengibarkan Sang Merah Putih di puncak Gunung Tidar pada 25 September 1945 jam 06.00 pagi. Tembakan senjata dari Markas Kempetai menyambut mereka yang turun bersama pemuda-pemuda yang lain dari Gunung

Tidar. Kenangan kepahlawanan mereka diabadikan dalam bentuk monumen di Jalan Tidar.

### **2.13. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah jumlah keseluruhan unit analisis, yaitu objek-objek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, populasi adalah seluruh masyarakat yang tinggal dan berada di kota Malang serta masyarakat di sekitar kota Malang khususnya kota Surabaya dan sekitarnya.

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang akan diteliti dan dianggap dapat menggambarkan dan mewakili keseluruhan populasi. Sampel penelitian adalah masyarakat yang tinggal di kota Malang dan di luar kota Malang khususnya Surabaya dan sekitarnya dengan rentang usia 17 tahun hingga 51 tahun keatas. Kota Surabaya dipilih karena pengunjung kota Malang sebagian besar berasal dari Surabaya dan kota Malang dikenal dengan baik oleh masyarakat kota Surabaya. Hal ini juga memudahkan untuk pengumpulan data.

Teknik pengambilan sampel adalah *closer random sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kelompok atau komunitas yang dalam hal ini adalah komunitas yang diharapkan pernah mengunjungi kota Malang minimal tiga kali dan mengetahui sedikitnya dua tempat bersejarah peninggalan kolonial Belanda di kota Malang. Jumlah angket yang disebar adalah 100 angket dengan pembagian 50 angket untuk masyarakat yang berada di kota Malang dan 50 angket adalah orang yang berada di luar kota Malang.

## 2.14. Analisa Data

### 2.14.1. Metodologi Pengumpulan Data

#### 2.14.1.1. Literatur

Data diperoleh melalui observasi studi kepustakaan dan buku-buku ilmiah (Warsito 10). Metode kepustakaan merupakan teknik observasi secara tidak langsung (Surakhmad 162). Berbagai buku dan majalah ilmiah diperlukan sebagai landasan berpikir untuk mendukung proses perancangan komunikasi visual kota Malang sebagai *destination branding* kota wisata peninggalan bersejarah ini.

#### 2.14.1.2. Observasi

Observasi adalah penelitian yang bercirikan interaksi sosial yang memakan waktu cukup lama antara peneliti dengan subjek dalam lingkungan subjek, dan selama itu data dalam bentuk catatan lapangan dikumpulkan secara sistematis dan berlaku tanpa gangguan.

#### 2.14.1.3. Survey

*Survey* dilakukan dengan cara wawancara kepada kepala Dinas Pariwisata kota Malang yaitu Ibu Diah selaku Staff Dinas Pariwisata kota Malang.

*Survey* juga dilakukan dengan membagikan kuisisioner kepada *target audience* yang dituju yaitu masyarakat yang berada di kota Malang dan juga masyarakat yang berada di luar kota Malang.

#### 2.14.1.4. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi yang mendalam dari responden. Wawancara merupakan alat pengumpul data untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi arus informasi dalam kegiatan wawancara, yaitu (Warsito 27):

##### a. Pewawancara (*interviewer*)

Pewawancara adalah pengumpul informasi. Pewawancara diharapkan dapat menyampaikan semua pertanyaan dengan jelas, merangsang responden untuk

menjawab semua pertanyaan yang diberikan, dan mencatat semua informasi yang dibutuhkan dengan benar.

b. Responden (*interviewee*)

Responden adalah pemberi informasi yang diharapkan dapat menjawab semua pertanyaan yang diberikan oleh pewawancara dengan lengkap dan jelas.

Dalam wawancara harus digunakan pedoman wawancara yang digunakan oleh pewawancara untuk menguraikan masalah penelitian yang biasanya dituangkan dalam bentuk pertanyaan. Isi pertanyaan yang peka atau sulit dapat menghambat jalannya wawancara.

Situasi wawancara juga harus diperhitungkan yaitu menyangkut waktu, tempat, kehadiran orang ketiga, dan sikap masyarakat pada umumnya. Waktu dan tempat yang tidak sesuai dapat mempengaruhi responden dalam menjawab pertanyaan karena ketidaknyamanan situasi yang ada. Kehadiran orang ketiga juga mampu mempengaruhi responden dalam menjawab pertanyaan yang diberikan.

Keuntungan wawancara adalah dimungkinkannya penggalan yang lebih mendalam terhadap informasi yang dibutuhkan responden. Sedangkan kelemahan pokoknya adalah seringkali kegiatan wawancara membutuhkan waktu yang lama dan berulang-ulang (Krisnamurthi 45).

#### Hasil Wawancara

Dari hasil wawancara dengan Ibu Diah selaku staff dari Dinas Pariwisata, Informasi, dan Komunikasi kota Malang akan didapatkan beberapa kesimpulan bahwa selama ini kota Malang adalah kota dengan sebutan kota pariwisata, kota pendidikan, dan kota industri. Berbagai macam promosi sudah dilakukan seperti pembuatan post card, brosur, dan media lainnya untuk menarik wisatawan baik domestik maupun luar negeri. Begitu juga terdapat pemilihan duta pariwisata untuk kota Malang yang akan mempromosikan kota Malang kepada daerah luar khususnya di Indonesia. Hal semacam ini sangat mendukung kota Malang untuk maju dan dikenal di berbagai daerah di Indonesia.

Akan tetapi, masih banyak potensi-potensi dari kota Malang yang belum digali dan dapat digunakan sebagai aset wisata. Berbagai macam aset tersebut antara lain adalah bangunan-bangunan bersejarah di kota Malang. Banyak sekali bangunan bersejarah yang masih ada dan sangat menarik untuk diperkenalkan kepada para wisatawan. Tempat-tempat bersejarah baik peninggalan kolonial Belanda, candi-candi, serta museum yang sangat menarik kurang mendapat perhatian dari masyarakat. Hal inilah yang menjadi potensi besar bagi kota Malang untuk dipergunakan sebagai satu terobosan baru untuk semakin memperkenalkan kota Malang.

Pemerintah Kota Malang sendiri sudah mulai mengulas kembali kota Malang tempo dulu yaitu dengan mengadakan berbagai acara yang sangat menarik dan bertemakan Malang Tempo Dulu. Hal inilah yang dapat digali lebih jauh lagi dan menjadi andalan baru bagi kota Malang serta menambah *image* baru bahwa kota Malang adalah kota wisata dengan berbagai setuhan. Pemerintah sangat mendukung bila kota Malang mulai mengarahkan diri sebagai kota wisata bersejarah sehingga para wisatawan yang berkunjung ke kota Malang memiliki pilihan baru dan semakin betah untuk mengunjungi kota Malang karena banyaknya penawaran wisata yang sangat menarik.

## 2.14.1.5. Analisa Kuisisioner

Tabel 2.7 Tabel analisa kuisisioner

Kuisisioner ditujukan untuk 50 orang yang berada di kota Malang :				
Pertanyaan	Jawaban			Asumsi
1. Usia responden :	17-30 tahun : 30%			
	31-50 tahun : 40%			
	51 tahun keatas : 30%			
2. Pengeluaran per bulan responden :	< Rp. 500 ribu : 4%			
	Rp. 500 ribu–Rp.1 juta : 36%			
	Rp. 1 juta–Rp. 5 juta : 40%			
	> Rp. 5 juta : 20%			
3. Berapa lama anda tinggal di kota Malang :	< 5 tahun : 16%			
	5 – 10 tahun : 4%			
	> 10 tahun : 80%			
4. Apakah anda mengetahui tempat-tempat dibawah ini di kota Malang :	Nama tempat	Tahu	Tidak Tahu	Lebih dari 50% responden mengetahui tempat-tempat peninggalan bersejarah kolonial Belanda sehingga tempat-tempat tersebut bukan tempat asing bagi penduduk kota Malang.
	Toko Oen	90%	10%	
	Ijen Boulevard	88%	12%	
	Gereja Kayutangan	86%	14%	
	Hotel Pelangi	66%	34%	
	Hotel Tugu	70%	30%	
	Alun-alun bunder	82%	18%	
	Museum Brawijaya	76%	24%	
	Sekolah Cor Jesu	88%	12%	
5. Menurut anda, apa yang menarik dari Toko Oen ?	Suasana : 20%			60% menjawab bahwa Toko Oen adalah tempat untuk bernostalgia sehingga memiliki kenangan yang tinggi bagi sebagian besar orang di kota Malang.
	Cita rasa makanan : 16%			
	Pelayanannya : 0%			
	Nostalgia : 60%			
	Tidak tahu : 4%			

