

**STRATEGI PROMOSI HERITAGE TOURISM PADA  
KAWASAN KOTA LAMA SEMARANG UNTUK  
MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN  
REMAJA  
SKRIPSI**



Oleh:

JOY BETHANI

NO.MHS: 417200158

**JURUSAN USAHA PERJALANAN WISATA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA  
2019**

**STRATEGI PROMOSI HERITAGE TOURISM PADA  
KAWASAN KOTA LAMA SEMARANG UNTUK  
MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN  
REMAJA  
SKRIPSI**



Untuk memenuhi Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Terapan Usaha Perjalanan Wisata

Oleh:

JOY BETHANI

NO.MHS: 417200158

**JURUSAN USAHA PERJALANAN WISATA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA  
2019**

STRATEGI PROMOSI *HERITAGE TOURISM* PADA KAWASAN  
KOTA LAMA SEMARANG UNTUK MENINGKATKAN MINAT  
BERKUNJUNG WISATAWAN REMAJA



Oleh:

JOY BETHANI

NO.MHS: 417200158

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I

Dra. Sri Larasati, M.M

NIDN. 0511095401

Pembimbing II

Mona Erythrea Nur Islami, SIP, M.A

NIDN. 0516097101

Mengetahui

Ketua Jurusan

Yudi Setiaji, SH, MM

NIDN. 0508066401

**BERITA ACARA UJIAN**

**STRATEGI PROMOSI *HERITAGE TOURISM* PADA KAWASAN  
KOTA LAMA SEMARANG UNTUK MENINGKATKAN MINAT  
BERKUNJUNG WISATAWAN REMAJA**

**SKRIPSI**

Oleh

**JOY BETHANI**

No. Mhs: 417200158

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji

Dan Dinyatakan Lulus

Pada Tanggal: 09 Juli 2019

**TIM PENGUJI**

Penguji Utama : Drs. Santoso, MM : .....

NIDN. 0519045901

Penguji II : Dra. Sri Larasati, M.M

NIDN. 0511095401

Penguji III : Mona Erythrea Nur Islami, SIP, M.A

NIDN. 0516097101

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Joy Bethani

NIM : 417200158

Jurusan : Usaha Perjalanan Wisata

Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI *HERITAGE TOURISM* PADA  
KAWASAN KOTA LAMA SEMARANG UNTUK  
MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN  
REMAJA

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 1 Juni 2019



Joy Bethani  
NIM.417200158

## **MOTTO**

Jangan mudah menyerah sebelum semuanya berhasil  
(Penulis, 2019)

Lakukan ayang terbaik yang kita bisa  
(Penulis, 2019)

Hidup itu penuh perjuangan  
(Penulis, 2019)

Percayalah pada diri sendiri  
(Penulis, 2019)



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan segala hormat dan ucap syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa yang selalu melimpahkan rahmat dan memberikan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini. Dalam penyelesaian skripsi ini juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan juga penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Alm Ibu Muljani terimakasih banyak atas semua doa yang telah dipanjatkan tanpa henti dan pendampingan hingga hembusan nafas terakhir, selain itu juga setiap mimpi, cita-cita dan motivasi yang selalu disalurkan kepadaku hingga saat ini anakmu dapat menyelesaikan studi di perguruan tinggi. Ucapan terimakasih bahkan tidaklah cukup untuk semua pengorbanan yang telah dilakukan untukku hingga saat ini bisa menerima gelar sarjana.
2. Bapak Adi Nugroho terimakasih banyak atas doa yang telah dipanjatkan tanpa henti selama ini selain itu juga dukungan dan motivasi yang telah diberikan kepadaku hingga mendapatkan gelar sarjana.
3. Adikku Patricia Oktavia terimakasih banyak atas dukungan yang telah diberikan selama mengerjakan skripsi ini dan akhirnya mendapatkan gelar sarjana.

## KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat-Nya, serta dengan usaha sepenuh hati, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Kepariwisata pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA.

Fokus kajian skripsi ini adalah menjelaskan Rencana Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang yang bertujuan untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Remaja di Kawasan Wisata Kota Lama Semarang yang berbasis *Heritage Tourism*. Hasilnya adalah alasan utama wisatawan remaja berkunjung di Kawasan Kota Lama untuk berswafoto karena dianggap kawasan tersebut unik, klasik dan *instagrammable*. Keterbatasan yang ditemukan dilapangan adalah belum maksimalnya fasilitas penunjang kegiatan wisata yang benar-benar khusus ditujukan untuk minat wisatawan remaja.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung mewujudkan skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya secara tulus ikhlas penulis ucapkan kepada:



1. Ibu Dra.Sri Larasati, M.M selaku Pembimbing I yang telah dengan sabar dan arif memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Mona Erythrea Nur Islami, SIP, M.A selaku Pembimbing II yang arif dan bijaksana memberikan bimbingan, pengarahan, serta petunjuk-petunjuk pada penulisan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Santosa, MM selaku penguji utama yang telah memberi kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.
4. Bapak Drs. Prihatno, M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah mengizinkan dan mengesahkan skripsi ini.
5. Bapak Yudi Setiaji, SH. MM selaku Ketua Jurusan Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan arahan dan menyetujui skripsi ini.
6. Bapak Drs. R. Djati Prijono, MSi selaku Pembina Tingkat I di Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Semarang yang telah menerima, mengizinkan, serta merekomendasikan penelitian ini untuk dilakukan di Kawasan Kota Semarang.
7. Bapak Drs. Kasturi, MM selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang yang telah memberi ijin untuk melakukan penelitian di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

8. Ibu Dra M.C Ratnasari selaku Kepala Seksi Promosi Budaya dan Pariwisata yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.
9. Ibu Ir Retno Saraswati selaku Kepala Seksi Sejarah dan Cagar Budaya yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.
10. Bapak Hadi Susanto selaku Analisis Informasi Kebudayaan yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.
11. Para responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk menyampaikan beberapa informasi mengenai penelitian ini.
12. Bpk Pdt Em Christian Soebagyo SMTh dan Ibu Soelbijati atas setiap doa dukungan dan semangat yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan mendapatkan gelar sarjana.
13. Keluarga Bp Agus Satria dan Ibu Riyantini atas setiap dukungan materi, doa, motivasi dan arahan selama penulis menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi sehingga dapat menyelesaikannya dengan baik dan mendapatkan gelar sarjana.
14. Seluruh teman-teman Studi Lanjut; Fajar, Bagus, Mirza, Berliana, Eva, Destri dan Niki yang telah berkontribusi dalam memberikan motivasi, dukungan, doa dan ide-idenya selama perencanaan pembuatan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.

Semoga bantuan bapak/ibu dan para responden dicatat sebagai amal ibadah oleh Tuhan Yang Maha Kuasa.

Akhir kata penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembangan ilmu pengetahuan. Tak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran dari semua pembaca untuk perbaikan pada penelitian berikutnya.

Yogyakarta, 1 Juni 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>BERITA ACARA UJIAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>ABSTRAK</b> .....	xvi
i	
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. LATAR BELAKANG .....	1
B. FOKUS MASALAH .....	4
C. TUJUAN MASALAH .....	4
D. MANFAAT PENELITIAN .....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori .....	6
1. Pengertian Pariwisata .....	6
2. Pengertian Wisata <i>Heritage</i> .....	7

3. Minat Berkunjung Wisatawan .....	8
4. Pemasaran dan Promosi .....	9
5. Strategi Pemasaran .....	14
6. Pengertian Remaja .....	17
B. Kerangka Pikir .....	18
C. Penelitian Terdahulu .....	20

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Metode dan Design Penelitian .....	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	26
C. Teknik Cuplikan .....	26
D. Sumber Data .....	28
E. Teknik Pengumpulan Data .....	29
1. Pengamatan .....	29
2. Wawancara .....	30
3. Catatan Lapangan .....	30
4. Penggunaan Dokumen .....	31
F. Keabsahan Data .....	32
G. Metode Analisis Data .....	33
1. Analisis Deskriptif Kualitatif .....	33
2. Analisis Matriks IFAS dan EFAS .....	34
3. Analisis Matriks SWOT .....	35
H. Alur Penelitian .....	36
I. Jadwal Penelitian .....	37

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Obyek Wisata .....	38
1. Sejarah Kota Lama Semarang .....	38
2. Situs-situs Bersejarah Kota Lama Semarang .....	41
3. Potensi Wisata Kota Lama Semarang .....	45
B. Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang .....	46

1. Sejarah .....	46
2. Visi dan Misi .....	49
3. Tugas Pokok dan Fungsi .....	50
C. Pembahasan/Analisis Data Penelitian .....	51
1. Alasan Wisatawan Remaja Berkunjung ke Obyek Wisata .....	51
2. Strategi Promosi Oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata .....	54
D. Hasil Penelitian .....	59
1. Matriks SWOT .....	61
2. Strategi Prioritas .....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	67
B. Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Sampel Penelitian .....	28
Tabel 3.2 Matriks SWOT .....	35
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian .....	36
Tabel 4.1 Matriks SWOT IFAS dan EFAS .....	64



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Lerangka Pikiran .....	19
Gambar 3.1 Alur Penelitian .....	36
Gambar 4.1 Peta Semarang tahun 1708 .....	39
Gambar 4.2 Denah Kota Lama .....	40
Gambar 4.3 Kawasan Kota Lama dalam peta wilayah Semarang .....	41
Gambar 4.4 Jl Letjen Suprpto .....	42
Gambar 4.5 Bangunan-bangunan arsitektur Belanda .....	43
Gambar 4.6 Jembatan Berok tahun 1903 .....	43
Gambar 4.7 Gedung Marba dan Gereja Blenduk .....	44
Gambar 4.8 Taman Sri Gunting .....	44
Gambar 4.9 Gedung Pandanaran .....	49
Gambar 4.10 Kegiatan Wawancara Pada Wisatawan Remaja .....	52
Gambar 4.11 Foto <i>Selfie</i> Daya Tarik Wisata Kota Lama .....	54
Gambar 4.12 Wawancara dengan Kepala Seksi Promosi .....	55
Gambar 4.13 Wawancara dengan Kepala Seksi Sejarah dan Kebudayaan .....	56
Gambar 4.14 Peresmian Bus Wisata Si Denok .....	57
Gambar 4.15 Media Promosi .....	58
Gambar 4.15 Gedung Oudetrap dan Cafe Spiegel .....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Pedoman Wawancara
- Lampiran 2. Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 3. Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 4. Lembar Bimbingan

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk; 1) mendeskripsikan alasan wisatawan remaja berkunjung di kawasan wisata Kota Lama Semarang; 2) mendeskripsikan rencana strategis untuk menarik minat berkunjung wisatawan remaja; 3) menganalisis hambatan strategi promosi wisata; 4) mendeskripsikan langkah yang ditempuh untuk mengatasi hambatan strategi promosi wisata. Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Lama Semarang dan kawasan wisata Kota Lama Semarang.

Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Informan penelitian utama adalah Kepala Seksi Promosi Budaya dan pariwisata, dan Kepala Seksi Sejarah dan Cagar Budaya, informan pendukung adalah Analisis Informasi Kebudayaan dan wisatawan remaja yang sedang berkunjung di kawasan Kota Lama. Pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan langsung, wawancara, catatan lapangan dan penggunaan dokumen. Analisis data dilakukan melalui tahap-tahap pengumpulan data, kodifikasi data, sajian data dengan menggunakan matriks SWOT dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini berupa strategi prioritas dengan menggunakan strategi SO yaitu: menjadikan sebuah kawasan *heritage* yang berada di tengah kota dengan gedung-gedung tuanya yang masih terawat, membuat lebih banyak spot foto *instagrammable* yang mudah dijangkau karena terintegrasi dengan angkutan umum, menambah taman yang indah dengan dilengkapi WI-FI gratis dan dapat dijangkau dengan bus wisata gratis yang melewati kawasan tersebut, Mendorong komunitas remaja untuk menggunakan gedung oudetrap yang disewakan dengan gratis untuk mengadakan event yang dapat dijangkau wisatawan, dan Menyediakan wahana wisata bertema *heritage* yang menarik di dalam kawasan yang sudah dikenal oleh wisatawan domestik dan internasional. Dan strategi ST yaitu: Memaksimalkan lahan-lahan kosong di sekitar gedung tua yang berada di pintu masuk kawasan sebagai kantong-kantong parkir, Memaksimalkan taman-taman di Kota Lama sebagai lahan serapan air agar meminimalisir dampak rob (naiknya permukaan air laut) juga memperbaiki selokan-selokan di kawasan tersebut, Memperbanyak taman-taman yang indah dengan dilengkapi fasilitas Wi-Fi sehingga dapat mendorong minat berkunjung wisatawan remaja, Ikut ajang *travel promotion* yang berskala international di berbagai macam negara dan menyelenggarakan *event* berskala international di kawasan Kota Lama Semarang, Mengintegrasikan Kawasan Kota Lama dengan beberapa obyek wisata di sekitarnya seperti Pecinan (*China Town*) dan Masjid Agung Semarang melalui paket tour atau rute bus wisata agar Kota Lama Semarang menjadi lebih menarik untuk dikunjungi

**Kata kunci:** Wisatawan Remaja, Kota Lama, Strategi Promosi, Analisis SWOT

## ABSTRAK

This research aims to; 1) describe the reasons for teenage tourists visiting the tourist area of the Old City of Semarang; 2) describe the strategic plan to attract the interest of visiting young tourists; 3) analyze the obstacles to tourism promotion strategies; 4) describe the steps taken to overcome the obstacles to tourism promotion strategies. This research was conducted at the Semarang City Culture and Tourism Office and the Old City Semarang tourist area.

This research method is descriptive qualitative. The main research informants were the Head of Culture and Tourism Promotion Section, and the Head of the History and Cultural Heritage Section, supporting informants were the Analysis of Cultural Information and teenage tourists visiting the Old City area. Data collection is done by direct observation, interviews, field notes and use of documents. Data analysis was carried out through the stages of data collection, data codification, data presentation using the SWOT matrix and conclusions.

The results of this study are in the form of a priority strategy using the SO strategy, namely: making a heritage area in the middle of the city with old buildings that are still maintained, making more intagrammable photo spots that are easily accessible because they are integrated with public transport, add a beautiful garden with equipped with free WI-FI and can be reached with free tourist buses that pass through the area, Encouraging the youth community to use the free oudetrap building to hold events that can be reached by tourists, and Providing interesting heritage-themed tourist attractions within known regions by domestic and international tourists. And the strategy of ST is: Maximizing the vacant land around the old building at the entrance of the area as parking bags, Maximizing the parks in the Old City as water absorption so as to minimize the impact of rob (rising sea levels) also repairing the gutter -selokan in the area, Increase beautiful gardens with Wi-Fi facilities so that it can encourage the interest of visiting teenagers, Join international-scale travel promotion events in various countries and hold international scale events in the Old City area of Semarang, Integrating Regions The Old City with several attractions around it such as Chinatown (China Town) and the Great Mosque of Semarang through tour packages or tourist bus routes so that the Old City of Semarang becomes more interesting to visit

Keywords: Youth Travelers, Old City, Promotion Strategy, SWOT Analysis

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kota Semarang merupakan Ibukota Provinsi Jawa Tengah, sekaligus kota metropolitan terbesar kelima setelah Jakarta, Surabaya, Bandung dan Medan. Sebagai salah satu kota berkembang di Pulau Jawa khususnya di Jawa Tengah, Kota Semarang merupakan pusat segala kegiatan baik ekonomi, perdagangan, jasa, industri dan pariwisata. Hal ini menyebabkan kota Semarang berperan penting dalam lingkup Internasional. Hal ini didukung dengan dijadikannya Bandar Udara Ahmad Yani Semarang serta Pelabuhan Tanjung Mas menjadi bandar udara dan pelabuhan internasional di Indonesia. Akses perkeretaapian dan jalan raya primer Jakarta-Surabaya juga melewati Semarang. Hal tersebut yang menjadi salah satu penyebab Semarang memiliki potensi sebagai pusat bisnis eksklusif di Indonesia, khususnya di Provinsi Jawa Tengah.

Semarang merupakan salah satu kota yang mempunyai warisan budaya yang masih tetap terpelihara hingga sekarang. Misalnya saja Kawasan Kota Lama Swmarang, Gereja Blenduk, Lawang Sewu, Klenteng *Sam Poo Kong*, Masjid Agung Kauman, Goa Kreo dan lain-lain. Itu semua sedikit dari berbagai potensi yang dimiliki oleh Kota Semarang. Salah satu warisan budaya peninggalan sejarah menarik yang dimiliki adalah Kawasan Kota Lama Semarang.

Kota Lama adalah potongan sejarah yang tidak bisa dipisahkan oleh masa kolonialisme Belanda, karena disinilah Ibu Kota Jawa Tengah berasal. Salah satu

peninggalan masa lalu yang menjadi ciri khas dan kebanggaan kota Semarang adalah bangunan-bangunan kuno dengan keunikan dan keagungan arsitektur masa lalunya. Bangunan tersebut tidak hanya unik, indah dan kuno melainkan juga menyimpan cerita sejarah yang membekas dalam hati masyarakat Kota Semarang.

Kota Lama Semarang menyimpan pesona *history* yang luar biasa. Beberapa bangunan tersebut antara lain di sepanjang jalan sekitar utara dan barat Pasar Johar Semarang. Bangunan kuno tersebut dialihfungsikan menjadi kantor-kantor pemerintah atau swasta yang berderet di jalan-jalan kawasan Kota Lama diantaranya PT Telkom, Kantor Pos, PT Asuransi Jiwaraya, Bank NISP, Jakarta Loyd, Bank Mandiri, GKBI, Pabrik Rokok Praoe Lajar, Gedung Marba, Gedung Marabunta, Stasiun Tawang serta Gereja Blenduk sebagai mahkotanya bangunan kuno di kawasan Kota Lama Semarang. Oleh karena itu, banyak pula yang menyebut kawasan tersebut sebagai *Little Netherland* atau Belanda Kecil, dikarenakan begitu banyaknya bangunan bercorak arsitektur Belanda. Bangunan-bangunan tersebut cukup terkenal namun seringkali orang mengenal bangunan-bangunan tersebut hanya sebatas pernah melihat atau tahu namanya saja, tanpa mengetahui sejarah apa saja yang tersimpan pada bangunan tersebut.

Sebagai salah satu kawasan peninggalan sejarah terbesar yang dimiliki kota Semarang dan dengan adanya wacana kawasan ini menjadi situs warisan dunia UNESCO pada tahun 2020, seharusnya kawasan Kota Lama Semarang dapat menarik minat wisatawan. Padahal disisi lain pemerintah Kota Semarang sedang melakukan renovasi besar-besaran di kawasan kota Lama Semarang guna memperbaiki fasilitas publik yang ada sehingga dapat meningkatkan minat

berkunjung para wisatawan. Disisi lain mulai bermunculan wisatawan remaja yang mengunjungi kawasan Kota Lama Semarang hanya untuk sekedar berswafoto dengan latar belakang bangunan-bangunan kuno tersebut. Hal ini dapat menjadi peluang untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Kawasan Kota Lama Semarang dan merubah *image* bahwa obyek wisata betema sejarah juga dapat menarik minat dikalangan remaja masa kini. Namun banyak wisatawan remaja yang juga ingin mengetahui lebih dalam mengenai sejarah bangunan kuno yang terdapat di kawasan Kota Lama Semarang tetapi tidak banyak informasi yang tersedia, karena itulah maka diperlukan suatu media yang mempunyai fungsi informatif sekaligus menarik dan mudah untuk diakses oleh wisatawan remaja. Potensi tersebut juga belum didukung dengan adanya promosi, pusat informasi yang mudah diakses oleh wisatawan remaja dan pagelaran *event* menarik animo wisatawan remaja untuk berkunjung dikawasan Kota Lama Semarang. Ditambah beberapa fasilitas umum di kota lama masih dirasa cukup minim seperti ketersediaan toilet umum tempat sampah dan penerangan pada malam hari, juga kawasan ini sering terkena dampak rob (naiknya permukaan air laut), dan masih banyaknya gedung-gedung kosong sehingga masih terkesan begitu sepi.

Berdasarkan uraian tentang potensi yang terdapat di kota Lama Semarang serta beberapa masalah yang ditemukan maka dalam penelitian Tugas Akhir ini mengambil tema “STRATEGI PROMOSI *HERITAGE TOURISM* PADA KAWASAN KOTA LAMA SEMARANG UNTUK MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN REMAJA”



## **B. Fokus Masalah**

Dari latar belakang yang telah dipaparkan maka dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan diantaranya:

1. Apa alasan wisatawan remaja berkunjung di Kawasan Kota Lama Semarang?
2. Bagaimana strategi yang harus dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang untuk menarik minat kunjungan wisatawan remaja di Kawasan Kota Lama Semarang?

## **C. Tujuan Masalah**

Pada dasarnya setiap penelitian ilmiah memiliki tujuan yang ingin dicapai. Tujuan penelitian ini akan mengarahkan peneliti dalam melaksanakan penelitiannya. Hal ini tergantung dari obyek yang diteliti, adapun tujuan yang ingin dicapai adalah untuk:

1. Mengetahui alasan wisatawan remaja berkunjung di Kawasan Kota Lama Semarang.
2. Mengetahui rencana strategis yang akan dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang untuk menarik minat kunjungan wisatawan remaja di Kawasan Kota Lama Semarang.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian sejenis dan pengembangan studi Manajemen Pemasaran Pariwisata.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana terapan pendidikan serta menjadi wahana pengembangan ide-ide ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Manajemen Pemasaran Pariwisata.

### b. Bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam upaya peningkatan strategi promosi dan pemasaran wisata pada kawasan Kota Lama Semarang.

### c. Bagi Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Untuk menambah referensi perpustakaan sehingga dapat digunakan sebagai bahan-bahan bagi mahasiswa Manajemen Bisnis Perjalanan Wisata khususnya dan pihak berkepentingan untuk penelitian sejenis.