

**KAJIAN ATRAKSI WISATA DALAM PERSPEKTIF IDENTITAS
KAWASAN KOTA LAMA SEMARANG SEBAGAI KAWASAN
*HERITAGE***

**TUGAS AKHIR
TP6008052**



Disusun Oleh:

LUTFA ALFANADO

31201600846

**PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2022**

**KAJIAN ATRAKSI WISATA DALAM PERSPEKTIF IDENTITAS
KAWASAN KOTA LAMA SEMARANG SEBAGAI KAWASAN
*HERITAGE***

**TUGAS AKHIR
TP6008052**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Perencanaan Wilayah dan Kota**



LUTFA ALFANADO

31201600846

**PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2022**

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lutfa Alfando

NIM : 31201600846

**Status : Mahasiswa Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota,
Fakultas Teknik, Universitas Islam Sultan Agung**

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir/Skripsi saya dengan judul “**Kajian Atraksi Wisata Dalam Perspektif Identitas Kawasan Kota Lama Semarang Sebagai Kawasan *Heritage***” adalah karya ilmiah yang bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti terdapat plagiasi dalam Tugas Akhir/Skripsi ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 01 Juli 2022

Yang menyatakan,




Lutfu Alfando
NIM. 31201600846

Mengetahui,

Pembimbing I

 12/09/2022

Dr. Hj. Mila Karmilah, ST, MT
NIK. 210298024

Pembimbing II



Ardiana Yuli Puspitasari, ST, MT
NIK. 210209082

HALAMAN PENGESAHAN

**KAJIAN ATRAKSI WISATA DALAM PERSPEKTIF IDENTITAS
KAWASAN KOTA LAMA SEMARANG SEBAGAI KAWASAN HERITAGE**

Tugas Akhir diajukan kepada:
Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik
Universitas Islam Sultan Agung



Oleh:

LUTFI ALFANDO
31201600846

Tugas Akhir ini telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Perencanaan Wilayah dan Kota pada tanggal 01 Juli 2022

DEWAN PENGUJI

Dr. Hj. Mila Karmilah, ST, MT Pembimbing I,
NIK. 210298024

Ardiana Yuli Puspitasari, ST, MT Pembimbing II,
NIK. 210209082

Hasti Widyasamratri.S.Si. M.Eng.Ph.D Penguji,

Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik Unissula

Ir. H. Rachmat Mudiyono, MT., Ph.D
NIK. 210293018

Ketua Program Studi
Perencanaan Wilayah dan Kota

Dr. Hj. Mila Karmilah, ST, MT
NIK. 210298024

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Kajian Atraksi Wisata Dalam Perspektif Identitas Kawasan Kota Lama Semarang Sebagai Kawasan *Heritage*”. Penyusunan laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai syarat menyelesaikan studi pada Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Terima kasih peneliti ucapkan kepada semua pihak yang sudah memotivasi, membimbing, dan mendukung dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini, kepada:

1. Ir. H. Rachmat Mudiyo, MT., Ph.D selaku Dekan Fakultas Teknik, Unissula;
2. Dr. Hj. Mila Karmilah ST, MT selaku Ketua Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Unissula;
3. Dr. Hj. Mila Karmilah ST, MT dan Ardiana Yuli Puspitasari., ST, MT, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran selama bimbingan sampai sidang dilaksanakan serta perbaikan laporan ini;
4. Hasti Widyasamratri, S.Si., M.Eng., Ph.D selaku dosen penguji dalam ujian pembahasan dan pendadaran tugas akhir yang telah memberikan saran dalam memperbaiki laporan ini;
5. Seluruh dosen Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Unissula, yang telah memberikan ilmu selama peneliti menempuh perkuliahan;
6. Seluruh staff Badan Administrasi Pengajaran Fakultas Teknik Unissula, yang telah mendukung peneliti dalam urusan perijinan dan lain-lain;
7. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Semarang yang telah mendukung peneliti untuk mendapatkan data kepada penulis;
8. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Semarang yang telah memberikan banyak informasi kepada peneliti;
9. Masyarakat yang menjadi narasumber dalam penelitian ini;

10. Kedua orang tua tercinta, yang senantiasa memberikan doa, semangat dan dukungan;

11. Teman-teman Planologi Angkatan 2016 atas semangat dan dukungannya.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Sehingga, peneliti mengharapkan saran dan kritik yang mendukung. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 01 Juli 2022



Lutfi Alfanado



HALAMAN PERSEMBAHAN

مَثَلُ الْجَلِيسِ الصَّالِحِ وَالْجَلِيسِ السُّوِّءِ كَمَثَلِ صَاحِبِ الْمِسْكِ وَكَبِيرِ الْحَدَّادِ ، لَا يَغْدُمُكَ مِنْ صَاحِبِ الْمِسْكِ إِمًّا تَشْتَرِيهِ أَوْ تَجِدُ رِيحَهُ ، وَكَبِيرُ الْحَدَّادِ يُحْرِقُ بَدَنَكَ أَوْ ثَوْبَكَ أَوْ تَجِدُ مِنْهُ رِيحًا خَبِيثَةً

Artinya:

“Seseorang yang duduk (berteman) dengan orang shalih dan orang yang jelek bagaikan berteman dengan pemilik minyak wangi dan pandai besi. Pemilik minyak wangi tidak akan merugikanmu; engkau bisa membeli (minyak wangi) darinya atau minimal engkau mendapat baunya. Adapun berteman dengan pandai besi, jika engkau tidak mendapati badan atau pakaianmu hangus terbakar, minimal engkau mendapat baunya yang tidak enak.” (HR. Bukhari, no. 2101)

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya.

Penelitian ini saya persembahkan untuk:

Diri saya sendiri atas usahanya menyelesaikan tanggung jawab melalui Tugas Akhir ini meski butuh waktu yang lama.

Kedua orang tua saya,

Atas kepercayaannya dan keikhlasannya memberikan kesempatan Pendidikan.

Keluarga besar

Yang mengatakan kuliah itu tidak penting

Kunto Agung Kresnadi

Teman pertama pada saat masuk kuliah.

Orang yang berjasa dalam perjalanan hidup semasa kuliah dari tahun 2016.

Petir Reborn

Kunto, Konian, Galang, Bayu, Bagas, Agum, Icu, Ajik, Awang, Ulfi, Agus.

Kumpulan mahasiswa tidak jelas tapi solid dalam suka, suka dan suka.

SattiereCoffee

Fian, Ziyan, Ajum, Wahyu, Burhan, Ferika

Teman diskusi, Temen Bisnis, teman bermain kadang juga ngeluh tentang Hal-hal diluar perkuliahan. aku sudah lulus ni, ayok kita bikin sesuatu lagi.

Sunmolor

Burhan, Darmuji, Nizar, Koko, Mamad, Wahyu, Edo.

Perkumpulan duda duda hari minggu.saya sudah lulus.

Kalian gak bisa ngece mahasiswa lagi.

Roni, Afiq, Saripeh

Teman yang menghambat kelulusan saya karena sering melibatkan saya dalam project bercuan tapi pada akhirnya membantu dan mensupport saya untuk menyelesaikan tugas akhir. Terimakasih kalian bertanggung jawab.

Lia & Lana

Atltet Ghibah Ganda Putri. Yang dengan semangat memberikan info gossip-gossip underground planologi. Sehingga saya terbiasa melakukan studi kualitatif dengan metode forum grup discussion.

Teknik 2016

Terimakasih teman-teman yang dulu turut bergaul dan memberi kesempatan saya untuk lebih berinteraksi dan berelasi lebih dari circle kecil saya.

PLANOLOGI 2016

Tidak semua orang disini menyenangkan tapi terimakasih kebersamaanya. Tanpa kalian tidak ada namanya tugas kelompok.

Senior Teknik

Terimakasih saya ucapkan untuk para pendahulu yang semasa itu sempat berjumpa. Terimakasih untuk arahan, cerita dan pengalamannya.

Bu Mila & Bu Ardiana

Dua dosen panutan saya dan juga pembimbing TA saya. Pengajar bukan penghajar. Pengarah bukan pamarah. Dua sosok yang saya pelajari sisi positifnya. Bu Mila dengan sikap easy going tapi professional dan Bu Ardiana dengan pembawaan tegas, elegant dalam berintonasi dan berkomunikasi yang kadang coba saya tiru juga and this works. Tolong percaya, ini tulus bukan peres. Terimakasih

Kekasih

Pesan ini telah dihapus oleh penulis...

Anonymus

Orang-orang baik yang tidak saya kenal. Tidak saya sebutkan namanya tapi Senantiasa memberikan kesempatan dan kepercayaan untuk berbagi Pengetahuan, pekerjaan dan pengalaman yang bermanfaat untuk proses dan perkembangan saya. Aamiin untuk semua doa baik bagi kalian semua orang-orang baik.

Persembahan ini hanya sebagian kecil dari pesan terimakasih yang ingin saya sampaikan. Lebih dari itu doa baik akan saya sertakan untuk semua orang yang tidak bisa saya ingat untuk disebutkan. Tuhan selalu mengetahui dan pasti akan memberkahi, InsyaAllah.

...

**PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Lutfa Alfanado
NIM	: 31201600846
Program Studi	: Perencanaan Wilayah dan Kota
Fakultas	: Teknik
Alamat Asal	: Jl. Tirtoyoso Kel. Karanganyar RT 07 RW 01 Kec. Tugu Kota Semarang

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir dengan judul:

“Kajian Atraksi Wisata Dalam Perspektif Identitas Kawasan Kota Lama
Semarang Sebagai Kawasan *Heritage*”

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila di kemudian hari terdapat pelanggaran Hak Cipta/ Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 1 Juli 2022
Yang menyatakan,



Lutfu Alfanado

ABSTRAK

Atraksi wisata merupakan sebuah produk wisata yang dapat menjadi salah satu tolak ukur kualitas dan value sebuah kawasan wisata. Kawasan Kota Lama Semarang sebagai kawasan wisata *heritage* yang dibentuk dan direncanakan melalui proses revitalisasi dan penataan lingkungan masih menyisakan permasalahan didalam manajemen dan pengembangan kawasan wisata sebagai obyek wisata *heritage*. Fenomena peningkatan kunjungan wisata beriringan dengan peningkatan pelaku atraksi wisata yang masuk dan mencoba untuk menciptakan produk daya tarik tambahan bagi wisatawan untuk kepentingan ekonomi. Pelaku atraksi wisata independent yang tidak dipayungi regulasi dan terkurasi menciptakan soal pada aspek identitas kawasan dan value sebuah kawasan wisata. Identitas kawasan wisata menjadi penting pada saat sebuah perencanaan sudah ditetapkan bahwa yang menjadi nilai jual pada Kawasan Wisata Kota Lama Semarang adalah sebuah history dan value *heritage*. Penelitian ini menggunakan metode deduktif kualitatif rasionalistik untuk mengkaji penelitian ini dengan melihat aspek karakteristik, kualitas dan prinsip-prinsip atraksi wisata *heritage* yang ada dilokasi penelitian. Temuan studi dari hasil analisis menunjukkan bahwa atraksi wisata di Kawasan Kota Lama Semarang belum termanage dengan baik. Penerapan prinsip-prinsip atraksi wisata *heritage* juga belum sepenuhnya diterapkan sehingga kualitas atraksi wisata di Kawasan Kota Lama Semarang belum cukup untuk didefinisikan sebagai atraksi wisata yang merepresentasikan citra dan identitas kawasan wisata sebagai obyek wisata *heritage*.

Kata Kunci: Atraksi Wisata, Identitas Kawasan, Wisata *Heritage*

ABSTRACT

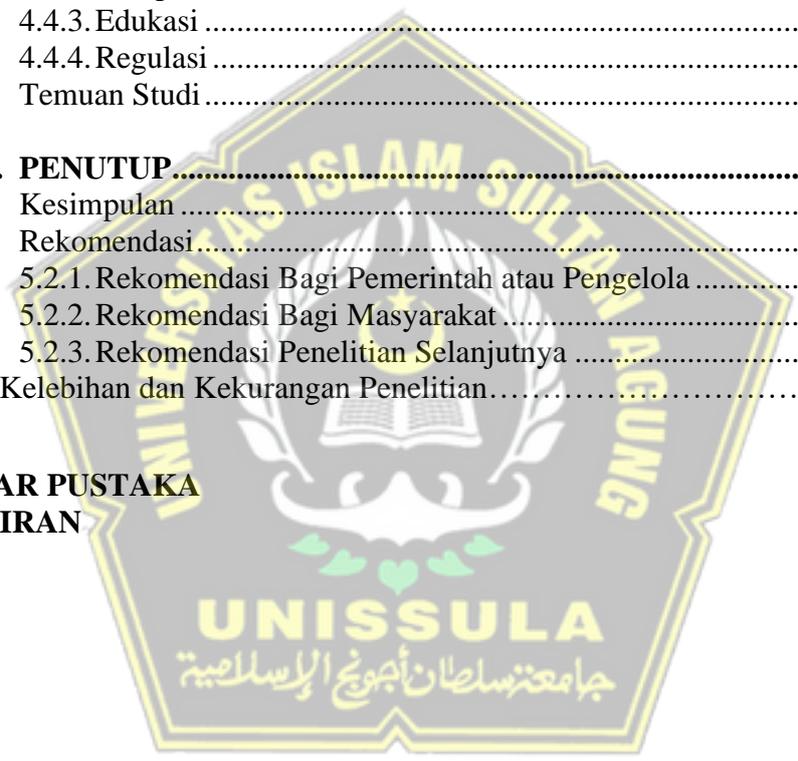
Tourist attraction is a tourist product that can be one of the benchmarks for the quality and value of a tourist area. The Old City area of Semarang as a heritage tourism area that was formed and planned through a process of revitalization and environmental arrangement still leaves problems in the management and development of tourist areas as heritage tourism objects. The phenomenon of increasing tourist visits goes hand in hand with an increase in tourist attraction actors who enter and try to create additional attractive products for tourists for economic purposes. Actors of independent tourist attractions that are not covered by regulations and are curated create problems in aspects of regional identity and the value of a tourist area. The identity of the tourist area becomes important when a plan has been determined that the selling point of the Semarang Old Town Tourism Area is a history and heritage value. This study uses a rationalistic qualitative deductive method to examine this research by looking at the characteristics, quality and principles of heritage tourism attractions in the research location. The study findings from the analysis show that tourist attractions in the Old City area of Semarang have not been managed properly. The application of the principles of heritage tourism attractions has also not been fully implemented so that the quality of tourist attractions in the Old City of Semarang is not sufficient to be defined as a tourist attraction that represents the image and identity of a tourist area as a heritage tourism object.

Keywords: *Tourist Attractions, Regional Identity, Heritage Tourism*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN	i
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI ...Error! Bookmark not defined.	
HALAMAN PENGESAHANError! Bookmark not defined.	
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAAN PERSETUJUAN	ix
PUBLIKASI KARYA ILMIAH	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Tujuan dan Sasaran	3
1.3.1. Tujuan	3
1.3.2. Sasaran	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5. Ruang Lingkup.....	4
1.5.1. Ruang Lingkup Substansi	4
1.5.2. Ruang Lingkup Wilayah Penelitian.....	4
1.6. Keaslian Penelitian.....	5
1.7. Kerangka Pikir	25
1.8. Tahapan Penelitian	26
1.8.1. Pendekatan dan Metodologi Penelitian	26
1.8.2. Tahapan Penelitian	28
1.9. Sistematika Pembahasan.....	37
BAB 2. KAJIAN TEORI	39
2.1. Atraksi Wisata.....	39
2.1.1. Pengertian Atraksi Wisata	39
2.1.2. Pelaku Wisata	40
2.1.3. Jenis Atraksi Wisata	40
2.1.4. Pengembangan Atraksi Wisata.....	43
2.2. Kawasan <i>Heritage</i>	47
2.2.1. Pengertian Kawasan <i>Heritage</i>	47
2.2.2. Produk Wisata <i>Heritage</i>	48
2.2.3. Prinsip Pengembangan Produk Wisata <i>Heritage</i>	51
2.3. Landasan Teori.....	52
BAB 3. GAMBARAN UMUM	56
3.1. Administrasi Kota Lama Semarang	56

3.2. Pelaku Atraksi Wisata Kota Lama Semarang	56
3.3. Gambaran Atraksi Wisata Kota Lama Semarang	58
BAB 4. ANALISIS KAJIAN ATRAKSI WISATA DALAM PERSPEKTIF KAWASAN KOTA LAMA SEMARANG SEBAGAI KAWASAN <i>HERITAGE</i>	65
4.1. Tema Empiris dan Konsep	65
4.2. Karakteristik Atraksi Wisata	69
4.3. Kualitas Atraksi Wisata	75
4.3.1. Representasi	77
4.3.2. Responsif	83
4.4. Manajemen Atraksi Wisata <i>Heritage</i>	86
4.4.1. Kolaborasi	88
4.4.2. Interpretasi Lokasi	90
4.4.3. Edukasi	93
4.4.4. Regulasi	94
4.5. Temuan Studi	98
BAB 5. PENUTUP	102
5.1. Kesimpulan	102
5.2. Rekomendasi	105
5.2.1. Rekomendasi Bagi Pemerintah atau Pengelola	105
5.2.2. Rekomendasi Bagi Masyarakat	105
5.2.3. Rekomendasi Penelitian Selanjutnya	106
5.3. Kelebihan dan Kekurangan Penelitian	106
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



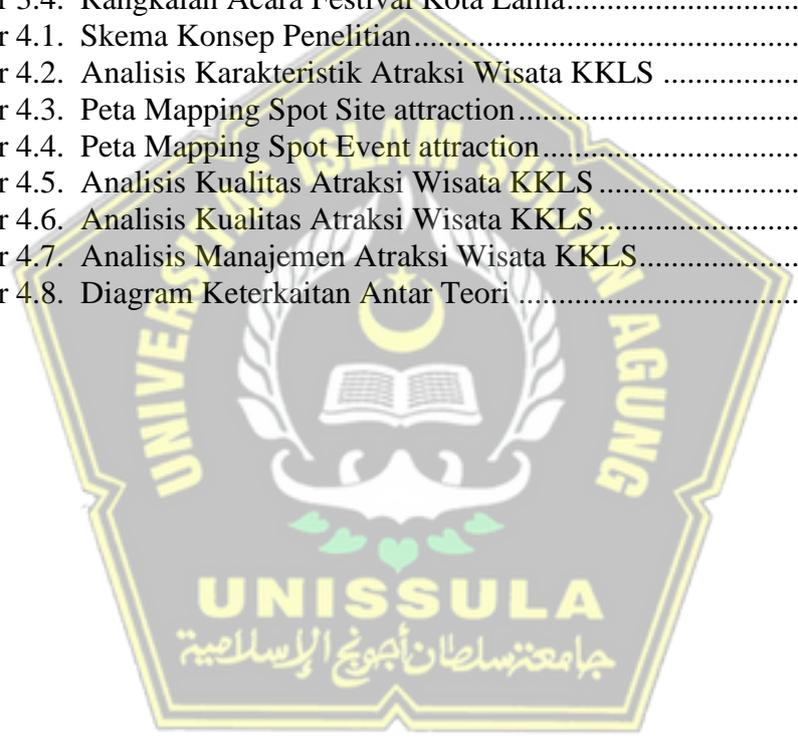
DAFTAR TABEL

Tabel I.1.	Tabel Keaslian Penelitian.....	6
Tabel I.2.	Kisi-Kisi Pertanyaan Wawancara.....	31
Tabel I.3.	Kebutuhan Data	32
Tabel II.1.	Matriks Teori.....	53
Tabel II.2.	Matriks Variabel, Indikator, dan Parameter Penelitian	55
Tabel III.1.	Tabel Atraksi Wisata.....	58
Tabel III.2.	Tabel Event Attraction Festival Kota Lama	63
Tabel IV.1.	Informasi dan Tema Empiris	67
Tabel IV.2.	Temuan Studi.....	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Peta Orientasi Lokasi	5
Gambar 1.2. Keaslian Fokus Penelitian	23
Gambar 1.3. Keaslian Lokus Penelitian	24
Gambar 1.4. Kerangka Pikir.....	25
Gambar 1.5. Tipologi Metode Penelitian	26
Gambar 1.6. Diagram Deduktif Dalam Penelitian Kualitatif.....	27
Gambar 1.7. Diagram Alir Penelitian	28
Gambar 1.8. Tahapan Pengembangan Produk Wisata Budaya.....	50
Gambar 3.1. Peta Batasan Kawasan.....	56
Gambar 3.2. Badan Pengelola Kawasan Kota Lama	57
Gambar 3.3. Gambar Pelaku Usaha Wisata	58
Gambar 3.4. Rangkaian Acara Festival Kota Lama.....	62
Gambar 4.1. Skema Konsep Penelitian.....	68
Gambar 4.2. Analisis Karakteristik Atraksi Wisata KKLS	72
Gambar 4.3. Peta Mapping Spot Site attraction.....	73
Gambar 4.4. Peta Mapping Spot Event attraction.....	74
Gambar 4.5. Analisis Kualitas Atraksi Wisata KKLS	81
Gambar 4.6. Analisis Kualitas Atraksi Wisata KKLS	84
Gambar 4.7. Analisis Manajemen Atraksi Wisata KKLS.....	96
Gambar 4.8. Diagram Keterkaitan Antar Teori	99



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Asistensi
- Lampiran 2. Lembar Koreksi Ujian Pembahasan Tugas Akhir
- Lampiran 3. Lembar Koreksi Ujian Pendadaran Tugas Akhir
- Lampiran 4. Berita Acara Ujian Pembahasan Tugas Akhir
- Lampiran 5. Berita Acara Ujian Pendadaran Tugas Akhir
- Lampiran 6. Rekapitulasi Hasil Wawancara
- Lampiran 7. Hasil Cek Plagiasi (Turnitin)



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Atraksi wisata ialah sesuatu yang dimunculkan sebagai daya tarik seseorang guna melihat atau menghadiri tempat area (A. Yoeti, 1996). Kawasan yang didesain untuk menjadi tempat wisata pasti di dalamnya terdapat sesuatu yang menjadi obyek daya tarik baik yang bersifat alami maupun buatan manusia. Menurut A. Yoeti (1996) jika di suatu tempat terdapat pertunjukan seperti tarian, nyanyian, upacara adat atau kesenian daerah maka pertunjukan tersebut dapat disebut sebagai atraksi. Selain itu secara spesifik atraksi wisata dibedakan menjadi dua yaitu, Yang pertama *Site Attraction*, merupakan obyek daya tarik yang berasal dari tempat tersebut dan sifatnya tidak dapat dipindahkan. Yang kedua *Event Attraction*, merupakan bentuk atraksi yang diciptakan manusia untuk dijadikan daya tarik atau merepresentasikan tempat wisata (Pearce, 1989).

Sebuah produk yang diciptakan sebagai daya tarik wisata harus memperhatikan kualitasnya, tidak hanya pada kualitas penampilan saja tetapi juga *value* yang akan diterima penonton (Meytasari,2018). Argumen mengenai atraksi wisata tersebut secara tidak langsung menegaskan bahwa setiap atraksi wisata yang diciptakan harus memiliki tujuan untuk menjadikan tempat wisata tersebut menjadi tempat wisata yang memiliki ‘karakter’ maupun kegiatan/pertunjukan yang sesuai sekaligus merepresentasikan karakteristik area wisatanya. Hal ini bertujuan untuk menjaga eksistensi dan keunikan dari kawasan wisata tersebut (Waskito,2017).

Kota Lama Semarang yaitu kawasan yang berada disisi utara Kota Semarang. Wilayah Kota Lama Semarang bila dilihat dalam lingkup area, kawasan ini memiliki kelangkaan/ *security*, sehingga Kota Lama Semarang terlihat seperti menjadi area yang utuh serta berdiri sendiri, dengan bangunan-bangunan kuno yang bersejarah. Peranan karakter estetika, kejamakan dan peranan sejarah menjadi kekuatan Kota Lama Semarang hingga dapat terseleksi sebagai kawasan *heritage* (Tisnawati,2018). Keberagaman karakter atau *value* yang ada tersebut tidak hanya menjadi keuntungan bagi Kawasan Kota Lama Semarang sendiri menjadi keuntungan bagi Kota Semarang juga sebagai kota memiliki sebuah warisan kawasan bernilai tinggi.

Kota Lama Semarang memang sudah lekat dengan karakter atau identitasnya sebagai kawasan *heritage*, Meskipun pada beberapa tahun terakhir Kota Lama Semarang sempat mengalami degradasi baik dari segi lingkungan, sosial, dan bangunan cagar budaya (Puspitasari, 2018). Saat ini Kota Lama Semarang sudah tumbuh menjadi tempat wisata berbasis budaya dan sejarah setelah didukung dengan program revitalisasi yang dilakukan sejak tahun 2017 pada sektor infrastruktur dan bangunan cagar budaya, Seiring popularitas Kota Lama Semarang yang mulai dilirik banyak orang dari berbagai kalangan karena potensi yang dimiliki secara eksisting maupun yang sudah tertuang dalam RTBL cukup disayangkan apabila Kota Lama Semarang saat ini belum memiliki manajemen atraksi yang baik (Meytasari, 2018). Sehingga persoalan manajemen atraksi yang tidak diatur dan dibiarkan tumbuh apa adanya akan berdampak kurang baik untuk citra dan karakter Kota Lama Semarang sebagai kawasan *heritage* kedepannya. Berdasarkan uraian paragraf diatas tentang atraksi wisata dengan identitas kawasan *heritage* khususnya di Kota Lama Semarang pada dasarnya hal tersebut adalah dua Perspektif yang berbeda akan tetapi keduanya memiliki keterkaitan dan keterikatan untuk saling mengisi pada saat akan merencanakan atau mengembangkan atraksi wisata tanpa menghilangkan karakter dan identitas asli kawasan wisatanya. Keterkaitan yang sudah dijelaskan diatas serta didasari oleh penelitian sebelumnya menjadi latar belakang penulis guna mengadakan penelitian tentang “Kajian Atraksi Wisata Dalam Perspektif Identitas Kawasan Kota Lama Semarang Sebagai Kawasan *Heritage*”.

1.2. Rumusan Masalah

Fenomena munculnya berbagai macam pertunjukan wisata di Kawasan Kota Lama Semarang pasca revitalisasi seiring antusias kunjungan wisata memberikan warna baru bagi Kawasan Kota Lama Semarang untuk semakin diperhatikan guna menjaga eksistensi karakteristik dan identitas Kota Lama Semarang. Terdapat rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Apa saja atraksi wisata yang tersedia di Area Kota Lama Semarang saat ini?
2. Apakah Wisata Kota Lama Semarang di anggap mempunyai masalah didalam manajemen atraksi wisata?

3. Bagaimana atraksi wisata yang ada di Kawasan Kota Lama dalam perspektif identitas Kawasan Kota Lama Semarang sebagai kawasan *heritage*?

1.3. Tujuan dan Sasaran

1.3.1. Tujuan

Tujuan ialah guna analisis atraksi wisata dalam perspektif identitas Kawasan Kota Lama Semarang sebagai area *heritage*.

1.3.2. Sasaran

Strategi guna mendapatkan target dalam pengkajian:

1. Mengetahui karakteristik atraksi area di Kawasan Kota Lama Semarang.
2. Mengetahui kualitas atraksi wisata *heritage* di Kawasan Kota Lama Semarang.
3. Mengetahui prinsip pengembangan atraksi wisata di kawasan *heritage*.
4. Menganalisis atraksi wisata dalam perspektif identitas Kawasan Kota Lama Semarang sebagai kawasan *heritage*.

1.4. Manfaat Penelitian

Berlandaskan tujuan dari pengkajian ini, maka dalam diharapkan memegang beberapa manfaat secara langsung dan tidak langsung. Manfaat dari pengkajian ini ialah:

1. Menyampaikan sumbangan pemikiran sebagai bentuk perhatian terhadap keberlangsungan pengembangan Kawasan Kota Lama Semarang.
2. Menjadikan sebagai referensi ilmiah guna perencanaan dan pengembangan pertunjukan area di Kota Lama Semarang.
3. Menjadi pembanding sudut pandang secara ilmiah tentang tempat wisata modern dengan tempat wisata *heritage*.
4. Bermanfaat sebagai acuan penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan atraksi wisata dan identitas Kawasan Kota Lama Semarang.

Penelitian ini secara praktis juga berguna:

1. Diri sendiri, bermanfaat untuk memajukan pengetahuan perihal Area Kota Lama Semarang dan pengembangan atraksi wisata yang berkualitas.

2. Masyarakat, bermanfaat untuk bahan referensi dan literasi tentang pengembangan Area Kota Lama Semarang.
3. Pemerintah, bermanfaat referensi dalam membuat strategi tentang pengelolaan dan pengembangan Area Kota Lama Semarang.

1.5. Ruang Lingkup

1.5.1. Ruang Lingkup Substansi

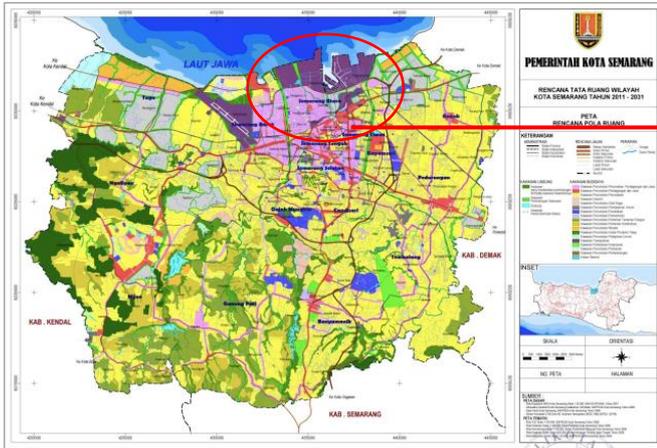
Keterbatasan substansi diperlukan untuk membatasi sejauh mana luasan percakapan dalam pengkajian ini, mengenai batasan-batasan bahasa dalam pengkajian ini yaitu:

1. Mengetahui karakteristik atraksi wisata di Area Kota Lama Semarang.
2. Mengetahui Komponen identitas Area Kota Lama Semarang.
3. Menganalisis atraksi wisata dalam merepresentasikan identitas Kawasan Kota Lama Semarang.

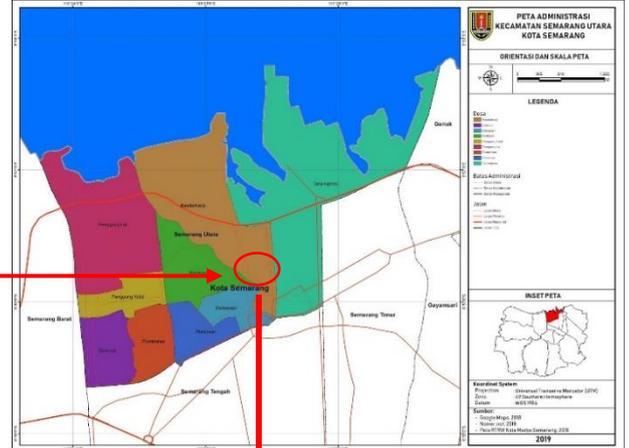
1.5.2. Ruang Lingkup Wilayah Penelitian

Luas area dimanfaatkan melalui pengkajian ialah Kota Lama Semarang. Berikut adalah Batasan wilayah penelitian:

Sebelah Barat	: Kali Semarang
Sebelah Utara	: Jln. Merak
Sebelah Timur	: Jln. Ronggowarsito
Sebelah Selatan	: Jln. Sendowo



Peta Kota Semarang



Peta Kec. Semarang Utara



Gambar Kota Lama Semarang



Peta Kawasan Kota Lama Semarang

Gambar 1.1.
Peta Orientasi Lokasi

1.6. Keaslian Penelitian

Dalam keaslian penelitian diketahui dapat digunakan sebagai pokok sumber informasi dan digunakan sebagai modifikasi serta perbedaan dengan penelitian-penelitian yang terdahulu. Penelitian yang terlebih dahulu atau keaslian dari penelitian tersebut bersumber pada artikel, jurnal, skripsi, hingga karya tulis ilmiah. Pemecahan keaslian dari penelitian ini dibagi menjadi 2 sesuai dengan focus penelitian serta sesuai dengan lokasi penelitian. Otentitas penelitian ditinjau dari sudut pandang titik pokok pembahasan yang berarti dari penelitian yang terlebih dahulu terdapat beberapa pokok pembahasan yang sama. Sedangkan ditinjau dari aspek lokasi ialah berlokasi di Area Kota Lama Semarang. Berikut tabel dari kebenaran penelitian berdasarkan kesesuaian lokasi yang dicermat serta fokus penelitian.