(Lanjutan) Tabel 2.7. Analisa kuisisioner

Pertanyaan	Jawaban	Asumsi
6. Menurut anda, apa yang menarik dari Ijen <i>Boulevard</i> (Jalan Ijen)?	Taman yang nyaman dan asri : 50%	Taman yang nyaman, asri, dan sejuk merupakan hal yang menarik di Ijen <i>Boulevard</i> sehingga kawasan ini merupakan salah satu tempat menarik di kota Malang.
	Bangunan rumah di sekitar Ijen : 22%	
	Jalan yang lebar dan bebas macet: 8%	
	Banyak bangunan Belanda : 20%	
7. Menurut anda, apa yang menarik dari Gereja Kayutangan?	Bangunan dan tata ruang unik : 24%	44% responden menjawab bahwa hal yang menarik dari gereja Kayutangan adalah salah satu peninggalan Belanda, sehingga Gereja Kayutangan dikatakan sebagai salah satu bangunan peninggalan yang penting di kota Malang.
	Salah satu peninggalan Belanda : 44%	
	Tempat berdoa dengan kenangan sejarah yang tinggi : 22%	
	Tidak tahu : 10%	

(Lanjutan) Tabel 2.7 Analisa kuisioner

Pertanyaan	Jawaban	Asumsi
8. Menurut anda, apa yang menarik dari Hotel Pelangi?	Lokasi yang strategis : 76%	Lokasi Hotel
	Bangunannya nyaman : 8%	Pelangi yang
	Pelayanannya bagus : 0%	strategis membuat
	Merupakan salah satu kebanggaan Malang:6%	Hotel Pelangi
	Tidak tahu : 10%	menjadi hotel yang terkenal dan banyak diminati oleh para pendatang yang berada di kota Malang.
9. Menurut anda, apa yang menarik dari Museum Brawijaya?	Lokasi yang strategis : 24%	Museum
	Koleksi benda bersejarahnya lengkap:12%	Brawijaya adalah
	Digunakan sebagai salah satu tempat wisata di kota Malang : 40%	salah satu tempat wisata di kota
	Merupakan salah satu kebanggaan kota Malang: 20%	Malang yang banyak menarik
	Tidak tahu : 4%	perhatian masyarakat kota Malang.

(Lanjutan) Tabel 2.7 Analisa kuisioner

Pertanyaan	Jawaban	Asumsi
10. Menurut anda, apa yang menarik dari Alun-alun bunder (Tugu)?	Tugu dan taman ditata rapi : 64%	Alun-alun bunder menarik karena terdapat tugu dan dikelilingi taman yang ditata rapi sehingga dapat dikatakan bahwa tempat ini adalah kawasan penting yang sudah mendapatkan perhatian dan pengawasan dari pemerintah masyarakat.
	Tempat bersantai dan jalan-jalan : 8%	
	Mudah dijangkau : 6%	
	Merupakan pusat keramaian di Malang : 18%	
	Tidak tahu : 4%	
11. Menurut anda, apakah pemerintah kota Malang sudah memelihara tempat peninggalan bersejarah kolonial Belanda?	Sudah karena bangunan terpelihara dengan baik : 20%	Pemkot Malang masih kurang rata dalam memperhatikan tempat bersejarah krn sebagian bangunan sudah tidak boleh diubah bentuk kolonialnya oleh pemerintah namun ada yang masih dianggap sebagai tanggungjawab pemilik bangunan shg tidak diperhatikan dgn baik.
	Sudah karena perawatan teratur : 2%	
	Sudah karena bangunan tidak boleh diubah bentuk kolonialnya : 26%	
	Belum karena tidak ada perhatian pemerintah : 18%	
	Belum krn dianggap Tanggungjawab pemilik bangunan : 30%	
	Belum karena kurangnya dana untuk perawatan bangunan : 4%	

