

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata Indonesia semakin berkembang dengan pesat pada 5 (lima) tahun terakhir ini yang diikuti bisnis pariwisata yang memberikan keuntungan ekonomis yang cukup tinggi. Produk wisata dikelola baik oleh Dinas Pariwisata Kota Semarang dengan menyuguhkan kepada wisatawan diantaranya seperti wisata kuliner, wisata religi, wisata sejarah, sampai pada oleh-oleh khas daerah Semarang. Potensi pariwisata Indonesia masih unggul dengan destinasi wisata Indonesia yang kian eksis dan makin menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke lokasi wisata tersebut. Sektor pariwisata dan pasar dalam negeri dapat menjadi sabuk pengaman perekonomian nasional dengan memberi kesempatan pelaku bisnis untuk membuka bisnis pendukung pariwisata nasional.

Semarang merupakan ibu kota di Jawa Tengah dan urutan ke 5 kota metropolitan terbesar di Indonesia yang memiliki peninggalan sejarah. Banyak bangunan bangunan heritage yang tersebar di kota tersebut. Salah satunya. Kawasan Kota Lama Semarang merupakan kawasan heritage peninggalan Belanda yang masih ada dan terkenal di masa sekarang. Namun seiring berjalannya waktu, perkembangan modernisasi arsitektur dapat mengancam eksistensi kawasan ini. Upaya yang dilakukan pemerintah Indonesia sudah cukup banyak yaitu dengan

mengeluarkan undang undang cagar budaya, untuk melindungi karya heritage warisan masa lalu. Hal tersebut tidak cukup, karena peran aktif pemerintahan lokal, masyarakat dan pemangku kepentingan lain adalah motor utama. Diperlukan keterlibatan dan partisipasi masyarakat untuk menjaga kelestarian bangunan warisan sejarah.

Kegiatan pariwisata adalah langkah awal yang paling penting dalam melestarikan bangunan heritage ini, hal tersebut melibatkan banyak pemangku kepentingan dan partisipasi langsung masyarakat. Lebih jauhnya dapat meningkatkan sektor ekonomi, pengembangan/pemberdayaan sosial dan lainnya. Menariknya dalam bidang pendidikan, kegiatan edukasi dapat dilakukan bersamaan dengan kegiatan rekreatif. Sejalan dengan isu tersebut, Pemerintah Kota Semarang pun mengembangkan kawasan Kota Lama Semarang sebagai destinasi wisata dunia, salah satu langkah konkritnya adalah diwujudkannya.

Kawasan Kota Lama Semarang atau “The Little Netherland” merupakan kawasan yang heritage (bersejarah) karena memiliki keanekaragaman budaya masyarakat peninggalan penjajahan Belanda dan bangunan – bangunan yang masih berdiri dengan kokoh hingga saat ini, di antaranya bangunan Gereja GPIB Immanuel (Gereja Blenduk), Stasiun Tawang, Jembatan Berok, Gedung Marabunta, bangunan Pabrik Rokok “Praoe Layar” dan masih banyak lagi. Kawasan ini dahulu merupakan tempat bermukim orang Belanda, orang Tionghoa dan bangsa Eropa lainnya yang mempunyai kegiatan utama sebagai pedagang.

Total bangunan yang mencapai 274 unit menunjukkan bahwa kawasan kota lama dulunya merupakan kawasan pemukiman, sekarang dari total keseluruhannya

157 unit berstatus sebagai bangunan yang dihuni (baik untuk perumahan ataupun perkantoran, didominasi untuk perkantoran), 87 unit berstatus sebagai bangunan kosong (baik yang masih terawat maupun yang sudah rusak/mangkrak), 28 unit berstatus disewakan (perkantoran), dan hanya 2 unit yang statusnya sekarang di jual.

Secara umum karakter bangunan di wilayah ini mengikuti bangunan-bangunan di benua Eropa sekitar tahun 1700-an. Hal ini bisa dilihat dari detail bangunan yang khas dan ornamen-ornamen yang identik dengan gaya Eropa. Seperti ukuran pintu dan jendela yang luar biasa besar, penggunaan kaca-kaca berwarna, bentuk atap yang unik, sampai adanya ruang bawah tanah. Hal ini tentunya bisa dibilang wajar karena faktanya wilayah ini dibangun saat Belanda datang. Tentunya mereka membawa sebuah konsep dari negara asal mereka untuk dibangun di Semarang yang nota bene tempat baru mereka. Tentunya mereka berusaha untuk membuat kawasan ini feels like home bagi komunitas mereka.

Kota Lama sebagai salah satu kawasan bersejarah diperlukan upaya untuk memberikan perlindungan dari ganasnya pembangunan kota, termasuk mengendalikan perkembangan kawasan tersebut agar tidak hilang identitas kesejarahannya. Saat ini kecenderungan pembangunan lebih kepada bangunan lama yang dibangun kembali tanpa mengindahkan konsep-konsep yang ada di Kota Lama. Untuk selanjutnya Kota Lama dapat diberdayakan melalui media entertainment dan tourism yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip konservasi, agar kawasan tersebut dapat menghidupi dirinya sendiri, dan selebihnya dapat pula meningkatkan pendapatan masyarakat maupun pemerintah

kota. Terdapat alasan-alasan pokok mengapa penelitian tentang pengembangan kawasan kota lama sebagai destination wisata di kota Semarang perlu dilakukan.

Hal yang pertama adalah dari segi potensi, Selain itu, Kota Lama berpotensi sebagai citra kota Semarang, mengingat dahulunya kawasan kota lama adalah embrio dari lahirnya kota Semarang. Sehingga, untuk meningkatkan potensi tersebut, maka perlu diadakan suatu peningkatan pemeliharaan. Arsitektural dan lingkungan yang utuh dan berkelanjutan, karena :

1. Semua kawasan Kota Lama adalah kawasan konservasi karena mengandung nilai arsitektural, estetis, ilmu pengetahuan dan budaya yang tinggi.
2. Kawasan Historis Semarang adalah kawasan tua di Semarang yang merupakan embrio pertumbuhan kota. Yang digolongkan sebagai kawasan historis ini adalah kawasan Kota Lama (bekas kota benteng), kampung melayu, Pecinan, Kauman, Kampung Kulitan dan Kawasan Gedung Bata/Sam Poo Kong.
3. Sebagai kawasan konservasi tidak diperbolehkan untuk mengubah keseluruhan bentuk bangunan.

Dari segi kebijakan, Munculnya kesadaran baik dari masyarakat ataupun dari pemerintah kemudian melahirkan beberapa usaha pelestarian baik berupa tindakan ataupun dengan adanya kebijakan-kebijakan yang mengatur untuk perlindungan kawasan Kota Lama Semarang tersebut. Berikut adalah beberapa kebijakan terkait perlindungan dan usaha pelestarian kawasan Kota Lama Semarang :

1. Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Semarang Nomor 1 Tahun 1999 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RBWK) Kotamadya Daerah Tingkat II Semarang tahun 1995-2005.
2. Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Semarang Nomor 2 Tahun 1999 tentang Rencana Detil Tata Ruang Kota (RDTRK) Kotamadya Daerah Tingkat II Semarang Bagian Wilayah Kota (BWK) I (Kecamatan Semarang Tengah, Kecamatan Semarang Timur dan Kecamatan Semarang Selatan) Tahun 1995-2005.
3. Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Semarang Nomor 4 Tahun 1999 tentang Rencana Detail Tata Ruang Kota (RDTRK) Kotamadya Daerah Tingkat II Semarang Bagian Wilayah Kota (BWK) III (Kecamatan Semarang Utara dan Kecamatan Barat) Tahun 1995-2005.
4. Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 8 Tahun 2003 tentang Rencana Tata Bangunan dan Lingkungan (RTBL) Kawasan Kota Lama Semarang.

Selain kebijakan tersebut, melalui peraturan Walikota No. 12 Tahun 2007 telah dikukuhkan, bahwa kelembagaan yang bertanggung jawab tersebut adalah Badan Pengelola Kawasan Kota Lama (BPK2L). BPK2L adalah lembaga non struktural yang tidak termasuk dalam Perangkat Daerah Kota Semarang, dan mempunyai tugas mengelola, mengembangkan dan mengoptimisasikan potensi kawasan Kota Lama yang meliputi perencanaan, pengawasan dan pengendalian kawasan. Ada pun BPK2L mempunyai kewenangan melaksanakan sebagian konservasi dan revitalisasi Kawasan Kota Lama serta berada dan bertanggungjawab kepada Walikota.

