

ABSTRAK

Kota Semarang memiliki potensi wisata budaya yang dapat dikembangkan. Tujuan perencanaan paket wisata budaya ini yaitu (1) Mengidentifikasi dan menginventarisasi kawasan wisata budaya unggulan dalam rangka merancang output paket wisata budaya di Kota Semarang (2) Mengidentifikasi karakteristik, motivasi dan persepsi pengunjung pada setiap obyek wisata di Kota Semarang (3) Merancang paket wisata budaya berdasarkan sumberdaya wisata di Kota Semarang. (4) Merancang video promosi paket wisata budaya di Kota Semarang dan peta jalur paket wisata. Perencanaan paket wisata budaya di Kota Semarang menggunakan metode observasi, wawancara dan menyebarkan kuesioner dengan metode *close ended*. Tahapan pelaksanaan yaitu mengidentifikasi wisata budaya unggulan Kota Semarang, melakukan identifikasi dan penilaian terhadap karakteristik, motivasi dan preferensi pengunjung terhadap paket wisata budaya yang akan dirancang, dan kemudian menentukan harga paket wisata budaya per orang nya. Preferensi paket wisata budaya pengunjung yaitu paket *Semature Package* “*Semarang Superior in Culture*” dan Mirdoyo Korang “*Mirsani Budaya Kota Semarang*” yang dirancang berdasarkan jenis penyelenggaraan yaitu *overnight tour* dan *3D 2N tour*. Media promosi yang digunakan yaitu video promosi dan membuat peta jalur paket wisata budaya Kota Semarang

ABSTRACT

*The city of Semarang has the potential for cultural tourism that can be developed. The objectives of planning this cultural tourism package are (1) Identifying and inventorying superior cultural tourism areas in order to design the output of cultural tourism packages in the City of Semarang (2) Identifying the characteristics, motivations and perceptions of visitors to each tourism object in the City of Semarang (3) Designing tour packages culture based on tourism resources in Semarang City. (4) Designing a promotional video for cultural tourism packages in Semarang City and a map of the tour package route. Planning cultural tourism packages in Semarang City uses the method of observation, interviews and distributing questionnaires with the close ended method. The implementation stages are identifying the leading cultural tourism in the city of Semarang, identifying and assessing the characteristics, motivations and preferences of visitors to the cultural tourism package that will be designed, and then determining the price of the cultural tour package per person. The preferences of visitors' cultural tour packages are the *Semature Package* "Semarang Superior in Culture" and Mirdoyo Korang "Mirsani Budaya Semarang City" which are designed based on the type of organization, namely overnight tours and 3D 2N tours. The promotional media used are promotional videos and making a route map for the Semarang City cultural tourism package.*

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 IPB.

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