(Lanjutan) Tabel 2.7 Analisa kuisioner

12. Bagaimana potensi kota Malang bila dijadikan kota wisata peninggalan bersejarah khususnya kolonial Belanda?	Sangat berpotensi karena banyak peninggalan bersejarah : 16%	Kota Malang berpotensi sebagai kota wisata peninggalan bersejarah akan tetapi perhatian pemerintah dan masyarakat masih kurang terhadap bangunan tersebut, namun apabila dikembangkan sektor ini dapat membuat kota Malang menarik wisatawan dan meningkatkan sektor pariwisata.
	Berpotensi tetapi kurang perhatian pemerintah dan masyarakat : 82%	
	Tempat peninggalan bersejarahnya masih kurang : 2%	
13. Bentuk promosi apa yang cocok untuk memperkenalkan peninggalan bersejarah khususnya kolonial Belanda di kota Malang?	<i>Tour</i> keliling mengunjungi bangunan bersejarah : 38%	<i>Tour</i> keliling dan <i>event</i> promo saat momen tertentu sangat diminati oleh responden untuk memperkenalkan peninggalan bersejarah di kota Malang karena dapat membuat masyarakat semakin mengenal dan mengetahui jelas tempat tersebut.
	<i>Event</i> promo berkaitan dengan momen tertentu : 30%	
	Promosi makanan khas Malang : 10%	
	Paket foto di bangunan bersejarah kolonial : 22%	

(Lanjutan) Tabel 2.7 Analisa kuisioner

14. Souvenir apa yang menarik berkaitan dengan promosi kota Malang sebagai kota wisata peninggalan bersejarah?	Postcard : 15%	Patung miniatur, kaos, <i>post card</i> , serta <i>booklet</i> merupakan souvenir yang diminati oleh responden karena benda tersebut dapat digunakan sebagai kenang-kenangan yang membuat para wisatawan tidak akan pernah melupakan kota Malang dan dapat mengenang tempat-tempat bersejarah melalui benda tersebut.
	Poster : 4%	
	Tas : 6%	
	Mug : 9%	
	Booklet : 20%	
	Kaos : 15%	
	CD interaktif : 10%	
	Gantungan kunci : 9%	
Patung miniatur : 12%		
Kuisioner ditujukan untuk 50 orang yang berada di luar kota Malang :		
Pertanyaan	Jawaban	Asumsi
15. Usia responden :	17-30 tahun : 28%	
	31-50 tahun : 40%	
	51 tahun keatas : 32%	
16. Pengeluaran per bulan responden :	< Rp. 500 ribu : 10%	
	Rp. 500 ribu–Rp.1 juta : 24%	
	Rp. 1 juta–Rp. 5 juta : 42%	
	> Rp. 5 juta : 24%	
17. Berapa kali anda mengunjungi kota Malang dalam 1 thn	< 5 kali : 14%	
	5 – 10 kali : 36%	
	> 10 kali : 50%	

(Lanjutan) Tabel 2.7 Analisa kuisioner

18. Apakah anda mengetahui tempat-tempat dibawah ini di kota Malang :	Nama tempat	Tahu	Tidak Tahu	Lebih dari 50% responden mengetahui tempat-tempat peninggalan bersejarah kolonial Belanda sehingga tempat-tempat tersebut bukan tempat asing bagi penduduk kota Malang.
	Toko Oen	74%	26%	
	Ijen Boulevard	84%	16%	
	Gereja Kayutangan	52%	48%	
	Hotel Pelangi	30%	70%	
	Hotel Tugu	72%	28%	
	Alun-alun bunder	78%	22%	
	Museum Brawijaya	60%	40%	
	Sekolah Cor Jesu	72%	28%	
19. Apa yang menarik dari tempat-tempat diatas?	Bentuk bangunannya indah : 20%			Suasana dan bentuk bangunan yang indah adalah hal yang menarik dari tempat-tempat tsb yang membuat responden dengan mudah mengenal dan mengingat tempat tersebut.
	Suasana di tempat tersebut : 40%			
	Lokasinya saling berdekatan dan mudah dijangkau : 10%			
	Bangunannya bernilai historis : 30%			