Hal yang menjadi Kendala Pelestarian dan pengembangan kawasan kota lama Semarang, diantaranya adalah terkait hak milik bangunan. Lahan lahan dimana bangunan di Kawasan Kota Lama ini berdiri, umumnya merupakan milik individu. Kepemilikan atas lahan pada Kawasan Kota Lama tersebut, menjadikan langkah untuk melakukan konservasi di Kota Lama semakin terhambat. Klaim lahan pada Kota Lama ini umumnya terjadi karena sertifikat atas tanah yang dimiliki oleh pemilik lahan merupakan warisan turun temurun yang menjadikan pengelolaan atas tanah dan bangunannya menjadi terkendala, sehingga pemerintah Kota Semarang yang akan melakukan pembenahan terhadap Kawasan Kota Lama juga ikut terhambat. Bahkan ada pemilik bangunan yang meminta agar status cagar budaya pada bangunannya dicabut, karena dianggap menyulitkan ketika suatu saat, ahli warisnya akan menjual bangunan tersebut. Selain itu, menurut pimpinan Komunitas Pegiat Sejarah (KPS) Semarang, ada pula pemilik bangunan yang membiarkan bangunannya terlantar karena terkendala masalah dana untuk merawat bangunan tersebut. Para pemilik, membiarkan bangunan mereka dengan harapan bangunan itu roboh dengan sendirinya dan kemudian mereka bisa membangun bangunan baru di atasnya. Kualitas lingkungan yang buruk di Kota Lama juga menjadi salah satu kendala bagi pemerintah Kota Semarang untuk mengembangkan Kawasan Kota Lama tersebut. Selain itu, keamanan kawasan Kota Lama sebagai salah satu tujuan wisatawan juga merupakan permasalahan lain yang harus diselesaikan. Kualitas lingkungan ini menyangkut dengan permasalahan banjir yang tidak kunjung usai di Kota Lama. Pada tahun 2013, pesisir Kota Semarang yang mengalami banjir hebat berdampak kepada Kota Lama. Aliran Kali Mberok

dan Polder Tawang yang berada di Kawasan Kota Lama seharusnya menjadi salah satu alternative yang dapat membantu pemerintah untuk menyelesaikan permasalahan ini.

Penelitian terdahulu yang sudah dilakukan pada *kota Tua Barus sebagai daerah tujuan wisata sejarah yang terdapat di Kabupaten Tapanuli Tengah* menunjukkan potensi wisata seperti kuburan kuno yang merupakan kuburan misionaris yaitu makam Mahligai, makam pengangkatan dan makam Tuan Syech Machdun dengan didukung oleh lokasi yang strategis sehingga membuat kota Barus sangat cocok dijadikan sebagai tujuan wisata (Samuel Saut Marihot, 2016: 7-13). Penelitian selanjutnya pada *Kajian Penurunan Pariwisata Di Dataran Tinggi Kerinci, Provinsi Jambi* menunjukkan penurunan wisata yang disebabkan oleh kondisi kebersihan, waktu perjalanan, fasilitas sanitasi, Akomodasi, Fasilitas olahraga, jaringan jalan, fasilitas perbankan, fasilitas kesehatan, jaringan listrik serta dukungan masyarakat dan tidak mendapat perhatian dari pemerintah setempat (Pratama, 2016 : 426-433). *Pengembangan Pola Komunikasi Pariwisata yang berbasis pada kearifan lokal penelitian ini berpacu pada bagaimana proses pengimplementasian komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pengandaran*, dimana didalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa bagaimana menggali potensi wisata selain wisata alam yang mana pola komunikasi ini ditujukan pada tiga stakeholder yaitu masyarakat pengandaran, wisatawan dan dinas internal terkait (Ari Agung Prastowo : 2016). Selain dari tiga penelitian diatas yang terdapat di Indonesia, saya juga menemukan beberapa penelitian yang terjadi di beberapa negara bagian asing seperti *Underground Space: a view for the*

conservation of Beijing Old City. Penelitian tersebut membahas upaya-upaya positif terhadap pelestarian kota tua Beijing sehingga kualitas dari tata ruang perkotaan tersebut dapat dikelola baik serta distribusi yang tidak merata di kota tua Beijing (Qian Shang : 2016). *Conservation of Bangkok old town* penelitian ini membahas isu-isu untuk meningkatkan kerja sama dalam mengembangkan perencanaan konservasi sehingga para pemangku kepentingan bersama-sama bersinergi agar warisan kota Bangkok tersebut dapat berkembang dan maju pesat sebagai kawasan wisata di Bangkok (Tiamsoon : 2017).

Dari segi tata kota, wilayah ini dibuat memusat dengan gereja Blenduk dan kantor-kantor pemerintahan sebagai pusatnya. Mengapa gereja? Karena pada saat itu pusat pemerintahan di Eropa adalah gereja dan gubernurnya. Gereja terlibat dalam pemerintahan dan demikian pula sebaliknya. Bagaimanapun bentuknya dan apapun fungsinya saat ini, Kota Lama merupakan aset yang berharga bila dikemas dengan baik. Sebuah bentuk nyata sejarah Semarang dan sejarah Indonesia pada umumnya.

Di tahun 2017 kota lama masuk ke dalam 10 besar kota favorit tujuan wisatawan berita ini mengundang perhatian dari Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Semarang, untuk lebih memperhatikan kemajuan wisata kota Semarang. Support Wali kota Semarang sangat besar terhadap kemajuan wisata tersebut (jateng.tribunnews.com). Pencapaian Kota Semarang sampai kepada jajaran Internasional, Kota Semarang masuk dalam penilaian 7 kota terbersih di ASEAN. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mengungkapkan jumlah kunjungan wisatawan dalam negeri ke Kota Semarang cukup tinggi. Dari Januari-November telah mencapai 5 jutaan.

Dibawah ini merupakan daftar pengunjung festival kota lama dan Tahun Baru Van Kota Lama yang merupakan rangkaian acara yang diadakan di kawasan kota lama Tahun 2015 sebagai berikut :

Daya Tarik Wisata

Menurut Kabupaten Kota di Jawa Tengah Tahun 2015

NO	KABUPATEN/KOTA	JENIS WISATA	NAMA DTW	TENAGA		WISATAWAN		PENDAPATAN (Rp)
				L	P	NUSANTARA	MANCANEGERA	
		Wisata Budaya	Lawang Sewu	6	4	678,951	10,045	5,956,145,000
		Wisata Budaya	Makam Sunan Pandanaran	2	-	-	-	-
		Wisata Budaya	Masjid Agung Jawa Tengah	15	12	318,786	-	159,392,500
		Wisata Budaya	Museum Lamu Nyonva Meneer	-	4	7,543	2,116	1,055
		Wisata Budaya	Museum Mandala Bakti	3	2	1,692	27	-
		Wisata Budaya	Museum Rekor Domestik	4	2	6,465	1,730	-
		Wisata Budaya	Museum Ronggowarsito	35	21	123,952	791	214,812,000
		Wisata Budaya	Sam Poo Kong	24	10	2,080	220	13,280,000
		Wisata Budaya	Taman Budaya Raden Saleh	15	2	40,557	-	19,262,500
		Wisata Budaya	Vihara Budha Gava	5	2	20,906	189	12
		Lain Lain	CFD Pemuda Dan Pahlawan	10	4	107,877	-	107,876,200
		Lain Lain	Dugderan	1	1	27,000	-	27,000,000
		Lain Lain	Festival Kaligarang	1	1	15,000	-	15,000,000
		Lain Lain	Festival Kota Lama	1	1	17,500	-	17,500,000
		Lain Lain	Kreokestra	1	1	1,000	-	1,000,000
		Lain Lain	Loenpia Jazz	1	1	11,000	-	11,000,000
		Lain Lain	Mahakarya Legenda Goa Kreo	1	1	1,000	-	1,000,000
		Lain Lain	Semarang Night Carnival	1	1	45,000	211	45,000,000
		Lain Lain	Sesaji Rewanda	1	1	5,500	31	5,500,000
		Lain Lain	Tahun Baru Van Kota Lama	1	1	25,200	-	25,200,000

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah.

Selain diatas jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Semarang secara keseluruhan dari tahun ke tahun mengalami kenaikan yang cukup signifikan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Berikut daftar jumlah pengunjung wisatawan Mancanegara dan Domestik di Provinsi Jawa Tengah :

Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Provinsi Jawa Tengah, 2011–2016

Number of International and Domestic Visitors in Jawa Tengah Province, 2011–2016

Tahun/ Year	Wisatawan/ Visitors		Jumlah/ Total
	M mancanegara/ International	Domestik/ Domestic	
2011	392	21 838	22 231
	895	351	246
2012	372	25 240	25 612
	463	021	484
2013	388	29 430	29 818
	143	609	752
2014	419	29 852	30 271
	584	095	679
2015	375	31 432	31 807
	166	080	246
2016	578	36 899	37 478
	924	776	700

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah

Source: Regional Culture and Tourism Service of Jawa Tengah Province

Dukungan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah serta walikota Semarang menjadi pendorong untuk menjadi daerah tujuan wisata yang terkemuka dengan berbasis pada kekuatan heritage itu sendiri. Hal ini dapat mempermudah investor, stakeholder untuk menjalankan bisnis pariwisata di Kota Semarang. Strategi Peningkatan pelayanan maksimal obyek wisata melalui kerjasama berbagai sektor usaha dan pelibatan masyarakat dalam usaha revitalisasi Kota Lama. Peningkatan peran masing - masing stakeholder (Dinas, Sektor Usaha, Masyarakat) guna pembentukan karakteristik dalam nilai sosial budaya.

Roger dalam Cangara (2013:61) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala besar melalui transfer ide-ide baru. Menurut seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton dalam Cangara (2013:61) juga membuat definisi dengan menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran, penerima sampai pada pengaruh yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Di dalam dunia bisnis tiga strategi komunikasi di atas harus memperhatikan haal-hal lain disekitarnya : pemahaman terhadap proses komunikasi, berpikir positif, memahami bahasa, kejelasan pesan, daya persuasi, kelengkapan pesan, dan keinginan baik Priyatna dan Ardianto dalam Bungin (2015: 62) Di dalam menjalankan strategi komunikasi maka seluruh proses komunikasi harus dipahami sebagai proses mentransformasikan pesan di antara kedua belah pihak. Kedua pihak memiliki kepentingan didalam proses ini dan memiliki pengetahuan yang saling dipertukarkan satu dengan yang lainnya, oleh karena itu strategi komunikasi harus mempertimbangkan semua pihak yang terlibat di dalam proses komunikasi (Bungin, 2015: 62). Komunikasi memang sangatlah penting dalam sebuah organisasi atau dalam hal ini komunikasi dalam fenomena untuk melakukan strategi komunikasi serta kebijakan yang nantinya akan dipakai dalam pengembangan kawasan kota lama sebagai destination wisata di kota semarang. Maka peneliti mencoba melakukan kegiatan penelitian untuk mengetahui *Strategi Komunikasi Pengembangan Kota Lama sebagai destinasi wisata di Kota Semarang*. Dimana

tempat tersebut memiliki bangunan dan desain tampilan arsitektur *Heritage* yang berpotensi sebagai destinasi wisatawan di Kota Semarang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan pariwisata Kota Semarang dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan melalui pengembangan kawasan kota lama sebagai destination wisata di kota Semarang.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana *Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan pariwisata Kota Semarang dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan melalui pengembangan kawasan kota lama sebagai destination wisata di kota semarang.*

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Teoritis

Hasil penelitian ini akan menambah ilmu dalam bidang komunikasi khususnya pesan yang disampaikan dalam bentuk strategi komunikasi untuk pengembangan kota lama sebagai destination wisata, disampaikan oleh unsur-unsur pembentuk city branding agar wisatawan termotivasi untuk berkunjung kembali ke kota Semarang khususnya kota lama itu sendiri.