Tabel I.1. Tabel Keaslian Penelitian

No	Nama	Judul Penelitian	Lokasi, Tahun	Tujuan	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
Lokus						
1.	Suyatmin Waskito Adi dan Edy Purwo Saputro, 2017, Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis “Perkembangan Konsep dan Riset E-Business di Indonesia, UMS.	Potensi Atraksi Wisata Sejarah Budaya	Semarang, 2017	Penelitian ini memiliki tujuan untuk menemukan potensi pariwisata berbasis sejarah serta budaya mengacu pada sosial ekonomi maupun bisnis.	Kualitatif Deskriptif	<p>Penelitian ini menghasilkan sebuah temuan cara mengembangkan potensi daya tarik area berbasis sejarah serta budaya dapat berkembang menjadi background pariwisata antara lain :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengkombinasikan atau menyesuaikan dengan modernisasi • Memadukan dengan potensi kearifan lokal • Mempromosikan daerah obyek wisata.
2.	Hilva Asmania, 2014, <i>Journal of Public Policy and Management Review</i> , Vol. 3 No. 1, Undip.	Strategi Penataan Kawasan Kota Lama Semarang	Semarang, 2014	Dapat mengetahui hal-hal yang dijadikan sebagai penghambat, pendukung, bahaya, dan sasaran dalam memperbaharui Kawasan Kota Lama Semarang selain itu juga penelitian ini memiliki tujuan untuk merumuskan strategi penataan Kawasan Kota Lama Semarang.	Kualitatif Deskriptif	<p>Hasil dari pengkajian ini ialah dengan mengenali kekuatan, kekurangan, sasaran, serta bahaya mengingat iklim dalam dan luar direncanakan dengan menggunakan pemeriksaan “SWOT” serta dicoba dengan tes lakmus, Pengaturan Strategis Kota Lama Semarang diperoleh sebagai berikut: Pembangunan karakter dan peningkatan kualitas Manusia Sumber Daya (SDM), Meningkatkan segi kualitas SDM dengan pengembangan karakteristik yang kuat dalam nilai-nilai sosial budaya, Meningkatkan layanan optimal objek melalui kerja sama berbagai sektor bisnis dan masyarakat yang terlibat dalam revitalisasi Kota Tua, Setiap pemangku kepentingan meningkatkan peran masing-masing, Penanganan dan banjir pasang surut, Membagikan insentif serta fasilitas investasi, Pengembangan kerja sama melalui bermacam-macam bagian bisnis dalam pembangunan, Alat pelengkap yang</p>

No	Nama	Judul Penelitian	Lokasi, Tahun	Tujuan	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
						ditingkatkan masih kurang, serta meningkatkan partisipasi masyarakat dan bisnis lokal.
3.	Agastya Grahadwiswara <i>Journal of Public Policy and Management Review</i> , Vol. 3 No. 4, Undip.	Pengelola Kawasan Kota Lama Semarang Sebagai Salah Satu Kawasan Wisata di Kota Semarang	Semarang, 2014	Untuk mendapatkan perihal gambaran tata kelola digunakan dalam penanganan Kawasan Kota Lama Semarang serta melakukan analisis sebagai salah satu kawasan industri perjalanan wisata di kota Semarang. Terlebih lagi, pemeriksaan ini juga diharapkan untuk mendapati penyebab yang menghambat dalam pelaksanaan penyelenggaraan Kawasan Kota Lama sebagai salah satu kawasan Pariwisata di Kota Semarang.	Kualitatif Deskriptif	Berdasarkan hasil dalam penelitian ini melalui kegiatan pengamatan dilapangan serta melakukan wawancara, Pengelolaan Kawasan Kota Lama Semarang cenderung dalam kondisi kurang dioptimalkan yang harus terlihat dalam kemampuan administrasi pengelola Kota Pusaka. Namun di dalam penelitian ini juga menghasilkan sebuah rekomendasi untuk melakukan peningkatan dalam mengelola Kawasan Kota Lama Semarang yang seharusnya mulai pada tanggungjawab kuat serta sikap profesional tinggi guna dalam pelaksanaannya dapat berjalan semaksimal mungkin sehingga dapat dimanfaatkan dengan baik sebagai salah satu kawasan industri perjalanan. Kerjasama daerah dalam penatausahaan dan pelaksanaan Kawasan Kota Lama Semarang sangat mendasar sebagai upaya mempertahankan kelestarian kawasan Kota Lama Semarang dan membangun Kawasan Kota Lama Semarang.
4.	Ardiana Yuli Puspitasari, 2018, Jurnal Planologi, Vol.15 No.1, Unissula.	Isu Pengelolaan Kota Lama Semarang sebagai Nominator Situs Warisan Dunia	Semarang, 2018	Penelitian ini digunakan sebagai cara untuk menemukan titik permasalahan dalam pemerintahan Kota Lama Semarang sehingga dapat segera diperbaiki dan ditangani.	Kualitatif	Dalam penelitian ini ditemukan hasil berupa Sebagian permasalahan yang terjadi di kawasan Kota Lama Semarang yang berbeda dan kompleks, yaitu : <ol style="list-style-type: none"> 1) Permasalahan lingkungan ialah Volume kegiatan lalu lintas yang mengakibatkan terjadinya polusi udara, rawan terkena bencana alam seperti banjir serta genangan air, Insfrastruktur dan ruang terbuka hijau serta fasilitas masih dalam kategori kurang, Penataan ruang “Ngetem” angkutan umum belu tertata secara maksimal.. 2) Permasalahan Bangunan,yaitu adanya pemanfaatan serta penggunaan bangunan yang

No	Nama	Judul Penelitian	Lokasi, Tahun	Tujuan	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
						<p>belum sesuai dengan kaidah pelestarian, terdapat bangunan yang masih kosong belum digunakan, bangunan kurang terawat, serta bangunan yang dibiarkan oleh pengguna atau pemilik.</p> <p>3) Permasalahan Sosial, ialah adanya tuna wisma/gelandangan yang masih menggunakan bangunan-bangunan terabaikan sebagai tempat mereka, kriminalitas serta pedagang kaki lima yang berlebihan.</p> <p>4) Permasalahan Tata Kelola, yaitu masih kurangnya kejelasan kewenangan serta tupoksi dari pengelolaan Kawasan Kota Lama Semarang, peraturan kebijakan RTBL Kota Lama Semarang cenderung kurang implemantif, dan koordinasi antar stakeholder cenderung masih kurang.</p>
5.	Natalia Citra Bintang Timur, 2019, <i>Journal of Politic and Government Studies</i> , Vol.9 No.1, Undip.	Peremajaan Kawasan Kota Lama sebagai Upaya City Branding di Kota Semarang	Semarang, 2019	Pengkajian ini guna sebagai penjelasan perihal dengan jalan apa serta usaha dari pemerintah kota Semarang menjadikan Kota Lama sebagai City Branding.	Kualitatif	<p>Penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan yang dapat dikaji lebih lanju antara lain:</p> <p>1) Proses dari Pembaharuan Kota Lama telah mampu membentuk Kota Lama sebagai ikon dari Kota Semarang.</p> <p>2) Peran utama dari sebuah kawasan sosial lokal yang dengan tegas menjunjung tinggi Kota Lama sebagai tujuan posisi wisatawan yang signifikan.</p> <p>3) City Branding telah berhasil dilakukan oleh pemerintah, yaitu menempatkan Kota Lama sebagai ikon baru dari Kota Semarang. Peneliti telah merekomendasikan kepada Badan Pengelola yang mengelola Kota Lama agar membantu pemilik bangunan untuk memperbaiki struktur lama agar tidak membahayakan tamu dan dapat berguna lagi. Se jauh pembiayaan, Anda dapat bekerja sama dengan pendukung</p>

No	Nama	Judul Penelitian	Lokasi, Tahun	Tujuan	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
						keuangan rahasia yang tertarik untuk menciptakan budaya lingkungan. Selain itu, otoritas publik juga perlu turun tangan untuk membantu lingkungan sosial setempat sehingga dapat menciptakan dan menegakkan keberadaan Kota Lama Semarang sebagai Ikon Kota Semarang.
6.	Galang Adit Hutsa D, 2017, Skripsi, Undip.	Konsentrasi Pelaksanaan Program Revitalisasi Kawasan Kota Lama Sebagai Kawasan Wisata di Kota Semarang.	Semarang, 2017	Tujuan dari Penelitian ini ialah digunakan sebagai analisis bagaimana pengimplementasian program peremajaan Kawasan Kota Lama sebagai kawasan Wisata di Kota Semarang serta memahami maupun mengetahui factor pendorongnya beserta hambatannya.	Kualitatif	Pernyataan penelitian ini memperoleh hasil bahwa : <ol style="list-style-type: none"> 1) Keberhasilan dari pengimplementasian Strategi Program Revitalisasi Kawasan Kota Lama dapat dipesan dengan baik, namun masih dalam siklus perbaikan sehingga belum ideal untuk masuk ke kawasan Kota Lama sebagai tujuan wisatawan 2020. 2) Terdapat beberapa hambatan ketika melakukan tahapan Revitalisasi sebab dalam pengimplementasian kebijakan masih terdapat beberapa variable yang mampu memberikan dampak bagi kinerja implementasi kebijakan.
7.	Fabiola Chrisma Kirana Analisa, 2018, Jurnal Arsitektur, Vol. 12 No. 2, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.	Pengaruh Revitalisasi Terhadap Kegiatan Vandalisme di Kawasan Kota Lama Semarang	Semarang, 2018	Tujuan dari Pengkajian ini ialah sebagai penguraian pokok pemikiran perihal potensi peremajaan peningkatan industri perjalanan wisata dan pengaruhnya terhadap latihan deface yang terjadi di Kawasan Kota Lama Semarang	Metode Pemetaan Kejadian	Hasil dari penelitian ini adalah : <ol style="list-style-type: none"> 1) Dalam pemetaan perhubungan antara aktivitas vandalisme dengan revitalisasi kawasan. 2) Melakukan arahan yang digunakan untuk meningkatkan kesan positif terhadap kawasan secara maksimal.

No	Nama	Judul Penelitian	Lokasi, Tahun	Tujuan	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
8.	Bagus Raditya, 2017, Jurnal Wisata, Vol. 18 No. 2, UNS.	Pemindahan Fungsi Bangunan Lama untuk Mendukung Wisata Sejarah (Studi Kasus: Kota Lama Semarang)	Semarang, 2017	Tujuan dari penelitian ini ialah sebagai bentuk pengetahuan perihal kondisi Kota Lama Semarang guna pengembangan pariwisata melalui pemanfaatan bangunan tua sebagai salah satu destinasi wisata.	Kualitatif	Hasil dari pemelitian ini adalah terkumpulnya hasil pendataan didalam observasi terkait bangunan tua Kota Lama Semarang yang di alih fungsikan menjadi lebih bagus. Upaya mendukung pariwisata sejarah yang diimbangi dengan kebutuhan masyarakat dapat dilihat dari fungsi bangunan yang banyak digunakan sebagai tempat komersil.
9.	Cinthyaningtyas Meytasari, 2018, Jurnal Ilmiah Arsitektur dan Lingkungan Binaan, Vol. 16 No. 1, UTY.	Pemajuan Elemen Produk Wisata di Kota Lama Semarang dengan Pendekatan Urban <i>Heritage</i> yang Menarik	Semarang, 2018	Penelitian ini memiliki tujuan sebagai proses identifikasi upaya untuk mewujudkan kawasan Kota Lama Semarang sebagai Pusat Studi Kota Cekungan, khususnya dengan mengakui industri perjalanan yang edukatif, dengan berfokus pada peningkatan barang-barang kota warisan yang menarik, yang dijunjung tinggi dan mengingat komponen industri perjalanan, seperti kawasan rahasia, otoritas pemerintah, atau lingkungan setempat. Oleh karena itu, Kota Lama Semarang dapat berperan dalam industri perjalanan provinsi, bahkan masyarakat umum, dengan memenuhi kebutuhan akan kebutuhan industri perjalanan wisata, kunjungan pengurus/pengawal lokal, dan	Kualitatif	Penelitian ini menghasilkan temuan aspek pengembangan KKLS melalui pendekatan Urban Attractive yaitu : 1) Aspek Produk Wisata, aspek ini terdiri atas beberapa factor kelangkaan, peranan sejarah, estetika, memperkuat kawasan, kejamakan, dan di dukung serta diperkuat oleh keadaan lingkungan yang dapat mendukung kegiatan berpariwisata. 2) Aspek elemen-elemen penggerak dari pariwisata, dalam aspek tersebut terdiri dari cakupan Ekspetasi Tour Guide dengan masyarakat serta factor penyebab utaa Stagnasi Kota Lama Semarang.

No	Nama	Judul Penelitian	Lokasi, Tahun	Tujuan	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
				daerah setempat, menuju Kota Lama Semarang.		
10.	Eka Viridianti, 2017, Jurnal Rekayasa Hijau, Vol. 1 No. 1, Itenas Bandung.	Citra Visual Koridor Kota Lama Semarang Dilihat dari Potensi Wisata Edukasi Arsitektur Pusaka	Semarang, 2017	Tujuan utama dari penelitian ini ialah sebagai acuan analisis rancangan dari lintas jalan Letjen Suprpto di kawasan Kota Lama Semarang tentang potensi sekolah desain warisan industri perjalanan.	Kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah dengan memandang segi potensi pada industri perjalanan wisata di Kota Lama Semarang dengan memanfaatkan ungkapan “world objektif”. Aula Jl. Letjen Soeprpto direncanakan sebagai zona 1 budaya sebagai isu penting data di kawasan Kota Tua. Di lintasan Jl. Letnan Jenderal Soeprpto ada 39 struktur dan 30 adalah gaya warisan, 5 struktur kebutuhan tinggi. Ini telah menjadi salah satu kemungkinan industri perjalanan dalam kunjungan sekolah desain warisan, terutama di bagian hubungan visual, ide kontras, gaya perhiasan yang dapat menjadi industri perjalanan dan mata air pelatihan teknik warisan.
11.	Ardiana Yuli Puspitasari, 2020, Jurnal Planologi, Vol.17 No.1, Unissula.	Konsep Pemanfaatan Ruang Terbuka di Kawasan Kota Lama Semarang	Semarang, 2020	Tujuan dalam penelitian ini ialah teridentifikasi dengan adanya potensi serta kegunaan dari ruang terbuka yang terletak di kawasan Kota Tua yang digunakan sebagai rancangan ketersediaan ruang terbuka dalam kawasan, hal tersebut dimaksudkan untuk pengembangan potensi wisata.	Kualitatif	Penelitian ini memiliki hasil kawasan yang terbuka pada kota lama dengan 18% dari luasan kota lama dengan sebagian besar kawasan digunakan sebagai jalur untuk jalan 34%. Kawasan terbuka di kota lama asih terdapat beberapa hal yang dapat dikembangkan serta dapat digunakan sebagai wadah untuk aktivitas para pengunjung.
pada Fokus						
1.	Gita Alfa Arsyadha	Investigasi Prospek dan Arah Pengembangan Daya Tarik Wisata Kepulauan Karimunjawa	Jepeara, 2002	Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji atraksi wisata dalam perspektif karimunjawa sebagai kawasan konservasi sehingga nanti dapat menemukan prospek dan arahan dalam pengembangan.	Kualitatif	Penelitian ini menghasilkan kesimpulan yaitu : Prospek pengembangan atraksi wisata serta pengarahan dalam pengembangan atraksi wisata dari segi perspektif konservasi.

No	Nama	Judul Penelitian	Lokasi, Tahun	Tujuan	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
		Dalam Perspektif Konservasi				
2.	Made Arya Astina, 2018, Vol. 8 No. 2, STPBI.	Kajian Produk Wisata Bahari Pantai Tanjung Benoa	Bali, 2018	Kajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kualitas atraksi wisata di panta Tanjung Benoa Bali.	Kuantitatif	Kajian ini memberikan hasil data kualitas atraksi wisata yang ada di kawasan pantai tanjong benoa dan diberikannya arahan pengembangan wisata untuk kedepannya.
3.	Moh Adrian, 2017, Jurnal PWK, Vol. 13, No 4, Undip.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perubahan Identitas Kota di Kawasan Kota Lama Muara Tebo Kabupaten Tebo Provinsi Jambi Identitas Kota Di Kawasan Kota Tua Muara Tebo Kabupaten Tebo Provinsi Jambi	Jambi, 2017	Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji transformasi dari identitas Kota di Kawasan Kota Tua Muara. Peneliti melihat identitas kota tersebut sudah berubah berdasarkan identitas yang dikenal di jaman dulu.	Kuantitatif	Penelitian ini menemukan positioning kawasan terhadap kawasan lainnya. Selain itu didalam pengkajian ini juga menemukan adanya factor berpengaruh dalam perubahan identitas di Kawasan Kota Tua Muara.
4.	Jenny Ernawati, 2011, Jurnal PWK , Vol 3, No 2, Universitas Brawijaya	Faktor-Faktor Pembentuk Identitas Suatu Tempat	Malang, 2011	Penelitian ini memiliki tujua sebagaiidentifikasi penggalian dimensi dengan didasari evaluasi dari masyarakat yang difokuskan pada suatu tempat .	Kuantitatif	Dala penelitian ini didapati hasil bahwa adapun dimensi yang dijadikan dasar dari evaluasi masyarakat terhadap suatu tepat yaitu Faktor Koiteen, Faktor hubungan personal serta Faktor lingkungan fisik.
5.	Michae Christian, 2016, Jurnal Hospitality, Vol 2, No 2, UBM.	Pengaruh Place Identity, Place Branding Terhadap Place Image Melalui Jakarta International	Jakarta, 2016	Dalam penelitian ini memiliki tujuan sebagai landasan pengetahuan perihal adanya pengaruh identitas tempat, pelabelan tempat dengan citra tempat dalam event INACRAFT 2016.	Kuantitatif	Pengkajian ini menghasilkan kesimpulan, yaitu : 1) Dalam Citra suatu Tempat Citra Tempat disebabkan oleh factor identitas tempat dalam kegiatan event INACRAFT ke-18 yang dilaksanakan di Jakarta.

No	Nama	Judul Penelitian	Lokasi, Tahun	Tujuan	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
		Handicraft Trade Fair ke-18 2016				<p>2) Citra dari suatu tempat dipengaruhi dengan pelabelan suatu tempat dalam kegiatan event INACRAFT ke-18 yang dilaksanakan di Jakarta.</p> <p>3) Citra suatu Tempat dipengaruhi dengan identitas suatu tempat serta pelabelan tempat dengan bersama melalui kegiatan event INACRAFT di Jakarta.</p>
6.	I Gusti Bagus Rai Utama, 2016, Jurnal Kajian Bali, Vol 6, No 1, Univ. Dyana Pura Bali.	Keunikan Sosial dan Keindahan Alam Sebagai Citra Destinasi Bali yang Ditunjukkan oleh Wisatawan Senior Australia	Bali, 2016	Penelitian ini ditujukan sebagai tindakan konfirmasi keberadaan dari suatu budaya serta alam guna penentu dari citra destinasi wisata tersebut.	Kuantitatif	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai acuan dari pihak internal berdampak terhadap citra dari destinasi, identitas dari suatu destinasi juga memiliki pengaruh dalam citra destinasi, serta kreasi dala destinasi memiliki pengaruh dalam suatu citra dari destinasi tersebut.
7.	Alfin Rozaan, 2016, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 61, No 4, Univ. Brawijaya.	Analisis Pengembangan Produk Wisata <i>Heritage</i> Trail Untuk Meningkatkan Citra Destinasi	Surabaya, 2018	Tujuan yang ditarik dalam penelitian ini ialah sebagai sumber identifikasi dari strategi dalam peningkatan Surabaya <i>Heritage</i> Track dan bagaimana Surabaya <i>Heritage</i> Track bias mengembangkan citra destinasi Kota Surabaya dari persepsi wisatawan.	Mix Methode	Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwasannya cara yang dikenakan untuk pengembangan Surabaya <i>Heritage</i> Track sesuai dengan acuan pengembangan wisata <i>heritage</i> serta program Surabaya <i>Heritage</i> Track dapat menjadimotivasi dala persepsi dari wisatawan terkait dengan suatu citra destinasi di Kota Surabaya.
8.	Titing Kartika, 2017, Jurnal Manajemen Resort dan Leisure, Vol 14, No 2, Stiepar Yapari.	Pengembangan Wisata <i>Heritage</i> Sebagai Daya Tarik Kota Cimahi	Cimahi, 2017	Dalam penelitian ini terdapat tujuan berupa adanya potensi dari wisata <i>heritage</i> sehingga dapat dijadikan sebagai salah satu potensi dari wisata yaitu sebagai daya tarik wisata di Kota Cimahi.	Kualitatif	Hasil yang didapati dalam penelitian ini difokuskan pada analisis dari aksebilitas, atraksi, serta amenitas dan kelembagaan menggunakan teori inovasi. Dalam sudut pandang atraksi meliputi soething to see, do dan buy dalam tempat wisata tersebut asih kurang, namun ada perencanaan penambahan atraksi tersebut. Dalam aspek aksesibilitas yangdigunakan sebagai wisata <i>heritage</i> dikategorikan layak dan cukup dikarenakan untuk

No	Nama	Judul Penelitian	Lokasi, Tahun	Tujuan	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
						mencapai lokasi dapat menggunakan banyak transportasi. Ditinjau dari aspek amenities termasuk cukup, dikarenakan akses untuk ke restaurant serta penginapan tidak terlalu jauh dari kawasan <i>heritage</i> di Kota Cimahi.
No	Nama	Judul Penelitian	Lokasi, Tahun	Tujuan	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
Lokus						
1.	Suyatmin Waskito Adi dan Edy Purwo Saputro, 2017, Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis "Perkembangan Konsep dan Riset E-Business di Indonesia, UMS.	Potensi Daya Tarik Wisata Sejarah Budaya	Semarang, 2017	Penelitian ini memiliki tujuan untuk menemukan potensi pariwisata berbasis sejarah dan budaya yang mengacu pada sosial ekonomi dan bisnis.	Kualitatif Deskriptif	Penelitian ini menghasilkan sebuah temuan cara mengembangkan potensi daya tarik wisata berbasis sejarah dan budaya yang dapat di kembangkan menjadi background pariwisata antara lain : <ul style="list-style-type: none"> • Mengkombinasikan atau menyesuaikan dengan modernisasi • Memadukan dengan potensi kearifan lokal • Mempromosikan daerah obyek wisata.
2.	Hilva Asmania, 2014, <i>Journal of Public Policy and Management Review</i> , Vol. 3 No. 1, Undip.	Strategi Penataan Kawasan Kota Lama Semarang	Semarang, 2014	Dapat mengetahui hal-hal yang dijadikan sebagai penghambat, pendorong, ancaman, dan peluang di dalam merevitalisasi di Kawasan Kota Lama Semarang selain itu juga penelitian ini memiliki tujuan untuk merumuskan strategi penataan Kawasan Kota Lama Semarang.	Kualitatif Deskriptif	Hasil dari penelitian ini adalah dengan mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman berdasarkan lingkungan internal dan eksternal yang dirumuskan menggunakan analisis SWOT dan diuji dengan tes lakmus, Pengaturan Strategis Kota Lama Semarang diperoleh sebagai berikut: Pembangunan karakter dan peningkatan kualitas Manusia Sumber Daya (SDM), Meningkatkan segi kualitas SDM dengan pengembangan karakteristik yang kuat dalam nilai-nilai sosial budaya, Meningkatkan layanan optimal objek melalui kerja sama berbagai sektor bisnis dan masyarakat yang terlibat dalam revitalisasi Kota Tua, Setiap pemangku kepentingan

No	Nama	Judul Penelitian	Lokasi, Tahun	Tujuan	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
						meningkatkan peran masing-masing, Penanganan dan banjir pasang surut, Memberikan insentif dan kemudahan investasi, Peningkatan kerja sama dengan berbagai sektor bisnis dalam pembangunan, Alat pelengkap yang ditingkatkan masih kurang, serta meningkatkan partisipasi masyarakat dan bisnis lokal.
3.	Agastya Grahadwiswara <i>Journal of Public Policy and Management Review</i> , Vol. 3 No. 4, Undip.	Pengelolaan Kawasan Kota Lama Semarang Sebagai Salah Satu Kawasan Pariwisata Di Kota Semarang	Semarang, 2014	Untuk mendapatkan perihal gambaran tata kelola yang digunakan dalam penanganan Kawasan Kota Lama Semarang serta melakukan analisis sebagai salah satu kawasan Pariwisata di Kota Semarang. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mendapati faktor yang menghambat dalam pelaksanaan pengelolaan Kawasan Kota Lama sebagai salah satu kawasan Pariwisata di Kota Semarang.	Kualitatif Deskriptif	Berdasarkan hasil dalam penelitian ini melalui kegiatan pengamatan dilapangan serta melakukan wawancara, Pengelolaan Kawasan Kota Lama Semarang cenderung dalam kondisi kurang optimal yang dapat dilihat dalam fungsi manajemen pengelolaan Kota Pusaka. Namun di dalam penelitian ini juga menghasilkan sebuah rekomendasi untuk melakukan peningkatan dalam mengelola Kawasan Kota Lama Semarang yang seharusnya dimulai pada komitmen yang kuat serta sikap profesional yang tinggi guna dalam pelaksanaannya dapat berjalan semaksimal mungkin sehingga dapat digunakan sebagai salah satu dari kawasan Pariwisata. Partisipasi dari masyarakat dalam pengelolaan serta penyelenggaraan Kawasan Kota Lama Semarang sangat diperlukan yang berfungsi sebagai penjagaan keberlangsungan kawasan lingkungan Kota Lama Semarang serta membuat Kawasan Kota Lama Semarang menjadi hidup.
4.	Ardiana Yuli Puspitasari, 2018, Jurnal Planologi, Vol.15 No.1, Unissula.	Masalah Dalam Pengelolaan Kota Lama Semarang Sebagai Nominasi Situs Warisan Dunia	Semarang, 2018	Penelitian ini digunakan sebagai cara untuk menemukan titik permasalahan dalam pengelolaan Kota Lama Semarang supaya dapat segera diantisipasi serta ditangani.	Kualitatif	Dalam penelitian ini ditemukan hasil berupa beberapa permasalahan yang sedang terjadi di Kawasan Kota Lama Semarang yang termasuk beragam serta kompleks, yaitu : 5) Permasalahan lingkungan, yaitu Volume kegiatan lalu lintas yang mengakibatkan terjadinya polusi udara, rawan terkena bencana alam seperti banjir serta genangan air, Infrastruktur dan ruang terbuka hijau serta

No	Nama	Judul Penelitian	Lokasi, Tahun	Tujuan	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
						<p>fasilitas masih dalam kategori kurang, Penataan ruang “Ngetem” angkutan umum belu tertata secara maksimal..</p> <p>6) Permasalahan Bangunan, yaitu adanya pemanfaatan serta penggunaan bangunan yang belum sesuai dengan kaidah pelestarian, terdapat bangunan yang masih kosong belum digunakan, bangunan kurang terawat, serta bangunan yang dibiarkan oleh pengguna atau pemilik.</p> <p>7) Permasalahan Sosial, yaitu adanya tuna wisma/gelandangan yang masih menggunakan bangunan-bangunan terlantar sebagai tempat mereka, kriminalitas serta pedagang kaki lima yang berlebihan.</p> <p>8) Permasalahan Tata Kelola, yaitu masih kurangnya kejelasan kewenangan serta tupoksi dari pengelolaan Kawasan Kota Lama Semarang, peraturan kebijakan RTBL Kota Lama Semarang cenderung kurang implemantif, dan koordinasi antar stakeholder cenderung masih kurang.</p>
5.	Natalia Citra Bintang Timur, 2019, <i>Journal of Politic and Government Studies</i> , Vol.9 No.1, Undip.	Revitalisasi Kawasan Kota Lama Sebagai Upaya City Branding Di Kota Semarang	Semarang, 2019	Penelitian ini bertujuan sebagai penjelasan perihal bagaimana upaya serta usaha dari pemerintah kota Semarang dalam menjadikan Kota Lama sebagai City Branding.	Kualitatif	<p>Penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan yang dapat dikaji lebih lanju antara lain:</p> <p>4) Proses dari Pembaharuan Kota Lama telah mampu membentuk Kota Lama sebagai ikon dari Kota Semarang.</p> <p>5) Peran utama dari komunitas- komunitas budaya yang sangat substansial menguatkan Kota Lama sebagai tujuan posisi wisata utama.</p> <p>6) City Branding telah berhasil dilakukan oleh pemerintah, yaitu menempatkan Kota Lama sebagai ikon baru dari Kota Semarang. Peneliti telah menyarankan kepada Badan Pengelola yang</p>

No	Nama	Judul Penelitian	Lokasi, Tahun	Tujuan	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
						mengelola Kota Lama agar bekerjasama bersama para pemilik bangunan guna memperbaiki gedung-gedung yang tua supaya tidak membahayakan para pengunjung serta dapat menjadi fungsional kembali. Dalam segi pendanaan dapat kerjasama dengan para investor swasta yang berminat pada pengembangan budaya lokal. Pemerintahan juga perlu turun tangan untuk membantu komunitas budaya supaya dapat berkembang serta mendukung adanya keberadaan Kota Lama Semarang sebagai Ikon Kota Semarang.
6.	Galang Adit Hutsa D, 2017, Skripsi, Undip.	Kajian Implementasi Program Revitalisasi Kawasan Kota Lama Sebagai Kawasan Pariwisata Di Kota Semarang	Semarang, 2017	Tujuan dari Penelitian ini ialah digunakan sebagai analisis bagaimana pengimplementasian program revitalisasi Kawasan Kota Lama sebagai kawasan Pariwisata di Kota Semarang serta memahami dan mengetahui factor pendorongnya beserta hambatannya.	Kualitatif	Pernyataan penelitian ini memperoleh hasil bahwa : 3) Keberhasilan dari pengimplementasian Kebijakan Program Revitalisasi dari Kawasan Kota Lama bisa dikategorikan baik hanya saja masih dalam proses pengembangan sehingga belum optimal untuk menuju kawasan Kota Lama sebagai tujuan wisata 2020. 4) Terdapat beberapa hambatan ketika melakukan tahapan Revitalisasi sebab dalam pengimplementasian kebijakan masih terdapat beberapa variable yang mampu memberikan dampak bagi kinerja implementasi kebijakan.

No	Nama	Judul Penelitian	Lokasi, Tahun	Tujuan	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
7.	Fabiola Chrisma Kirana Analisa, 2018, Jurnal Arsitektur, Vol. 12 No. 2, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.	Dampak Revitalisasi Terhadap Aktivitas Vandalisme Di Kawasan Kota Lama Semarang	Semarang, 2018	Tujuan dari Penelitian ini ialah sebagai penguraian pokok pemikiran perihal potensi Revitalisasi terhadap pengembangan pariwisata beserta dampak terhadap aktivitas vandalisme yang pernah terjadi di Kawasan Kota Lama Semarang.	Metode Pemetaan Kejadian	Hasil dari penelitian ini adalah : 3) Dalam pemetaan perhubungan antara aktivitas vandalisme dengan revitalisasi kawasan. 4) Melakukan arahan yang digunakan untuk meningkatkan kesan positif terhadap kawasan secara maksimal.
8.	Bagus Raditya, 2017, Jurnal Wisata, Vol. 18 No. 2, UNS.	Alih Fungsi Bangunan Tua Untuk Medukung Pariwisata Sejarah (Studi Kasus: Kota Lama Semarang)	Semarang, 2017	Tujuan dari penelitian ini ialah sebagai bentuk pengetahuan perihal kondisi Kota Lama Semarang guna pengembangan pariwisata melalui pemanfaatan bangunan tua sebagai salah satu destinasi wisata.	Kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah terkumpulnya hasil pendataan didalam observasi terkait bangunan tua Kota Lama Semarang yang di alih fungsikan menjadi lebih bagus. Upaya mendukung pariwisata sejarah yang diimbangi dengan kebutuhan masyarakat dapat dilihat dari fungsi bangunan yang banyak digunakan sebagai tempat komersil.
9.	Cinthyaningtyas Meytasari, 2018, Jurnal Ilmiah Arsitektur dan Lingkungan Binaan, Vol. 16 No. 1, UTY.	Pengembangan Elemen Produk Wisata Di Kawasan Kota Lama Semarang Dengan Pendekatan Attractive Urban Heritage	Semarang, 2018	Penelitian ini memiliki tujuan sebagai proses identifikasi upaya untuk mewujudkan kawasan Kota Lama Semarang sebagai Basin City Study Center yaitu dengan perwujudan pariwisata edukasi, dengan mengutamakan pengembangan produk attractive heritage city, yang didukung serta didasari pada elemen-elemen pariwisata,	Kualitatif	Penelitian ini menghasilkan temuan aspek pengembangan KKLS melalui pendekatan Urban Attractive yaitu : 3) Aspek Produk Wisata, aspek ini terdiri atas beberapa factor kelangkaan, peranan sejarah, estetika, memperkuat kawasan, kejamakan, dan di dukung serta diperkuat oleh keadaan lingkungan yang dapat mendukung kegiatan berpariwisata. 4) Aspek elemen-elemen penggerak dari pariwisata, dalam aspek tersebut terdiri dari cakupan Ekspetasi Tour Guide dengan masyarakat serta factor penyebab utaa Stagnasi Kota Lama Semarang.

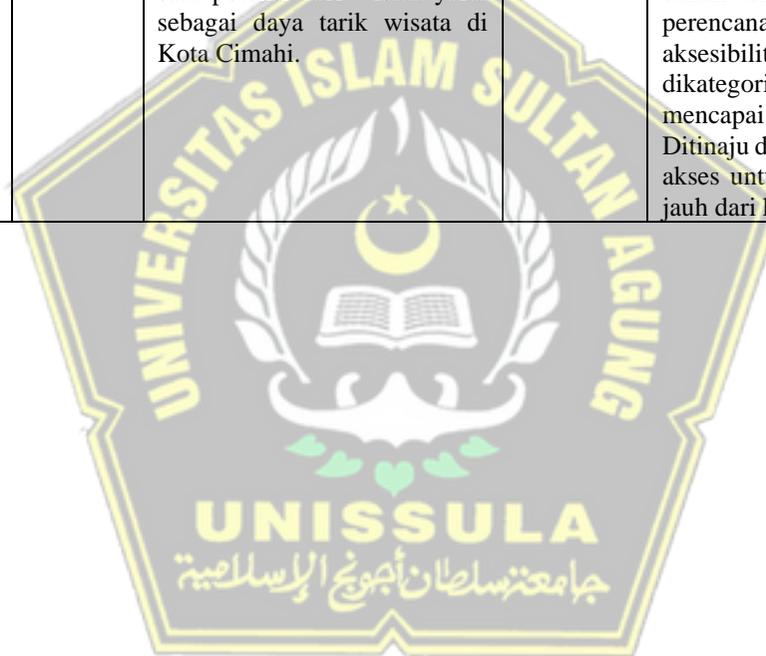
No	Nama	Judul Penelitian	Lokasi, Tahun	Tujuan	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
				sepertihalnya swasta, aparat pemerintahan, ataupun masyarakat setempat. Dengan dilakukannya pengkajian elemen produk hingga pemaknaan arsitektural, maka dari itu Kota Lama Semarang dapat mengambil peran dalam kepariwisataan daerah, bahkan nasional, dengan memenuhi permintaan kebutuhan pariwisata, tour operator/tour guide, serta masyarakat, terhadap Kota Lama Semarang.		
10.	Eka Viridianti, 2017, Jurnal Rekayasa Hijau, Vol. 1 No. 1, Itenas Bandung.	Citra Visual Koridor Kawasan Kota Lama Semarang Ditinjau dari Potensi Wisata Edukasi Arsitektur <i>Heritage</i>	Semarang, 2017	Tujuan utama dari penelitian ini ialah sebagai acuan analisis rancangan dari koridor jalan Letjen Suprpto di dalam kawasan Kota Lama Semarang yang ditinjau dari potensi wisata edukasi arsitektur <i>heritage</i> .	Kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah dengan memandang segi potensi pada wisata yang terdapat pada Kota Lama Semarang dengan menggunakan istilah “world destination”. Koridor Jl. Letjen Soeprapto dirancang sebagai zona 1-culture sebagai titik pusat informasi kawasan Kota Lama. Pada lintasan Jl. Letjen Soeprapto terdapat 39 bangunan dan 30 merupakan langgam <i>heritage</i> , 5 bangunan merupakan high priority buiding. Hal ini menjadi salah satu potensi wisata dalam wisata edukasi arsitektur <i>heritage</i> khususnya pada aspek visual lingkage, konsep kontras, ornamen langgam yang dapat menjadi wisata dan sumber edukasi arsitektur <i>heritage</i> .
11.	Ardiana Yuli Puspitasari, 2020, Jurnal Planologi,	Rancangan PendayagunaanLingkupTerbuka Di	Semarang, 2020	Tujuan dalam penelitian ini ialah teridentifikasi dengan adanya potensi serta kegunaan dari lingkup terbuka terletak	Kualitatif	Penelitian ini memiliki hasil kawasan yang terbuka pada kota lama dengan 18% dari luasan kota lama dengan sebagian besar kawasan digunakan sebagai jalur untuk jalan 34%. Kawasan terbuka di kota lama asih terdapat

No	Nama	Judul Penelitian	Lokasi, Tahun	Tujuan	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
	Vol.17 No.1, Unissula.	Area Kota Lama Semarang		pada area Kota Lama yang digunakan sebagai rancangan ketersediaan ruang terbuka dalam kawasan, hal tersebut dimaksudkan untuk pengembangan potensi wisata.		beberapa hal yang dapat dikembangkan serta dapat digunakan sebagai wadah untuk aktivitas para pengunjung.
pada Fokus						
1.	Gita Alfa Arsyadha	Kajian Prospek Dan Arahan Pengembangan Atraksi Wisata Kepulauan Karimunjawa Dalam Perspektif Konservasi	Jepara, 2002	Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji atraksi wisata dalam perspektif karimunjawa sebagai kawasan konservasi sehingga nanti dapat menemukan prospek dan arahan dalam pengembangan.	Kualitatif	Penelitian ini menghasilkan kesimpulan yaitu : Prospek pengembangan atraksi wisata serta pengarahan dalam pengembangan atraksi wisata dari segi perspektif konservasi.
2.	Made Arya Astina, 2018, Vol. 8 No. 2, STPBI.	Kajian Produk Wisata Bahari Pantai Tanjung Benoa	Bali, 2018	Kajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kualitas atraksi wisata di panta Tanjung Benoa Bali.	Kuantitatif	Kajian ini memberikan hasil data kualitas atraksi wisata yang ada di kawasan pantai tanjong benoa dan diberikannya arahan pengembangan wisata untuk kedepannya.
3.	Moh Adrian, 2017, Jurnal PWK, Vol. 13, No 4, Undip.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perubahan Identitas Kota Di Kawasan Kota Tua Muara Tebo Kabupaten Tebo Provinsi Jambi	Jambi, 2017	Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji transformasi dari identitas Kota di Kawasan Kota Tua Muara. Peneliti melihat identitas kota tersebut sudah berubah berdasarkan identitas yang dikenal di jaman dulu.	Kuantitatif	Penelitian ini menemukan positioning kawasan terhadap kawasan lainnya. Selain itu didalam penelitian ini juga ditemukan adanya factor yang berpengaruh dalam perubahan identitas di Kawasan Kota Tua Muara.
4.	Jenny Ernawati, 2011, Jurnal PWK , Vol 3, No	Faktor-Faktor Pembentuk Identitas Suatu Tempat	Malang, 2011	Penelitian ini memiliki tujua sebagai identifikasi penggalian dimensi dengan didasari	Kuantitatif	Dala penelitian ini didapati hasil bahwa adapun dimensi yang dijadikan dasar dari evaluasi masyarakat terhadap suatu tepat yaitu Faktor Koiteen, Faktor hubungan personal serta Faktor lingkungan fisik.

No	Nama	Judul Penelitian	Lokasi, Tahun	Tujuan	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
	2, Universitas Brawijaya			evaluasi dari masyarakat yang difokuskan pada suatu tempat .		
5.	Michae Christian, 2016, Jurnal Hospitality, Vol 2, No 2, UBM.	Pengaruh Identitas Tempat, Pemerekan Tempat Terhadap Citra Tempat Melalui Event The 18th Jakarta International Handicraft Trade Fair 2016	Jakarta, 2016	Dalam penelitian ini memiliki tujuan sebagai landasan pengetahuan perihal adanya pengaruh pengaruh identitas tempat, pelabelan tempat dengan citra tempat dalam event INACRAFT 2016.	Kuantitatif	Penelitian ini menghasilkan kesimpulan, yaitu : 4) Dalam Citra suatu Tempat Citra Tempat disebabkan oleh factor identitas tempat dalam kegiatan event INACRAFT ke-18 yang dilaksanakan di Jakarta. 5) Citra dari suatu tempat dipengaruhi dengan pelabelan suatu tempat dalam kegiatan event INACRAFT ke-18 yang dilaksanakan di Jakarta. 6) Citra suatu Tempat dipengaruhi dengan identitas suatu tempat serta pelabelan tempat dengan bersama melalui kegiatan event INACRAFT di Jakarta.
6.	I Gusti Bagus Rai Utama, 2016, Jurnal Kajian Bali, Vol 6, No 1, Univ. Dyana Pura Bali.	Keunikan Budaya dan Keindahan Alam sebagai Citra Destinasi Bali menurut Wisatawan Australia Lanjut Usia	Bali, 2016	Penelitian ini ditujukan sebagai tindakan konfirmasi keberadaan dari suatu budaya serta alam guna penentu dari citra destinasi wisata tersebut.	Kuantitatif	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai acuan dari pihak internal berdampak terhadap citra dari destinasi, identitas dari suatu destinasi juga memiliki pengaruh dalam citra destinasi, serta kreasi dala destinasi memiliki pengaruh dalam suatu citra dari destinasi tersebut.
7.	Alfin Rozaan, 2016, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 61, No 4, Univ. Brawijaya.	Analisis Pengembangan Produk Wisata <i>Heritage</i> Trail Untuk Meningkatkan Citra Destinasi	Surabaya, 2018	Tujuan yang ditarik dalam penelitian ini ialah sebagai sumber identifikasi dari strategi dalam peningkatan Surabaya <i>Heritage</i> Track dan bagaimana Surabaya <i>Heritage</i> Track bias mengembangkan citra destinasi Kota Surabaya dari persepsi wisatawan.	Mix Methode	Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwasannya cara yang dikenakan untuk pengembangan Surabaya <i>Heritage</i> Track sesuai dengan acuan pengembangan wisata <i>heritage</i> serta program Surabaya <i>Heritage</i> Track dapat menjadi motivasi dala persepsi dari wisatawan terkait dengan suatu citra destinasi di Kota Surabaya.

No	Nama	Judul Penelitian	Lokasi, Tahun	Tujuan	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
8.	Titing Kartika, 2017, Jurnal Manajemen Resort dan Leisure, Vol 14, No 2, Stiepar Yapari.	Pengembangan Wisata <i>Heritage</i> Sebagai Daya Tarik Kota Cimahi	Cimahi, 2017	Dalam penelitian ini terdapat tujuan berupa adanya potensi dari wisata <i>heritage</i> sehingga dapat dijadikan sebagai salah satu potensi dari wisata yaitu sebagai daya tarik wisata di Kota Cimahi.	Kualitatif	Hasil yang didapati dalam penelitian ini difokuskan pada analisis dari aksesibilitas, atraksi, serta amenitas dan kelembagaan menggunakan teori inovasi. Dalam sudut pandang atraksi meliputi something to see, do and buy dalam tempat wisata tersebut masih kurang, namun ada perencanaan penambahan atraksi tersebut. Dalam aspek aksesibilitas yang digunakan sebagai wisata <i>heritage</i> dikategorikan layak dan cukup dikarenakan untuk mencapai lokasi dapat menggunakan banyak transportasi. Ditinjau dari aspek amenitas termasuk cukup, dikarenakan akses untuk ke restaurant serta penginapan tidak terlalu jauh dari kawasan <i>heritage</i> di Kota Cimahi.

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2021



Berikut merupakan penarikan kesimpulan yang terdapat pada tabel kebenaran dari penelitian di atas dengan inti pokok pengkajian serta kesesuaian dari lokasi yang akan dicermat. Penelitian dibagi menjadi dua topik pembahasan, yaitu atraksi wisata dan identitas sebagai kawasan *heritage*. Pengkajian sebelumnya erat kaitannya dengan pengkajian ini ialah pengkajian Gita Alfa Arsyadha berjudul “Kajian Prospek dan Arah Pengembangan Atraksi Wisata Kepulauan Karimunjawa Dalam Perspektif Konservasi.”. Pada penelitian sebelumnya dalam kajian tentang atraksi wisata terdapat sebuah focus penelitian dimana sebuah atraksi dilihat dari sudut pandang *positioning* kawasannya yaitu sebagai kawasan konservasi. Sama halnya dengan penelitian ini akan tetapi yang membedakan yaitu pemilihan perspektif terhadap atraksi wisatanya yaitu melalui perspektif identitas kawasannya sebagai kawasan *heritage*. Kesimpulan kebenaran pengkajian berlandaskan fokus penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.2.

Perbedaan	Gita Alfa Arsyadha	Luffa Alfando
Judul	Kajian Prospek dan Arah Pengembangan Atraksi Wisata Kepulauan Karimunjawa Dalam Perspektif Konservasi.	Kajian Atraksi Wisata Dalam Perspektif Identitas Kawasan Kota Lama Semarang Sebagai Kawasan Heritage.
Lokasi	Jepara	Semarang
Tujuan	Mengkaji prospek dan arahan terkait atraksi wisata dalam persepektif Karimunjawa sebagai kawasan konservasi.	Mengkaji atraksi wisata dalam perspektif identitas Kawasan Kota Lama Semarang sebagai kawasan heritage.

Atraksi Wisata
1. Gita Alfa Arsyadha
2. I Gusti Bagus Rai Utama
3. Made Arya Astina

Wisata Heritage
1. I Gusti Bagus Rai Utama
2. Alfin Rozaan
3. Titing Kartika
4. Cinthyaningtyas Meytasari,

Gambar 1.2.
Keaslian Fokus Penelitian

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2020

Pembahasan terkait dengan pengkajian terdahulu yaitu kesamaan dari lokasi berada di Area Kota Lama Semarang dengan dua pokok diskusi, yaitu pengembangan produk wisata dan pengelolaan. Pengkajian bersangkutan dengan pengkajian ini ialah penelitian Cinthyaningtyas Meytasari (2018) yang berjudul “Pengembangan Elemen Produk Wisata Di Kawasan Kota Lama Semarang Dengan

Pendekatan *Attractive Urban Heritage*”. Penarikan kesimpulan dalam persamaan lokasi yang diteliti dapat dilihat pada Gambar 1.3.

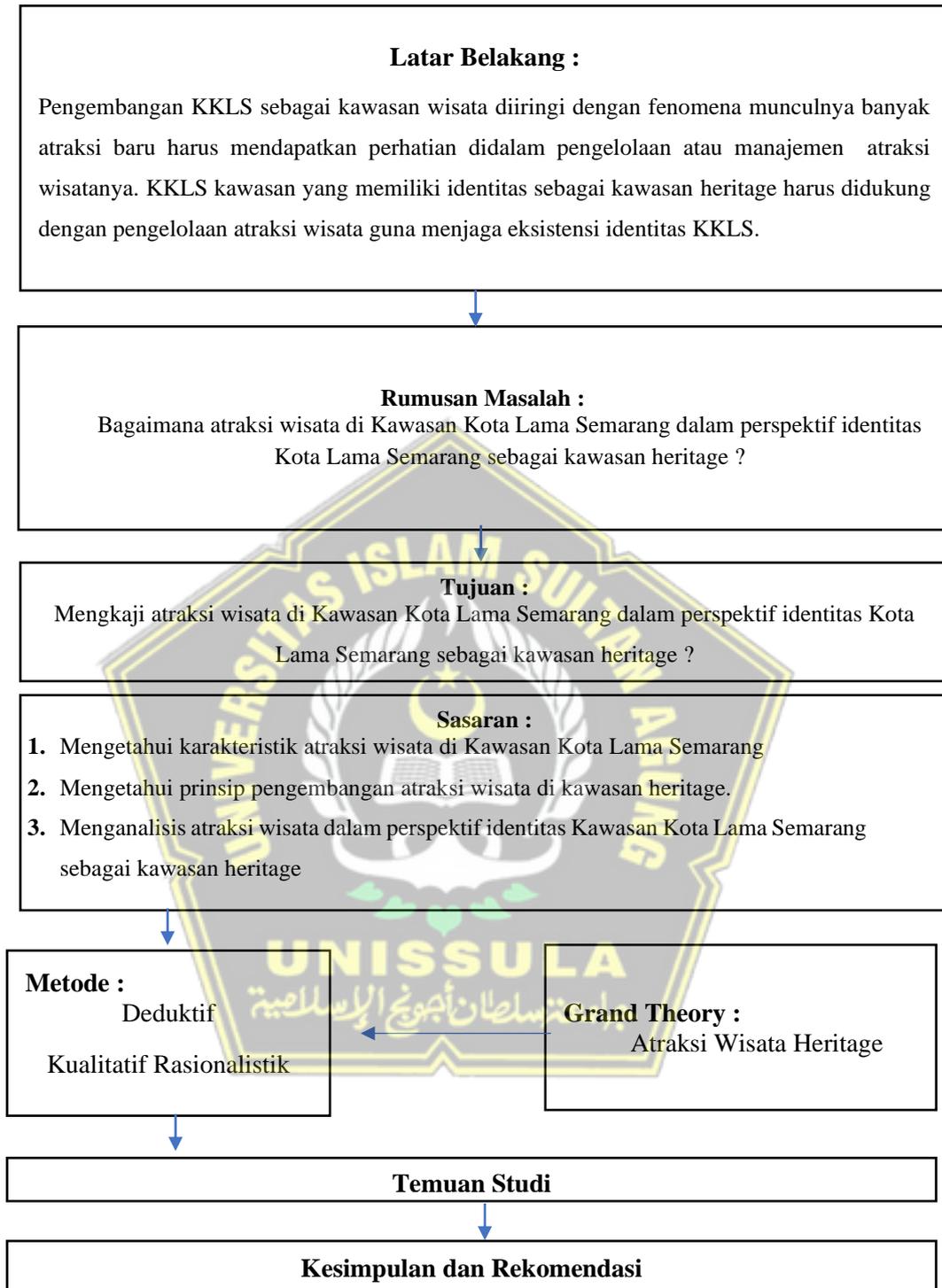
<u>Perbedaan</u>	<u>Cinthyaningtyas Meytasari</u>	<u>Lutfu Alfaonado</u>
<u>Judul</u>	<u>Pengembangan Elemen Produk Wisata Di Kawasan Kota Lama Semarang Dengan Pendekatan Attractive Urban Heritage</u>	<u>Representasi Identitas Kota Lama Semarang dalam Atraksi Wisata.</u>
<u>Lokasi</u>	<u>Semarang</u>	<u>Semarang</u>
<u>Tujuan</u>	<u>Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi cara mewujudkan/ memajukan kawasan Kota Lama Semarang sebagai Basin City Study Center sebagai perwujudan wisata edukasi, melalui pengembangan produk attractive heritage city.</u>	<u>mengidentifikasi atraksi wisata dalam merepresentasi identitas Kawasan Kota Lama Semarang.</u>

<u>Pengelolaan</u>
<ol style="list-style-type: none"> <u>Hilva Asmania</u> <u>Agastya Grahadwiswara</u> <u>Ardiana Yuli Puspitasari</u> <u>Natalia Citra Bintang Timur</u> <u>Galang Adit Hutsa D</u>
<u>Pengembang Produk Wisata</u>
<ol style="list-style-type: none"> <u>Suyatmin Waskito Adi</u> <u>Cinthyaningtyas Meytasari</u>

Gambar 1.3.
Keaslian Lokus Penelitian

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2020

1.7. Kerangka Pikir



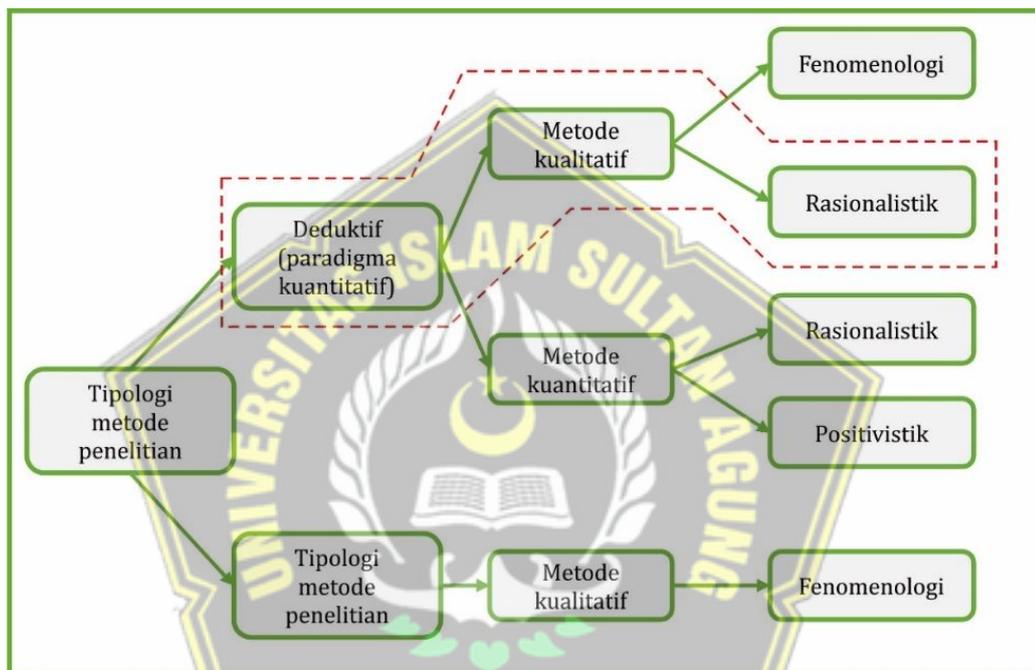
Gambar 1.4.
Kerangka Pikir

Sumber: Hasil Analisis, 2020

1.8. Tahapan Penelitian

1.8.1. Pendekatan dan Metodologi Penelitian

Pendekatan digunakan ialah menggunakan pendekatan deduktif kualitatif rasionalistik. Teknik deduktif mengacu pada teori yang kemudian diuji dengan kasus dalam suatu tempat yang diakhiri dengan pencocokan dengan teori kembali. Sedangkan metode induktif ialah pengembangan dari suatu teori yang berasal dari kejadian yang ada dilokasi tempat meneliti. Tidak hanya metode penelitian, terdapat juga tipolog. Di bawah ini merupakan tipologi dari metode penelitian.



NB: garis merah merupakan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini

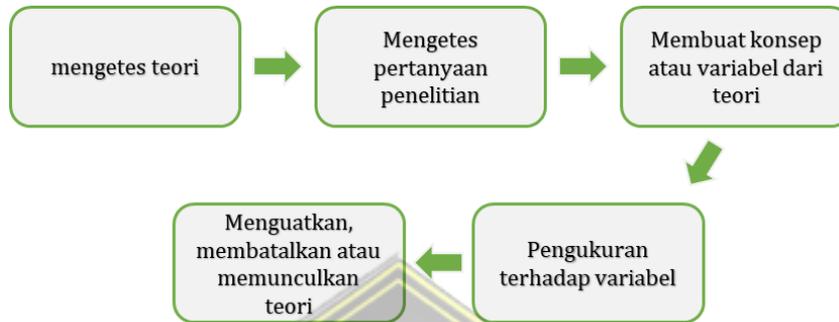
Gambar 1.5.
Tipologi Metode Penelitian

Sumber: Sudaryono (2006)

Dalam penelitian deduktif terdiri dari 2 metode yakni metode kuantitatif serta metode kualitatif. Untuk metode deduktif kualitatif mempunyai 2 tipologi yakni rasionalistik serta fenomenologi. Sedangkan untuk metode deduktif kuantitatif mempunyai tipologi yakni positifistik serta rasionalistik. Dalam tipologi iduktif, terdapat 1 metode yakni metode kualitatif fenomenologi.

Dasar dari metode kualitatif meletakkan teori yang tidak begitu dominan seperti halnya penelitian kuantitatif. Fungsi dari teori terdiri dari 4 fungsi utama yakni (1) sebagai acuan bahan prediksi ketika melaksanakan obesrvasi lapangan, (2) sebagai bahan penjelasan serta digunakan untuk tafsir kepada data, (3) dijadikan

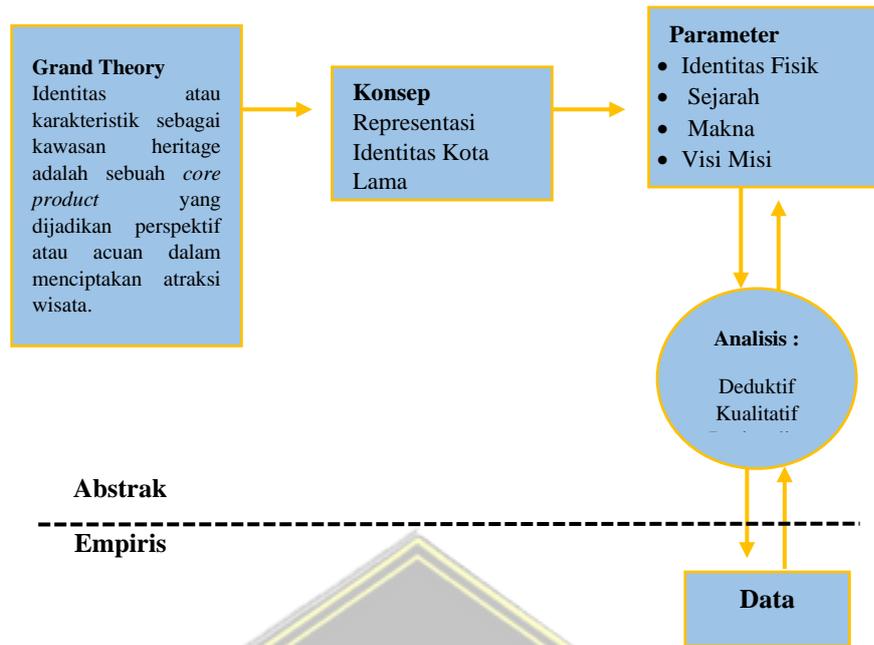
sebagai kerangka oleh peneliti serta pembaca dengan hasil temuan serta pengamatan, (4) sebagai penghubung antar studi. Urutan dari teori yang digunakan peneliti sebagai berikut: (1) melakukan pengujian pada teori, (2) melaksanakan pengujian dengan beberapa pertanyaan perihal penelitian yang didasari oleh teori, (3) menyiapkan konsep beserta variabel didasari pada teori, (4) Variabel di ukur.



Gambar 1.6.
Diagram Deduktif Dalam Penelitian Kualitatif

Sumber: Alwasilah, (2017:75)

Penelitian ini dilakukan memanfaatkan metode deduktif kualitatif rasionalistik. Dalam tahap penelitian digunakan metode deduktif kualitatif rasionalistik diawali dengan penentuan berdasarkan teori utama. Grand/ teori utama sendiri adalah titik pokok utama dipakai untuk penelitian. Pada teori utama sudah ditetapkan untuk membuat ide serta patokan. Dengan patokan yang sudah dibuat barulah melakukan analisis dengan data yang digunakan sebagai pendukung penelitian. Teori utama, ide serta patokan penelitian yang menggunakan metode deduktif kualitatif rasionalistik dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 1.7.
Diagram Alir Penelitian

Sumber: Sudaryono (2006) diolah oleh Peneliti, 2020

1.8.2. Tahapan Penelitian

A. Tahapan Persiapan

Pada dasarnya ini adalah bagian paling pertama ketika melakukan penelitian. Dalam tahap ini, berisi tindakan yakni perumusan permasalahan dalam penelitian, sasaran serta tujuan, penetapan tempat penelitian, pengumpulan informasi, pengakumulasian analisis yang digunakan untuk modul, keperluan kelengkapan pustaka, serta menyusun teori ilmiah dalam kumpulan data.

1. Pembuatan Masalah yang ada di Penelitian dan Menentukan Sasaran Beserta Tujuan

Masalah ditemukan dalam penelitian ini yaitu: Kota Lama Semarang telah berkembang dengan jenis wisata bermacam-macam, hal tersebut dapat dilihat dari semakin banyaknya atraksi wisata atau daya tarik wisata yang bermunculan. Pengembangan atraksi wisata harus menyesuaikan dengan karakteristik kawasan agar apa tempat wisata memiliki jiwa dan karakter kuat dari karakter aslinya, maka dari itu perlu melihat atraksi area yang kini tersedia di Kota Lama Semarang. Dalam kajian digunakan fokus karena tidak

ditemukan kajian yang fokus pada atraksi wisata wisata yang menjadi representasi identitas Kota Lama Semarang.

2. Penentuan Tempat Penelitian

Dalam penetapan tempat penelitian, didasari beberapa variabel yaitu masalah yang ada, jarak tempat penelitian, dan banyaknya sumber informasi. Kawasan Kota Lama sekarang dijadikan sebagai tempat penelitian, sebuah wilayah yang menjadi ikon Kota Semarang karena memiliki nilai sejarah dan karakteristik yang kuat. Selain menjadi kawasan yang memiliki nilai sejarah kota lama menjadi kawasan strategis dalam pertumbuhan ekonomi dengan berkembang menjadi kawasan wisata. Tempat penelitian dilihat dari keunikan lokasi dan permasalahan potensi tidak teraturnya atraksi wisata. Area peninjauan sejauh moderat berada di titik fokus Kota Semarang dengan mempertimbangkan tindakan perizinan tambahan terjangkau. Tempat penelitian dilihat berdasarkan banyaknya sumber informasi/ penelitian yang telah dilakukan di Kota Lama Semarang tetapi tidak yag fokus representasi identitas Kota Lama Semarang melalui atraksi wisata.

3. Mengkaji Literatur dan Pengumpulan Penelitian Pustaka

Kajian kepustakaan memiliki hubungan melalui tinjauan para peneliti dalam menerapkan konsep. Kajian kepustakaan menggunakan informasi atraksi wisata serta teori yang berkesinambungan terhadap topik pengkajian. Sehingga, mengacu pada penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan Kota Lama, atraksi wisata dan identitas kawasan terutama Kawasan Kota Lama.

4. Memilih Parameter dan Pendekatan Penelitian

Penetapan metodologi pengkajian digunakan sebagai pilihan parameter serta pendekatan diterapkan pada penelitian ini. Pendekatan tersebut dilaksanakan dengan cara pendekatan deduktif kualitatif rasionalistik.

5. Inventarisasi Data

Keperluan informasi pada kajian konsep serta kepustakaan dilaksanakan pada bab 2. Informasi yang diperlukan dibagi enjadi 2 jenis yakni informasi sekunder maupun informasi primer. Data sekunder merupakan informasi yang terdapat dari sumber dokumen atau literature berasal dari instansi tergabung dala penelitian ini. Sedangkan data primer ialah informasi

terdapat secara langsung melikup informasi hasil wawancara, pengamatan, serta hasil dari observasi.

6. Penyusunan Teknis Pelaksanaan Pengumpulan Data

Pada tahapan penyusunan teknis terdiri dari beberapa tahapan yakni teknik dalam pengelolaan serta penyajian suatu data, penetapan sasaran serta jumlah responden, menyusun konsep pelaksanaan penelitian, observasi, dan membuat konsep daftar pertanyaan.

B. Tahapan Pengumpulan Data

Tahapan pengumpulan data ialah mekanisme wajib pada keberhasilan dari sebuah penelitian. Penelitian Kuantitatif ataupun kualitatif Penelitian kualitatif ataupun kuantitatif sangat khawatir tentang metode yang terlibat dengan pengumpulan informasi. Prosedur pengumpulan data yaitu upaya untuk membatasi penelitian, mengumpulkan data, merencanakan konvensi untuk merekam atau merekam data. Prosedur pengumpulan data dalam penelitian kualitatif signifikan, khususnya menentukan wilayah dan memutuskan responden atau individu aset. Pilihan area harus dimungkinkan dengan membaca referensi sebelumnya. Pilihan responden atau orang aset dalam eksplorasi subjektif tidak sama dengan pemeriksaan kuantitatif. Penetapan pemberitahuan dilaksanakan dengan kepastian tidak dilaksanakan dengan sembarangan melikup eksplorasi kuantitatif. Terdapat 4 aspek dalam Pengumpulan data sebagai berikut:

- 1) Setting.
- 2) Actor.
- 3) Kejadian.
- 4) Prosedur.

Tempat Penelitian ada kaitannya dengan setting. Kejadian adalah hal apa saja yang dirasakan oleh aktor yang di observasi. Prosedur adalah insiden yang dialami oleh aktor dalam setting. Terdapat empat aspek yang ditemukan dalam penelitian ini, diantaranya:

- 1) Setting: Kawasan Kota Lama Semarang
- 2) Aktor: pengunjung wisata, komunitas pelaku atraksi wisata dan BPK2L.
- 3) Kejadian: berkembangnya kawasan kota lama sebagai tempat wisata

- 4) Prosedur: pengamatan lapangan, kajian literatur, pengumpulan data primer skunder, analisis data.

Dalam mengumpulkan data, diperlukan data primer maupun sekunder. Data primer, pengumpulan data dilakukan beberapa hal seperti observasi, dokumentasi proses, dan wawancara. Sementara data sekunder dikumpulkan melalui dokumen instansi terkait. Metode yang digunakan disesuaikan dengan hal yang memengaruhinya, khususnya adalah jenis dan karakteristik dari responden. Sehingga, metode yang digunakan tidak akan sama, teknik pengumpulan data ialah:

1. Data Primer

ialah informasi yang didapat melalui observasi lapangan. Teknik pengumpulannya adalah melalui observasi, dokumentasi proses serta wawancara.

a. Observasi

Yaitu kegiatan mengamati langsung, peneliti akan turun langsung ke lapangan melalui kegiatan seperti perekaman, pencatatan, dan mengamati aktivitas. Dalam kasus ini, yang akan di observasi adalah Kawasan Kota Lama Semarang. Observasinya dengan pengamatan terhadap atraksi wisata di Kota Lama Semarang. Barang yang dibawa adalah kamera, catatan pengamatan, panduan observasi.

b. Wawancara

Wawancara ialah teknik guna mengumpulkan informasi yang dilakukan tanya jawab oleh partisipan. Wawancara dilaksanakan pada kali ini ialah semi terpadu dimana menggunakan pertanyaan yang sudah disusun. Ketika sudah mendapatkan hasil wawancara, maka akan di masukan kedalam data yang ada. Tujuan wawancara ini yaitu guna memahami lebih dalam mengenai wisata yang ada di Kota Lama Semarang dan representasi identitasnya. Wawancara dilaksanakan tatap muka dan dibantu oleh beberapa alat bantu seperti buku catatan, kamera, serta perekam suara. Berikut terdapat beberapa kisi-kisi pertanyaan wawancara yang akan digunakan:

Tabel I.2. Kisi-Kisi Pertanyaan Wawancara

No	Sasaran	Pertanyaan
1	Mengetahui karakteristik atraksi	Atraksi wisata apa saja yang muncul di Kawasan Kota Lama saat ini?

No	Sasaran	Pertanyaan
	wisata di Kawasan Kota Lama Semarang	Bagaimana fenomena berbagai macam atraksi wisata di Kawasan Kota Lama Semarang itu bisa muncul?
2	Mengetahui prinsip pengembangan atraksi wisata di kawasan <i>heritage</i> .	Apa saja prinsip dasar yang harus ada dalam menciptakan atraksi wisata <i>heritage</i> ?
		Apa tujuan dari penerapan prinsip atraksi wisata <i>heritage</i> ?
		Seberapa penting prinsip atraksi wisata <i>heritage</i> itu diterapkan? apa dampaknya apabila tidak dilakukan dalam jangka waktu yang panjang?
3	Menganalisis atraksi wisata dalam perspektif identitas Kawasan Kota Lama Semarang sebagai kawasan <i>heritage</i> .	Bagaimana pengembangan atraksi wisata di Kawasan Kota Lama Semarang?
		Dasar apa yang dipakai dalam menciptakan sebuah daya tarik wisata di Kawasan Kota Lama Semarang?
		Saat ini identitas KKLS sudah dikenal atau lekat dengan status sebagai kawasan <i>heritage</i> . Apakah dalam melakukan proses pengembangan atraksi wisata KKLS sudah memenehi prinsip pengembangan atraksi wisata <i>heritage</i> di setiap bidang atraksinya?

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2021

c. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mengabadikan proses dan sebagai bukti peneliti sudah melakukan survey di lapangan. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi laporan yang akan dilakukan.

2. Data Sekunder

Data sekunder didapat melalui instansi mengangkat mengenai pengkajian yang sedang dilakukan. Data-data yang berkaitan dengan penelitian ini didapatkan dari badan pengelolana. Data yang ada di sekunder berisi dokumen, data laporan. Selain itu, pengkajian dokumen-dokumen serta konsep mengenai representasi identitas kawasan dan atraksi wisata guna data yang dibutuhkan melalui prosedur pengkajian meliputi buku, jurnal, web-site, serta lain-lain.

Tabel I.3. Kebutuhan Data

Variabel	Kebutuhan data	Jenis data	Teknik Pengumpulan Data	Teknik Analisis	Sumber Data
Atraksi Wisata	• Jenis Atraksi Wisata	Primer dan Sekunder	Primer: Observasi, Interview dan materi audio visual Skunder: Sumber Literasi/ Analisis Dokumen	Analisis Deskriptif & Mapping Analisis	<ul style="list-style-type: none"> • Pelaku Atraksi • Pengunjung Wisata • BPK21 • Pegiat Komunitas Kota Lama
	• Konsep Atraksi Wisata				

C. Tahapan Pengolahan dan Penyajian Data

Tahap pengolahan serta tampilan informasi diatur secara jelas guna menganalisis sistematis. Anda dapat mengelompokkan hasil informasi yang dihasilkan untuk membuat sistem dan memudahkan analisis. Data digolongkan menjadi data primer maupun data sekunder. Data yang diproses ditampilkan paling sederhana untuk kejelasan dan keterbacaan. Adapun teknik pengolahan dan tampilan datanya ialah:

1. Teknik Pengolahan Data

a. Editing Data

Editing proses memodifikasi informasi yang terhimpun untuk meminimalkan kesalahan pencatatan data di lapangan dan mempermudah analisis data. Mengedit Data Data yang hilang serta kecurangan mampu dikembali. Ataupun, Anda dapat mengelompokkan kembali data ataupun mencari data yang hilang.

b. Pengkodean Data

Pengkodean data dimaksudkan guna mengidentifikasi notulen dirujuk. Pengkodean data guna mengelompokkan informasi secara komplet serta terperinci sehingga menciptakan arti dalam informasi yang dikelompokkan. Dalam pengkajian ini, peneliti menggunakan kodifikasi berlandaskan standard yang ditetapkan, yaitu:

- 1) Pemerintah atau badan pengelola: P
- 2) Penduduk di KKLS (masyarakat yang berkunjung/ pelaku atraksi wisata): M
- 3) Inisial nama (misalnya Alfanado): A
- 4) Jenis kelamin: P (perempuan) dan L (laki-laki)
- 5) Tanggal wawancara (tanggal/bulan/tahun): 120121

2. Teknik Penyajian Data

- a. Deskriptif, data kualitatif dapat dijabarkan berupa tren, kecenderungan, pendapat, serta wawancara dengan obyek yang diteliti dalam bentuk semi terbuka.

- b. Tabel, entri informasi langsung yang diatur untuk bekerja dengan pengenalan informasi.
- c. Peta, menampilkan informasi dan data ditampilkan sebagai penggambaran spasial secara terorganisir untuk mengetahui wilayah dalam skala topikal dari informasi yang didapat. Penanganan peta dalam studi terdiri dari panduan organisasi provinsi serta peta tata guna lahan.
- d. Foto, penyajian data berupa tampilan berupa gambar dari hasil survei obyek secara eksisiting

D. Tahapan Analisis Data

Teknik analisis data ialah tahapan penyelidikan setelah pengumpulan informasi dilakukan. Metode pemeriksaan informasi diharapkan dapat mengetahui informasi, mengolah informasi dan menjawab pokok, tujuan serta sasaran penelitian. Teknik analisis dilakukan dengan 2 teknik yaitu teknik analisis deskripsi dan teknik analisis pemetaan (mapping). Teknik analisis deksripsi ditujukan untuk menarasikan data yang telah diolah. Teknik analisis pemetaan ditujukan untuk membuat gambaran visual atraksi wisata di Kota Lama Semarang.

1. Teknik Analisis Deskripsi

Teknik analisis deskripsi ialah suatu informasi yang metode eksekutif dengan cara cerita memperkenalkan konsekuensi dari pemeriksaan dalam kalimat yang wajar dan menguraikan setiap informasi yang didapat. Prosedur pemeriksaan penggambaran dapat berupa desain kalimat, jaringan dan diagram. Alasan metode pemeriksaan yang jelas adalah untuk menguraikan informasi secara hati-hati dengan menghilangkan signifikansi yang disimpan dalam data atau informasi. Pemahaman informasi menghasilkan implikasi yang berasal dari pemeriksaan antara hasil penelitian dan data dari studi hipotetis ataupun tulisan. Penerjemahan informasi juga dapat melalui signifikansi yang diperoleh dari pengalaman, budaya, sejarah individu analis. Metode investigasi grafis nantinya akan menyinggung poin dan tujuan pemeriksaan. Teknik analisis deskriptif dipilih karena alasan sebagai berikut:

- a. Data observasi ialah informasi yang tidak disadari sehingga harus dideskripsikan secara berurutan akibat dari persepsi.

- b. Data observasi ialah informasi yang dilihat, dirasakan oleh analis harus digambarkan guna menyampaikan data kepada pembacanya.
 - c. Data interview ialah informasi yang tidak terlalu rasional, sehingga penggambaran urutan jawaban menjadi penting.
 - d. Data interview ialah informasi di mana tanggapan individu bisa menjadi sesuatu yang sangat mirip satu sama lain, sehingga menggambarkan sinopsis jawaban yang signifikan adalah hal yang mendasar.
 - e. Data visual ialah informasi yang dapat menggambarkan keadaan awal daerah pemeriksaan namun tidak dapat menentukan apa yang terjadi dengan foto tersebut sehingga diperlukan gambaran tentang pentingnya sebuah foto. Prosedur penggambaran saling terkait dengan strategi pemeriksaan perencanaan. Konsekuensi dari investigasi penggambaran dapat digunakan sebagai alasan untuk membuat pemeriksaan perencanaan. Prosedur pemeriksaan perencanaan dapat dimaknai signifikansinya secara eksklusif dengan penggambaran.
 - f. Teknik analisis deskripsi saling terkait dengan strategi pemeriksaan perencanaan. Hasil analisis deskripsi dapat menjadi dasar pembuatan analisis pemetaan. Metode pemeriksaan perencanaan dapat dimaknai pentingnya secara eksklusif dengan penggambaran.
2. Teknis Analisis Spasial

Teknik analisis spasial dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisa sebaran atraksi wisata di setiap ruang-ruang di Kawasan Kota Lama dimana outputnya berupa gambar peta. Ruang-ruang di Kawasan Kota Lama Semarang diberi simbol dengan nama jalan yang mana di setiap jalan sudah memiliki konsep tema pengembangan kawasan sesuai dengan rencana tata ruang di Kawasan Kota Lama Semarang.

E. Validitas dan Reabilitas

Validitas kualitatif ialah upaya pemeriksaan terhadap akurasi hasil penelitian dengan menerapkan prosedur-prosedur tertentu, sementara itu reliabilitas kualitatif mengindikasikan bahwa pendekatan yang digunakan peneliti konsisten jika diterapkan pada penelitian lain (Gibbs dalam Creswell, 2010). Validitas ialah

kekuatan penelitian kualitatif serta dilandaskan pada penentuan apakah temuan yang didapat akurat dari sudut pandang peneliti partisipan atau pembaca. Validitas diselesaikan dengan benar-benar melihat informasi dari sumber yang berbeda, cara yang berbeda, dan waktu yang berbeda untuk memeriksa kebenaran hasil pemeriksaan atau dapat dikatakan sebagai triangulasi.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Pengujian kredibilitas data dalam penelitian ini dengan pengumpulan dan pengujian data yang telah diperoleh dilakukan ke pengelola Kawasan Kota Lama Semarang dan masyarakat yang tinggal di Kawasan Kota Lama Semarang.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara lalu di cek dengan observasi dokumentasi atau kuesioner.

3. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering memengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar belum banyak masalah akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.

Sedangkan menurut Gibbs dalam Creswell (2010) reabilitas kualitatif dilakukan melalui beberapa prosedur di bawah ini:

1. Mengecek hasil pengolahan data yang didapatkan untuk memastikan bahwa dalam proses tersebut tidak terdapat kesalahan.
2. Memastikan tidak ada definisi dan makna yang mengambang mengenai kodekode selama proses *coding*. Hal ini dapat dilakukan dengan terus membandingkan data tentang kode dengan menuliskannya dalam memo.
3. Melakukan *cross check* kode-kode yang dikembangkan oleh peneliti lain dengan cara membandingkan hasil yang diperoleh secara mandiri.

F. Penulisan Hasil Penelitian

Tahap penulisan hasil penelitian digunakan setelah seluruh data telah dikumpulkan, diolah, dan dianalisis untuk memenuhi tujuan dan sasaran dalam penelitian. Penulisan hasil penelitian berkaitan dengan jenis dan bentuk laporan yang dituliskan secara runtut, sistematis dan disajikan secara informatif. Berikut merupakan teknik penulisan menurut Moleong (2006):

1. Penjabaran dalam penulisan dilakukan secara informal bertujuan agar memberikan gambaran dan segi pandang sesuai dengan kondisi lapangan.
2. Penulisan dari penafsiran dan evaluasi tetap didasarkan dari data.
3. Data yang dimasukkan tidak terlalu banyak dan sesuai dengan fokus penelitian, sehingga terdapat batasan penelitian.

Pembuatan catatan untuk setiap tahap-tahap dalam melakukan kegiatan penelitian agar sesuai dengan fokus penelitian.

1.9. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penyusunan laporan ini yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada BAB I berisikan penjelasan mengenai latar belakang, rumusan permasalahan, tujuan dan sasaran penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup baik ruang lingkup materi maupun ruang lingkup wilayah, keaslian penelitian, kerangka pemikiran, metodologi penelitian yang digunakan dan sistematika pembahasan tugas akhir.

BAB II KAJIAN PUSTAKA TENTANG KAJIAN ATRAKSI WISATA DALAM PERSPEKTIF IDENTITAS KOTA LAMA SEMARANG SEBAGAI KAWASAN *HERITAGE*

Membahas mengenai review terhadap teori/konsep yang terdapat dalam literatur tertentu yang relevan yang berkaitan dengan atraksi wisata dan identitas sebagai kawasan *heritage*.

BAB III GAMBARAN WILAYAH STUDI

Berisikan keadaan eksisting pada wilayah baik dalam kerangka makro maupun yang berkaitan dengan tujuan studi. Pada bab ini juga berisi data-data yang telah berhasil dikumpulkan selama penelitian.

BAB IV ANALISIS

Bab IV berisikan perbandingan antara data dengan teori atau standar baku berbentuk kualitatif sesuai dengan alat analisa yang digunakan. Dalam beberapa hal, di dalam bagian analisis ini juga bisa dikemukakan keterkaitan antara hasil analisis yang satu dengan lainnya.

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Bagian kesimpulan menjelaskan secara ringkas hasil penelitian dan menjawab tujuan penelitian. Rekomendasi adalah saran dari peneliti yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait, catatan mengenai kelemahan penelitian yang bersangkutan, serta rekomendasi studi lanjutan yang berkaitan dengan focus maupun lokus penelitian.



BAB 2 KAJIAN TEORI

2.1. Atraksi Wisata

2.1.1. Pengertian Atraksi Wisata

Menurut A. Yoeti (1996:172) atraksi wisata merupakan segala sesuatu yang menjadi daya tarik seseorang untuk mengunjungi suatu tempat, seperti contoh atraksi tari-tarian. Nyanyian, kesenian daerah, upacara adat dan lain sebagainya. A. Yoeti dalam bukunya “Pengantar Ilmu Pariwisata” tahun 1985 menyatakan bahwa daya tarik wisata atau “*tourist attraction*”, istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu.

Nyoman S. Pendit dalam bukunya “Ilmu Pariwisata” tahun 1994 mendefinisikan atraksi wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat.

Menurut Pearce (1989: 26) “Atraksi wisata merupakan pusat (*primary destination*) dari industri pariwisata yang sangat menarik perhatian wisatawan yang ingin mengunjunginya dan merupakan objek pokok dari perjalanan mereka”.

Dengan beberapa penjelasan diatas maka ditarik kesimpulan bahwa atraksi wisata merupakan berbagai sesuatu hal yang memiliki keunikan, daya Tarik serta nilai yang tinggi , yang dijadikan acuan wisatawan untuk mendatangi suatu daerah tertentu. Klasifikasi suatu daerah supaya termasuk kedalam kategori Daerah Tujuan Wisata ialah harus memiliki 3 potensi yang dapat dikembangkan sehingga menarik untuk dikunjungi, yaitu:

a. Adanya *something to see*

Maksudnya adalah sesuatu yang menarik untuk dilihat.

b. Adanya *something to buy*

Maksudnya adalah sesuatu yang menarik dan khas untuk dibeli.

c. Adanya *something to do*

Maksudnya adalah sesuatu aktivitas yang dapat dilakukan di tempat itu.

Ketiga hal di atas disebut dengan unsur kuat pada daerah tujuan wisata sedangkan untuk pengembangan suatu daerah tujuan wisata harus ada beberapa hal yang harus diperhatikan, antara lain: Harus mampu bersaing dengan obyek wisata

yang ada dan serupa dengan objek wisata di tempat lain. Harus tetap, tidak berubah dan tidak berpindah-pindah kecuali dari bidang pembangunan dan pengembangan. Harus memiliki sarana dan prasarana yang memadai serta mempunyai ciri-ciri khas tersendiri. Harus menarik dalam pengertian secara umum (bukan pengertian dari subjektif) dan sadar wisata masyarakat setempat.

2.1.2. Pelaku Wisata

Pelaku wisata adalah setiap pihak yang berperan dan terlibat dalam kegiatan pariwisata. Adapun yang menjadi pelaku pariwisata menurut Damanik dan Weber (2006: 19). Didalam penelitian ini pelaku wisata akan lebih difokuskan kepada pelaku atraksi wisata, artinya pelaku atraksi wisata merupakan orang yang terlibat dalam keberlangsungan atraksi baik pelaku dan pengunjung.

Pelaku atraksi wisata atau penyedia jasa wisata adalah orang-orang yang menciptakan pertunjukan, tenaga kerja dan produk untuk industri perjalanan. Mereka dapat dicirikan menjadi dua pertemuan utama, khususnya:

- a. Pelaku Langsung, khususnya organisasi industri perjalanan yang memberikan keuntungan langsung kepada wisatawan atau yang administrasinya dibutuhkan langsung oleh wisatawan. Yang termasuk dalam klasifikasi ini adalah penginapan, tempat makan, jasa perjalanan, fokus data wisatawan, adegan hiburan, dan lain-lain.
- b. Pelaku Tidak Langsung, dalam organisasi tertentu yang bekerja di bidang yang secara implisit mendukung industri perjalanan, misalnya, organisasi pekerjaan tangan, distributor buku atau lembar pakar area lokal, dll.

2.1.3. Jenis Atraksi Wisata

Jenis Tempat liburan dapat dibedakan berdasarkan atribut atraksi yang terdiri dari dua macam, yaitu *Site Attraction* dan *Event Attraction* (Pearce). Seperti yang dikemukakan oleh Pearce (1989:26) Atraksi Situs dan Atraksi Acara dapat dianggap sebagai tujuan liburan yang memiliki langkah-langkah sebagai berikut:

1. Atraksi Situs

Merupakan daya tarik sebenarnya yang tahan lama dengan area yang tepat, dan dalam pelaksanaannya atraksi harus dinikmati di area atraksi

tersebut. Beberapa jenis atraksi nyata, khususnya: keindahan alam, lingkungan dan iklim.

Middleton (2001:124) menambahkan bahwa tempat liburan terdiri dari berbagai jenis termasuk yang berikut: Unsur-unsur di tempat liburan yang secara komprehensif memutuskan keputusan pelanggan dan mempengaruhi inspirasi calon pembeli meliputi:

- a. Tempat liburan normal, termasuk pemandangan, pantai, lingkungan, dan sorotan topografi lainnya dari tujuan dan aset reguler lainnya. Contoh atraksi reguler:
 - 1) Lanskap - Pemandangan alam seperti lereng, lembah, tebing, ngarai, air terjun, danau dan itu baru permulaan
 - 2) Pantai - pantai pasir putih, pantai pasir gelap dan lain-lain
 - 3) Iklim - salju musim semi dan lainnya
 - 4) Perkembangan geografis - gua, getar yang memiliki atribut khusus
- b. Destinasi liburan buatan/buatan manusia, yang mencakup struktur dan kerangka kerja industri perjalanan termasuk desain terkenal dan masa kini, landmark, jalan setapak, pemberhentian dan taman, aula konferensi, marina, ski, lokasi arkeologi, fairways, toko khusus, dan kawasan bertema.
- c. Kenyamanan/Fasilitas, ada unsur-unsur dalam daya tarik atau daya tarik yang memungkinkan para tamu untuk tinggal dan pada akhirnya menikmati dan ikut serta dalam suatu tempat wisata. Ini termasuk:
 - 1) Akomodasi, termasuk penginapan, kota perjalanan, loteng, perkebunan, prosesi, losmen, rumah pengunjung, dll.
 - 2) Restoran, mulai dari makanan murah sampai makanan mewah.
 - 3) Transportasi di tempat wisata, termasuk taksi, angkutan, persewaan sepeda dan ski di tempat wisata dingin.
 - 4) Kegiatan, misalnya sekolah ski, sekolah jelajah dan klub golf.
 - 5) Kantor lain, misalnya, kursus bahasa dan kemampuan.
 - 6) Gerai Ritel, seperti toko, travel planner, pernak-pernik, produsen mendirikan perkemahan.
 - 7) Administrasi lainnya, misalnya salon kecantikan, administrasi data, penyewaan peralatan dan pengaturan industri perjalanan.

d. Keterbukaan, Komponen-komponen ini mempengaruhi biaya, kesempurnaan dan kenyamanan seorang pelancong yang akan terpesona.

Komponen-komponen ini adalah:

- 1) Infrastruktur
- 2) Jalan, terminal udara, jalur kereta api, pelabuhan laut, marina.
- 3) Peralatan, termasuk ukuran, kecepatan, ruang lingkup kantor kendaraan umum.
- 4) Faktor operasional seperti jalur kerja/kursus, pengurangan administrasi, dan biaya yang dibebankan.
- 5) Peraturan Pemerintah yang memuat pengawasan terhadap pelaksanaan pedoman transportasi.

2. *Event Attraction*

Obyek wisata adalah obyek wisata yang tidak tetap dan daerahnya dapat dipindahkan. Beberapa jenis atraksi acara adalah: upacara adat, pameran, pertunjukan, pertandingan dan lain-lain. Adapun fungsi adat yang dimaksud adalah adat unik, upacara pernikahan, upacara kematian dan lain-lain. Pameran adalah pameran kerajinan daerah lokal yang berfokus pada hiburan.

Teknik perluasan kunjungan wisatawan merupakan usaha yang dilakukan untuk membangun pergantian peristiwa atau peningkatan objek wisata. Pengembangan tempat liburan harus dilakukan dengan mempertimbangkan gagasan pengembangan industri perjalanan yang dapat dipertahankan yang menyiratkan kemajuan aset industri perjalanan (atraksi, keterbukaan, kenyamanan) yang berencana untuk memberikan kemungkinan keuntungan bagi mitra dan pemenuhan ideal insentif untuk wisatawan dalam jarak jauh (Janianton) Damanik dan Helmut F. Weber, 2006) h. kesempatan yang digunakan untuk menggambarkan berbagai latihan dengan alasan tertentu. Latihan-latihan ini bisa sebagai ekspresi, olahraga, industri perjalanan dan sosial, dan latihan otoritas lainnya yang dikoordinasikan untuk ruang lingkup yang sangat besar (Argan, 2007). Kemampuan kesempatan wisatawan terlihat melalui perluasan sektor usaha tujuan wisatawan (Priporas, 2005). Acara juga merupakan faktor pendorong yang signifikan untuk industri perjalanan dan juga digunakan sebagai alat peraga untuk keberatan yang

ditandai. Pekerjaan acara rutin dapat membangun intensitas keberatan acara wisatawan yang ada.

2.1.4. Pengembangan Atraksi Wisata

A. Atraksi Wisata Dengan Modernisasi

Isu dalam membangun iklim di sekitar lokasi wisata, termasuk industri perjalanan berdasarkan sejarah sosial, tidak hanya menyinggung tentang bisnis, tetapi juga berbagai kualitas objek industri perjalanan. Hal ini menyiratkan bahwa keberatan wisatawan baru sedang dalam pengembangan dan kemajuan, sehingga keadaan alam belum terbingkai secara maksimal (Suyatmin, 2017).

Variasi destinasi liburan dapat dibuat dengan model modernisasi yang disesuaikan dengan perkembangan zaman (Rogerson dan van der Merwe, 2016; Yazdi, et al., 2014). Dengan demikian, tujuan wisata pada dasarnya adalah objek wisata yang memenuhi alam dan protes industri perjalanan yang berkembang melalui proses penciptaan tentang sudut pandang saat ini. Artinya, keberatan wisatawan dilihat dari sejarah sosial merupakan perpaduan dari dua struktur di atas. Anggapannya adalah bahwa bangunan asli dan sejarah aslinya adalah perpaduan dari kualitas menarik objek wisata, tetapi objek wisata di lokasi wisata juga digabungkan untuk menambah tempat liburan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan destinasi liburan harus dimungkinkan dengan memperkenalkan berbagai destinasi liburan yang membantu keberadaan dan keunikan objek industri perjalanan yang ada. Pengertian ini menyatakan bahwa tempat wisata juga berkaitan dengan bagaimana sutradara dapat membuat berbagai destinasi wisata pendukung sehingga daya tarik selanjutnya muncul dari objek wisata yang ada.

Tempat liburan yang membantu destinasi liburan di tempat liburan yang bisa digabungkan dengan kemampuan wawasan sekitar yang muncul dan tercipta di lokasi wisatawan. Hal ini menggambarkan bahwa rantai industri perjalanan itu rumit dan siap untuk secara nyata mempengaruhi daerah sekitarnya. Artinya, kontribusi dan komunikasi dari daerah sekitar hanyalah sebuah item, tetapi juga subjek dalam peningkatannya sehingga kemajuan objek industri perjalanan berdampak pada premis yang dapat dipertahankan. Kontribusi dan kerjasama ini bisa melalui pengenalan destinasi liburan yang berbeda, baik yang teladan dengan

kearifan lokal maupun yang sifatnya kekinian yang mengacu pada kemajuan zaman. Selain itu, variasi tempat liburan juga harus dikembangkan agar ada perkembangan dan kualitas yang memberikan atribut yang membuat lokasi wisata lainnya memikat (Bialostocka, 2014; Nagy, 2012). Berkaitan dengan peningkatan daya tarik kawasan Kota Lama Semarang, juga penting untuk mempertimbangkan atraksi agar dapat menambah destinasi liburan dan keunikannya.

B. Keterlibatan Komunitas

Pengembangan atraksi wisata dapat dilakukan dengan melibatkan *local community* supaya ikut terlibat. Keterkaitan komunitas yang memiliki ciri khas budaya dapat memberikan kekuatan identitas bagi kawasan Kota Lama Semarang sebagai icon Kota Semarang di bidang sosial, budaya, dan ekonomi dengan melibatkan komunitas lokal yang ada hubungannya dengan pengembangan Kota Lama (Natalia, 2017).

Pengembangan atraksi wisata dengan melibatkan kelompok masyarakat atau komunitas seperti halnya pengembangan Kota Surakarta sebagai kota budaya, peranan pemimpin lokal sangat berpengaruh dalam melakukan pengarahan terhadap masyarakat. Pemerintah Kota Surakarta menjadi pengarah utama yang membentuk cara pandang kelompok-kelompok masyarakat. Kelompok masyarakat ini dapat menghasilkan aktivitas budaya yang menghubungkan kepentingan-kepentingan masyarakat (Harsasto, 2015:67).

Fakta empirik yang terjadi di kawasan Kota Lama menunjukkan bahwa lokasi Kota Lama Semarang berada pada posisi yang sangat strategis guna fungsi ekonomi dan fungsi pariwisata. Fungsi ekonomi yaitu di kawasan Kota Lama pada zaman dahulu menjadi pusat perdagangan Kota Semarang oleh Bangsa Belanda di mana saat ini fungsi ekonomi tersebut dimanfaatkan oleh swasta maupun pemerintah dengan membuka restoran, cafe, pusat oleholeh, minimarket. Sedangkan fungsi pariwisata di Kota Lama menunjukkan bahwa bangunanbangunan dan fasilitas umum yang sudah diperbaiki dengan dukungan aktivitas dari setiap komunitas yang memiliki ciri khas guna mengisi kekosongan Kota Lama pada malam hari.

C. Event Atraksi

Daya tarik kesempatan adalah daya tarik yang bersifat sementara dan wilayahnya dapat dipindah-pindahkan. Beberapa macam atraksi acara, khususnya : upacara adat, pameran, pertunjukan, pertandingan dan lain – lain. Pelayanan konvensional yang dimaksud adalah adat luar biasa, acara pernikahan, acara lewat dan lain-lain. Pameran adalah pameran pengerjaan area lokal terdekat yang berfokus pada pengalihan (Pearce, 1989).

Selain itu, Johansson (2007) masuk akal bahwa siklus yang terlibat dengan membangun keberatan yang memiliki kualitas karakter melalui pelaksanaan kesempatan terkait erat dengan perwujudan merek yang sebenarnya, prinsip panduan, dan karakter tujuan.

Ditinjau dari perspektif industri perjalanan, acara dikaitkan dengan atraksi di mana latihan industri perjalanan merupakan atraksi/atraksi yang luar biasa untuk suatu tujuan, dorongan di mana melalui latihan kesempatan suatu tujuan dapat menampilkan dirinya untuk memberikan kesan dan perspektif tentang keberatan yang ditawarkan. ilustrator dimana melalui latihan-latihan acara, dapat ditunjukkan bahwa semua jenis atraksi merupakan ajang gerak dan imajinasi para penghibur acara, yang semuanya dimanfaatkan oleh Destination Marketing Organization (DMO) untuk mengedepankan upaya memajukan lokasi wisata (Getz, 2007).

D. Prinsip Pengembangan Atraksi Wisata *Heritage*

Peningkatan industri perjalanan harus memiliki opsi untuk secara jelas mempengaruhi area lokal lingkungan. Industri perjalanan didesak untuk mencari semacam keselarasan antara menjaga nilai-nilai warisan otentik dan sosial dengan kemajuan bisnis industri perjalanan itu sendiri. Oleh karena itu, memiliki aturan dasar yang memandu peningkatan industri perjalanan dan warisan sosial yang dapat diverifikasi sangat penting. Peningkatan industri perjalanan dan warisan sosial yang dapat diverifikasi mengacu pada standar yang dinyatakan dalam "Kode Etik Global untuk Pariwisata UNWTO" yang meliputi:

- a. Pemahaman dan jaminan kualitas yang dapat diverifikasi dan warisan sosial berkaitan dengan industri perjalanan;
- b. Penerjemahan, peningkatan, papan dan kemajuan warisan otentik dan sosial item industri perjalanan;

- c. Penggabungan keuangan dan penguatan jaringan lingkungan, terutama pertemuan yang lemah melalui kemajuan industri perjalanan dan warisan sosial yang dapat diverifikasi.

Selain 3 standar yang dapat dibuktikan dari peningkatan industri perjalanan yang digambarkan di atas, *National Trust of Historic Preservation* atau NTHP juga membingkai beberapa standar dalam pengembangan warisan industri perjalanan, termasuk:

- a. Bersekutu

Mebutuhkan upaya bersama yang ideal dari pertemuan yang berbeda untuk meningkatkan kelayakan kerja dan meningkatkan inspirasi untuk mencapai tujuan yang sama

- b. Lihat sebagai Fit

Sudut pandang dan pendekatan alternatif untuk bekerja dari lingkungan lokal dan pertemuan berbeda yang terkait akan menjadi ujian selama waktu yang dihabiskan untuk mengembangkan warisan industri perjalanan ini

- c. Jadikan Situs dan Program Menjadi Hidup

Penting untuk memberikan pintu terbuka yang berharga bagi para wisatawan untuk berkomunikasi secara langsung di tempat-tempat wisata untuk dapat memberikan pengalaman alternatif.

- d. Berpusat pada Kualitas dan Keaslian

Menampilkan nilai sosial dan warisan daerah setempat secara tepat dan menarik akan memberikan pengalaman yang sangat menarik dan berbeda bagi wisatawan.

- e. Simpan dan Lindungi

Menjaga dan menjaga aset-aset ini sangat penting untuk dapat membuat destinasi wisata ini tetap berjalan untuk waktu yang lama, jenis keamanan ini direncanakan untuk bangunan yang ada dan nilai-nilai sosial atau warisan yang sudah ada di lingkungan sekitar.

E. Kualitas Konsep Atraksi Wisata

Sebuah produk yang diciptakan sebagai daya tarik wisata harus memperhatikan kualitasnya, tidak hanya pada kualitas penampilan saja tetapi juga

value yang akan diterima penonton (Meytasari,2018). Argumen mengenai atraksi wisata tersebut secara tidak langsung menegaskan bahwa setiap atraksi wisata yang diciptakan harus memiliki tujuan untuk menjadikan tempat wisata tersebut menjadi tempat wisata yang memiliki ‘karakter’ dan kegiatan/pertunjukan yang sesuai sekaligus merepresentasikan karakter kawasan wisatanya. Hal ini bertujuan untuk menjaga eksistensi dan keunikan dari kawasan wisata tersebut (Waskito,2017). Terlebih lagi, penampilan yang menarik terkait dengan makna komposisi, yang sangat persuasif pada perasaan (penelitian otak) dari penghibur/saksi mata (Laurens, 2004, dalam Hess, 2007). Menurut Laurens (2004), dalam Hess (2007), kepentingan arsitektural memasukkan 2 (dua) implikasi penting, yaitu signifikansi ilustratif spesifik dan kepentingan responsif. Berikutnya adalah klarifikasi dari signifikansi ini:

1. Arti Ilustratif. Terdiri dari 2 (dua) jenis, yaitu makna penyajian khusus (sebagai simbol) dan implikasi referensial (gambaran artikel atau peristiwa tertentu). Jadi makna ilustratif dihubungkan dengan bentuk, permukaan, variasi, status, ukuran, dan karakteristik yang berbeda.
2. Signifikansi responsif. Terdiri dari 3 (tiga) jenis, khususnya signifikansi emosional (sentimen dan perasaan seseorang) sambil mengamati sebuah struktur. Reaksi ini tergantung pada wawasan dan budaya klien), signifikansi evaluatif (antusiasme seseorang untuk penggambaran dan perasaan cepat berdasarkan kemampuan mereka), kepentingan preskriptif (penghargaan seseorang untuk mencapai sesuatu setelah melihat dan menciptakannya). Jadi makna responsif adalah kerangka korespondensi melalui bagian-bagian bangunan.

2.2. Kawasan *Heritage*

2.2.1. Pengertian Kawasan *Heritage*

Istilah *Heritage* memiliki arti ialah sejarah, adat istiadat, dan nilai-nilai yang telah lama diklaim oleh suatu negara atau negara dan dipandang sebagai bagian penting dari kepribadian negara tersebut. (Sumber: Oxford Dictionary hal: 202), sedangkan menurut UNESCO, itu mencirikan "warisan" sebagai warisan (budaya)

masa lalu, yang harus dilindungi dari satu zaman ke zaman lainnya mengingat fakta bahwa ia memiliki kualitas yang terhormat.

Wilayah warisan ialah wilayah yang memiliki nilai verifikasi tinggi dan dapat dinikmati hari ini. Nilai yang dapat diverifikasi yang terkandung adalah orang yang unik dan tidak salah lagi di wilayah warisan. Keunikan dan karakter kawasan peninggalan tersebut dihubungkan dengan latar belakang sejarah perkembangan kota yang sebenarnya (Novelisa S.D). Perbaikan yang terjadi di kota dapat dirasakan hingga saat ini, baik dari contoh perbaikan metropolitan dalam hal hub tertentu atau bahkan dalam penggunaan kembali (*re-utilization*) struktur lama dengan kemampuan baru. Keunikan dan karakter kawasan legacy dapat menjadi pertimbangan banyak orang untuk mampir, sehingga kemampuannya disulap menjadi kawasan wisata legacy. Benda-benda peninggalan sebagai protes industri perjalanan juga mempengaruhi kemajuan suatu kota, terutama pada komponen-komponen yang membantu kegiatan industri perjalanan warisan. Komponen-komponen ini dibuat sesuai kemampuannya dan tidak dapat diisolasi dari sudut yang dapat diverifikasi yang terkandung di wilayah warisan. Kawasan legacy merupakan sumber daya suatu kota yang menjadi warisan kawasan industri perjalanan wisata, dan merupakan salah satu variabel penyebab kemajuan suatu kota.

2.2.2. Produk Wisata *Heritage*

Item industri perjalanan yang didasarkan pada sejarah dan warisan sosial adalah sesuatu yang disampaikan oleh sosial dan pelaku industri perjalanan yang diusulkan kepada wisatawan yang memiliki inspirasi unik untuk pergi dari tempat awal mereka ke lokasi tertentu untuk beberapa waktu dengan niat penuh untuk memperoleh pengalaman dengan sosial. nilai warisan melalui pendekatan perdagangan. budaya. Barang-barang warisan sosial dan yang dapat diverifikasi di sini cukup berisi berbagai atraksi warisan otentik dan sosial pada suatu tujuan yang dibundel dalam rentang waktu tertentu. Padahal, barang-barang warisan sosial yang benar-benar dapat diverifikasi mengandung daya tarik utama (daya tarik signifikan) sebagai daya tarik yang dapat dibuktikan dan warisan sosial, dan kemudian

digabungkan dengan daya tarik biasa dan palsu sebagai daya tarik pendukung (daya tarik minor).

Barang-barang industri perjalanan berbasis budaya - khususnya warisan sosial yang dapat diverifikasi dan industri perjalanan sendiri tidak dilepaskan dengan nilai atau signifikansi warisan budaya yang memberikan muatan (content) pada daya tarik benda dan takbenda yang menjadi komponen dari suatu produk wisata budaya. Selain itu produk wisata budaya mempunyai keterkaitan (context) dengan lansekap dan lingkungan natural setempat.

Content: Interpretasi. Kualitas atau makna warisan sosial pada umumnya sering tidak segera terlihat. Ini harus dipahami dengan terjemahan. Terjemahan menyampaikan hal-hal penting tentang suatu tempat atau tujuan (pemahaman tentang tempat). Terjemahan masuk akal bahwa suatu tempat mungkin memiliki berbagai kualitas dan implikasi untuk berbagai individu. Terjemahan disampaikan melalui narasi dan alur cerita. Akomodasi pemahaman tentang nilai atau makna warisan sosial dibantu melalui penerjemahan, misalnya ahli daerah setempat atau orang yang memiliki kemampuan sebagai narator; serta papan terjemahan sebagai beberapa papan yang menggambarkan terjemahan melalui narasi yang disusun dalam alur cerita tertentu. Baik pendamping lokal maupun dewan penerjemah tidak dapat mencontohkan perkembangan wisatawan di lokasi yang biasanya tampak sebagai jejak peninggalan.

Context: Perencanaan Destinasi. Dalam implementasinya, baik produk wisata berbasis budaya maupun interpretasi dari nilai atau signifikansi warisan budaya tidak bisa dilepaskan dengan konteks tempat atau destinasi. Hubungan kontekstual antara pola pergerakan dengan lingkungan alami dan pengaturan lansekap perlu dicermati, seperti hubungan antara muatan interpretasi dan orang/media penyampai interpretasi dengan elemen fisik yang menjadi bagian dari jejak warisan budaya (*heritage trail*).

Perencanaan destinasi (*destination planning*) menjadi sangat penting karena selain mendudukan produk wisata budaya dalam konteks tempat, tetapi juga menguatkan dan mengembangkan aspek tempat atau destinasi secara terencana untuk mendukung keberadaan produk wisata budaya. Perencanaan destinasi pada dasarnya adalah rencana komprehensif untuk memfasilitasi pergerakan wisatawan

pada suatu destinasi (inner destination) dan juga antar destination, berupa perencanaan zonasi dan aksesibilitas, penguatan daya tarik, termasuk juga penyediaan akomodasi dan amenitas pariwisata. Prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan dan bertanggungjawab harus menjadi acuan dalam perencanaan destinasi wisata budaya khususnya tempat-tempat yang harus dijaga dan dilindungi sesuai dengan kaidah pelestarian.

Tahapan Pengembangan Produk Wisata Budaya. Materi dasar sosial item industri perjalanan adalah artikel sosial. Benda di sini bisa berupa benda warisan sosial yang sulit dipahami, benda warisan sosial yang pasti, atau benda warisan sosial yang terendam. Disamping itu pemaknaan terhadap objek warisan sosial dilakukan. Yang penting adalah kualitas yang bergaya, otentik, sosial, logis, dan mendalam. Objek yang sudah mendapatkan signifikansi kemudian disebut sebagai: daya tarik warisan budaya (*cultural heritage attraction*). Untuk menjadi suatu produk yang bisa dipahami maka diperlukan suatu produk naratif berupa interpretasi dari daya tarik warisan budaya. Produk naratif tersebut berisikan deskripsi dari objek warisan budaya, uraian nilai-nilai warisan budaya, serta narasi yang meliputi tuturan cerita (*story telling*) dan alur cerita (*story line*). Berdasarkan tuturan dan alur cerita tersebut kemudian dirumuskan jalur perjalanan –yang dikenal sebagai: jejak warisan budaya atau *heritage trail*– serta dilakukan pengemasan untuk menjadi suatu produk wisata yang bisa diakses oleh wisatawan.



Gambar 1.8.
Tahapan Pengembangan Produk Wisata Budaya

2.2.3. Prinsip Pengembangan Produk Wisata *Heritage*

Peningkatan industri perjalanan harus memiliki opsi untuk secara empatik mempengaruhi area lokal lingkungan. Industri dan industri perjalanan memberikan keselarasan antara penjagaan kualitas yang dapat diverifikasi dan warisan sosial dengan kemajuan bisnis industri perjalanan itu sendiri. Oleh karena itu, memiliki aturan penting yang memandu perbaikan sejarah dan warisan sosial sangat penting. Kemajuan sejarah dan warisan sosial mengacu pada standar yang dinyatakan dalam "The UNWTO Global Code of Ethics for Tourism" yang meliputi:

- a. Pemahaman dan jaminan kualitas otentik dan warisan sosial berkaitan dengan industri perjalanan;
- b. Pemahaman, kemajuan, dewan, dan kemajuan warisan yang dapat diverifikasi dan sosial dari barang-barang industri perjalanan;
- c. Penggabungan keuangan dan penguatan jaringan terdekat, terutama pertemuan yang lemah melalui kemajuan industri perjalanan dan warisan sosial yang dapat diverifikasi.

Selain 3 prinsip pengembangan pariwisata sejarah yang dijelaskan diatas, *National Trust of Historic Preservation* atau NTHP juga membingkai beberapa standar dalam peningkatan warisan industri perjalanan, termasuk:

a. **Bersekutu**

Mebutuhkan upaya bersama yang ideal dari pertemuan yang berbeda untuk meningkatkan kecukupan kerja dan inspirasi untuk mencapai tujuan yang sama.

b. **Lihat sebagai Yang Benar**

Sudut pandang dan pendekatan alternatif untuk bekerja dari lingkungan sekitar dan pertemuan terkait lainnya akan menjadi ujian selama waktu yang dihabiskan untuk mengembangkan warisan industri perjalanan ini.

c. **Meremajakan Situs dan Program**

Harus ada kesempatan bagi wisatawan untuk terhubung langsung di destinasi wisata untuk dapat memberikan pengalaman alternatif.

d. **Berpusat pada Kualitas dan Keaslian**

Eksak dan imajinasi yang dekat dengan budaya dan warisan lokal akan memberikan pengalaman yang sangat menarik dan berbeda bagi para wisatawan.

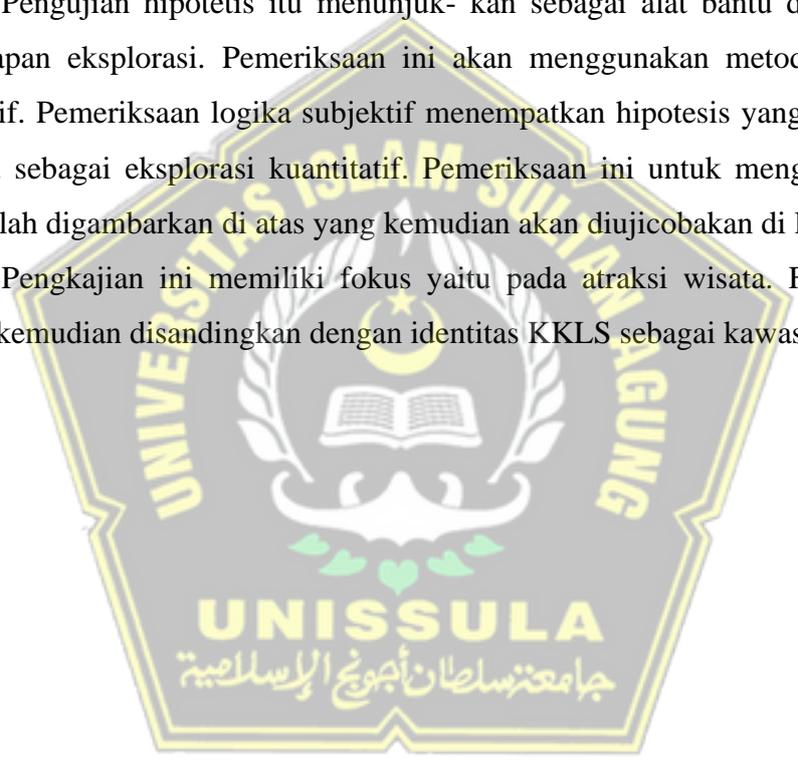
e. Jaga dan Lindungi

Menjaga dan menjaga aset-aset ini sangat penting agar destinasi wisata ini dapat bertahan lama, jenis keamanan ini diharapkan untuk struktur yang ada serta nilai-nilai sosial atau warisan yang ada di lingkungan sekitar.

2.3. Landasan Teori

Pengujian hipotetis itu menunjuk-kan sebagai alat bantu dan pembatas percakapan eksplorasi. Pemeriksaan ini akan menggunakan metodologi logika subjektif. Pemeriksaan logika subjektif menempatkan hipotesis yang tidak begitu berlaku sebagai eksplorasi kuantitatif. Pemeriksaan ini untuk menguji hipotesis yang telah digambarkan di atas yang kemudian akan diujicobakan di lapangan.

Pengkajian ini memiliki fokus yaitu pada atraksi wisata. Fokus atraksi wisata kemudian disandingkan dengan identitas KKLS sebagai kawasan *heritage*.

