

RINGKASAN

FAHRIZA SANDI YUDHA CHAMIDA. Perencanaan Wisata Budaya Berdasarkan Karakteristik Wisatawan di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah. *Cultural Tourism Planning Based on Characteristics Tourists in Semarang City, Central Java Province* dibimbing oleh **RIMA PRATIWI BATUBARA**

Wisata budaya adalah salah satu jenis pariwisata yang menjadikan budaya sebagai daya tarik utama. Beberapa hal yang terdapat pada pariwisata budaya ini wisatawan akan dipandu untuk mengenali, sekaligus memahami budaya dan kearifan pada komunitas budaya lokal. Selain itu, pengunjung akan dimanjakan dengan pemandangan, tempat-tempat bersejarah sekaligus museum, representasi nilai dan sistem hidup masyarakat lokal, seni (baik seni pertunjukan atau pun seni lainnya), serta kuliner khas dari masyarakat asli atau masyarakat lokal yang bersangkutan (Nafila, 2019)

Daerah atau kota di Indonesia yang memiliki wisata budaya yang menarik dan beragam adalah Kota Semarang. Terletak di pantai bagian utara Jawa dan merupakan pelabuhan utama Provinsi Jawa Tengah. Lokasi Semarang yang strategis di sepanjang pantai Jawa bagian utara menjadikannya tempat perhentian populer bagi banyak kapal pesiar, yang pada gilirannya menjadikan kota pelabuhan itu sebagai tujuan wisata sehari-hari favorit diantara para pelancong yang mencari pengalaman. Keragaman wisata budaya Kota Semarang yang kaya dan pluralitas agama adalah hasil dari banyaknya kota yang disinggahi oleh kekuatan asing. Kuil-kuil yang berwarna cerah, bangunan-bangunan era kolonial, festival-festival cina yang semarak dan masjid-masjid mewah semuanya bersatu untuk membentuk campuran budaya Semarang yang menakjubkan. Beberapa kategori destinasi wisata tersebut memiliki daya tarik tersendiri bagi beberapa wisatawan yang memiliki karakteristik tertentu. Perencanaan wisata budaya adalah salah satu jenis rancangan yang dibuat dan didalamnya berisi tentang kegiatan wisata budaya. Perencanaan adalah pemilihan tujuan dan penentuan strategi agar keinginan dapat tercapai dan terpenuhi. Perencanaan mengacu pada penentuan yang akan dikerjakan dan nantinya akan memberi jawaban atas pertanyaan yang berkaitan dengan tujuan yang ingin dicapai.

Kegiatan tugas akhir perencanaan wisata budaya dilakukan di Kota Semarang, lebih tepatnya di Kecamatan Semarang Barat, Kecamatan Semarang Timur, Kecamatan Semarang Tengah, Kecamatan Semarang Utara, Kecamatan Semarang Selatan, Kecamatan Candisari, Kecamatan Gayamsari dan Kecamatan Banyumanik, dengan waktu pelaksanaan mulai dari April hingga Juni 2022. Metode pelaksanaan dengan observasi langsung, wawancara, dan kuesioner secara *close ended*. Jenis data yang diambil dalam kegiatan tugas akhir adalah data sumberdaya wisata budaya, karakteristik, motivasi dan preferensi wisatawan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

budaya Kota Semarang. Teknik yang digunakan adalah penyebaran kuesioner secara *close ended*. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 320 orang pengunjung. Data yang telah diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

Sumberdaya wisata budaya di Kota Semarang diperoleh sebanyak delapan wisata budaya yang tersebar di delapan kecamatan. Sumberdaya wisata budaya yang diperoleh meliputi Lawang Sewu, Kota Lama, Museum Ranggawarsita, Kampung Batik Gedhong, Taman Budaya Raden Saleh, *Semarang Contemporary Art Gallery* dan Vihara Buddhagaya Watugong. Karakteristik pengunjung yang mendominasi adalah berjenis kelamin perempuan dengan status belum menikah sehingga usia pengunjung berkisar antara 17-25 tahun. Pengunjung berdomisili di luar Kota dan Kabupaten Semarang, dengan bentuk kunjungan dalam kelompok kecil antara 2-3 orang serta waktu kunjungan selama 1 hari atau 24 jam. Motivasi budaya merupakan motivasi tertinggi pengunjung pada aktivitas bersantai. Preferensi pengunjung terbagi menjadi lima aspek yaitu aktivitas, durasi, fasilitas wisata, bentuk kunjungan dan media promosi. Persepsi responden wisata budaya terhadap perencanaan wisata budaya memiliki penilaian tertinggi pada aspek setuju terhadap paket wisata budaya, pendapat mengenai video promosi wisata budaya kota dan peta jalur paket wisata budaya.

Perencanaan wisata budaya dibuat dengan meliputi delapan destinasi wisata budaya Kota Semarang. Rancangan paket wisata budaya dirancang berdasarkan hasil identifikasi karakteristik dan preferensi wisatawan budaya Kota Semarang. Paket wisata yang pertama berjudul "*Mlipir Kuto Semarang*", rancangan program wisata *2D 1N* berjudul "*Semarang Superior in Culture*" dan yang terakhir adalah paket wisata *3D 2N* berjudul "*Mirdoyo Korang*". Media promosi dibuat hanya dalam bentuk *audiovisual* berupa video promosi dari delapan wisata yang berdurasi 1 menit 33 detik, serta peta jalur wisata budaya yang di rancang sesuai dengan tiga jenis paket wisata.

Kata Kunci : Wisata Budaya, Kota Semarang, Perencanaan, Perencanaan Wisata Budaya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPI.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPI.