

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	ii
INTISARI	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	xi
KATA PENGANTAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Pertanyaan Penelitian	3
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Batasan Penelitian	4
1.5.1. Lokus.....	4
1.5.2. Fokus	4
1.5.3. Waktu.....	4
1.6. Manfaat Penelitian.....	5
1.7. Keaslian Penelitian	6
1.8. Kerangka Pikir.....	9
1.9. Sistematika Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Kota dan Identitas Kota.....	13
2.1.1. Kota	13
2.1.2. Identitas Kota	14
2.2. Pariwisata dan Komponen Pariwisata.....	15
2.2.1. Pariwisata	15

2.2.2. Komponen Pariwisata	16
2.2.3. Persepsi terhadap Daya Tarik Pariwisata	19
2.3. Penjenamaan Tempat	19
2.3.1. Definisi Penjenamaan Tempat	19
2.3.2. Cakupan Penjenamaan Tempat	21
2.3.3. Faktor-Faktor Penentu Keberhasilan Penjenamaan Tempat	24
2.3.4. Tahapan Perencanaan Operasional Penjenamaan Tempat	28
2.4. <i>City Branding</i> Solo <i>The Spirit of Java</i>	29
2.5. Hubungan Identitas Kota dalam Penguatan Daya Tarik Wisata	30
2.6. Daya Tarik Wisata dalam Penguatan <i>City Branding</i>	31
2.7. Kerangka Teori	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1. Metode dan Pendekatan	34
3.2. Unit Amatan dan Unit Analisis Penelitian	35
3.2.1. Unit Amatan Penelitian	35
3.2.2. Unit Analisis Penelitian	35
3.3. Variabel Penelitian	36
3.4. Alat dan Instrumen Penelitian	40
3.5. Metode Pengumpulan Data	40
3.5.1. Survei Primer	41
3.5.2. Survei Sekunder	44
3.5.3. Sampel	45
3.6. Metode Analisis Data	47
3.7. Tahapan Penelitian	48
3.7.1. Tahapan Persiapan	48
3.7.2. Tahapan Pengumpulan Data	48

3.7.3. Tahapan Analisis dan Pelaporan.....	48
3.8. Alur Kerangka Penelitian	49
BAB IV DESKRIPSI WILAYAH	51
4.1. Gambaran Umum Wilayah Administratif Kota Semarang	51
4.2. Gambaran Umum Kawasan Pariwisata di Kota Semarang.....	53
4.3. <i>City Branding Semarang Variety of Culture</i>	55
4.4. Gambaran Umum Kawasan Kota Lama.....	58
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	60
5.1. Peran Komponen Pendukung Daya Tarik Kawasan Kota Lama terhadap <i>City Branding Semarang Variety of Culture</i>	60
5.1.1. Aktivitas dan Pengalaman Kunjungan.....	60
5.1.2. Daya Tarik Wisata.....	64
5.1.3. Eksistensi Kawasan.....	67
5.1.4. Karakteristik Kawasan	69
5.1.5. Peran Daya Tarik Kawasan Kota Lama dalam Penguatan <i>City Branding Semarang Variety of Culture</i>	71
5.2. Faktor-faktor yang Memengaruhi Pengembangan Daya Tarik Kawasan Kota Lama dalam Penguatan <i>City Branding Semarang Variety of Culture</i>	72
5.2.1. Penanggungjawab Pengelolaan Kawasan Kota Lama	73
5.2.2. Visi, Misi, dan Orientasi Pengembangan Kawasan Kota Lama	75
5.2.3. Identitas dan Citra Tempat.....	79
5.2.4. Kemitraan Pemerintah dan Badan Usaha.....	82
5.2.5. Peranan Pengambil Keputusan dalam Pengembangan Kawasan Kota Lama	84
5.2.6. <i>Nature</i>	88
5.2.7. <i>Social Bonding</i>	90



5.2.8. Cultural Activities	92
5.3. Diskusi Komprehensif	95
5.4. Diskusi Teoritik.....	99
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	102
6.1. Kesimpulan.....	102
6.2. Saran	103
6.2.1. Bagi Penelitian Selanjutnya	103
6.2.2. Bagi Pemerintah dan Pelaksanaan di Lapangan	103
DAFTAR PUSTAKA	xii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Berpikir	11
Gambar 2.1. Kerangka Kerja: Faktor Keberhasilan Penjenamaan Tempat.....	25
Gambar 2.2. Kerangka Teori.....	33
Gambar 3.1. Diagram Alir Penelitian	50
Gambar 4.1. Peta Administrasi Provinsi Jawa Tengah.....	51
Gambar 4.2. Peta Administrasi Kecamatan di Kota Semarang.....	52
Gambar 4.3. Peta Persebaran Kawasan Pariwisata di Kota Semarang	53
Gambar 4.4. Peta Persebaran Objek Wisata di Kota Pusaka Semarang	54
Gambar 4.5. Timeline Branding Kota Semarang dari Waktu ke Waktu.....	55
Gambar 4.6. Logo <i>City Branding Semarang Variety of Culture</i>	57
Gambar 4.7. Peta Batasan Kawasan Kota Lama.....	59
Gambar 5.1. Spot-spot yang Mendeskripsikan Kebudayaan yang Ada di Kawasan Kota Lama	61
Gambar 5.2. Kegiatan Wisatawan ketika Berkunjung ke Kawasan Kota Lama	62
Gambar 5.3. Diagram Hasil Respon Narasumber terhadap Komponen (1)	63
Gambar 5.4. Spot-Spot yang Memiliki Daya Tarik Wisata berdasarkan Hasil Wawancara.....	65
Gambar 5.5. Diagram Hasil Respon Narasumber terhadap Komponen (2)	67
Gambar 5.6. Diagram Hasil Respon Narasumber terhadap Komponen (3)	69
Gambar 5.7. Diagram Hasil Respon Narasumber terhadap Komponen (4)	70
Gambar 5.8. Diagram Hasil Keterkaitan Peran Komponen Pendukung Daya Tarik Kawasan Kota Lama terhadap <i>City Branding Semarang Variety of Culture</i>	72
Gambar 5.9. Bagan Penanggung Jawab Pengelola Kawasan Kota Lama.....	73
Gambar 5.10. <i>Timeline</i> Pengembangan Kawasan Kota Lama Menuju <i>World Heritage</i>	79
Gambar 5.11. Diagram Kemitraan Pemerintah dan Badan Usaha	82
Gambar 5.12. Peta Sebaran Bangunan Implementasi Kemitraan Pemerintah dan Badan Usaha.....	83
Gambar 5.13. Peta Rencana Jaringan Jalan, Penataan Parkir, dan Sirkulasi Kendaraan di Kawasan Kota Lama Semarang	85
Gambar 5.14. Peta Delineasi Kawasan Semarang Lama	87
Gambar 5.15. Peta Sebaran Ruang Terbuka di Kawasan Kota Lama	89



Gambar 5.16. Peta Penataan Sebaran Kampung-Kampung di Kawasan Semarang Lama	90
Gambar 5.17. Peta Sebaran Pusat Aktivitas di Kawasan Kota Lama	91
Gambar 5.18. Peta Sebaran Pembagian Area Distribusi Kegiatan di Kawasan Kota Lama	93
Gambar 5.19. Bagan Keterkaitan Komponen Pendukung Daya Tarik Wisata dengan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengembangan Daya Tarik Wisata terhadap Penguatan <i>City Branding</i> Kota Semarang.....	97
Gambar 5.20. Bagan Keterkaitan Teori tentang Pariwisata dengan Teori tentang <i>City Branding</i>	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Keaslian Penelitian.....	6
Tabel 2.1. Identifikasi Komponen Pariwisata berdasarkan Para Ahli	17
Tabel 3.1. Variabel Penelitian.....	36
Tabel 3.2. Data Wawancara	43
Tabel 3.3. Data Sekunder	44
Tabel 3.4. Profil Pengunjung yang Menjadi Responden Penelitian.....	46
Tabel 5.1. Rangkuman Pembahasan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengembangan Kawasan Kota Lama dalam Menguatkan <i>City Branding</i> Kota Semarang.....	94
Tabel 5.2. Lanjutan Rangkuman Pembahasan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengembangan Kawasan Kota Lama dalam Menguatkan <i>City Branding</i> Kota Semarang.....	95