1.4.2 Signifikansi Praktis

1. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan deskripsi tentang strategi komunikasi pengembangan kota lama sebagai destination wisata di Kota Semarang.
2. Memberikan saran dan rekomendasi kepada Dinas Pariwisata untuk dapat membuat strategi komunikasi yang dapat menunjang pengembangan kawasan Kota Lama sebagai destination wisata di kota Semarang.

1.4.3 Signifikansi Sosial

1. Bagi wisatawan penelitian ini ditujukan sebagai bahan referensi tempat destination wisata yang ada di Semarang khususnya kota lama sebagai ciri khas destinasi wisata di Semarang.
2. Mendapatkan data dan informasi secara nyata sesuai dengan kondisi yang berada di sekitar kawasan kota lama Semarang.

1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan Penelitian ini menggunakan *paradigma Post-positivisme* yaitu kemampuan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. membuat mencari esensi dan mengimplisitkan nilai moral dalam observasi, analisis dan pembuatan kesimpulan dengan pendekatan studi kasus (*Case Study*). studi kasus ini menjelaskan bahwa jenis pendekatan yang digunakan untuk menyelidiki dan memahami sebuah kejadian atau masalah yang telah terjadi dengan mengumpulkan berbagai macam informasi yang kemudian

diolah untuk mendapatkan sebuah solusi agar masalah yang diungkap dapat terselesaikan. Arikunto (1986) mengemukakan bahwa metode studi kasus sebagai salah satu jenis pendekatan deskriptif, adalah penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu organisme (individu), lembaga atau gejala tertentu dengan daerah atau subjek yang sempit.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan studi kasus (*Case Study*) mengenai strategi komunikasi pengembangan kota lama sebagai destination wisata di kota Semarang . studi kasus ini menjelaskan bahwa jenis pendekatan yang digunakan untuk menyelidiki dan memahami sebuah kejadian atau masalah yang telah terjadi dengan mengumpulkan berbagai macam informasi yang kemudian diolah untuk mendapatkan sebuah solusi agar masalah yang diungkap dapat terselesaikan. Arikunto (1986) mengemukakan bahwa metode studi kasus sebagai salah satu jenis pendekatan deskriptif, adalah penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu organisme (individu), lembaga atau gejala tertentu dengan daerah atau subjek yang sempit. Penelitian *case study* dimaksudkan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang masalah keadaan dan posisi suatu peristiwa yang sedang berlangsung saat ini, serta interaksi lingkungan unit sosial tertentu yang bersifat apa adanya. Subjek penelitian dapat berupa individu, kelompok, institusi atau masyarakat. Penelitian *case study* merupakan studi mendalam mengenai unit sosial tertentu dan hasil penelitian tersebut memberikan gambaran luas serta mendalam mengenai unit sosial tertentu. Peneliti melakukan pengumpulan informasi dan mengenalkan kembali tentang strategi komunikasi melalui kebijakan

pengembangan kawasan kota lama di Kota Semarang sebagai suatu elemen dalam penelitian. Paradigma didefinisikan sebagai model dasar atau skema yang mengorganisasikan pandangan kita tentang realitas (Baxter, 2004:66). Paradigma merupakan sebuah istilah yang berasal dari sejarah ilmu, digunakan untuk menerangkan kumpulan keyakinan dan mengarahkan peneliti untuk memahami apa yang seharusnya diteliti, bagaimana penelitian seharusnya dilakukan, dan bagaimana hasil-hasil penelitian seharusnya diinterpretasikan (Bryman, 2008:696-697).

Paradigma memiliki implikasi metodologis, sehingga dalam uraian tentang tipe penelitian, metode penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan penjelasan tentang kriteria kualitas penelitian harus merefleksikan paradigmanya (Denzin & Lincoln, 1994: 105).