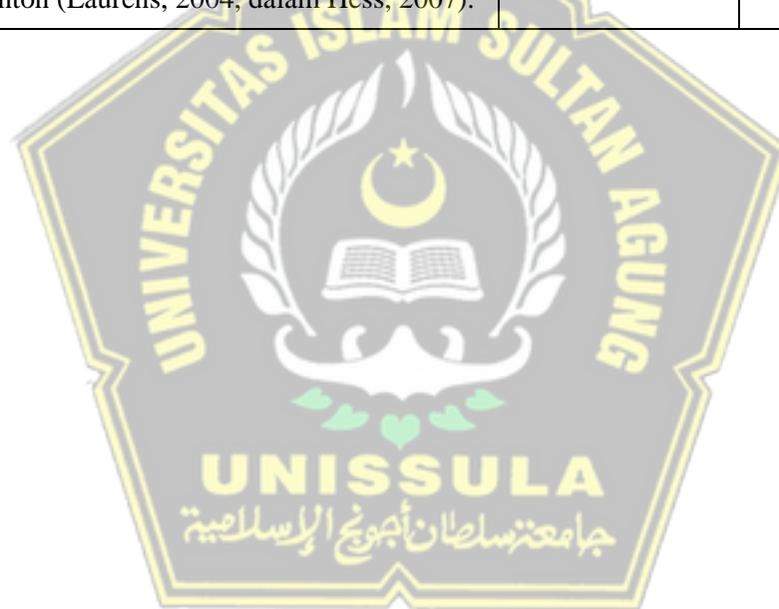


Tabel II.1. Matriks Teori

No	Sumber	Uraian	Variabel	Indikator	Parameter
1	Pearce (1989)	Atraksi wisata merupakan sebuah pertunjukan yang menjadi daya tarik pada tempat wisata. Atraksi wisata memiliki karakteristik baik atraksi yang sifatnya alami atau tetap dan atraksi yang sifatnya buatan manusia atau dapat dipindahkan.	Atraksi Wisata	Karakteristik Atraksi Wisata	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Site Attraction</i> • <i>Event Attraction</i>
2	A.Yoeti (1996)	Atraksi area ialah sesuatu yang dimunculkan sebagai daya tarik seseorang guna melihat atau mengunjungi tempat wisata Kawasan yang didesain untuk menjadi tempat wisata pasti di dalamnya terdapat sesuatu yang menjadi obyek daya tarik baik yang bersifat alami maupun buatan manusia.	Atraksi Wisata		<ul style="list-style-type: none"> • Atraksi Alami • Atraksi Buatan
3	NTHP (2018)	Pengembangan atraksi wisata banyak sekali dibuat dengan beberapa konsep dari yang lama hingga mengkombinasikan dengan modernisasi. Namun pengembangan atraksi wisata <i>heritage</i> dibutuhkan landasan pemikiran agar atraksi yang diciptakan sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung didalam kawasan <i>heritage</i> tersebut.	Atraksi Wisata	Prinsip Atraksi Wisata <i>Heritage</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Collaborate</i> • <i>Find the Fit</i> • <i>Make Sites and Program Come alive</i> • <i>Focus on Quality and Authenticity</i> • <i>Preserve and Protect</i>
4	Cullen (1961)	Sesuatu objek yang dibuat sebagai daya tarik seseorang agar berkunjung tentunya harus dikonsept dengan sedemikian rupa agar isi yang akan disampaikan kepada audience dapat tersalurkan sehingga muncul ketertarikan.	Atraksi Wisata	Kualitas Atraksi	<ul style="list-style-type: none"> • Tampilan Isi Atraksi (<i>content</i>) • Tempat Atraksi

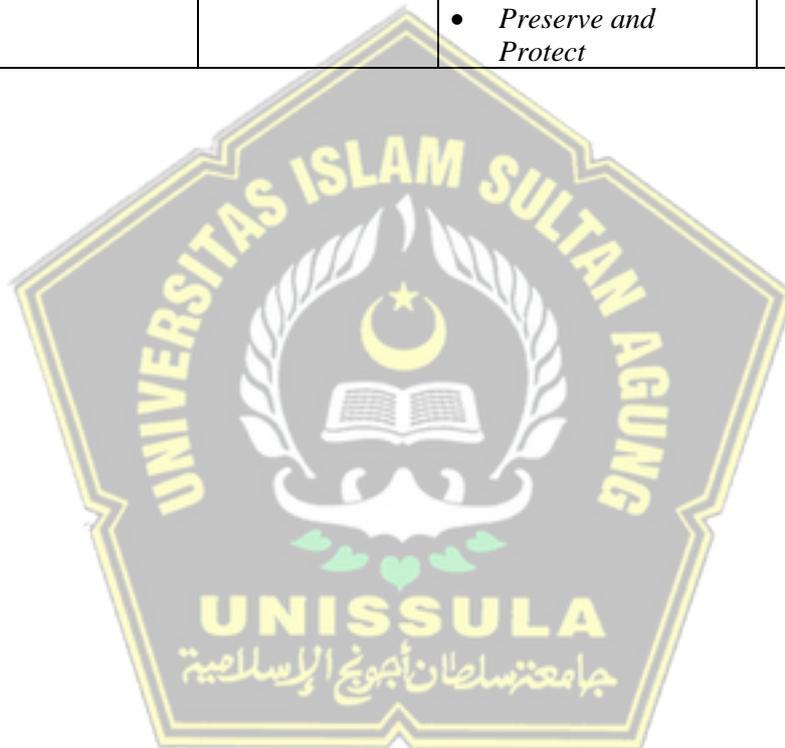
No	Sumber	Uraian	Variabel	Indikator	Parameter
5	Laurens (2004)	Suatu atraksi wisata harus memperhatikan kualitasnya agar makna yang ingin disampaikan mampu direspon dengan baik dengan tidak melupakan aspek representasi dari tempat wisata tersebut (Meytasary). Selain itu Penampilan memikat dihubungkan dengan pentingnya desain, yang sangat memikat perasaan (ilmu otak) penghibur/penonton (Laurens, 2004, dalam Hess, 2007).	Atraksi Wisata	Kualitas Konsep Atraksi	Makna - Makna Representasional - Makna responsif.

Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2020



Tabel II.2. Matriks Variabel, Indikator, dan Parameter Penelitian

No	Variabel	Indikator	Parameter	Sumber
1.	Atraksi Wisata	Karakteristik Atraksi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Site Attraction</i> • <i>Event Attraction</i> 	Pearce (1989)
		Kualitas Konsep produk wisata	Makna <ul style="list-style-type: none"> • Makna Representasional • Makna responsif. 	Laurens (2004)
		Prinsip Atraksi Wisata <i>Heritage</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Collaborate</i> • <i>Find the Fit</i> • <i>Make Sites and Program Come alive</i> • <i>Focus on Quality and Authenticity</i> • <i>Preserve and Protect</i> 	NTHP (2018)



BAB 3 GAMBARAN UMUM

3.1. Administrasi Kota Lama Semarang

Kawasan Kota Lama Semarang yang terletak di Desa Bandarharjo, Kecamatan Semarang Utara, memiliki luas $\pm 31,24$ hektar. Selanjutnya adalah kesatuan wilayah yang memiliki keunikan dan bentuknya terlihat seperti kota yang berbeda. Batas wilayah Kota Lama adalah Sungai Semarang di barat, Stasiun Jalan Tawang di utara, Jalan Ronggowarsito di timur, dan Jalan Agus Salim di selatan. Sebelum tahun 1824 Kota Tua dikelilingi oleh tiang 5 sisi. Wilayah Kota Lama merupakan wilayah dengan tingkat kepadatan yang tinggi. Di sekitar sini ada Gereja Immanuel (Blenduk) dan tempat rekreasi. Ruang terbuka yang lebih besar terletak di depan Stasiun Kereta Tawang. Berikutnya adalah panduan batas wilayah Kota Lama Semarang.



Gambar 3.1.
Peta Batasan Kawasan
Sumber: Peneliti, 2020

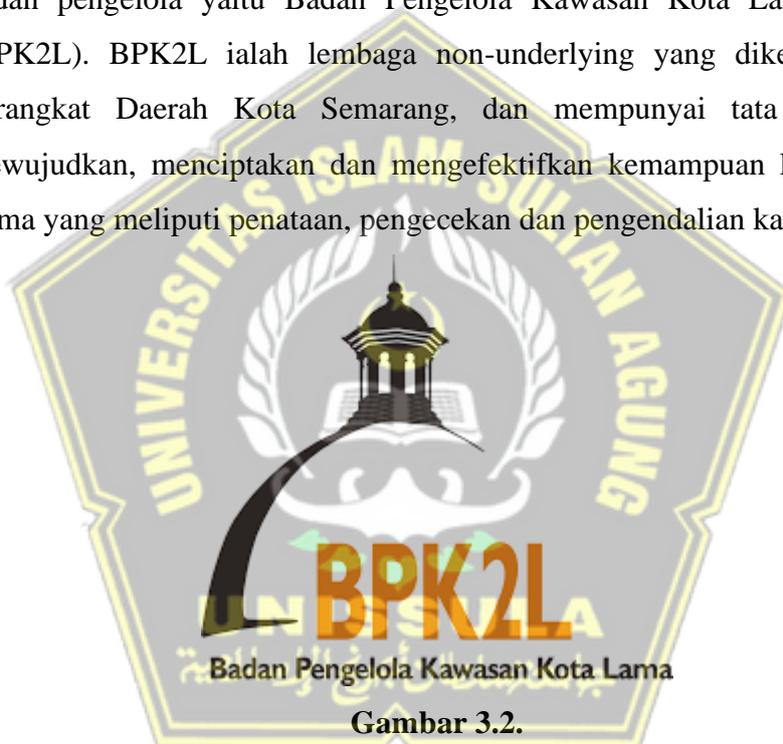
3.2. Pelaku Atraksi Wisata Kota Lama Semarang

Pelaku atraksi wisata merupakan orang-orang yang berperan atau beraktivitas di dalam pengembangan atraksi wisata baik pemerintah/pengelola dan

pelaku usaha wisata. Berikut adalah pelaku atraksi wisata yang ada di Kota Lama Semarang:

a. Pemerintah atau Pengelola

Pemerintah/pengelola ialah pihak yang memiliki kekuatan untuk mengelola, memberi, dan membagi berbagai pertemuan yang terkait dengan kebutuhan industri perjalanan. Tidak hanya itu, otoritas publik juga bertanggung jawab untuk menentukan arah perjalanan industri perjalanan. Strategi skala penuh yang dicapai oleh otoritas publik merupakan bantuan bagi mitra yang berbeda dalam mengambil bagian khusus mereka. Kota Lama Semarang memiliki badan pengelola yaitu Badan Pengelola Kawasan Kota Lama Semarang (BPK2L). BPK2L ialah lembaga non-underlying yang dikecualikan dari Perangkat Daerah Kota Semarang, dan mempunyai tata tertib untuk mewujudkan, menciptakan dan mengefektifkan kemampuan kawasan Kota Lama yang meliputi penataan, pengecekan dan pengendalian kawasan.



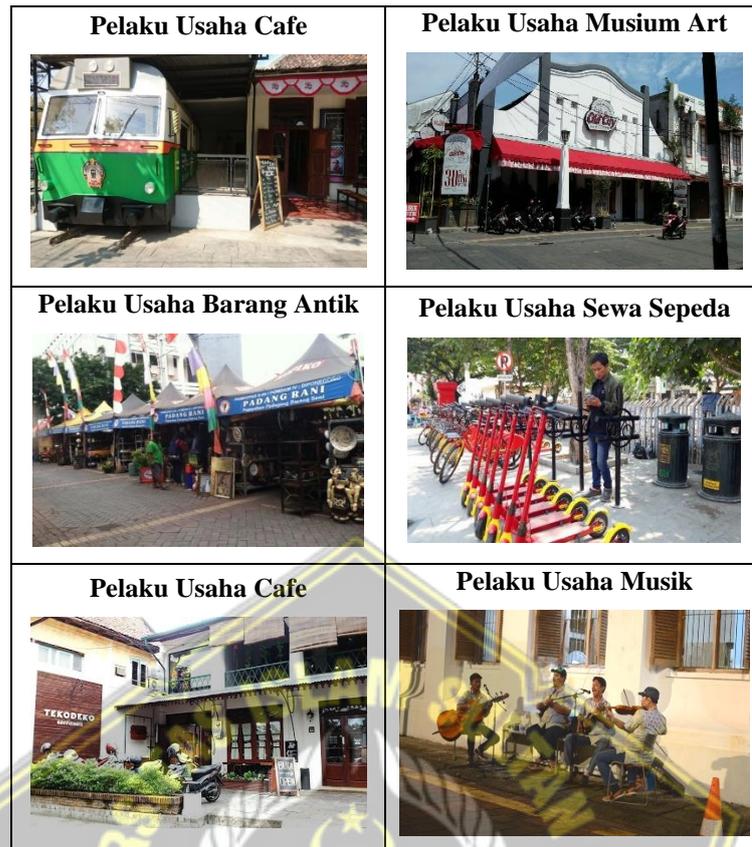
Gambar 3.2.

Badan Pengelola Kawasan Kota Lama

Sumber: account facebook BPK2L

b. Pelaku Usaha Wisata

Pelaku usaha merupakan orang ataupun kelompok yang menghasilkan barang maupun jasa bagi pariwisata. Berikut ialah beberapa pelaku usaha wisata yang ada di Kota Lama Semarang:



Gambar 3.3. Gambar Pelaku Usaha Wisata

3.3. Gambaran Atraksi Wisata Kota Lama Semarang

Atraksi area merupakan segala sesuatu yang menciptakan daya tarik pengunjung wisata guna menghadiri suatu tempat dan di kenal sebagai *tourist attraction* (A. Yoeti, 1985). Kawasan daya tarik dapat dipisahkan berdasarkan ciri-ciri daya tarik yang terdiri dari dua macam, yaitu Daya Tarik Situs dan Daya Tarik Acara (Pearce). Berikut adalah gambaran atraksi wisata yang ada di Kota Lama Semarang.

Tabel III.1. Tabel Atraksi Wisata

No	Atraksi Wisata	Lokasi	Keterangan
<i>Site Attraction</i>			
1.	<ul style="list-style-type: none"> Gedung Monod Diephuis 	Jl. Kepodang	Gedung Monod Diephuis merupakan Gedung eks kantor perdagangan era colonial belanda. Setelah di lakukan restorasi Gedung ini di fungsikan sebagai Gedung pameran seperti batik, musik, tarian, Gedung pertemuan dan fungsi pertunjukan lainnya.

No	Atraksi Wisata	Lokasi	Keterangan
2.	<ul style="list-style-type: none"> • Semarang Contemporary Art Gallery 	Jln. Taman Srigunting	Gedung Semarang Contemporary Art Gallery merupakan Gedung tua di Jln. Taman Srigunting yang saat ini berfungsi sebagai gedung pameran karya seni gambar, lukisan dan patung.
3.	<ul style="list-style-type: none"> • Cafe Sepur 	Jln. Empu Tantular	Cafe sepur merupakan sebuah tempat tongkrongan yang di desain menggunakan bangunan kereta kuno. Café ini tidak hanya menyediakan jual beli minuman saja akan tetapi juga menyediakan obyek cinema 9D yang menjadi daya tarik tambahan bagi pengunjung.
5.	<ul style="list-style-type: none"> • Old City 3D Trick Art Museum 	Jln. Letjend Suprpto	Gedung ini merupakan tempat wisata yang mengusung konsep wahana foto 3 dimensi. Pengunjung dapat mengeksplorasi 100 lebih karya seni 3 dimensi untuk dapat di jadikan foto pribadi dengan background yang bermacam-macam.
6.	<ul style="list-style-type: none"> • Teko Deko 	Jln. Letjend Suprpto	Tekodeko merupakan sebuah cafe yang berdiri di bangunan eks rumah tinggal bangsawan belanda. Tempat berkumpul atau nongkrong yang terkonsep seperti tempat kuno.
7.	<ul style="list-style-type: none"> • Sai Ramen 	Jln. Letjend Suprpto	Sebuah outlet makanan khas jepang yang di develop didalam bangunan cagar budaya KKLS.
8.	<ul style="list-style-type: none"> • Semarang Kreatif Galeri 	Jln. Letjend Suprpto	Gedung ini merupakan sebuah tempat untuk melihat produk-produk UMKM asli Semarang yang memiliki kualitas premium.

No	Atraksi Wisata	Lokasi	Keterangan
9.	<ul style="list-style-type: none"> • Café Bar Marabunta 	Jln. Cendrawasih	Gedung marabunta yang sejarahnya dijadikan gedung pertunjukan opera saat ini digunakan sebagai tempat hiburan malam.
10.	<ul style="list-style-type: none"> • Café Bar Holywings 	Jln. Cendrawasih	Gedung merupakan salah satu bangunan bersjarah di Kotalama Semarang dan saat ini digunakan sebagai tempat hiburan malam.
11.	<ul style="list-style-type: none"> • Café Covare 	Jln. Letjend Suprpto	Merek espresso yang dibuat oleh PT Trade Indonesia (PT PPI). Espresso yang ditangani dan dibuat menargetkan espresso dari daerah Sumatera dan Papua. Pada awalnya, Covare hanya menjual barang-barang biji kopi espresso di web dan melalui pertunjukan. Kemudian, pada saat itu, saat ini juga terputus, salah satunya dengan membuka gerai Covare Coffee di Kota Lama Semarang.
12	<ul style="list-style-type: none"> • Starbuck Coffee 	Jln. Letjend Suprpto	Sebuah outlet kedai kopi luar negeri yang dikembangkan dengan konsep klasik menempati bangunan cagar budaya KKLS.
Event Attraction			
No.	Atraksi Wisata	Lokasi	Keterangan
1.	<ul style="list-style-type: none"> • Musik Keroncong 	Tidak Menetap	Merupakan sebuah pertunjukan dari kesenian musik khas jawa yang di tampilkan untuk menghibur pengunjung wisata. Pertunjukan ini sekaligus menambah nuansa klasik dari lokasi wisata.
2.	<ul style="list-style-type: none"> • Pertunjukan Musik 	Tidak Menetap	Merupakan sebuah pertunjukan musik tradisional khas sunda yang mana di sajikan dengan gaya modern dan campuran untuk menambah daya tarik. Musik tradisional sekali lagi menambah nuansa klasik dari lokasi wisata.

No	Atraksi Wisata	Lokasi	Keterangan
3.	<ul style="list-style-type: none"> • Penyewaan Sepeda 	Taman Srigunting	Merupakan sebuah fasilitas yang di sediakan oleh penyedia jasa sewa sepeda atau scooter. Ini menjadi pelengkap daya tarik wisata bagi pengunjung untuk berkeliling santai di kota lama.
4.	<ul style="list-style-type: none"> • Penyewaan Becak 	Taman Srigunting	Sama halnya dengan penyediaan sewa sepeda, penyewaan becak yang di modifikasi ini sebagai objek berfoto menggunakan alat transportasi klasik sehingga memberikan nuansa klasik pada penggunaannya.
5.	<ul style="list-style-type: none"> • Jual Beli Barang Antik 	Jln. Srigunting	Merupakan sebuah jasa penyedia barang-barang antik dan berumur yang di tujukan untuk pengunjung wisata atau kolektor barang lama.
6.	<ul style="list-style-type: none"> • Silver Man 	Jln. Letjend Suprpto	Silverman adalah manusia jadi-jadian yang memberi pertunjukan dan menghibur pengunjung di kawasan wisata Kotalama.
7.	<ul style="list-style-type: none"> • Action Figure 	Jln. Letjend Suprpto	Action figure merupakan atraksi hiburan yang ditujukan untuk objek foto pengunjung bersama action figure tersebut ditengah Kotalama.
8.	<ul style="list-style-type: none"> • Retro Bike 	Tidak Menatap	Retro Bike merupakan penyewaan kendaraan dengan konsep retro atau kendaraan masa lampau yang digunakan untuk berkeliling Kotalama.
9.	<ul style="list-style-type: none"> • Ghost Man 	Jln. Letjend Suprpto	Ghost Man merupakan manusia jadi-jadian yang tampil dan menjadi objek foto pengunjung Kotalama di malam hari.

No	Atraksi Wisata	Lokasi	Keterangan
			
10.	<ul style="list-style-type: none"> • Festival Kota Lama 	Tidak Menetap	Festival yang digelar pada saat-saat tertentu sebagai aktivitas tambahan di Kawasan Kotalama Semarang.


wonderful indonesia

FESTIVAL KOTA LAMA

BEDA MASA SATU RASA

KAMIS
20/09

16.00 - 22.00
Pasar Sentiling
Jambore Ekonomi Kreatif

20.00 - Selesai
Wayangan

JUMAT
21/09

14.00 - 22.00 **Pekan Film Semarang**
Lokasi Tekodeko Koffiehuis

15.30 - 17.30 **Jelajah Kota Lama**
Lokasi Taman Srigunting

16.00 - 22.00 **Pasar Sentiling**
Jambore Ekonomi Kreatif

Panggung Tontonan

19.30 - 19.40 **Jaran Kepang**
Kab.Semarang

19.40 - 19.50 **Pembukaan**
Festival Kota Lama 2018

19.50 - 20.00 **Tari Nginang**

20.00 - 20.30 **Nial Djuliarso**

20.30 - 20.40 **Tarian** (Nadia dan Irfan)

20.40 - 20.50 **Tari Mbarang**

20.50 - 21.20 **Nial Djuliarso**

SABTU
22/09

08.00 & 15.30 **Jelajah Kota Lama**
Lokasi Taman Srigunting

14.00 - 22.00 **Pekan Film Semarang**
Lokasi Tekodeko Koffiehuis

16.00 - 23.00 **Pasar Sentiling**
Jambore Ekonomi Kreatif

Panggung Tontonan

18.15 - 19.10 **Krishna Balagita**

19.10 - 19.30 **Batik Jembrengan**
Diajeng Semarang

19.30 - 20.30 **Indro Hardjodikoro**
Jazz Muda Indonesia
feat Agis Kania

20.30 - 20.50 **Fashion Show**
Batik Terkini
Susan Budiharjo

20.50 - 22.00 **Tohpati Bertiga**

22.00 - 23.00 **Lalski**

MINGGU
23/09

08.00 & 15.30 **Jelajah Kota Lama**
Lokasi Taman Srigunting

14.00 - 22.00 **Pekan Film Semarang**
Lokasi Tekodeko Koffiehuis

16.00 - 22.00 **Pasar Sentiling**
Jambore Ekonomi Kreatif

Panggung Tontonan
"Special Guest Star"

call ☎ 0811-2711-24 | visit www.festivalkotalama.com | [f festivalkotalama](https://www.facebook.com/festivalkotalama) | [@festkotalama](https://www.instagram.com/festkotalama) | kotalamafest@gmail.com

Gambar 3.4. Rangkaian Acara Festival Kota Lama

Sumber: dot.semarang

Tabel III.2. Tabel Event Atraction Festival Kota Lama

No	Jenis Atraksi	Gambar
1	Pasar Sentiling	
2	Wayangan On the Street	
3	Pekan Film Semarang	
4	Jaran Kepang	

No	Jenis Atraksi	Gambar
5	Tarian	
6	Festival Kuliner	
7	Fashion Show	



BAB 4

ANALISIS KAJIAN ATRAKSI WISATA DALAM PERSPEKTIF KAWASAN KOTA LAMA SEMARANG SEBAGAI KAWASAN *HERITAGE*

4.1. Tema Empiris dan Konsep

Kajian atraksi wisata dalam perspektif Kawasan Kota Lama Semarang sebagai kawasan *heritage* ini dilakukan melalui proses dan tahapan-tahapan sehingga menghasilkan tema-tema empiris. Tema-tema ini didapat melalui proses kajian teori tentang atraksi wisata dan teori wisata kawasan *heritage* kemudian dilanjutkan proses pengamatan dan wawancara terkait lokasi studi. Informasi-informasi terkait atraksi wisata *heritage* ini dilihat dari kondisi saat ini. Selain itu informasi terkait lokasi studi dilihat dari *historical* dan *culture* yang menjadi karakteristik dan identitas lokasi studi sebagai kawasan *heritage*. Hal ini dikarenakan fakta empiris Kawasan Kota Lama Semarang yang sudah bertransformasi menjadi kawasan wisata *heritage*, tidak hanya sebagai kawasan *heritage* yang diisi bangunan-bangunan cagar budaya.

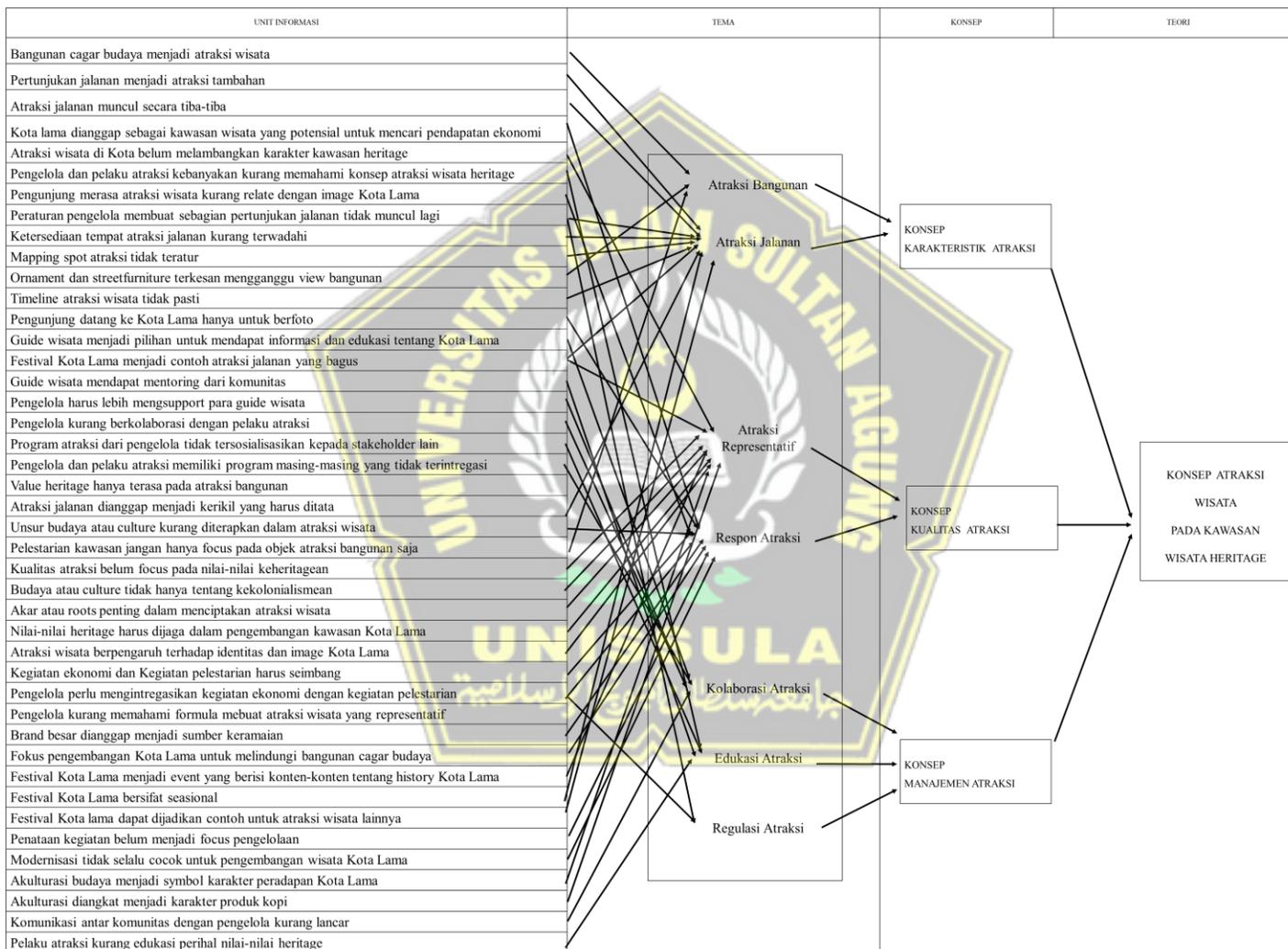
Dari penjelasan di atas terdapat beberapa tema dan informasi yang didapatkan dari narasumber di lapangan. Tema penelitian nantinya didapat melalui proses kajian literatur dari beberapa penelitian terdahulu terkait atraksi wisata, *heritage* dan penelitian terkait Kawasan Kota Lama Semarang. Setelah tema-tema tersebut didapat kemudian dilakukan observasi lapangan dengan melakukan wawancara terkait tema-tema penelitian kepada para pakar dan pihak-pihak yang memiliki dan mengamati terkait perkembangan Kawasan Kota Lama Semarang. Proses pengolahan hasil data informasi tersebut kemudian diinput kedalam *logbook*. Pengkodean tiap informasi juga dilakukan yang kemudian ditabulasikan untuk mengelompokkan informasi yang sama. Informasi yang ditampilkan kedalam tabulasi merupakan cuplikan informasi dari rangkuman hasil wawancara dengan narasumber. Dari pengelompokan tabulasi terdapat tema dan sub tema. Berikut adalah tema yang terdapat di dalam penelitian ini:

- a. Atraksi Bangunan
- b. Atraksi Jalanan
- c. Atraksi Representatif

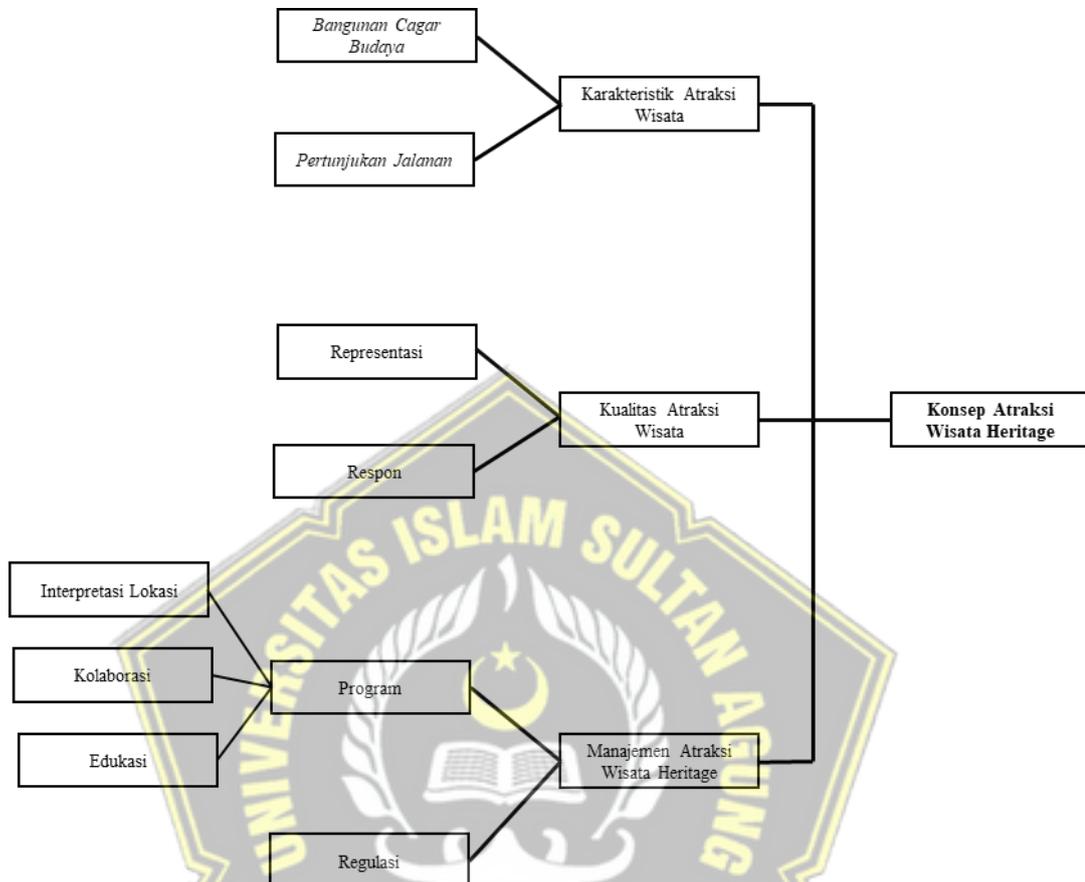
- d. Respon Atraksi
- e. Kolaborasi Atraksi
- f. Edukasi Atraksi
- g. Regulasi Atraksi



Tabel IV.1. Informasi dan Tema Empiris



Berdasarkan tema-tema yang sudah ada tersebut kemudian ditentukan konsep yang telah didapatkan. Berikut adalah merupakan skema konsep yang ditentukan dari hasil pengumpulan data dan informasi.



Gambar 4.1.

Skema Konsep Penelitian

Perkembangan Kawasan Kota Lama Semarang saat ini sudah tumbuh menjadi tempat wisata berbasis budaya dan sejarah setelah didukung dengan program revitalisasi yang dilakukan sejak tahun 2017 pada sektor infrastruktur dan bangunan cagar budaya, Seiring popularitas Kota Lama Semarang yang mulai dilirik banyak orang dari berbagai kalangan karena potensi yang dimiliki secara eksisting maupun yang sudah tertuang dalam RTBL cukup disayangkan apabila Kawasan Kota Lama Semarang yang juga dirancang sebagai tempat wisata *heritage* saat ini belum memiliki manajemen atraksi yang baik (Meytasari, 2018).

Setiap atraksi wisata tentunya memiliki karakteristik disetiap atraksi yang diciptakan. Yang mana pada studi ini secara spesifik atraksi wisata di kelompokkan menjadi dua yaitu,

Selain karakter dari sebuah atraksi wisata, di setiap atraksi yang diciptakan diharapkan memiliki kualitas yang bagus dan menarik. Atraksi wisata secara kualitas selain diciptakan untuk menjadi daya tarik wisatawan juga diharapkan untuk memiliki kualitas pemaknaan baik dari makna representasional maupun makna responsif dari setiap orang yang menyaksikan. Menciptakan sesuatu daya tarik yang menarik dan bermakna tentunya memiliki proses-proses tertentu untuk mencapainya.

Sesuatu yang berkarakter dan kualitas akan menjadi kuat dan bertahan lama apabila sesuatu tersebut memiliki prinsip-prinsip yang dijaga dan dilakukan sebagai landasan pemikiran terciptanya sesuatu produk. Sama halnya sebagaimana kawasan wisata *heritage* memiliki prinsip-prinsip atraksi wisata *heritage* (NTHP, 2018).

Konsep atraksi wisata dalam penelitian ini disandingkan dengan teori tema yang digunakan. Tema awal penelitian ini tentang atraksi wisata dalam Perspektif kawasan *heritage*. Berdasarkan konsep yang disandingkan dengan teori tersebut keluarlah tema yang terdiri dari karakteristik, kualitas dan prinsip-prinsip terkait atraksi wisata dalam perspektif KKLS sebagai kawasan *heritage*.

4.2. Karakteristik Atraksi Wisata

Kajian tentang atraksi wisata dalam Perspektif KKLS sebagai kawasan *heritage* dimulai dari mengetahui tentang karakteristik atraksi wisata di KKLS. Karakteristik berperan dalam mengelompokkan dan memetakan berbagai jenis atraksi yang muncul di Kawasan Kota Lama Semarang, sehingga proses kajian pada tahap selanjutnya dapat lebih mendalam karena atraksi wisata sudah dikelompokkan berdasarkan karakteristiknya. Selain itu karakteristik atraksi wisata juga akan dilihat dari bagaimana atraksi tersebut muncul.

Karakteristik atraksi wisata dari sisi daya tarik bangunan dalam pengembangan Kawasan Kota Lama Semarang muncul secara terencana yang tertuang di dalam rencana tata bangunan maupun masterplan KKLS. Sehingga bangunan dinilai lebih tertata dan terkelola lebih baik dibanding pertunjukan jalanan. Jumlah pemanfaatan bangunan cagar budaya sebagai objek daya tarik semakin bertambah. Aturan terkait batasan-batasan pemugaran bangunan juga tetap diterapkan dalam menjaga keotentikan sebuah bangunan cagar budaya. Berbeda

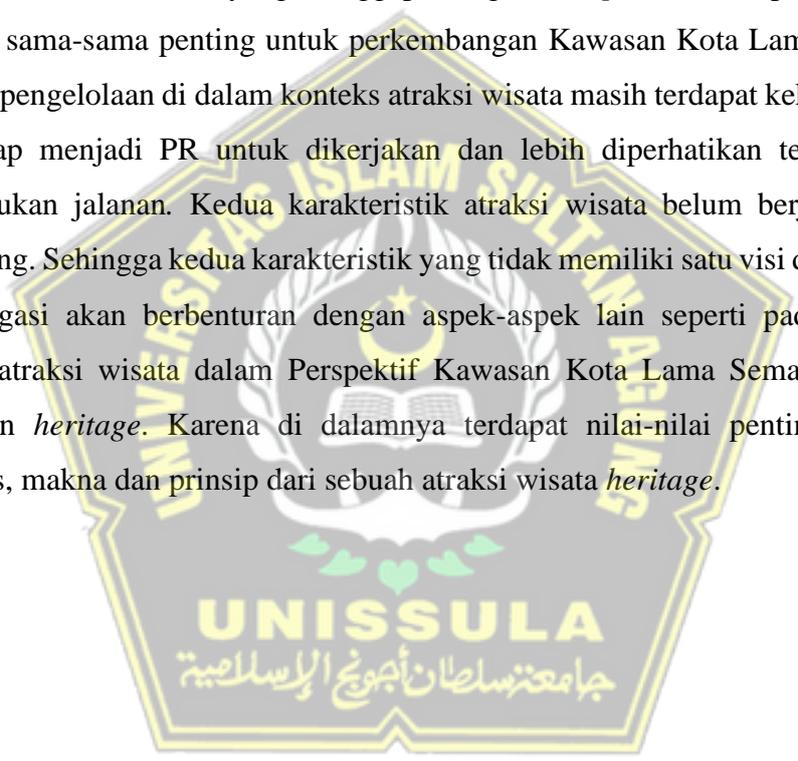
dengan pertunjukan jalanan yang sebagian besar muncul secara organik. Pelaku-pelaku atraksi muncul didasari oleh anggapan terhadap KKLS sebagai tempat wisata sehingga dianggap menjadi peluang untuk mencari pendapatan ekonomi dengan menyajikan atraksi wisata. Dampak yang muncul akibat asal usul yang terlalu organik adalah ketidak teraturan sebaran atraksi, timeline atraksi yang tidak jelas dan tidak ada standar kualitas yang diterapkan atau diedukasi kepada pelaku atraksi wisata di KKLS.

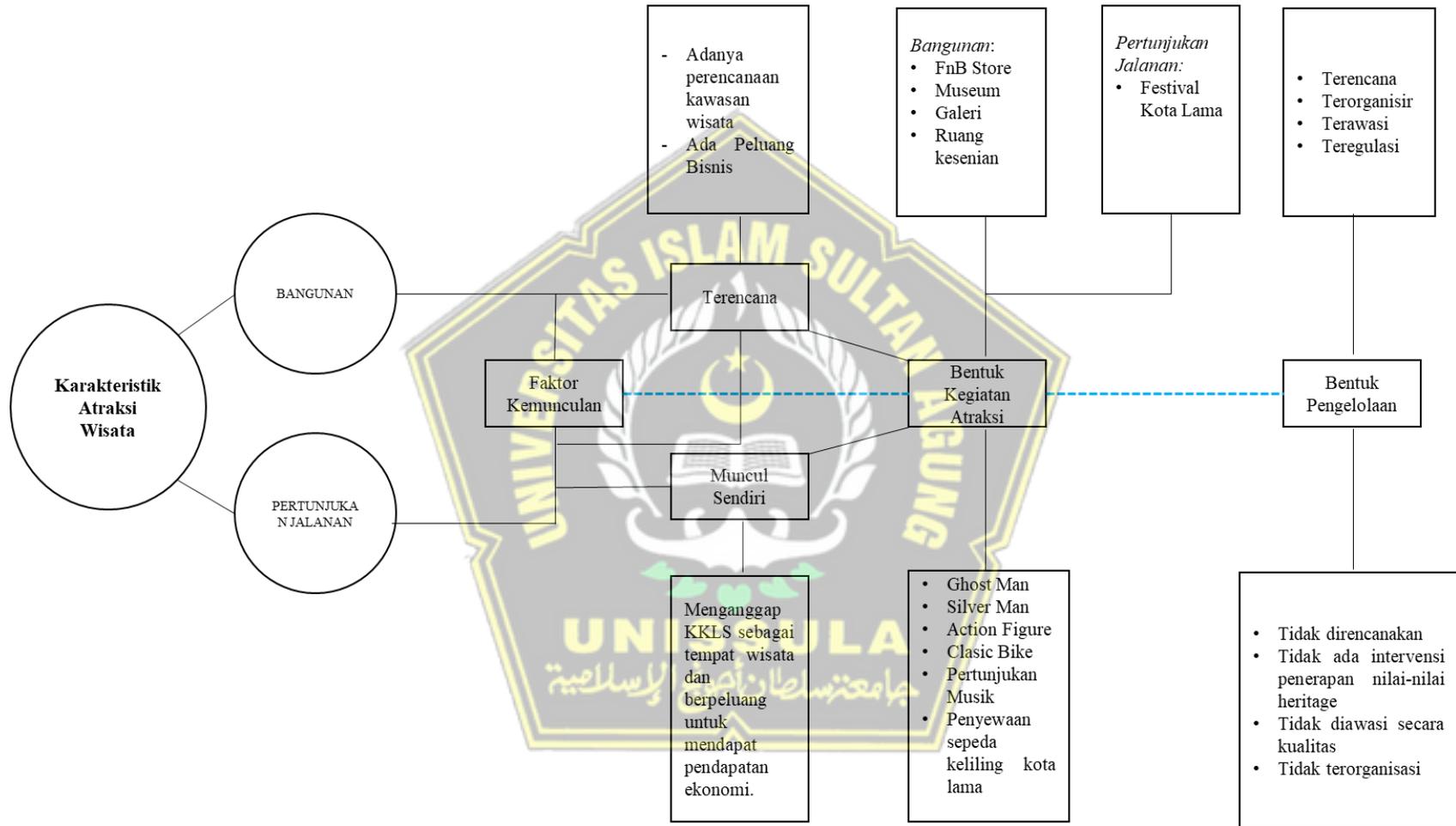
“Untuk bangunan-bangunan aku cukup appreciate. site ini aku senengnya bangunan-bangunanya ini mulai terisi oleh aktivitas jadi terasa hidup kembali sebagai daya tarik. batasan-batasan untuk merenovasi bangunan ini pada saat dulu pertama kali mau buka kan juga itu sudah jelas ada peraturannya apalagi menyangkut bangunan cagar budaya. Basicnya atraksi yang terutama diluar bangunan ya aku lihat itu muncul secara organik. untuk site sih aku rasa orang-orang yang mulai mulai memahami seiring berjalannya waktu apa itu si Kota Lama, dan mereka merenovasi bangunan-bangunan yang ada untuk bisnis itu menyesuaikan dengan heritaganya si Kota Lama. Terus kalo ngomong atraksinya itu event attraction itu ada beberapa atraksi yang mereka udah mengangkat si Cagar Budayanya ini, mungkin karena justru kekayaannya itu karena tempatnya ini. Tapi ada juga masih ada aku rasa sebatas menganggap ini tempat wisata.” (JS/110322)

“Menurut saya itu campuran. Ada yang di rencanakan ada juga yang muncul dengan sendirinya. Contoh yang terencana bahwa di Kota Lama itu memang kita setting atraksi utamanya itu Jl. Letj. Suprpto. Jadi Kota Lama itu punya kawasan inti dan kawasan penyangga. Jadi designnya itu contoh pemkot membeli salah satu gedung di situ yang di design dijadikan sebagai ruang pusat UMKM, ruang pameran. Terus pengembangan gedung-gedungnya itu dengan menyewakan seperti pinjam pakai untuk dikembangkan oleh berbagai kegiatan. Jadi itu bisa disebut terencana. Untuk yang alami atau organik tadi saya melihatnya karena design tadi sudah dilaksanakan dan dirasa hidup itu membuat para pelaku tertarik untuk datang atau berinvestasi di bangunan-bangunan Kota Lama. Membuka usaha atau bentuk apapun. Dan saya melihat itu masih sesuai dengan grand designnya kok. Itu soal site ya. Jadi menurut saya antara by design dengan yang alami tidak ada masalah, tugas kita sebagai regulator itu menjaga agar tidak melenceng dari yang sudah di design ya. Nah terkait pertunjukan jalanan menurut saya masih jadi PR ya. Ada beberapa kali event yang muncul. Yang menjadi persoalan adalah ketersediaan tempat untuk mewadahi si atraksi-atraksi itu belum direncanakan. Jadi itu saya rasa lebih sulit dan masih jadi PR ya untuk dijadikan by design. Jadi itu bisa dikatakan masih muncul secara sendirinya.” (Is/150322)

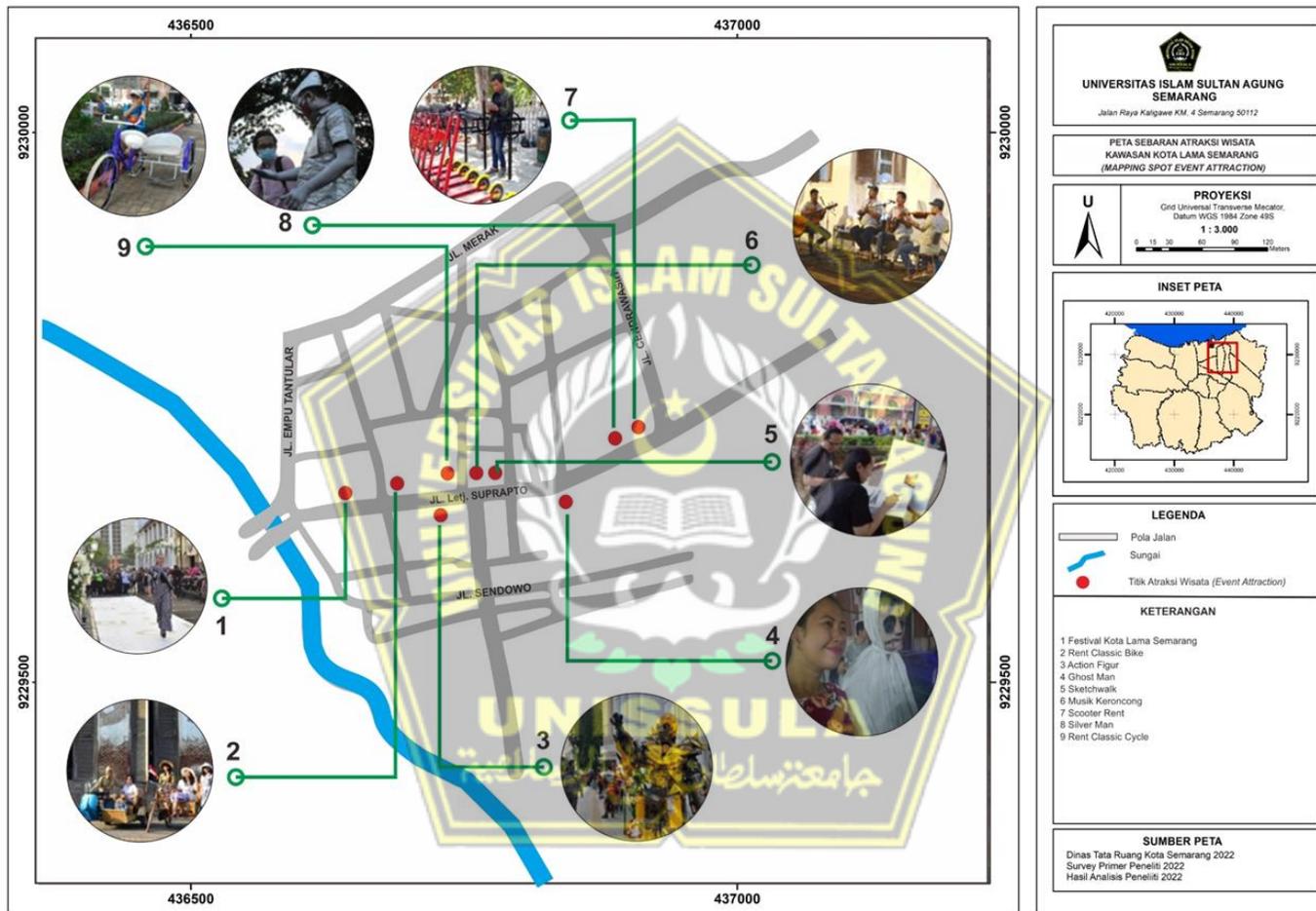
“Pada awalnya kegiatan di Kota Lama ini di rencanakan sedemikian rupa. Baik dari segi arsitektural, tata ruang maupun kegiatan manusianya. Akan tetapi pada akhirnya ya berjalan dan bermunculan sendiri-sendiri karena tidak adanya control. Banyak ketidakjelasan dalam tanda kutip tentang atraksi wisata disini yang bisa disaksikan di Kota Lama ini.” (YA/080322)

Karakter atraksi wisata di KKLS baik secara *bangunan* maupun pertunjukan jalanan dinilai dari asal usul kemunculannya menciptakan dampak masing-masing terhadap kualitas dan prinsip yang seharusnya diterapkan di dalam atraksi wisata *heritage*. Atraksi wisata yang dianggap sebagai *core product* maupun *supporting produk* sama-sama penting untuk perkembangan Kawasan Kota Lama Semarang. Sistem pengelolaan di dalam konteks atraksi wisata masih terdapat kekurangan dan dianggap menjadi PR untuk dikerjakan dan lebih diperhatikan terutama pada pertunjukan jalanan. Kedua karakteristik atraksi wisata belum berjalan dengan seimbang. Sehingga kedua karakteristik yang tidak memiliki satu visi dan misi yang terintegrasi akan berbenturan dengan aspek-aspek lain seperti pada parameter kajian atraksi wisata dalam Perspektif Kawasan Kota Lama Semarang sebagai kawasan *heritage*. Karena di dalamnya terdapat nilai-nilai penting mengenai kualitas, makna dan prinsip dari sebuah atraksi wisata *heritage*.

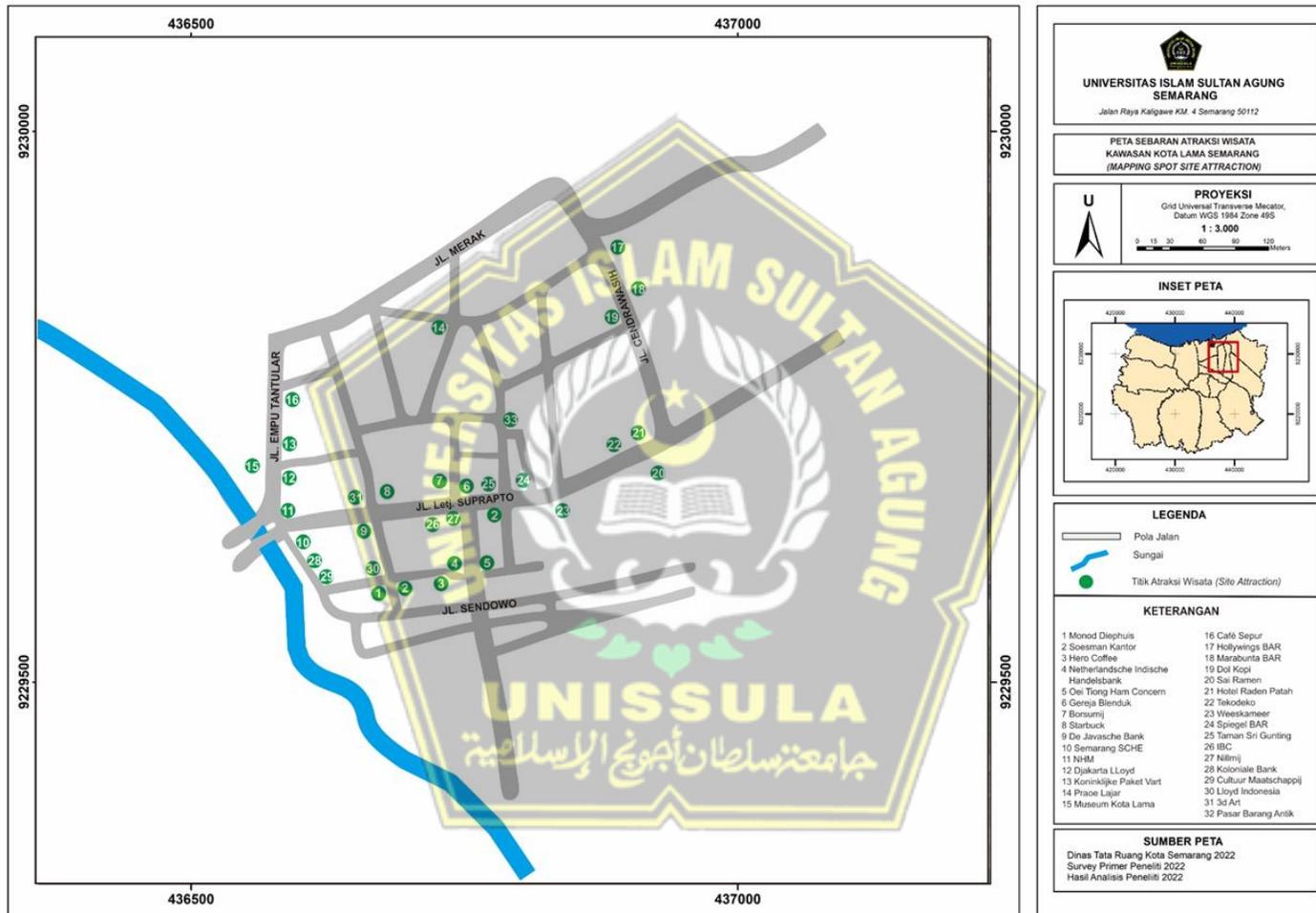




Gambar 4.2.
Analisis Karakteristik Atraksi Wisata KKLS



Gambar 4.3.
Peta Mapping Spot Site attraction



Gambar 4.4.
Peta Mapping Spot Event attraction

4.3. Kualitas Atraksi Wisata

Kualitas dan keotentikan dalam konteks melestarikan menjadi sangat penting. Karena untuk menunjukkan eksistensi produk masa lalu ke zaman sekarang maka yang dilakukan adalah memperlihatkan ciri khas masa lalu tersebut ke masa sekarang. Pertunjukan jalanan menjadi atraksi yang paling belum mendekati nilai nilai *keheritage-an*. Sebagian besar pertunjukan mengarah pada motif utama munculnya pelaku atraksi tersebut yaitu untuk mencari pendapatan ekonomi. Mencari pendapat ekonomi tidak akan menjadi salah jika pelaku itu diarahkan pada cara-cara menciptakan atraksi wisata yang berprinsip *heritage*. Akibatnya apabila tidak ada motif khusus yang bertujuan untuk menunjukkan ciri khas sebagai kawasan *heritage* adalah berpengaruh pada image yang akan muncul terhadap KKLS.

Bagi atraksi wisata KKLS sekarang masih kurang maksimal dalam menerapkan dan menjunjung kualitasnya.. Hal ini masih menjadi catatan untuk lebih mengarahkan pengembangan KKLS sebagai kawasan wisata *heritage* baik dari bangunan cagar budaya maupun pertunjukan jalanan.

“Karena big picture dari kota lama adalah gate of modernity anda bisa melihat semua orang bisa disini. Balik lagi kamu mau menentukan kota lama ini seperti apa. Yang ga bisa dihalau adalah semua bangsa ada disini pada saat itu. Oh ternyata fungsi manusia silver itu nek di toto kan iso to? dikasih pakaian belanda lah, jawa lah. Atau mungkin ada yang menyewakan berupa foto atau apalah itu. Saya pikir kota lama itu memiliki sesuatu yang kalau tidak hati-hati bisa lewat lah. Apakah pelaku baru atau banyaknya investor itu tidak boleh? boleh. Tapi bagaimana memperlakukan bangunan itu, dimana konektivitinya. Gak ada. Laterus bagaimana ? makanya kalo tidak hati-hati bisa lewat. Jadi kalo roots atau akarnya tidak kuat dan benar itu gak bisa. kita bisa balik ke sejarah dan culture bahwa banyak orang disini, etnisnya macem-macem, jadi hal yang merepresentasikan banyak etnis banyak culture itu wujudnya bisa macem-macem bisa produk culturenya apa, mungkin sekarang temanya lagi ada dipakaian, yasudah pakaian. Ada jawa ada cina. Seperti disini ada kopi akulturasi, sederhana saja adanya ini yang digarap digali secara terus menerus sehingga jadi kuat dan memiliki value gitu lah yang bisa di deliver.” (K/010322)

“Yang bener-bener original dan authentic itu kayaknya gak ada ya. Oke kita bicara soal bangunan yakan itu juga hasil revitalisasi yang digarap berdasarkan sejarah-sejarah yang dibaca kemudian diaplikasikan. Tapi bicara soal atraksi itu gak ada, mungkin belum ada. Tapi hal itu harusnya bisa dicapai coba bisa diseleraskan dengan history-historynya. Tapi

pertanyaanya gimana? orang-orang yang tampil di depan itu kalo gatau ya gatau aja, jalan aja. Nah ini yang perlu diperhatikan. Kolaborasi yang tadi itu menjadi penting disini. Saling edukasi saling support saling terintegasi. bicara soal kualitas ya itu bisa aja diperdebatkan tapi sesuatu yang bagus dan bisa menghidupkan Kota Lama mungkin itu yang harus dipelihara bersama.” (YA/080322)

“Melihat kualitas dan keoriginalitasan kita bisa melihat dari atraksi bangunannya. Ya ini otentik. Ya ada perubahan tapi ini cukup mendekati lah. Masalah infrastruktur yasudah itu bisa diperdebatkan. Lain hal dengan yang bukan bangunan. Keotentikan itu tidak bisa dilihat. Tapi saya kira untuk membuat otentik itu bukan dengan apa sejarahnya dulu. Kalo melihat itu ya gak akan ada atraksi. Tapi bisalah kemasannya itu secara culture ada kaitan yang bisa dilihat. Multidimensi tapi tidak semuanya mencampur. Untuk hal itu belum bisa dikatakan kuat.” (Aw /080322)

“Kalo dari sisi site attraction sih pasti ada ya menurutku. Karena batasan-batasan untuk merenovasi bangunan ini pada saat dulu pertama kali mau buka kan juga itu sudah jelas ada peraturannya apalagi menyangkut bangunan cagar budaya. Tapi untuk site attraction aku cukup appreciate. Untuk event attraction yang dilakukan oleh komunitas seperti sketchwalk, mereka hanya bagian kecil tapi mengisi dan menghidupkan area dan suasana heritage apalagi dalam konteks berwisata ya. Jadi memang ada beberapa akulturasi budaya yang coba diangkat kemudian itu coba menjadi daya tarik wisata kawasan ini. Tidak persis dengan masa lalu ke kolonialan terdahulu akan tetapi akulturasi budaya Semarang beririsan dengan peradaban Kota Lama. Jadi secara hubungan culture itu masih ada kesinambungan dengan karakter tempat ini. Tapi memang selain itu bisa kita lihat ada beberapa yang tidak cocok bahkan sama sekali tidak nyambung yang udah kita bahas tadi yaitu saja yang perlu dibereskan. Saya rasa sebuah otentik dan originalnya disitu, disaat menempatkan sesuatu yang masih memiliki benang merah atau hubungan culture dan sejarah.” (JS/110322)

“Iyaa, jadi menurut saya belum ada yang se otentik itu ya. Misalnya ada itupun belum banyak dan belum nendang begitu istilahnya. Jadi saya menganggap harusnya Kota Lama itu adalah momentum untuk menunjukkan culturenya Semarang. Karena kita gak bisa mengartikan bahwa culture Kota Lama itu yang original hanya tentang kolonialisme belanda saja, tidak. Jadi Semarang itu seperti apa sih, penduduknya seperti apa. Nah semarang ini kan menjadi akulturasi budaya suku juga. Nah harusnya itu bisa saja yang diangkat kemudian dikemas dalam bentuk daya tarik atau atraksi tadi. Culture itu masih bersinggungan kok. Musik ya bisa lewat musik. Kemudian kaya hantu-hantuan manusia silver mau diganti di dandanin seperti busana budaya suku yang ada di Semarang juga gak papa. Cuma untuk sekarang itu belum terlihat ya. Jadi memang bisa dikatakan saat ini sisi intangeable itu tidak terlalu kuat ya.

Hanya yang tangeablenya yang kuat terlihat di situ dan menjawab pertanyaan tadi saya bisa katakan untuk yang intangeable tadi atau event attraction tadi itu belum merepresentasikan si Kota Lama, karena memang saya belum menemukan indikator korelatifnya seperti apa atau formulanya apa yang sesuai dengan karakter Kota Lama.” (Is/150322)

“Kalo ngomongin kualitas dan keontentikan kayaknya setiap pemain atau brand membawahi atau menjalani karakternya masing-masing ya. Untuk sampe menunjukan benar-bener ini Kota Lama banget nih kayaknya belum terlalu sih. Ya gimanapun kalo jadi bisnis ya rutenya akan ketemunya seperti itu ya gak sih. Kira-kira begitu” (Bt/060722)

Menunjukkan keoriginalitasan itu tidak harus dengan menyamai persis dengan apa yang menjadi imagenya saat ini. Seperti halnya KKLS yang lekat dengan image tentang kolonialisme Belanda. Akan tetapi *culuture* dan *historical* bisa menjadi dasar untuk membuat kemasan atraksi yang berprinsip *heritage*. Sebagai contoh yang sudah ada saat ini di KKLS yaitu maraknya atraksi *action figure modern*. Untuk menjadikan itu atraksi yang memiliki irisan pada *heritage* maka yang perlu dilakukan tidak dengan menghilangkan pertunjukannya akan tetapi dibenahi kemasannya seperti mengganti kostumnya dengan kostum budaya Jawa, Belanda, China dsb yang mana dalam hal keotentikan yang akan ditunjukan itu adalah akulturasi sosial budaya yang ada di KKLS dan sekitarnya pada zaman dahulu bahkan sekarang

Kualitas atraksi wisata dalam Perspektif KKLS sebagai kawasan *heritage* ditinjau dari makna sebuah atraksi yang ada di KKLS. Kualitas atraksi wisata berdasarkan maknanya dilihat dari makna representasional dan makna responsif terhadap atraksi wisata di Kawasan Kota Lama Semarang saat ini.

4.3.1. Representasi

Atraksi wisata di KKLS ditinjau dari sebuah makna representasional itu masih sangat kurang. Banyak atraksi wisata yang secara *value* tidak memiliki keterkaitan atau ciri khas yang dapat terhubung dengan karakter atau identitas KKLS baik daya tarik bangunan maupun pertunjukan yang ada di jalanan.

Pertunjukan yang ada di jalanan di KKLS tidak diarahkan atau di design secara utuh untuk menjadi satu kesatuan yang nempel dengan identitas KKLS sebagai kawasan *heritage*. Sesuatu yang ditampilkan cenderung berorientasi pada pendapatan ekonomi oleh pelakunya karena menganggap KKLS sekedar jadi

tempat wisata saat ini. Sehingga dapat dilihat bahwa yang terjadi lebih bersifat organik, berganti-ganti tampilan atraksi, tidak teratur dan tidak memiliki pakem yang dapat dipastikan oleh ingatan audience. Pertunjukan jalanan seperti festival Kota Lama menjadi atraksi yang bagus dan memiliki image yang lekat dengan KKLS dari segi tampilan, konten dan makna yang coba di sampaikan. Tapi atraksi-atraksi semacam itu belum menular keatraksi-atraksi lainnya. Atraksi wisata yang banyak akan terkesan variatif, akan tetapi atraksi wisata yang banyak dan tidak memiliki makna yang dapat mewakili suatu objek akan lebih terkesan tidak teratur bukan variative.

Makna representasional dari daya tarik bangunan di KKLS sebagian sudah berkembang ke arah yang benar. Para pelaku yang datang untuk membuat sesuatu yang menjadi daya tarik melalui bangunan-bangunan cagar budaya tersebut memikirkan nilai-nilai identitas sebuah bangunan bersejarah yang dikemas dan dipadukan dengan *brand* setiap pelaku. Bangunan-bangunan bersejarah yang dimanfaatkan direnovasi sesuai kebutuhan yang tidak berlebihan. Aturan-aturan pemugaran atau renovasi bangunan cagar budaya tetap dilakukan sehingga tidak merubah bentuk dan visual asli bangunan bersejarah tersebut. Sehingga walaupun yang tampak adalah *brand* baru akan tetapi value dan nilai-nilai *heritage* itu dapat menempel pada produk yang mudah diterima dijamin sekarang.

“Untuk site sih aku rasa orang-orang yang mulai mulai memahami seiring berjalannya waktu apa itu si Kota Lama, dan mereka merenovasi bangunan-bangunan yang ada untuk bisnis itu menyesuaikan dengan heritaganya si Kota Lama. Tapi kalo ngomong atraksinya itu event attraction itu ada beberapa atraksi yang mereka udah mengangkat si Cagar Budayanya ini. Tapi ada juga masih ada aku rasa sebatas menganggap ini tempat wisata. spesifik atraksi yang dipinggir-pinggir itu aku ngerasa engga cocok sih dan gak nyambung dengan suasana atau image Kota Lama ini. banyak atraksi yang belum cocok lah nyambung lah belum terkomunikasikan dengan baiklah.” (JS/140322)

“Saya katakan ada sebagian dan sebagian ya hanya dia tau kota lama datang dan pergi yasudah, upaya terkait merepresentasi karakter Kota Lama sudah coba dibangun oleh sebagian pelaku-pelaku atraksi yang menempati bangunan-bangunan bersejarah. Tetapi bagi para pelaku event attraction tersebut yang belum mampu mengarah atau membuat karakter yang sesuai dan relate dengan sudut pandang kota lama sebagai kawasan heritage. Di Tekodeko contohnya ada kopi akulturasi, itu

diangkat dari tema Kota Semarang tentang sebuah akulturasi budaya. sederhana saja adanya ini yang digarap digali secara terus menerus sehingga jadi kuat dan memiliki value gitu lah yang bisa di deliver. bagian situ (event attraction) belum terjadi dan itu bisa digarap untuk menjadi satu case begitu ya, karena sekarang bener belum ada. ya mungkin itu (event atraksi) bisa mencerminkan image nya kota lama itu belum sampai kesitu. Hal-hal itu muncul mungkin dari hanya nonton tv dan youtube video anak-anak. Mencontoh seperti yang ada disitu yang penting anak-anak senang dan pelaku mendapat uang. Tapi kalo gitu edukasinya dimana? Belum terlihat. Ada satu itu Festival Kota Lama tapi itu butuh komitmen yang luar biasa. festival ini bisa jadi brand image kota lama karena dilakukan secara terus menerus dan asli berasal dari kota lama.” (K/010322)

“Ya kalo mau bicara merepresentasikan atau mewakili kita mau melihat bentuk perwakilan yang seperti apa. Kalo anda lihat yang dipinggir-pinggir jalan depan itu ya gak ada mewakili-mewakilinya sama sekali. Selain kita tidak melihat dari sisi orang mencari ekonomi dulu ya. Tapi yang disajikan ya seperti itu. Terus yang paling menonjol apa? oke gedung bangunan. Tidak semuanya bisa dikatakan mewakili atau merepresentasikan tadi. Banyak kok yang dengan sengaja dibuat tapi gajelas arahnya kemana.” (YA/080322)

“Belum. Karena kalo kita mau bicarakan soal representasi Kota Lama, itu menjadi sesuatu yang kompleks ya. Kota Lama ini ada dengan kekuatan pada sitenya. Sehingga event attraction itu menjadi supporting. saat ini sisi intangible itu tidak terlalu kuat ya. Hanya yang tangible-nya yang kuat terlihat di situ dan menjawab pertanyaan tadi saya bisa katakan untuk yang intangible tadi atau event attraction tadi itu belum merepresentasikan si Kota Lama. ?Iyaa, jadi menurut saya belum ada yang se otentik itu ya. Misalnya ada itupun belum banyak dan belum nandang begitu istilahnya.” (Is/150322)

“Apanya yang merepresentasi. Justru kalo bisa saya bilang, apasih atraksi di Kota Lama ini. Gak ada. Ya mohon maaf, semua bisa kita sebut atraksi. toko toko apapun yang di depan atau di belakang menurut anda itu atraksi bukan? itu atraksi. Membuat orang datang gak? bisa saja datang. Kan begitu. Tapi bicara apa yang akan diperkuat di tempat ini ya ini sudah beda casenya. Kurang seperti apa yang seharusnya.” (Aw/080322)

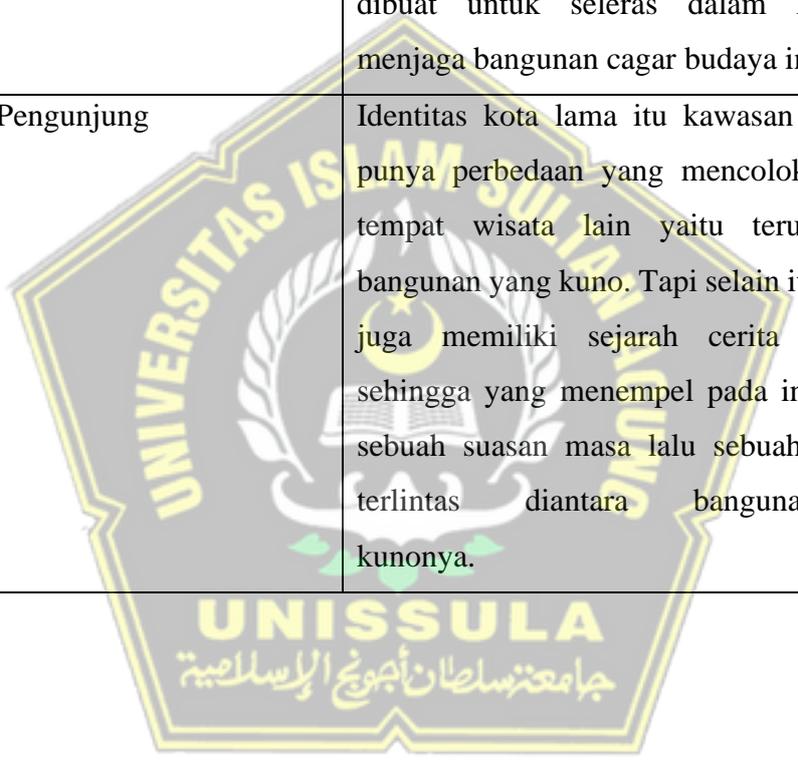
Makna representasional dalam atraksi wisata di KKLS dapat dikatakan bahwa tidak semuanya tidak bagus atau tidak merefleksikan identitas KKLS sebagai kawasan *heritage*. Akan tetapi memaknai KKLS sebagai kawasan wisata *heritage* harus menciptakan *experience* yang berbeda dari tempat wisata biasa. Kualitas atraksi wisata tersebut secara tidak langsung menegaskan bahwa setiap atraksi

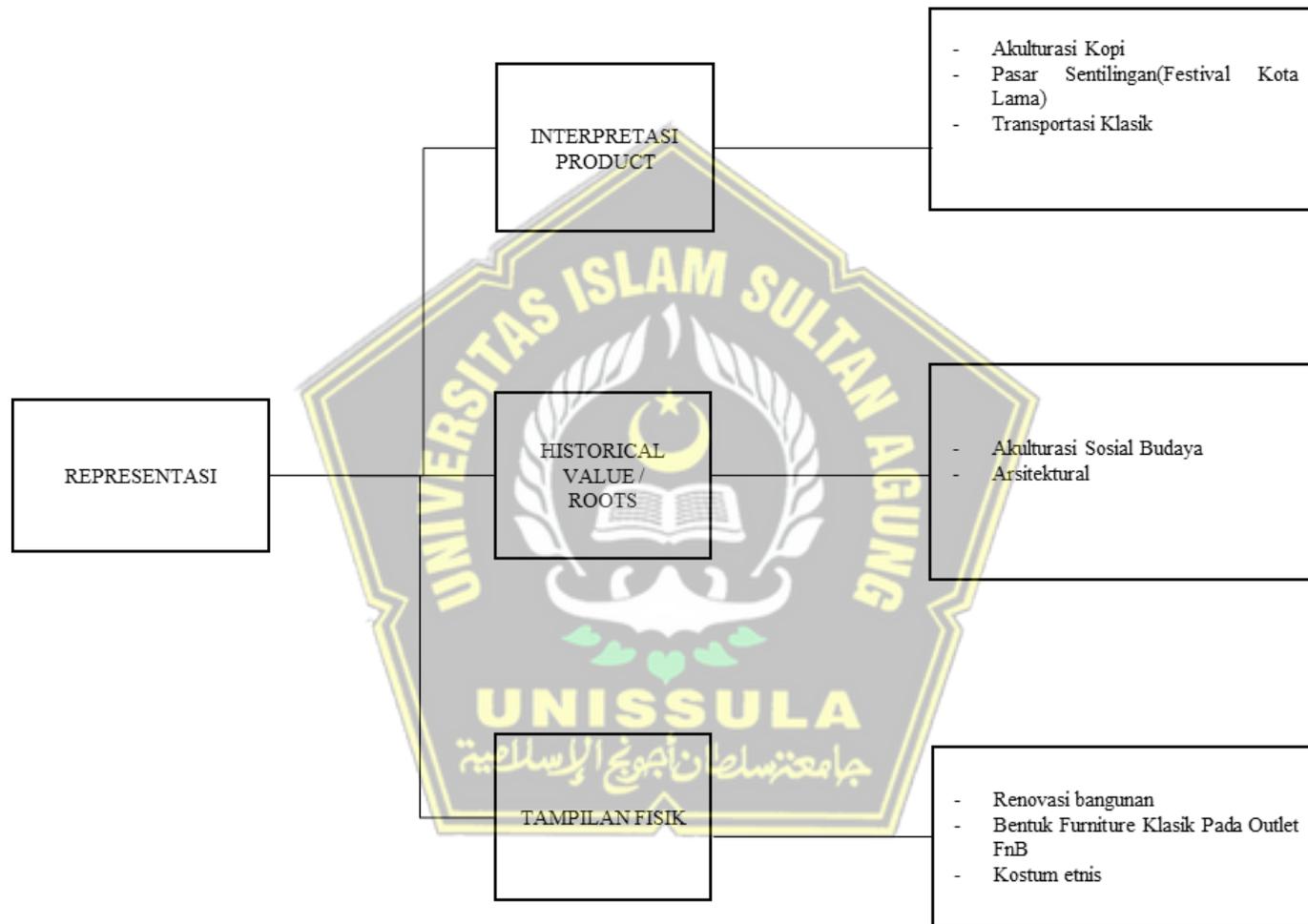
wisata yang diciptakan harus memiliki tujuan untuk menjadikan tempat wisata tersebut menjadi tempat wisata yang memiliki ‘karakter’ dan kegiatan/pertunjukan yang sesuai sekaligus merepresentasikan karakter kawasan wisatanya. Hal ini bertujuan untuk menjaga eksistensi dan keunikan dari kawasan wisata tersebut (Waskito, 2017). Sebuah produk yang diciptakan sebagai daya tarik wisata harus memperhatikan kualitasnya, tidak hanya pada kualitas penampilan saja tetapi juga value yang akan diterima penonton (Meytasari, 2018). Maka yang terjadi di KKLS saat ini memiliki banyak persoalan untuk lebih memperhatikan perihal makna representasional KKLS melalui atraksi wisata. agar KKLS tetap eksis sebagai kawasan yang berkarakter *heritage* dan menciptakan keseimbangan baik sebagai kawasan cagar budaya atau kawasan wisata.

Tabel IV.2. Pemahaman identitas Kawasan Kota Lama

No	Narasumber	Pemahaman Identitas Kota Lama Semarang
1	Pengamat Kota Lama	Kalo melihat kota lama ini identitasnya sebagai kawasan heritage bisa dilihat dari dua hal yaitu sejarah dan arsitektural. Meskipun arsitektural dapat dilihat sebagai perjalanan sejarah atau peradapan manusia dalam pengembangan sebuah kota akan tetapi sejarah yang lain yang dimaksud adalah peristiwa perjalanan sosial manusia yang tinggal disini. Berbagai macam suku, macam etnis yang bercampur dan berinteraksi, mereka datang tidak dari tempat yang sama sehingga hal tersebut yang menciptakan akulturasi budaya sosial ekonomi disini. Sehingga kalo ditanya seperti apa identitas yang dimiliki tempat ini yaitu historical valuenya yang mana tandatandanya dapat dari sisi arsitektural bangunan dan cerita sejarah kegiatan manusianya.

2	Regulator	<p>Yang kami pahami bahwa kota lama ini sudah ditetapkan sebagai kawasan cagar budaya. Artinya kawasan ini merupakan kawasan khusus. Yang menjadi khusus disini adalah bukti adanya peninggalan-peninggalan sejarah yang berbentuk bangunan. Maka identitas yang melekat disini sudah jelas adalah karakter sebuah bangunan yang ada sehingga ini nyambung dengan regulasi yang coba dibuat untuk selaras dalam kepentingan menjaga bangunan cagar budaya ini.</p>
3	Pengunjung	<p>Identitas kota lama itu kawasan yang unik, punya perbedaan yang mencolok dibanding tempat wisata lain yaitu terutama pada bangunan yang kuno. Tapi selain itu kota lama juga memiliki sejarah cerita masa lalu sehingga yang menempel pada ingatan yaitu sebuah suasana masa lalu sebuah kota yang terlintas diantara bangunan-bangunan kunonya.</p>





Gambar 4.5.
Analisis Kualitas Atraksi Wisata KKLS

4.3.2. Responsif

Makna responsif di dalam atraksi wisata diartikan sebagai bentuk ukuran respon manusia dari apa yang dilihat dan dirasakan sehingga dari situ munculah penilaian tentang sebuah objek. Makna responsif dapat berupa perasaan atau emosi seseorang ketika melihat suatu bentuk yang jadi pertunjukan baik yang bersifat *tangible* maupun *intangible*. Selain itu makna responsif dapat terjadi secara penghayatan terhadap representasi seketika berdasarkan kompetensi atau yang disebut sebagai respon evaluatif. Yang terakhir adalah bisa juga respon secara preskriptif artinya orang melakukan tindakan setelah mengetahui atau melihat sesuatu.

Atraksi wisata KKLS dinilai dan dianalisis dari segi makna responsif menciptakan respon yang variatif. Ada yang senang ada juga yang membuat orang bertanya-tanya atas apa yang dilihat. Bagi orang yang memiliki kompetensi memiliki respon evaluatif dari apa yang dilihat dari atraksi wisata di KKLS. Evaluasi yang dilakukan cenderung bersifat mengkritik ketidakcocokan model tampilan yang disajikan apabila disandingkan dengan karakter dan identitas KKLS. Sehingga dari makna responsif tersebut terhubung dengan makna representasional sebuah atraksi wisata dalam perspektif KKLS sebagai kawasan *heritage*.

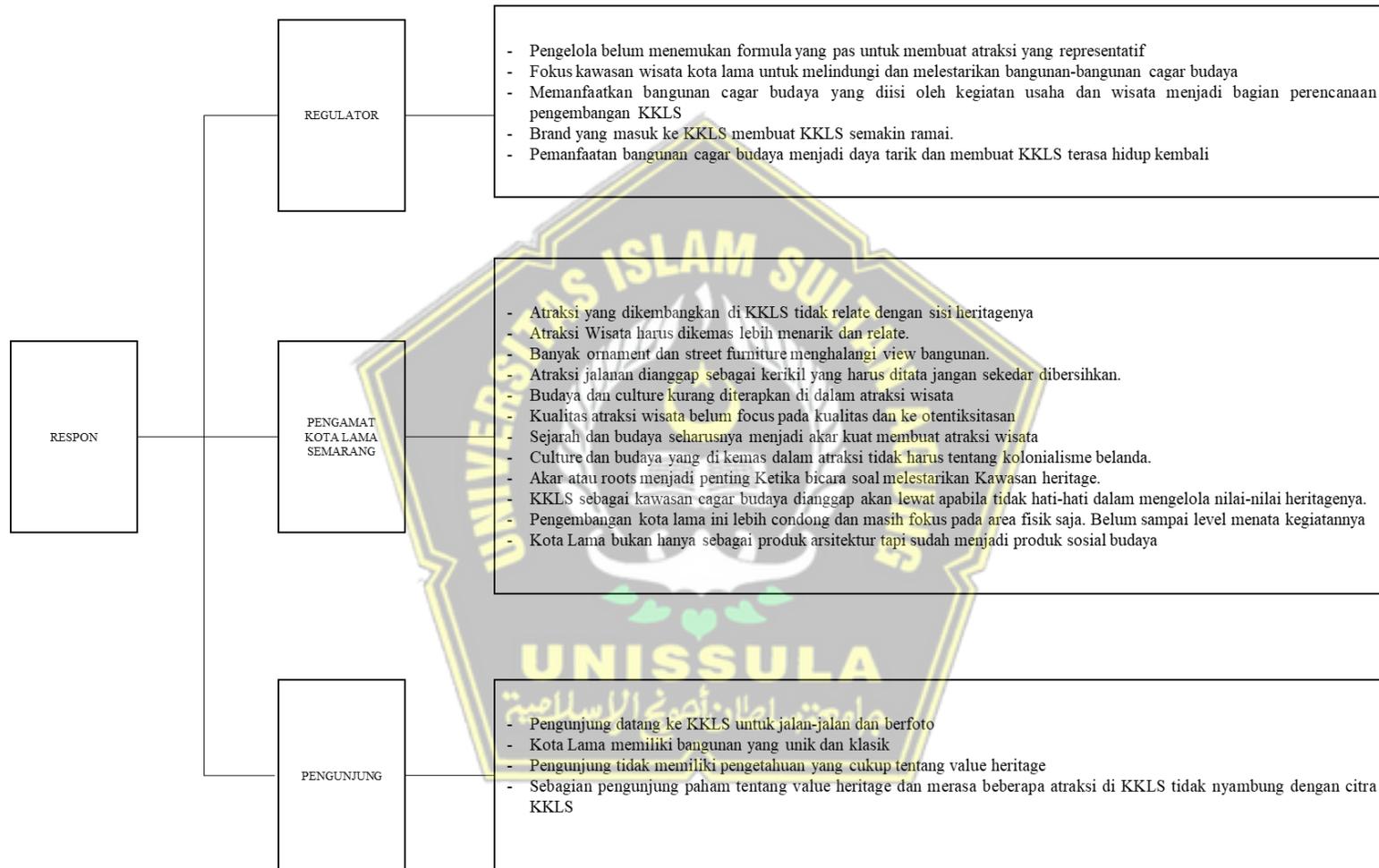
“Kalo jalan saja mungkin bisa merasakan, tapi kalo sudah melihat sesuatu itu seperti kerikil kerikil yang mesti ditata kembali. Mungkin bentuknya bisa sama tapi jangan pakai seperti itu lah (event attraction: action figure, ghost man, silver man). Kamu tak pinjem pakaian seperti ini deh (pakaian khas). Kamu nyewa pakaian tersebut 1 hari lima ribu rupiah. Saya pikir kota lama itu memiliki sesuatu yang kalau tidak hati-hati bisa lewat lah. Apakah pelaku baru atau banyaknya investor itu tidak boleh ? boleh. Tapi bagaimana memperlakukan bangunan itu, dimana konektivitinya. Gak ada. Laterus bagaimana ? makanya kalo tidak hati-hati bisa lewat. Jadi kalo roots atau akarnya tidak kuat dan benar itu gak bisa.” (K/010322)

“Oke, sebagai orang wisatawan biasa nih ya, orang yang Cuma tau berkunjung kurang begitu paham apa yang terjadi maupun sejarah ya yang akan dilakukan ya gak akan jauh-jauh dari jalan-jalan dan berfoto saja. Setelah itu didapat yasudah lewat begitu saja. Karena yang didepan mata ya hanya bisa direkam oleh gambar foto. Tapi yang dapat direkam oleh pikiran atau pengalaman apa ? itu tidak ada di depan mata. Seperti tadi dikatakan apa yang ada dipikiran atau yang tergambar pada saat melihat, ya bentuk bentuk keindahan dari hasil perubahan tadi yang

dulunya terbengkalai tak terurus sekarang dipoles menjadi begini.”
(YA/080322)

“Jujur kalo sebagai wisatawan untuk sekarang itu aku gak suka karena ramainya ya. Dalam artian begini, keramaian itu bukan karena keramaian yang crowded gitu. Tapi keramaian yang tidak terakomodir atau tersebar di beberapa titik gitu. Banyak hal. Aku kan kadang suka jalan-jalan gitu ya. Jadi kadang situasinya tuh sekarang udah berbeda dengan dulu. Aku katakanlah tadi banyak hal itu tidak hanya dari manusianya saja. Tapi ada yang lain soal keramaian itu yang kadang cukup mengganggu seperti street furniture yang diterapkan nih jujur aja kadang cukup mengganggu lo saat jalan-jalan, atau karena aku anaknya suka fotografi begitu mau foto gedungnya begitu, ornamen-ornamen ini cukup menghalangi sisi bangunannya. Padahal yang ingin ditonjolkan kan itu begitu. Selain itu senengnya untuk site ini aku senengnya bangunan-bangunannya ini mulai terisi oleh aktivitas jadi terasa hidup kembali sebagai daya tarik. Terus untuk spesifik atraksi yang dipinggir-pinggir itu aku ngerasa engga cocok sih dan gak nyambung dengan suasana atau image Kota Lama ini, yang masih agak nyambung itu mungkin yaa seperti sepeda motor antik yaitu masih mendingan lah”.
(JS/140322)

Perkembangan KKLS saat ini tidak bisa serta merta direspon sebagai kawasan sebagai tempat wisata saja. Respon yang diberikan orang-orang yang melihat KKLS pada level yang lebih dalam dan representasional melihat saat ini KKLS harus semakin berkembang tidak hanya pada area fisik bangunan seperti mempercantik bangunan. Respon yang sudah bagus terhadap perubahan kondisi bangunan juga harus diimbangi respon positif seseorang terhadap daya tarik lainnya yang mana *event attraction* yang diselenggarakan harus memiliki makna responsif yang berkualitas. Untuk saat ini masih banyak persoalan dalam memperhatikan kualitas atraksi wisata berdasarkan respon seseorang yang melihat KKLS tidak hanya sekadar tempat wisata biasa baik dari daya tarik bangunan atau pertunjukan jalanan.



Gambar 4.6.
Analisis Kualitas Atraksi Wisata KKLS

4.4. Manajemen Atraksi Wisata *Heritage*

Manajemen atraksi wisata didalam penelitian ini menjadi temuan studi yang cukup penting untuk dikaji atau dianalisis. Setiap atraksi wisata baik secara karakteristik atau secara kualitas berdasarkan fakta empiris dilapangan berhubungan erat dengan sebuah pengelola dan pengelolaan Kawasan Kota Lama Semarang. Temuan studi terkait manajemen atraksi wisata ini sangat relate dengan status atau kondisi Kawasan Kota Lama Semarang yang berdiri sebagai kawasan wisata khusus. Maka sangat masuk akal apabila peran pengelola dan pengelolaan akan berdampak terhadap perkembangan Kawasan Kota Lama Semarang.

Menemukan dan mencapai sesuatu yang pas adalah bagian di dalam proses dan hasil dari sebuah manajemen. Atraksi wisata dalam konteks pengembangan atraksi wisata *heritage* yang menerapkan prinsip-prinsip atraksi wisata *heritage* untuk menemukan esensi dan hasil yang bagus tentunya harus di kelola dengan tepat juga. Sehingga proses manajemen itu menemukan dan mencapai hasil yang tepat tidak hanya dalam hal ekonomi tetapi juga esensi sebuah nilai-nilai *heritage* yang berkembang dan terjaga.

“Aku belum bisa melihat satu garis benang merah yang lancar sih perihal manajemen atraksi. Kalo aku masih menggaris bawahi soal komunikasi ya. Kalo aku melihat belum ada klik antara yang di atas dengan yang di bawah itu. Jadi kaya semacam mereka punya rancangan ini yang disini harus ikuti. Tapi belum terlihat yang ada disini itu mendapat komunikasi atau pendekatan jika ada arahan perihal atraksi itu. contoh dikasih tempat khusus kamu disini ya yang itu disitu ya jadi memanajemen si atraksi itu komunikasinya belum nyampe ke kita yang ada dilapangan sebagai pelaku. contohnya pemain biola tadi, musisi jalanan. Yang ditampilkan mereka ya bagian dari cara menciptakan suasana yang berbau culture. Kita berwisata tuh bisa khidmad santai berdiri diantara gedung yang unik bersejarah diiringi musik yang bagus kan itu experience. Nah menjawab pertanyaan tadi yang ada disini itu apa benang merahnya, ya menurutku sih kurang ya jujur saja. Mestinya sudah ada ide rancangan bagus tapi kami belum mendengar saja. Tapi soalnya adalah ketika itu sudah diupayakan oleh stakeholder yang ada disini tapi tidak disupport oleh pihak yang berwenang ya akhirnya juga memiliki banyak kendala bahkan jeleknya bisa saja gak terjadi dan gak berlanjut.”
(JS/100322)

“Kalo manajemen atraksi itu atraksi seperti yang kamu maksud tadi ya saya pikir belum sampe situ ya. Bahkan mungkin gak ada. Kalo bicara manajemen bearti pihak yang memiliki kewenangan kan. Gak ada. Tapi

untuk individu-individu yang menyajikan sesuatu sebagai daya tarik ya mungkin memanager dirinya sendiri. Tapi itu kan berarti tidak menyeluruh kan. Oke ada dalam bidang bisnis atau ekonomi, dengan area parkir dengan area jalan. tapi lagi-lagi itu ekonomi kan ? cuan cuan. La terus yang begini-begini (kegiatan budaya edukasi) ini mana. Pada awalnya kegiatan di Kota Lama ini di rencanakan sedemikian rupa. Baik dari segi arsitektural, tata ruang maupun kegiatan manusianya. Akan tetapi pada akhirnya ya berjalan dan bermunculan sendiri-sendiri karena tidak adanya control. ditambah kepentingan masing-masing disertai minimnya kolaborasi antara pemerintah dan stakeholder yang ada disini. Jadi ya, yang anda lihat seperti ini mas. Banyak ketidakjelasan dalam tanda kutip tentang atraksi wisata disini yang bisa disaksikan di Kota Lama ini.” (YA/080322)

“Tugas kita sebagai regulator itu menjaga agar tidak melenceng dari yang sudah di design ya. Nah terkait event attraction menurut saya masih jadi PR ya. Yang menjadi persoalan adalah ketersediaan tempat untuk mawadahi si atraksi-atraksi itu belum direncanakan. Jadi itu saya rasa lebih sulit dan masih jadi PR ya untuk dijadikan by design. Ini malah menjadi topik yang menarik untuk dibicarakan yak arena itu tadi kita belum tau formulanya seperti apa untuk menciptakan atraksi yang berkorelasi dengan keaslian Kota Lama. Masalah manajemen atraksi ini masih menjadi soal dan belum berjalan baik. Dari segi manajemen waktu atau mapping titik atraksi juga belum berjalan dengan baik. Untuk manajemen atraksi sampai pada konsep design atraksi yang lebih detail apalagi cultural belum sampai situ sih. Masalah manajemen atraksi ini masih menjadi soal dan belum berjalan baik. Dari segi manajemen waktu atau mapping titik atraksi juga belum berjalan dengan baik. Untuk manajemen atraksi sampai pada konsep design atraksi yang lebih detail apalagi cultural belum sampai situ sih.” (Is/150322)

“Kalo aku bicara dari sudut pandang sebagai pelaku ya seharusnya issue itu tu kan tertujunya kepada pihak yang punya wewenang disini ya. Missal mau menerapkan suatu kebijakan atau apa lah gitu untuk menentukan jenis-jenis atraksi yang mau dikasih tunjuk pada wisatawan yang mana kebijakan itu ditujukan atau dikolaborasikan dengan pemain-pemain yang ada di kawasan ini. Pemain tersebut maksudnya ya pelaku atraksi itu ya entah yang pengusaha atau atraksi yang sifatnya jasa-jasa pertunjukan gitu. Harus ada standar apa nih untuk main disini. Nah yang coba saya tangkap disini ya belum kearah situ sih, ya paling basic ya soal batasan-batasan dalam merenovasi bangunan yang mana meskipun kita ini pemilik brand tapi dalam pemanfaatan bangunan ya harus tetap ikut aturan. Jadi poinnya unsur heritage akan lebih bisa dilihat Cuma dari sisi bangunan tapi yang disajikan banyak brand itu belum tentu relate. Kecuali itu muncul berdasarkan inisiatif brand itu sendiri. Satusisi itu bagus tapi kan jatuhnya natural gak terkonsep atau termanage. Gitu sih (Bt/060722)

Kekurangan dalam hal tata kelola atraksi wisata terutama pada sektor *event attraction* dapat dinilai dari *support* terhadap suatu kegiatan yang kurang maksimal, penyediaan wadah berupa tempat atraksi, *mapping spot* atraksi yang tidak teratur, timeline pelaksanaan yang tidak tentu dan juga arahan kepada pelaku atraksi wisata dalam hal mencapai esensi kegiatan di dalam kawasan *heritage* selain sekedar mencari pendapatan ekonomi. Yang terjadi saat ini wisatawan tidak bisa memastikan kapan di KKLS akan ada pertunjukan, di jam berapa atraksi akan tampil, dimana sebaran jenis-jenis atraksi itu ada dan dimana sebenarnya yang bisa menjadi wadah apabila ada pegiat KKLS yang ingin menjadi bagian dari menciptakan pertunjukan agar value sebuah kawasan *heritage* itu tetap hidup.

Sebuah tata kelola, komunikasi, dan visi yang belum jelas itu terjadi karena adanya ketidakpahaman di dalam memahami sebuah identitas dari tempat tersebut. Ketidakpahaman menciptakan ketidakteemuan formula atau strategi, ketidakteemuan formula mengakibatkan kenaturalan dan hal yang terlalu dibiarkan natural berdampak pada ketidakteraturan sebuah aktivitas dan pada akhirnya visi dan misi untuk melestarikan dan mengembangkan nilai-nilai *heritage* belum ditemukan dan dicapai.

Kawasan Kota Lama Semarang yang masuk ke dalam situs kawasan cagar budaya atau kawasan *heritage* yang sekarang juga di design sebagai tempat wisata maka elemen-elemen keheritage-an seharusnya diterapkan agar perkembangan KKLS tidak menyimpang dari nilai-nilai *heritage* dan terus bertahan dalam jangka waktu yang panjang sebagai warisan budaya. Pada proses pengumpulan data dan fakta didalam studi ini, ada 4 poin tentang manajemen atraksi wisata yang muncul secara empiris daripada narasumber yang menjadi obyek wawancara yang kemudian hal tersebut muncul sebagai konsep tema analisis dan temuan studi sebagai berikut.

4.4.1. Kolaborasi

Kolaborasi sebagai *tools* berinteraksi dari berbagai pihak yang berperan sebagai pelaku aktivitas wisata di KKLS dalam konteks membangun atraksi wisata masih dikatakan kurang menyeluruh dan belum terintegasi dengan baik antar *stakeholdernya*. Dari sisi *site attraction* menunjukkan perkembangan yang progresif

dalam hal kolaborasi. Hal ini terbantu adanya komitmen kerjasama antara pengelola dengan pelaku atraksi yang memiliki modal untuk mengembangkan bangunan-bangunan cagar budaya menjadi daya tarik wisatawan. Akan tetapi kolaborasi dari sisi *event attraction* belum tersentuh dengan maksimal. Hanya ada dan terjadi pada beberapa *event* tertentu yang mendapat *support* dan kolaborasi maksimal antar pengelola maupun pegiat KKLS. Sebagai pertunjukan yang dianggap sebagai *supporting attraction* tidak bisa dikesampingkan karena pada dasarnya baik *site attraction* dengan *event attraction* harus sama-sama menerapkan prinsip-prinsip atraksi wisata *heritage*. Selain itu, apabila ditinjau dari *positioning* atau *mapping attraction* nya justru *event attraction* lah yang pertama kali atau yang paling mudah dilihat oleh orang-orang yang berjalan atau berwisata ke Kawasan Kota Lama Semarang. Sehingga penilaian pertama pengunjung terhadap atraksi wisata KKLS yang pertama kali dilihat menjadi penting untuk digarap lebih maksimal.

“Bicara soal kolaborasi, kita bicara dari pemerintah dan stakeholder yang ada disini dulu deh kalaborasi itu nyaris tidak terlihat. Ya mungkin ada, tapi yang saya rasakan itu semakin kesini makin gak ada. Oke ada dalam bidang bisnis atau ekonomi, dengan area parkir dengan area jalan. tapi lagi-lagi itu ekonomi kan ? cuan cuan. La terus yang begini-begini (kegiatan budaya edukasi) ini mana kolaborasinya. Saya sih ya berupaya sendiri saat ini berbuat apa semampunya kasih edukasi bikin acara koordinasi dengan stakeholder atau penduduk sini. Tapi kan itu gabisa begini terus. Begitu” (YA/080322)

“Sudah terjadi. Tetapi hanya dalam kegiatan festival. Mungkin ada Sebagian membantu tapi intensi atau harapan yang dilakukan pemerintah yasudah kita sadari saja pemerintah tidak selalu disini sehingga belum sepenuhnya belum bisa support. . Dulu sudah bisa berjalan agak baik, dalam arti anak muda ngumpul, Tapi saya sadar betul dengan keterbatasan kreatifitas saya ya saya keluarkan, dengan event atau mendatangkan orang-orang ke kota lama seperti orang belanda waktu itu atau siapa lah. Nah hal-hal semacam ini juga yang harusnya dilakukan bersama-sama untuk mengedukasi tentang kota lama.” (K/010322)

“Kalo aku melihatnya sekarang sih kalo dibilang ada sih ada kolaborasi itu. Kita juga berkomunikasi dengan pemerintah begitu juga sebaliknya dan kita dengan komunitas gitu. Cuma kalo ditarik ke atraksi wisata ya aku rasa sih lebih bersifat sekedar bentuk komunikasi menanyakan pelaku disini ada masalah apa, masih area situ. Jadi belum sampe ke bentuk ajakan dan menyadarkan ini loh kita di Kota Lama yok kita bikin event bikin apa gitu lo. Kadangkala tuh ada contoh festival Kota Lama menggandeng AMBO, tapi itu terjadi temporer setahun sekali. Harusnya

akan jadi ide yang bagus ya kalo berbagai stakeholder tuh bisa menyambut dan menyatu. Diluar dari komunitas dan masyarakat yang mana itu pemerintah baru sebatas kalo ada kegiatan hanya menginfokan. Baru sebatas info. Ditahap baru komunikasi sepertinya bukan seperti kolaborasi. Selain individu dan company tadi disini juga ada stakeholder yang memberikan edukasi kepada para guide untuk belajar merespon dan mengservice calon-calon tamu atau pengunjung yang didapat. Jadi arahnya sudah dalam bentuk upaya untuk merespon para wisatawan agar lebih mengenal nyaman aman pada saat pengunjung itu datang kesini.” (JS/140322)

“Ya kolaborasi itu ada dengan komunitas yang ada. Misal dalam penyelenggaraan festival. Jadi bentuk kolaborasinya itu dalam event-event tertentu. Kita juga ada BPK2L kan ya kita kolaborasi dalam bentuk komunikasi. Tapi kolaborasi itu terbilang bagus atau bisa tetap produktif itu gak tau dan perlu di evaluasi. Sejauh ini masih dalam bentuk kolaborasi melalui komunikasi saja. Orang-orang yang menjadi guide disana yang diedukasi oleh stakeholder swasta itu kan bagus dia mandiri artinya. Cuma seharusnya mendapat dukungan juga dari pemerintah.” (Is/150322)

Kolaborasi di dalam *event attraction* yang sangat minim dianggap selalu terkendala dalam hal komunikasi. Komunikasi yang tidak bagus cenderung terjadinya agenda atau program masing-masing yang bersifat individual. Kemudian dari sifat individualism tersebut tidak menciptakan korelasi nilai-nilai yang tertuang di dalam prinsip-prinsip atraksi wisata *heritage* karena setiap orang akan memiliki subjektifitas bahwa yang dilakukan itu membawa *style* atau karakteristik masing-masing tidak sedang merepresentasikan identitas Kawasan Kota Lama Semarang. Sehingga berawal dari kolaborasi yang tidak baik juga dapat ditelaah bahwa hal tersebut secara tidak langsung juga mengurangi kualitas di dalam prinsip-prinsip atraksi wisata yang lain karena pada dasarnya prinsip-prinsip tersebut memiliki integrasi satu sama lain.

4.4.2. Interpretasi Lokasi

Sebuah situs dan program menjadi hidup terjadi ketika adanya interaksi. Dalam hal atraksi wisata atau pertunjukan menjadi semakin menarik dan berkesinambungan ketika interaksi itu hidup di dalam proses pertunjukan, tidak terjadi pada satu arah. Dalam situs cagar budaya itu artinya terdapat sebuah gambaran, cerita maupun bentuk dari masa lalu yang mana ketika semakin berganti

zaman maka dalam konteks melestarikan harus ada unsur yang menjadikan sebuah situs dan program itu terasa hidup di zaman sekarang meskipun hal tersebut adalah produk masa lalu.

Menemukan dan mencapai sesuatu yang pas adalah bagian didalam proses dan hasil dari sebuah manajemen atraksi wisata. Atraksi wisata dalam konteks pengembangan atraksi wisata *heritage* yang menerapkan prinsip-prinsip atraksi wisata *heritage* untuk menemukan esensi dan hasil yang bagus tentunya harus di Kelola dengan tepat juga. Sehingga proses manajemen itu menemukan dan mencapai hasil yang tepat tidak hanya dalam hal ekonomi tetapi juga esensi sebuah nilai-nilai *heritage* yang berkembang dan terjaga.

Dalam hal tata kelola dan pengembangan atraksi wisata *heritage* di Kawasan Kota Lama Semarang masih perlu ditingkatkan. Dalam konteks atraksi wisata seperti atraksi bangunan yang dapat dilihat dari segi tata kelola lebih baik dibanding atraksi jalanan. Bentuk tata kelola atraksi wisata yang bersifat pemanfaatan bangunan cagar budaya tersebut sudah teregulasi didalam batasan-batasan pada saat pelaku atraksi wisata akan menggunakan bangunan cagar budaya sebagai tempat menciptakan daya tarik, seperti peraturan tentang renovasi bangunan dsb. Akan tetapi hal yang sama belum terjadi pada sisi atraksi jalanan yang cenderung muncul dan tumbuh tanpa diarahkan untuk memiliki kualitas yang sesuai dengan prinsip-prinsip atraksi wisata *heritage*. Maka dari itu peran pengelola dalam hal interpretasi didalam lokasi wisata perlu dilihat sejauh mana yang dilakukan.

“Aku belum bisa melihat satu garis benang merah yang lancar sih perihal manajemen atraksi. Kalo aku masih menggaris bawah soal komunikasi ya. Kalo aku melihat belum ada klik antara yang di atas dengan yang di bawah itu. Jadi kaya semacam mereka punya rancangan ini yang disini harus ikuti. Tapi belum terlihat yang ada disini itu mendapat komunikasi atau pendekatan jika ada arahan perihal atraksi itu. contoh dikasih tempat khusus kamu disini ya yang itu disitu ya jadi memajemen si atraksi itu komunikasinya belum nyampe ke kita yang ada dilapangan sebagai pelaku. contohnya pemain biola tadi, musisi jalanan. Yang ditampilkan mereka ya bagian dari cara menciptakan suasana yang berbau culture. Kita berwisata tuh bisa khidmad santai berdiri diantara gedung yang unik bersejarah diiringi musik yang bagus kan itu experience. Nah menjawab pertanyaan tadi yang ada disini itu apa benang merahnya, ya menurutku sih kurang ya jujur saja. Mestinya sudah ada ide rancangan bagus tapi kami belum mendengar saja. Tapi soalnya adalah ketika itu sudah diupayakan oleh stakeholder yang ada disini tapi

tidak disupport oleh pihak yang berwenang ya akhirnya juga memiliki banyak kendala bahkan jeleknya bisa saja gak terjadi dan gak berlanjut.” (JS/100322)

“Menurutku soal interpretasi didalam lokasi ini dalam hal bagaimana Tindakan tersebut dilakukan untuk mengelola kegiatan yang baik itu belum sampe situ ya. Bahkan mungkin gak ada.. Tapi untuk individu-individu yang menyajikan sesuatu sebagai daya tarik ya mungkin memanage dirinya sendiri. Tapi itu kan bearti tidak menyeluruh kan. Oke ada dalam bidang bisnis atau ekonomi, dengan area parkir dengan area jalan. tapi lagi-lagi itu ekonomi kan ? cuan cuan. La terus yang begini-begini (kegiatan budaya edukasi) ini mana. Pada awalnya kegiatan di Kota Lama ini di rencanakan sedemikian rupa. Baik dari segi arsitektural, tata ruang maupun kegiatan manusianya. Akan tetapi pada akhirnya ya berjalan dan bermunculan sendiri-sendiri karena tidak adanya control. ditambah kepentingan masing-masing disertai minimnya kolaborasi antara pemerintah dan stakeholder yang ada disini. Jadi ya, yang anda lihat seperti ini mas. Banyak ketidakjelasan dalam tanda kutip tentang atraksi wisata disini yang bisa disaksikan di Kota Lama ini.” (YA/080322)

“Tugas kita sebagai regulator itu menjaga agar tidak melenceng dari yang sudah di design ya. Nah terkait event attraction menurut saya masih jadi PR ya. Yang menjadi persoalan adalah ketersediaan tempat untuk mawadahi si atraksi-atraksi itu belum direncanakan. Jadi itu saya rasa lebih sulit dan masih jadi PR ya untuk dijadikan by design. Ini malah menjadi topik yang menarik untuk dibicarakan yak arena itu tadi kita belum tau formulanya seperti apa untuk menciptakan atraksi yang berkorelasi dengan keaslian Kota Lama. Masalah manajemen atraksi ini masih menjadi soal dan belum berjalan baik. Dari segi manajemen waktu atau mapping titik atraksi juga belum berjalan dengan baik. Untuk memanajemen atraksi sampai pada konsep design atraksi yang lebih detail apalagi cultural belum sampai situ sih. Masalah manajemen atraksi ini masih menjadi soal dan belum berjalan baik. Dari segi manajemen waktu atau mapping titik atraksi juga belum berjalan dengan baik. Untuk memanajemen atraksi sampai pada konsep design atraksi yang lebih detail apalagi cultural belum sampai situ sih.” (Is/150322)

Kekurangan dalam hal tata kelola atraksi wisata terutama pada sektor atraksi jalanan dapat dinilai dari support terhadap suatu kegiatan yang kurang maksimal, terlihat bagaiman interpretasi terhadap lokasi dan kegiatannya bahwa kurangnya penyediaan wadah berupa tempat atraksi, mapping spot atraksi yang tidak teratur, timeline pelaksanaan yang tidak tentu dan juga arahan kepada pelaku atraksi wisata dalam hal mencapai esensi kegiatan didalam kawasan *heritage* selain sekedar mencari pendapatan ekonomi. Yang terjadi saat ini wisatawan tidak bisa

memastikan kapan di KKLS akan ada pertunjukan, di jam berapa atraksi akan tampil, dimana sebaran jenis-jenis atraksi itu ada dan dimana sebenarnya yang bisa menjadi wadah apabila ada pegiat KKLS yang ingin menjadi bagian dari menciptakan pertunjukan agar value sebuah kawasan *heritage* itu tetap hidup.

Sebuah tata kelola, komunikasi, dan visi yang belum jelas itu terjadi karena adanya ketidakpahaman didalam memahami sebuah identitas dari tempat tersebut. Ketidakpahaman menciptakan ketidaktemuan formula atau strategi, ketidaktemuan formula mengakibatkan kenaturalan dan hal yang terlalu dibiarkan natural berdampak pada ketidakteraturan sebuah aktivitas dan pada akhirnya visi dan misi untuk melestarikan dan mengembangkan nilai-nilai *heritage* belum ditemukan dan dicapai.

4.4.3. Edukasi

Edukasi menjadi elemen yang ditemukan terkait manajemen atraksi wisata *heritage* di Kawasan Kota Lama Semarang. Kualitas atraksi wisata yang ada sesuai yang sudah dibahas pada bab kualitas atraksi wisata di bab sebelumnya hal tersebut timbul erat hubungannya dengan bagaimana sebuah edukasi sosialisasi dan pengetahuan itu menentukan kualitas yang akan diciptakan.

“Sebenarnya gini sih. Kalo soal melindungi itu orang harus tau dulu ini kawasan apa. Berarti poinnya edukasi. Kalo dari aku sendiri sih kadang aku membuat atraksi yang mengedukasi. Jadi kalo tadi sebelumnya bahwa banyak atraksi yang belum cocok lah nyambung lah belum terkomunikasikan dengan baiklah. Baik masyarakat, pelaku site atau yang dijalan tuh perlu diberitahu saja. Eh penyajiannya gini ya, batasannya gini ya. Cukup jadi bisa mereka akan menyesuaikan. Kalo dari sisi site attraction sih pasti ada ya menurutku. Karena batasan-batasan untuk merenovasi bangunan ini pada saat dulu pertama kali mau buka kan juga itu sudah jelas ada peraturannya apalagi menyangkut bangunan cagar budaya.” (JS/110322)

“Kita bicara dari pemerintah dan stakeholder yang ada disini dulu deh kalaborasi itu nyaris tidak terlihat. Ya mungkin ada, tapi yang saya rasakan itu semakin kesini makin gak ada. Oke ada dalam bidang bisnis atau ekonomi, dengan area parkir dengan area jalan. tapi lagi-lagi itu ekonomi kan ? cuan cuan. La terus yang begini-begini (kegiatan budaya edukasi) ini mana kolaborasinya. Saya sih ya berupaya sendiri saat ini berbuat apa semampunya kasih edukasi bikin acara koordinasi dengan

stakeholder atau penduduk sini. Tapi kan itu gabisa begini terus. Begitu”
(YA/080322)

“Saya lihat disini hal-hal seperti itu dalam bentuk lain. yang tidak atau belum dilakukan oleh pihak pemerintah atau pihak yang punya kewenangan. Dan waktu saya berpikir betul ini suatu saat tidak bisa terjadi lagi. Mahal iya, mengeluarkan uang iya tapi research dan edukasi harus tetap dilakukan. Kalo ditanya apakah saya punya keterbatasan ? iya. Tapi saya sadar betul dengan keterbatasan saya kreatifitas saya ya saya keluarkan, dengan event atau mendatangkan orang-orang ke kota lama seperti orang belanda atau siapa. Nah hal-hal semacam ini juga yang harusnya dilakukan bersama-sama untuk mengedukasi tentang kota lama.” (K/010322)

Status Kawasan Kota Lama Semarang sebagai kawasan cagar budaya yang sekaligus menjadi kawasan wisata khusus, secara lebih dalam hal tersebut tidak semuanya dipahami oleh semua lapisan masyarakat. image yang muncul dibenak masyarakat adalah bahwa KKLS ini merupakan hamparan kawasan yang unik dan berbeda karena memiliki bangunan-bangunan kuno yang tidak biasa. Hal tersebut terjadi tidak hanya pada masyarakat yang berstatus sebagai wisatawan saja, tetapi sampai pada level orang-orang yang akan menjadi pelaku atraksi wisata. Maka tidak sepenuhnya dapat disalahkan oleh pelaku atraksi wisata yang tidak dapat menginterpretasikan nilai *heritage* kedalam kemasan produk wisata. Maka dari itu elemen edukasi menjadi poin penting yang harus diangkat oleh pengelola sebagai pihak yang dianggap memiliki knowledge lebih terkait identitas Kawasan Kota Lama Semarang.