(Lanjutan) Tabel 2.7 Analisa kuisioner

20. Menurut anda, apakah pemerintah kota Malang sudah memelihara tempat peninggalan bersejarah kolonial Belanda?	Sudah karena bangunan terpelihara dengan baik : 28%	Para responden yang pernah berada di kota Malang mengatakan bahwa pemerintah dan masyarakat Malang sudah memberikan perhatian terhadap bangunan tersebut karena bangunan tersebut tidak boleh diubah bentuk dan ciri kolonialnya.
	Sudah karena perawatan dilakukan teratur : 4%	
	Sudah karena bangunan tidak boleh diubah bentuk kolonialnya : 36%	
	Belum karena tidak ada perhatian pemerintah : 4%	
	Belum krn dianggap Tanggungjawab pemilik bangunan : 16%	
	Belum karena kurangnya dana untuk perawatan bangunan : 12%	
21. Bagaimana potensi kota Malang bila dijadikan kota wisata peninggalan bersejarah khususnya kolonial Belanda?	Sangat berpotensi karena banyak peninggalan bersejarah : 24%	Kota Malang berpotensi untuk dijadikan kota wisata peninggalan bersejarah dengan didukung banyaknya tempat peninggalan bersejarah yang bisa menarik wisatawan, akan tetapi pemerintah dan masyarakat masih kurang memperhatikan hal ini.
	Berpotensi tetapi kurang perhatian pemerintah dan masyarakat : 70%	
	Tempat peninggalan bersejarahnya masih kurang : 6%	

(Lanjutan) Tabel 2.7 Analisa kuisioner

22. Bentuk promosi apa yang cocok untuk memperkenalkan peninggalan bersejarah khususnya kolonial Belanda di kota Malang?	<i>Tour</i> keliling mengunjungi bangunan bersejarah : 31%	<i>Event</i> promo dan <i>tour</i> keliling adalah bentuk promosi yang cocok apabila para wisatawan berada di kota Malang karena hal ini dapat membuat wisatawan mengetahui dengan jelas tempat-tempat bersejarah yang ada di kota Malang dan bernostalgia dengan tempat-tempat tersebut.
	<i>Event</i> promo berkaitan dengan momen tertentu : 39%	
	Promosi makanan khas Malang : 12%	
	Paket foto di bangunan bersejarah kolonial : 18%	
23. Souvenir apa yang menarik berkaitan dengan promosi kota Malang sebagai kota wisata peninggalan bersejarah?	Postcard : 13%	Patung miniatur, <i>booklet</i> , <i>postcard</i> , dan beberapa souvenir lain menarik untuk promosi kota Malang sebagai kota wisata bersejarah karena dengan souvenir ini, wisatawan memiliki kenangan yang tidak terlupakan terhadap Malang
	Poster : 4%	
	Tas : 3%	
	Mug : 6%	
	Booklet : 20%	
	Kaos : 11%	
	CD interaktif : 12%	
	Gantungan kunci : 10%	
Patung miniatur : 21%		

(Lanjutan) Tabel 2.7 Analisa kuisioner

Kuisioner ditujukan untuk 100 orang yang tinggal di kota Malang maupun luar kota Malang :		
Pertanyaan	Jawaban	Asumsi
24. Apakah yang ada lakukan saat waktu luang?	Membaca majalah : 40%	Membaca koran, majalah , serta bermain internet adalah hal yang sering dilakukan diwaktu luang karena hal tersebut tidak membutuhkan tenaga dan membuat kita terbebas sejenak dari hal yang melelahkan.
	Membaca koran : 31%	
	Internet : 21%	
	Jalan-jalan : 8%	
25. Media apa yang paling sering anda gunakan :	Radio : 2%	Televisi, majalah, koran, dan internet adalah media yang paling disenangi oleh reponden karena media tersebut mudah untuk didapat dan dilihat.
	Majalah : 25%	
	Koran : 31%	
	Internet : 12%	

(Lanjutan) Tabel 2.7 Analisa kuisioner

26. Koran atau surat kabar apa yang paling sering anda baca?	Jawa Pos : 67%	Dari berbagai macam surat kabar yang ada, Jawa Pos adalah surat kabar yang paling populer dan sering dibaca dikalangan masyarakat khususnya di Jawa Timur.
	Jatim News : 0%	
	Malang Pos : 1%	
	Radar Malang : 3%	
	Kompas : 29%	
	Memorandum : 0%	

## 2.14.1.6. Analisa SWOT

Tabel 2.8. Analisa SWOT kota Malang dan kompetitornya

Kekuatan ( <i>Strength</i> )			
Malang	Bandung	Bogor	Magelang
a. Merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur setelah kota Surabaya.	a. Bandung adalah ibu kota Jawa Barat.	a. Letak kota Bogor strategis dekat dengan Ibukota Negara yaitu Jakarta.	a. Letak strategis yaitu di persimpangan antara Jogja-Semarang.
b. Malang adalah kota pendidikan, kota Paris <i>van</i> Java, kota bunga, kota militer, kota wisata, dan kota industri.	b. Bandung dikenal dengan kota kembang, kota Paris <i>van</i> Java, kota pendidikan.	b. Bogor dikenal dengan kota jasa dan perdagangan, kota pendidikan, dan kota wisata.	b. Magelang memiliki julukan kota Militer karena letak yang strategis.
c. Banyak pendatang dari luar kota dan luar pulau yang menempuh pendidikan di kota Malang.	c. Penduduk Bandung banyak datang dari luar kota seperti pelajar untuk menempuh pendidikan.	c. Kota Bogor memiliki banyak istana kenegaraan yaitu Istana Bogor yang menjadi daya tarik wisatawan.	c. Kota Magelang memiliki udara yang nyaman dan tidak panas.
d. Memiliki berbagai macam kerajinan seperti rotan, keramik, gerabah, dll.	d. Bandung memiliki industri tekstil, penerbangan, dll.	d. Bogor memiliki udara yang sejuk dengan suhu rata-rata 26°C.	d. Karena letak yang dekat dengan Jogjakarta dan Candi Borobudur, banyak wisatawan yang datang ke kota Magelang untuk singgah.

(Lanjutan) Tabel 2.8. Analisa SWOT kota Malang dan kompetitorinya

e. Udara di kota Malang sejuk dan dingin.	e. Udara di kota Bandung sejuk dan lembab.	e. Karena udara yang sejuk, kota Bogor memiliki Taman Buah Mekarsari yang juga membuat Bogor dijuluki kota Agrowisata.	
f. Memiliki ciri khas bahasa dengan “boso walikan” khas Malang.	f. Karena letak yang dekat, masyarakat Jakarta banyak yang datang ke Bandung untuk mencari ketenangan dan menikmati udara sejuk.		
g. Keamanan terjamin karena dikelilingi satuan militer yaitu Kodam Brawijaya, Kostrad, Korem, dan Komando Resor Baladika Jaya.			

(Lanjutan) Tabel 2.8. Analisa SWOT kota Malang dan kompetitornya

Kelemahan ( <i>Weakness</i> )			
Malang	Bandung	Bogor	Magelang
a. Pemerintah masih kurang peduli terhadap tempat-tempat yang memiliki potensi sebagai tempat wisata.	a. Kepadatan penduduk baik pendatang maupun penduduk lokal tidak terkontrol sehingga kota terlihat sesak dan penuh.	a. Masih banyak tempat yang masih belum disentuh untuk dijadikan tempat wisata.	a. Keterbatasan objek wisata dan fasilitas untuk mengembangkan sektor pariwisata.
b. Mulai banyak polusi yang mengakibatkan udara menjadi berdebu dan kotor.	b. Banyaknya kendaraan membuat polusi dan kemacetan mulai menyerang kota Bandung.		b. Kegiatan perdagangan berlangsung relatif pelan.
c. Banyak pedagang dari luar pulau membuat Malang menjadi kurang aman.			c. Dalam sektor pariwisata, masih mengandalkan pengunjung yang mampir dari Jogjakarta dan Semarang.
d. Tata kota tidak mendapatkan perhatian lebih sehingga terkesan semrawut dan tidak rapi.			