4.4.4. Regulasi

Melestarikan dan melindungi Kawasan Kota Lama Semarang menjadi elemen penting yang terlihat pada aspek bangunan cagar budaya di Kawasan Kota Lama Semarang. Hal itu terjadi dengan teregulasinya peraturan batasan-batasan dalam menjadikan bangunan cagar budaya menjadi tempat menciptakan daya tarik. Sehingga proses perlindungan didapat dari batasan-batasan memugar bangunan sedangkan proses pelestarian didapat dari adanya minat untuk membuka berbagai bentuk kegiatan yang menjadi daya tarik wisatawan yang berdampak pada kehidupan sosial ekonomi.

“Belum ada. Saya mengatakan Kalo pun ada itu bersifat fisik ke bangunan. Hal yang seperti itu diharapkan bergerak dengan rutin ya. Sehingga belum ada upaya seperti itu. pada tahun 2016 saya coba membuat event ini menggunakan floating stage diatas polder. Tanpa merubah bangunan, site, tidak menggeser tiang atau apapun. Gunanya apa ? ya bentuk edukasi tadi. Bahwa tanpa menggeser yang sudah ada, merusak air ataupun bangunan event ini tetap bisa berjalan. Karena kita semua harus sadar kalua kita ada di dalam kawasan situs cagar budaya pasti soal intervensi sangat diperhatikan.” (K/010322)

“Menjaga dalam bentuk atraksi di sana itu seperti apa jujur saja saya juga agak bingung. Ya belum menemukan formulanya tadi. Karena fokusnya itu ya melindungi dari bangunan-bangunannya aja. Ini akan jadi topik menarik untuk dibahas. Karena perihal ini itu belum banyak tersentuh. Dapat dilihat bentuk mengisi dan menjaga ini belum tersentuh sampai disitu.” (Is/150322)

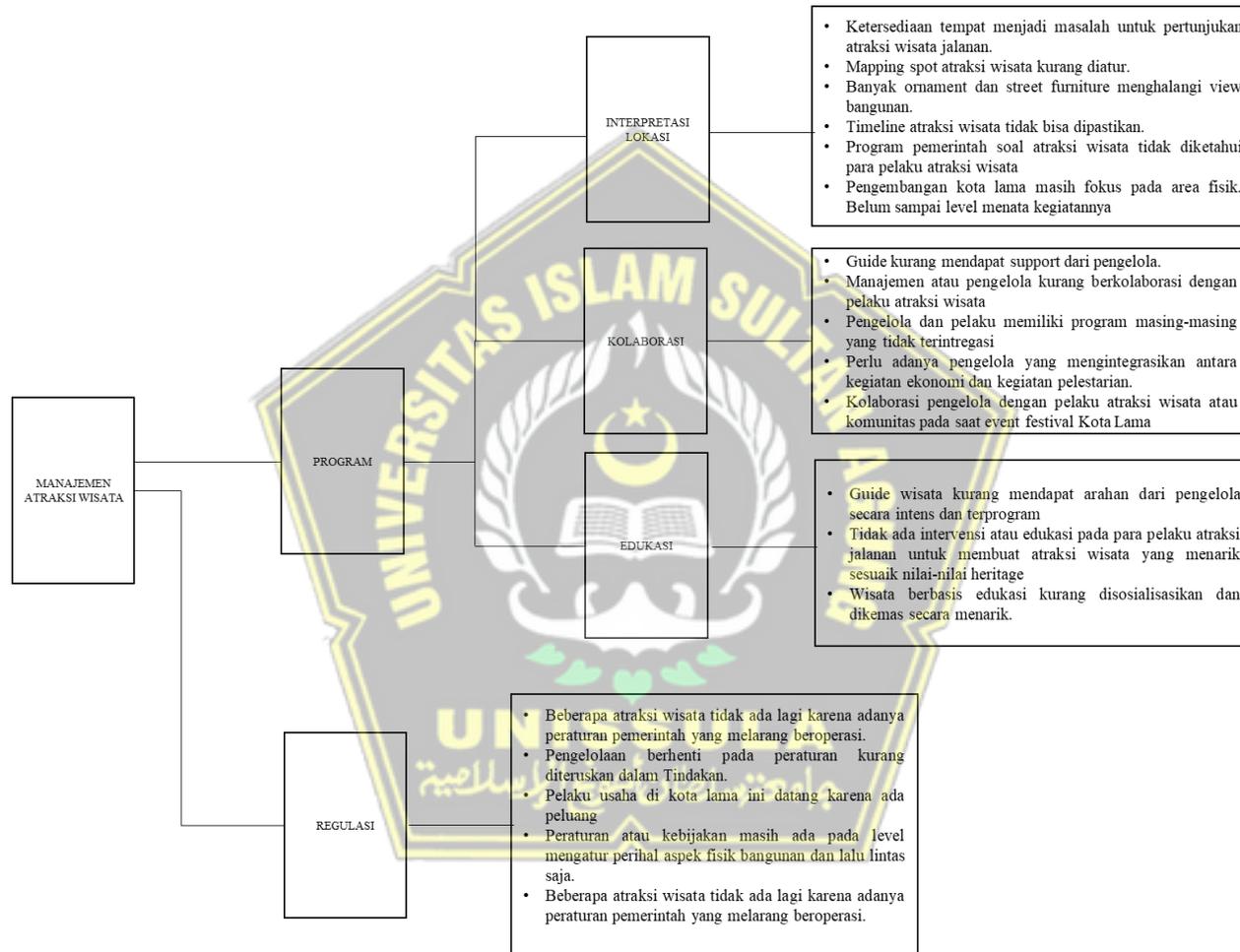
“Kalo aku bicara dari sudut pandang sebagai pelaku ya seharusnya issue it u tu kan tertujunya kepada pihak yang punya wewenang disini ya. Missal mau menerapkan suatu kebijakan atau apa lah gitu untuk menentukan jenis-jenis atraksi yang mau dikasih tunjuk pada wisatawan yang mana kebijakan itu ditujukan atau dikolaborasikan dengan pemain-pemain yang ada di kawasan ini. Pemain tersebut maksudnya ya pelaku atraksi itu ya entah yang pengusaha atau atraksi yang sifatnya jasa-jasa pertunjukan gitu. Harus ada standar apa nih untuk main disini. Nah yang coba saya tangkap disini ya belum kearah situ sih, ya paling basic ya soal batasan-batasan dalam merenovasi bangunan yang mana meskipun kita ini pemilik brand tapi dalam pemanfaatan bangunan ya harus tetap ikut aturan. Jadi poinnya unsur heritage akan lebih bisa dilihat Cuma dari sisi bangunan tapi yang disajikan banyak brand itu belum tentu relate. Kecuali itu muncul berdasarkan inisiatif brand itu sendiri. Satusisi itu bagus tapi kan jatuhnya natural gak terkonsep atau termanage. Gitu sih (Bt/060722)

“Oke ada pasti manajemen soal bangunan, aturan, jalan,. Ya masih di area fisik aja. Oke mungkin dulu sudah ada perencanaan tema-tema seperti apa yang dilakukan oleh stakeholder di gedung monod ini. Tapi hasilnya apa? yang keluar ya yang anda lihat sekarang ini.” (Aw /080322)

Bentuk kebijakan pelestarian dan perlindungan belum terlihat dari sebuah *event attraction*. Hanya ada satu atraksi yaitu festival Kota Lama yang secara konteks dan konten dikemas sebagai pelestarian dan representasi *culture* dan *historical* KKLS. Akan tetapi jenis kegiatan tersebut belum diadaptasi pada atraksi-atraksi yang lain yang waktu pertunjukannya dilakukan setiap hari tidak seperti

festival Kota Lama yang diselenggarakan setahun sekali. Jadi pertunjukan yang diselenggarakan dan bersifat temporer atau *non dayli* akan lebih lama dalam membangun image dan lebih sedikit mencakup audience sekaligus berdampak lebih sedikit pada untuk kegiatan sosial ekonomi yang menguntungkan. Maka dari itu suatu kebijakan yang bisa menjadi intervensi penerapan nilai-nilai *heritage* pada setiap atraksi wisata yang akan masuk sangat dibutuhkan dan di dalam kasus dan temuan studi hal ini menjadi rekomendasi bagi pengelola Kawasan Kota Lama Semarang.





Gambar 4.7.
Analisis Manajemen Atraksi Wisata KKLS

4.5. Temuan Studi

Temuan studi adalah hasil temuan lapangan yang dicocokkan dengan parameter penelitian. Berdasarkan hasil temuan studi diketahui bahwa setiap atraksi wisata di KKLS baik *site attraction* maupun *event attraction* memiliki karakteristik berbeda. Karakter atraksi wisata di KKLS menciptakan dampak masing-masing terhadap kualitas dan prinsip yang seharusnya diterapkan di dalam atraksi wisata *heritage*. Kualitas atraksi wisata dalam Perspektif KKLS sebagai kawasan *heritage* dilihat dari makna representasional dan makna responsif terhadap atraksi wisata di Kawasan Kota Lama Semarang saat ini.

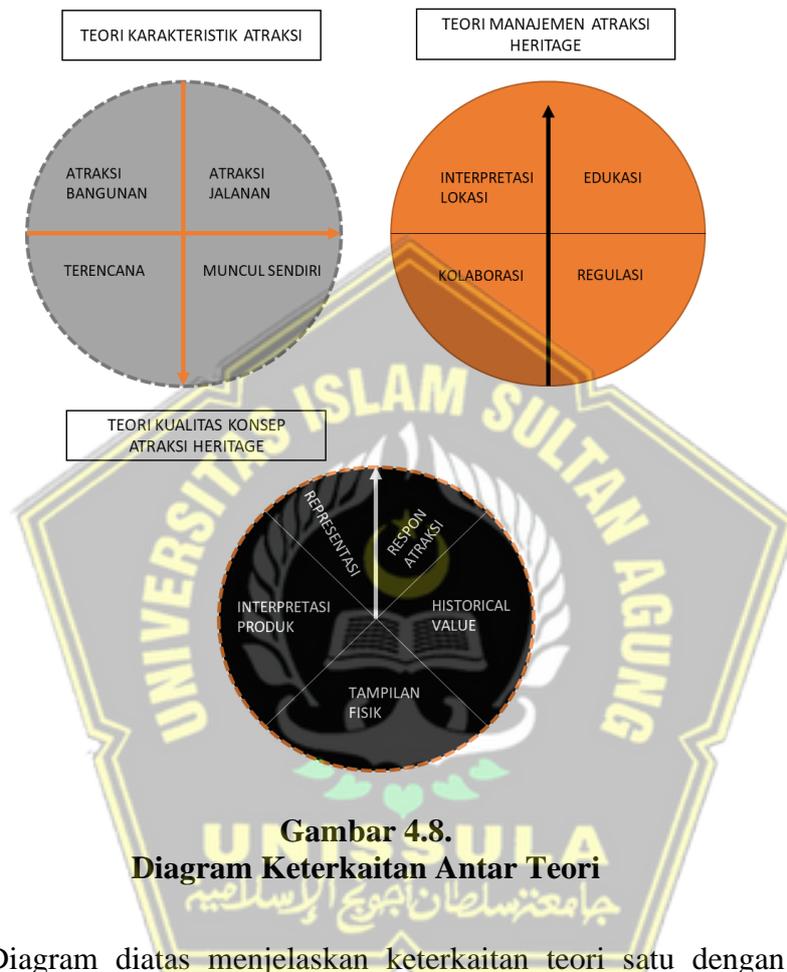
Temuan studi memuat hasil penelitian yang dirangkum dalam sebuah tabel dan grafik temuan studi. Berikut merupakan tabel dan grafik temuan studi.

Tabel IV.3. Temuan Studi

No	Sasaran	Temuan Studi
1	Mengetahui karakteristik atraksi wisata di Kawasan Kota Lama Semarang	Atraksi wisata di KKLS memiliki karakteristik berbeda. Atraksi wisata di KKLS terdiri dari atraksi bangunan dan atraksi jalanan. Karakteristik atraksi bangunan dalam pengembangan Kawasan Kota Lama Semarang muncul secara by design yang tertuang di dalam rencana tata bangunan maupun masterplan KKLS. Berbeda dengan atraksi jalanan yang sebagian besar muncul secara organik. Pelaku-pelaku atraksi muncul didasari oleh anggapan terhadap KKLS sebagai tempat wisata sehingga dianggap menjadi peluang untuk mencari pendapatan ekonomi dengan menyajikan atraksi wisata. Karakter atraksi wisata di KKLS baik secara atraksi bangunan maupun atraksi jalanan menciptakan dampak masing-masing terhadap kualitas dan prinsip yang seharusnya diterapkan di dalam atraksi wisata <i>heritage</i> .
2	Mengetahui kualitas atraksi wisata di Kawasan Kota Lama Semarang sebagai kawasan <i>heritage</i>	Kualitas atraksi wisata dalam Perspektif KKLS sebagai kawasan <i>heritage</i> dilihat dari makna representasional dan makna responsif terhadap atraksi wisata di Kawasan Kota Lama Semarang saat ini. Makna representasional dalam atraksi wisata di KKLS sebagian tidak merefleksikan identitas KKLS sebagai kawasan <i>heritage</i> . Banyak atraksi wisata di KKLS baik atraksi bangunan maupun atraksi jalanan yang secara value tidak memiliki keterkaitan dengan karakter atau identitas KKLS. Atraksi bangunan di KKLS tidak diarahkan atau di design sesuai dengan identitas KKLS sebagai kawasan <i>heritage</i> . Namun, atraksi jalanan seperti festival Kota Lama menjadi atraksi yang sudah memiliki image yang lekat dengan KKLS. Sedangkan, makna representasional dari di KKLS sebagian sudah berkembang ke arah yang benar. Para pelaku atraksi bangunan yang datang membuat sesuatu yang menjadi daya tarik dan sudah memikirkan identitas bangunan bersejarah yang dikemas dan dipadukan dengan brand setiap pelaku.

No	Sasaran	Temuan Studi
		<p>Sementara itu, atraksi wisata KKLS dinilai dan dianalisis dari segi makna responsif menciptakan respon yang variatif. Bagi orang yang memiliki kompetensi memiliki respon evaluatif dari apa yang dilihat dari atraksi wisata di KKLS. Evaluasi yang dilakukan cenderung bersifat mengkritik ketidakcocokan model tampilan yang disajikan apabila disandingkan dengan karakter dan identitas KKLS. Selain itu, terdapat juga respon seseorang yang melihat KKLS hanya sekedar sebagai kawasan tempat wisata biasa saja.</p>
3	<p>Mengkaji manajemen atraksi wisata di Kawasan Kota Lama Semarang sebagai kawasan <i>heritage</i></p>	<p>Kekurangan dalam hal tata kelola atraksi wisata terutama pada sektor <i>atraksi jalanan</i> dapat dinilai dari <i>support</i> terhadap suatu kegiatan yang kurang maksimal, penyediaan wadah berupa tempat atraksi, <i>mapping spot</i> atraksi yang tidak teratur, timeline pelaksanaan yang tidak tentu dan juga arahan kepada pelaku atraksi wisata dalam hal mencapai esensi kegiatan di dalam kawasan <i>heritage</i> selain sekedar mencari pendapatan ekonomi. Yang terjadi saat ini wisatawan tidak bisa memastikan kapan di KKLS akan ada pertunjukan, di jam berapa atraksi akan tampil, dimana sebaran jenis-jenis atraksi itu ada dan dimana sebenarnya yang bisa menjadi wadah apabila ada pegiat KKLS yang ingin menjadi bagian dari menciptakan pertunjukan agar value sebuah kawasan <i>heritage</i> itu tetap hidup.</p> <p>Sebuah tata kelola, komunikasi, dan visi yang belum jelas itu terjadi karena adanya ketidakpahaman di dalam memahami sebuah identitas dari tempat tersebut. Ketidakpahaman menciptakan ketidaktemuan formula atau strategi, ketidaktemuan formula mengakibatkan kenaturalan dan hal yang terlalu dibiarkan natural berdampak pada ketidakteraturan sebuah aktivitas dan pada akhirnya visi dan misi untuk melestarikan dan mengembangkan nilai-nilai <i>heritage</i> belum ditemukan dan dicapai.</p>
4	<p>Menganalisis atraksi wisata dalam perspektif identitas Kawasan Kota Lama Semarang sebagai kawasan <i>heritage</i></p>	<p>Atraksi wisata di Kawasan Kota Lama Semarang dinilai dari sudut pandang status kawasan sebagai kawasan <i>heritage</i> masih memiliki beberapa catatan yang perlu di evaluasi. Hal-hal tersebut dapat dilihat dari beberapa parameter diatas yang sudah dikaji yaitu secara karakter, kualitas dan prinsip yang diterapkan pada setiap jenis atraksi wisata di Kawasan Kota Lama Semarang.</p>

Selain yang tercantum didalam tabel temuan studi diatas pada bab pembahasan dan analisis ini juga terdapat pembahasan tentang keterkaitan antar teori. Keterkaitan antar teori ini dijelaskan guna mendialogkan setiap teori yang digunakan didalam penelitian ini serta kemudian didialogkan dengan hasil pendalaman observasi lapangan. Berikut adalah diagram keterkaitan antar teori:



Gambar 4.8.
Diagram Keterkaitan Antar Teori

Diagram diatas menjelaskan keterkaitan teori satu dengan teori lainnya berdasarkan hasil observasi lapangan. Tema-tema yang sudah ada pada teori terdapat tambahan tema dari hasil observasi dan interview narasumber. Teori karakteristik atraksi menjelaskan bahwa setiap karakter atraksi wisata yang ada di Kota Lama Semarang muncul dan berkaitan dengan teori manajemen atraksi wisata. Teori manajemen atraksi wisata kemudian diuji pada observasi lapangan dengan menghasilkan tema-tema yang menjadi bagian dalam manajemen atraksi wisata di Kawasan Kota Lama Semarang. Keterkaitan teori karakteristik atraksi dan teori manajemen atraksi juga menciptakan hubungan dengan teori kualitas konsep atraksi. Tema-tema teori kualitas konsep atraksi wisata yang sudah ada mendapat

tambahan tema baru dari tema representasi pada teori kualitas atraksi berdasarkan pendalaman teori karakteristik atraksi dan teori manajemen atraksi yang kemudian didukung dengan pendalaman pada observasi lapangan. Sehingga pada tema representasi di teori kualitas atraksi bahwa didalam konsep representasi terdapat interpretasi produk, tampilan fisik dan historical value berdasarkan karakteristik atraksi dan manajemen atraksi wisata yang terdapat di Kawasan Kota Lama Semarang.



BAB 5 PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian tentang “Kajian Atraksi Wisata Dalam Perspektif Identitas Kawasan Kota Lama Semarang Sebagai Kawasan *Heritage*.” Sudah dibahas dan dikaji dalam bab sebelumnya dengan parameter yang telah di tentukan dalam penelitian ini. Sasaran dalam penelitian ini yaitu mengetahui karakteristik atraksi wisata di kawasan kota lama semarang, mengetahui kualitas atraksi wisata *heritage* di kawasan kota lama semarang, mengetahui prinsip pengembangan atraksi wisata di kawasan *heritage* dan menganalisis atraksi wisata dalam perspektif identitas Kawasan Kota Lama Semarang sebagai kawasan *heritage*. Berdasarkan pembahasan dan kajian pada bab sebelumnya, Berikut adalah hasil kesimpulan dalam penelitian ini:

1. Karakteristik Atraksi Wisata Di Kawasan Kota Lama Semarang

Atraksi wisata di KKLS memiliki karakteristik berbeda. Atraksi wisata di KKLS terdiri dari *Daya Tarik Bangunan* dan *Pertunjukan Jalanan*.

a. Karakteristik *Daya Tarik Bangunan* dalam pengembangan Kawasan Kota Lama Semarang muncul secara *by design* yang tertuang di dalam rencana tata bangunan maupun masterplan KKLS.

b. Berbeda dengan *Daya Tarik Bangunan*, *Pertunjukan Jalanan* yang sebagian besar muncul secara organik. Pelaku-pelaku atraksi muncul didasari oleh anggapan terhadap KKLS sebagai tempat wisata sehingga dianggap menjadi peluang untuk mencari pendapatan ekonomi dengan menyajikan atraksi wisata. Karakter atraksi wisata di KKLS baik secara *Daya Tarik Bangunan* maupun *Pertunjukan Jalanan* menciptakan dampak masing-masing terhadap kualitas dan prinsip yang seharusnya diterapkan di dalam atraksi wisata *heritage*.

2. Kualitas Atraksi Wisata Di Kawasan Kota Lama Semarang Sebagai Kawasan *Heritage*

Kualitas atraksi wisata dalam Perspektif KKLS sebagai kawasan *heritage* dilihat dari makna representasional dan makna responsif terhadap atraksi wisata di Kawasan Kota Lama Semarang saat ini.

- a. Makna representasional dalam atraksi wisata di KKLS sebagian tidak merefleksikan identitas KKLS sebagai kawasan *heritage*. Banyak atraksi wisata di KKLS baik *Daya Tarik Bangunan* maupun *Pertunjukan Jalanan* yang secara *value* tidak memiliki keterkaitan dengan karakter atau identitas KKLS. *Pertunjukan Jalanan* di KKLS tidak diarahkan atau di *design* sesuai dengan identitas KKLS sebagai kawasan *heritage*. Namun, *Pertunjukan Jalanan* seperti festival Kota Lama menjadi atraksi yang sudah memiliki *image* yang lekat dengan KKLS. Sedangkan, makna representasional dari di KKLS sebagian sudah berkembang ke arah yang benar. Para pelaku *Daya Tarik Bangunan* yang datang membuat sesuatu yang menjadi daya tarik dan sudah memikirkan identitas bangunan bersejarah yang dikemas dan dipadukan dengan *brand* setiap pelaku.
 - b. Makna Responsif, atraksi wisata KKLS dinilai dan dianalisis dari segi makna responsif menciptakan respon yang variatif. Bagi orang yang memiliki kompetensi memiliki respon evaluatif dari apa yang dilihat dari atraksi wisata di KKLS. Evaluasi yang dilakukan cenderung bersifat mengkritik ketidakcocokan model tampilan yang disajikan apabila disandingkan dengan karakter dan identitas KKLS. Selain itu, terdapat juga respon seseorang yang melihat KKLS hanya sekadar sebagai kawasan tempat wisata biasa saja.
3. Manajemen Atraksi Wisata Di Kawasan Kota Lama Semarang
 - a. Kolaborasi dari berbagai pelaku aktivitas wisata di KKLS dalam konteks membangun atraksi wisata masih kurang menyeluruh dan belum terintegrasi dengan baik antar *stakeholdernya*. Dari sisi *Daya Tarik Bangunan* sudah menunjukkan perkembangan yang progresif dalam hal kolaborasi. Hal ini terbantu adanya komitmen kerjasama antara pengelola dengan pelaku atraksi yang memiliki modal untuk mengembangkan bangunan cagar budaya menjadi daya tarik wisatawan. Akan tetapi kolaborasi dari sisi *Pertunjukan Jalanan* belum tersentuh dengan maksimal. Hanya beberapa *event* tertentu yang mendapat *support* dan kolaborasi maksimal antar pengelola maupun pegiat KKLS. Kolaborasi di dalam *Pertunjukan Jalanan* yang sangat minim dianggap selalu terkendala dalam hal komunikasi. Komunikasi yang tidak bagus cenderung terjadinya agenda atau program masing-masing yang bersifat

individual dan tidak menciptakan korelasi nilai-nilai dalam prinsip-prinsip atraksi wisata *heritage*.

- b. Dalam hal tata kelola dan pengembangan atraksi wisata *heritage* di Kawasan Kota Lama Semarang masih perlu ditingkatkan. Tata kelola *Daya Tarik Bangunan* sedikit lebih baik dibanding *Pertunjukan Jalanan*. Bentuk tata kelola atraksi wisata yang bersifat pemanfaatan bangunan cagar budaya tersebut sudah teregulasi di dalam batasan-batasan pada saat pelaku atraksi wisata akan menggunakan bangunan cagar budaya sebagai tempat menciptakan daya tarik, seperti peraturan tentang renovasi bangunan dsb. Akan tetapi hal yang sama belum terjadi pada sisi *Pertunjukan Jalanan* yang cenderung muncul dan tumbuh secara organik tanpa diarahkan untuk memiliki kualitas yang sesuai dengan prinsip-prinsip atraksi wisata *heritage*. Kekurangan dalam hal tata kelola atraksi wisata terutama *Pertunjukan Jalanan* disebabkan karena *support* terhadap suatu kegiatan yang kurang maksimal, *mapping spot* atraksi yang tidak teratur, timeline pelaksanaan yang tidak tentu, dan belum ada arahan kepada pelaku atraksi wisata dalam hal mencapai esensi kegiatan di dalam kawasan *heritage*.
- c. Upaya membuat situs dan program yang hidup melalui produk atraksi wisata *heritage* di KKLS saat ini dapat dinilai dari bentuk interaksi yang muncul antara wisatawan dengan atraksi wisata. Saat ini atraksi wisata di KKLS masih dinilai pasif dalam merespon atau menciptakan atraksi yang interaktif, terutama dari atraksi wisata yang bersifat *Pertunjukan Jalanan*. Pada jenis atraksi yang bersifat *Daya Tarik Bangunan* untuk menciptakan situs dan program yang hidup lebih mudah dilakukan. Karena sudah didukung bentuk fisik bangunan yang mewakili sisi *heritage* dan para pelaku sudah mengadaptasi pada hal-hal yang relevan dengan karakteristik bangunannya.
- d. Kualitas dan keotentikan dalam konteks melestarikan menjadi sangat penting. Namun, besar pertunjukan mengarah pada motif utama munculnya pelaku atraksi tersebut yaitu untuk mencari pendapatan ekonomi.

5.2. Rekomendasi

Peneliti mengharapkan adanya perbaikan, peningkatan, dan perkembangan yang jauh lebih terencana dalam mengelola atraksi wisata di Kawasan Kota Lama Semarang. Maka dari itu peneliti memberikan beberapa rekomendasi kepada pemerintah, masyarakat dan penelitian selanjutnya.

5.2.1. Rekomendasi Bagi Pemerintah atau Pengelola

1. Menerapkan isi Pasal 40 bab ketujuh RTBL tentang konsep penataan identitas lingkungan.
2. Kebijakan pengelola jangan hanya berorientasi pada bangunan utama dan bisnis berskala besar.
3. Kurasi kembali jenis-jenis daya tarik yang menempati bangunan cagar budaya. Sebagian besar diisi oleh brand-brand besar yang seragam.
4. Buat regulasi yang mengandung intervensi didalam penerapan atau penciptaan daya tarik wisata.
5. Kehadiran peran pengelola jangan hanya pada saat event besar saja seperti yang memiliki spotlight besar.
6. Evaluasi kualitas & kapabilitas pengelola soal pemahamannya tentang perencanaan, pengelolaan, branding tentang kawasan wisata *heritage*.
7. Edukasi para pelaku atraksi wisata untuk berada pada koridor *keheritagean* dalam menginterpretasikan produk wisata.
8. Jadikan politik sebagai tools untuk mengembangkan Kota Lama Semarang, bukan menjadikan Kota Lama Semarang tools untuk berpolitik.
9. Kuatkan kolaborasi dengan pihak-pihak yang paham tentang branding identitas tempat.

5.2.2. Rekomendasi Bagi Masyarakat

1. Masyarakat yang ikut serta berperan sebagai pelaku atraksi wisata atau pemandu wisata hendaknya lebih meningkatkan kualitas atraksi wisatanya dan lebih memahami karakteristik Kawasan Kota Lama Semarang sebagai *guidline* menciptakan atraksi wisata dan edukasi kepada wisatawan.

2. Masyarakat harus lebih belajar untuk menyeimbangkan upaya meningkatkan pendapatan ekonomi dengan upaya meningkatkan kualitas atraksi wisata Kawasan Kota Lama Semarang.

5.2.3. Rekomendasi Penelitian Selanjutnya

Rekomendasi penelitian selanjutnya ditujukan untuk melanjutkan keterbatasan peneliti atau hal-hal yang belum diuraikan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Pengaruh Kualitas Atraksi Wisata Terhadap Citra Kawasan Kota Lama Semarang.
2. Kajian Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Atraksi Wisata Di Kawasan Kota Lama Semarang.
3. Kajian Manajemen Atraksi Wisata Kawasan Kota Lama Semarang Sebagai Tempat Wisata *Heritage*.
4. Analisis Preferensi Wisatawan Terhadap Konsep Kawasan Wisata *Heritage* Di Era Modern.
5. Kajian Penerapan Prinsip-Prinsip Wisata *Heritage* Didalam Perencanaan Dan Pengelolaan Wisata *Heritage* Di Kawasan Kota Lama Semarang.

5.3 Kelebihan dan Kekurangan Penelitian

A. Kelebihan

1. Penelitian terkait atraksi wisata kota lama semarang yang dilihat dari sisi keheritagean masih sedikit dilakukan
2. Penelitian tentang kawasan kota lama semarang cenderung membahas tentang sisi sejarah dan arsitektural bangunannya saja, tetapi penelitian ini mencoba menselaraskan keheritagean kawasan kota lama dengan situasi berkegiatan wisata sekarang dalam rangka agar value heritage kawasan kota lama semarang tidak tertutup oleh maraknya modernisasi objek wisata.
3. Penelitian tentang atraksi wisata dan heritage ini dapat dikembangkan dalam tema penelitian lain seperti branding, marketing place dan manajemen atraksi wisata.

B. Kekurangan

1. Kedalaman data yang didapat dan dikaji oleh peneliti masih perlu dikembangkan dan didalami
2. Kuantitas dan kualitas narasumber yang menjadi informan dalam penelitian ini masih perlu diperluas dan diperdalam agar mendapat perspektif yang lebih luas dan spesifik pada setiap topik-topik yang menjadi temuan penelitian yang ada dalam penelitian saat ini.
3. Penelitian ini masih perlu dikembangkan dalam melakukan proses pembahasan atau analisis setiap informasi-informasi yang didapat agar penelitian ini tersampaikan lebih objektif dan informatif yang proses tersebut menjadi bagian dalam proses penulisan penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Hilva Asmania, Herbasuki . , Mariyam. 2014. Strategi Penataan Kawasan Kota Lama Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*.3 (1).
- Suyatmin Edy Purwo , 2017. Potensi Daya Tarik Wisata Sejarah Budaya. *Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis “Perkembangan Konsep dan Riset E-Business di Indonesia”*
- Mahadewi, 2012. Atraksi, Produk Wisata, Dan Event Wisata Dari Teori Ke Praktik. *Jurnal Perhotelan dan Pariwisata*. 2 (1).
- Rzkhi, Imam Buchori, 2014. Preferensi Pengunjung terhadap Daya Tarik Objek Wisata Teluk Palu di Kota Palu. *Jurnal Pembangunan Wilayah* 10 (4).
- Meytasari, Endah, 2018. Pengembangan Elemen Produk Wisata Di Kawasan Kota Lama Semarang Dengan Pendekatan Attractive Urban Heritage. *Jurnal Ilmiah Arsitektur dan Lingkungan Binaan*. 16 (1).
- Grahadwiswara, Zaenal Hidayat, Herbasuki, 2014. Pengelolaan Kawasan Kota Lama Semarang Sebagai Salah Satu Kawasan Pariwisata Di Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*. 3 (4).
- Puspitasari, Wa Ode Sitti, 2018. Masalah Dalam Pengelolaan Kota Lama Semarang Sebagai Nominasi Situs Warisan Dunia. *Jurnal Planologi*. 15 (1).
- Gita Alfa Arsyadha , 2002. Kajian Prospek Dan Arah Pengembangan Atraksi Wisata Kepulauan Karimunjawa Dalam Perspektif Konservasi. *Document Tugas Akhir*
- Muhadjir, N. (2000). Metode Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Puspitasari, Ardiana Yuli., & dkk., (2019). Konsep Pemanfaatan Bangunan Cagar Budaya di Kawasan Kota Lama Semarang. *Jurnal Planologi*. 16 (1) 121-135.
- Nyoman S. Pendit. 2006. *Ilmu Pariwisata : Sebuah Pengantar Perdana*. Edisi Terbaru. Jakarta. PT. Pradaya Pramita.
- Hall, S. (1995). Representation: Cultural Representation And Signifying Practices. London: SAGE, P. 13
- Irma, 2017. Kajian Konsep Penataan Kawasan Kota Lama Kendari Berdasarkan Identitas Dan Citra Kotanya. *Jurnal Arsitektur* (4)
- Natalia, 2019. Revitalisasi Kawasan Kota Lama Sebagai Upaya City Branding Di Kota Semarang. *Journal of Politic and Government Studies*, (9)
- Galang Adit Hutsa D, 2017. Kajian Implementasi Program Revitalisasi Kawasan Kota Lama Sebagai Kawasan Pariwisata Di Kota Semarang. *Dokumen Tugas Akhir*
- Eka Viridianti, 2017. Citra Visual Koridor Kawasan Kota Lama Semarang Ditinjau Dari Potensi Wisata Edukasi Arsitektur Heritage. *Jurnal Rekayasa Hijau* (1)

- Moh Adrian, 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perubahan Identitas Kota Di Kawasan Kota Tua Muara Tebo Kabupaten Tebo Provinsi Jambi. *Jurnal PWK* (13)
- Jenny Ernawati, 2011. Faktor-Faktor Pembentuk Identitas Suatu Tempat. *Jurnal PWK* (3)
- Michae Christian, 2016. Pengaruh Identitas Tempat, Pemerekan Tempat Terhadap Citra Tempat Melalui Event The 18th Jakarta International Handicraft Trade Fair 2016. *Jurnal Hospitality* (2)
- Alfin Rozaan, 2016. Analisis Pengembangan Produk Wisata *Heritage* Trail Untuk Meningkatkan Citra Destinasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, (61)
- Titing Kartika, 2017. Pengembangan Wisata *Heritage* Sebagai Daya Tarik Kota Cimahi. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure* (14)
- Kementerian Pariwisata, 2018. *PEDOMAN PENGEMBANGAN WISATA SEJARAH DAN WARISAN BUDAYA. Dokumen Asisten Deputi Pengembangan Wisata Budaya Deputi Bidang Pengembangan Industri dan Kelembagaan Kementerian Pariwisata*
- <https://www.neliti.com/id/publications/212646/faktor-yang-mempengaruhi-kriteria-lokasi-berdagang-pedagang-kaki-lima-berdasarka>
- <https://semarangcityheritage.wordpress.com/kota-lama/>
- <https://interaktif.kompas.id/baca/kota-lama/>
- https://www.researchgate.net/publication/339241607_Manajemen_Berbasis_Komunitas_Untuk_Pengembangan_Kota_Lama_Semarang_Berwawasan_World_Heritage
- <https://jateng.tribunnews.com/2019/07/26/kini-jalan-jalan-di-kota-lama-semarang-bisa-naik-sepeda-dan-otoped-simak-cara-sewanya>
- <https://jateng.tribunnews.com/2017/01/10/menyaksikan-pementasan-musik-keroncong-di-kota-lama-catat-jadwal-dan-lokasinya-ya>