(Lanjutan) Tabel 2.8. Analisa SWOT kota Malang dan kompetitorinya

Kesempatan ( <i>Opportunities</i> )			
Malang	Bandung	Bogor	Magelang
a. Malang dapat menjadi kota besar dan menjadi target market sekunder bagi wisatawan setelah Surabaya.	a. Banyaknya tempat wisata dan juga udara yang sejuk dapat menjadikan Bandung sebagai tujuan wisatawan di Indonesia.	a. Bogor dapat meningkatkan sektor pariwisata karena letak yang strategis dan dekat dengan Jakarta.	a. Masih banyak lahan dan tempat wisata yang belum diolah dan dimaksimalkan yang dapat menjadi potensi baru bagi kota Magelang.
b. Banyaknya tempat wisata bersejarah akan meningkatkan sektor pariwisata di Malang.	b. Banyaknya tempat pendidikan yang baik dapat mendatangkan banyak pelajar dari seluruh Indonesia.	b. Kampanye pariwisata dan promosi yang lebih terencana dapat menarik lebih banyak wisatawan.	b. Promosi yang lebih gencar dapat meningkatkan kedatangan wisatawan yang berada di Jogjakarta dan Semarang.
c. Masih banyak lahan dan tujuan wisata yang dapat dimaksimalkan.	c. Berkembangnya industri tekstil dapat menjadi daya tarik baru bagi wisatawan di kota Bandung.		
d. Keamanan yang terjamin akan membuat kota Malang menjadi berkembang.			

(Lanjutan) Tabel 2.8. Analisa SWOT kota Malang dan kompetitornya

Ancaman (Threat)			
Malang	Bandung	Bogor	Magelang
a. Banyaknya persaingan antar daerah membuat kota Malang harus waspada terhadap ancaman yang ada.	a. Banyaknya pendatang membuat kota Bandung semakin padat dan kurang terkontrol.	a. Dekat dengan Ibukota sehingga banyak ancaman baik dari segi penerimaan budaya asing maupun budaya lain.	a. Banyaknya kota besar di sekeliling Magelang akan membawa persaingan yang ketat bagi kota Magelang.
b. Kurangnya perawatan untuk tempat wisata mengakibatkan turunya minat wisatawan di Malang			b. Banyak kota lain yang memiliki objek wisata yang lebih menarik dari kota Magelang.

#### 2.14.2. Kesimpulan Analisa Data

Dari analisa data, baik melalui kuisisioner, wawancara, dan analisa SWOT dapat disimpulkan bahwa kota Malang memiliki keunggulan yaitu menjadi kota wisata, kota industri, dan juga kota pendidikan. Dalam sektor pariwisata, Malang memiliki banyak sekali tempat wisata yang bisa dikunjungi oleh para wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Selain tempat wisata yang ada, kota Malang juga memiliki potensi baru yaitu menjadikan kota wisata peninggalan bersejarah yang dapat menunjang tempat wisata yang ada. Banyaknya peninggalan bersejarah yang ada seperti bangunan kolonial membuat kota Malang memiliki pandangan baru dalam mendatangkan wisatawan. Terdapat alternatif baru yang dapat menarik masyarakat untuk datang dan mengenal kota Malang.

Letak kota Malang yang strategis dengan udara yang sejuk sangat menunjang kota Malang untuk semakin meningkatkan sektor pariwisatanya.

Julukan kota *Paris van East Java* juga merupakan bukti bahwa kota Malang memiliki tata kota yang tersusun secara rapi sejak jaman kolonial Belanda dan dapat dikatakan sebagai kota Parisnya Jawa Timur.

*Destination branding* sangat diperlukan untuk semakin meningkatkan *image* atau pandangan masyarakat baik masyarakat Malang maupun luar Malang tentang kota Malang yang selama ini masih kurang diketahui. Promosi wisata dan juga promosi lain adalah salah satu alat untuk meningkatkan sektor pariwisata ini.

Dari hasil *survey* didapatkan bahwa masyarakat Malang dan luar Malang sangat mendukung untuk menjadikan kota Malang sebagai kota wisata peninggalan bersejarah karena banyaknya tempat yang memadai. Begitu juga hal tersebut dapat meningkatkan pendapatan kota Malang sendiri dari sektor pariwisata. Masyarakat juga akan membantu mewujudkan keinginan ini yaitu dengan menjaga bangunan yang ada agar tetap terawat dan lestari.

Banyaknya kota lain di Indonesia yang juga merupakan kota bekas penjajahan kolonial Belanda dan memiliki banyak bangunan bersejarah dapat menjadi ancaman bagi kota Malang dalam menjadikan kota wisata peninggalan bersejarah, namun dengan dukungan masyarakat serta tempat wisata yang ada, dan promosi-promosi yang efektif, maka kota Malang dapat menarik wisatawan melalui sebuah penawaran wisata yang lengkap dan menjadikan Malang sebagai tujuan wisata para wisatawan baik domestik maupun mancanegara di Indonesia.