Paradigma menawarkan cara pandang umum mengenai komunikasi antar manusia, sementara teori merupakan penjelasan yang lebih spesifik terhadap aspek tertentu dari perilaku komunikasi. Paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Menurut Patton, paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya. Paradigma menunjukkan pada mereka apa yang penting, absah, dan masuk akal. Paradigma juga bersifat normatif, menunjukkan kepada praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa perlu melakukan pertimbangan eksistensial atau epistemologis yang panjang (Patton dalam Mulyana, 2003: 9).

1.5.2 Penelitian Terdahulu (State of the Art)

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mengangkat tema mengenai *Strategi Komunikasi pengembangan kota lama sebagai destination wisata di kota semarang*, namun memiliki perbedaan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Penelitian pertama yaitu penelitian yang dilakukan oleh Atik Kadarwati, 2008 mengenai “*Potensi dan Pengembangan Wisata Kota Lama Semarang Sebagai Daya Tarik Wisata di Semarang*”. Hasil penelitian tersebut berfokus pada kawasan Kota Lama mempunyai potensi untuk dikembangkan sebagai Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang akan meningkatkan pendapatan kota Semarang. Prospek Kota Lama yaitu menjadikan kawasan tersebut sebagai kawasan wisata budaya, namun untuk mewujudkannya diperlukan beberapa upaya diantaranya mengembalikan nama baik Kota Lama.

Perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan dalam penelitian “*Strategi Komunikasi Pengembangan Kota Lama sebagai Destination Wisata di Kota Semarang*” yaitu keberadaan kota lama yang merupakan cagar budaya peninggalan bangunan belanda dan portugis, saat ini pemerintah setempat sedang merevitalisasi tempat tersebut bersama para stakeholder agar wisata kota lama lebih menarik wisatawan domestic maupun mancanegara untuk berkunjung ke kota lama di kota Semarang. Riset ini menggunakan teori integrasi informasi dan menggunakan metode penelitian kualitatif.

Penelitian kedua yaitu penelitian yang dilakukan oleh Tzu-Chin Lin, Fang-Hsin Huang, Siao-En Lin. (2018) mengenai “*Land assembly for urban development in Taipei City with particular reference to old neighborhoods*”. Hasil

penelitian tersebut berfokus pada situs pembangunan perumahan yang cenderung lebih besar di sepanjang jalan utama dan lebih kecil ketika mereka lebih dekat ke stasiun metro yang terletak di kota Taipei. Metode yang digunakan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menggunakan teori pembangunan kota.

Perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan dalam penelitian “*Strategi Komunikasi Pengembangan Kota Lama sebagai Destination Wisata di Kota Semarang*” yaitu area lokasi pembangunan kota lama sebagai wajah Kota Lama perlahan berubah dengan pemanfaatan berbagai area di kawasan yang digadang menjadi warisan budaya dunia (World Heritage). Teori yang digunakan menggunakan Teori Integrasi Informasi dan menggunakan metode penelitian kualitatif.

Penelitian ketiga yaitu penelitian yang dilakukan oleh Yuzhe Wu, Yuxuan Chen, Xiaoying Deng, Eddie C.M. Hui (2018) mengenai “*Development of characteristic towns in China*”. Hasil penelitian tersebut berfokus pada eksplorasi penunjukan tipe kota-kota baru di China, yaitu "kota-kota karakteristik", untuk memenuhi kebutuhan urbanisasi saat ini di Cina. Focus pada prinsip-prinsip "aglomerasi" dan "livability", dalam konteks sosio ekonomi dan budaya. Menggunakan teori urbanisasi.

Perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan dalam penelitian “*Strategi Komunikasi Pengembangan Kota Lama sebagai destination wisata di kota Semarang*” yaitu lokasi penelitiannya. Selain itu peneliti fokus pada unsur-unsur strategi dalam penataan pengembangan kawasan kota lama di kota Semarang.

Penelitian keempat yaitu penelitian yang dilakukan oleh Eko Punto Hendro (2017) mengenai “*Pelestarian Kawasan Konservasi di Kota Semarang*”. Hasil penelitian tersebut berfokus pada kawasan konservasi atas beberapa perkampungan di Kota Semarang, diharapkan kegiatan pariwisata di Kota Semarang akan menjadi semakin semarak, apalagi bila kota lama diusulkan sebagai kawasan *World Heritage*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode observasi dan pengembangan model konservasi. Menggunakan Teori Kawasan Konservasi.

Perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan dalam penelitian “*Strategi Komunikasi Pengembangan Kota Lama sebagai Destination Wisata di Kota Semarang*” yaitu masalah konservasi kawasan pembangunan kota. Selain itu mengendalikan perkembangan kawasan tersebut agar tidak hilang identitas kesejarahan dan kebudayaannya.

Penelitian kelima yaitu penelitian yang dilakukan oleh Tzu-Chin Lin, Fang-Hsin Huang, Siao en Lin (2018) mengenai *Land Assembly for Urban development in Taipei City with Particular reference to old neighborhoods*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa situs pembangunan perumahan cenderung lebih besar di sepanjang jalan utama dan lebih kecil ketika mereka lebih dekat ke stasiun metro, situs pengembangan perumahan cenderung lebih kecil ketika mereka berada di daerah dimana kepemilikan tanah relative terfragmentasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menggunakan Teori Pembangunan Kota.

Perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan dalam penelitian “*Strategi Komunikasi Pengembangan Kota Lama sebagai Destination Wisata di Kota*

Semarang” yaitu masalah mengembangkan kembali wilayah, dan penyesuaian kembali lahan dan regenerasi perkotaan.

Penelitian keenam yaitu penelitian yang dilakukan oleh Luca Mora, Mark Deakin dan Alasdair Reid (2018) mengenai *strategic principles for smart city development : A multiple case study analysis for European best Practise*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 4 kota eropa yang dianggap sebagai pemimpin dalam bidang pengembangan Smart City dianalisis untuk menguji validitas hipotesis, kota kota ini adalah Amsterdam, Barcelona, Helsinki dan Wina. Analisis dari 4 kota tersebut menawarkan tentang prinsip-prinsip strategi apa saja yang mendorong pengembangan Smart City. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menggunakan Teori Sustainable urban development.

Perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan dalam penelitian “*Strategi Komunikasi Pengembangan Kota Lama sebagai Destination Wisata di Kota Semarang*” yaitu Prinsip-prinsip tentang strategi komunikasi dalam pengembangan Smart City.

1.5.3 Teori Integrasi Informasi

Teori integrasi informasi merupakan teori tentang pengorganisasian pesan atau informasi. Semua informasi memiliki potensi untuk mempengaruhi sikap seseorang, tetapi derajat bagaimana informasi tersebut dapat mempengaruhi sikap dipengaruhi oleh tujuan dan kebenaran informasi yang mendukung keyakinan seseorang.

Informasi memegang peran penting dalam pembentukan sikap. Akumulasi informasi yang diserap seseorang dapat menimbulkan dampak:

1. Informasi dapat merubah derajat kepercayaan seseorang terhadap suatu objek.
2. Informasi dapat mengubah kredibilitas kepercayaan seseorang yang sudah dimiliki seseorang.
3. Informasi dapat menambah kepercayaan baru yang telah ada dalam struktur sikap.

Teori ini berasumsi bahwa manusia mengorganisasikan informasi yang diperolehnya tentang sekelompok orang, objek, situasi atau ide-ide untuk membentuk sikap yang sesuai dengan konsep yang terbentuk dari hasil penerimaan informasi tersebut.

Teori integrasi informasi membantu menjelaskan bagaimana orang-orang berpikir dan membentuk sikap merupakan suatu hal penting dalam komunikasi. Teori ini membangun pemahaman bagaimana orang-orang dipengaruhi oleh informasi. Teori ini bermula dengan konsep kognisi yang digambarkan kekuatan sistem interaksi. Informasi adalah salah satu dari kekuatan tersebut dan dapat mempengaruhi sebuah sistem kepercayaan atau sikap individu. Besar tidaknya pengaruh tersebut tergantung kepada dua hal, yaitu:

1. **Valensi atau tujuan**, yang berarti sejauh mana suatu informasi mendukung apa yang sudah menjadi kepercayaan seseorang. Suatu informasi dapat dikatakan positif apabila informasi tersebut mendukung kepercayaan yang telah ada dalam diri seseorang tersebut sebelumnya.

2. **Bobot penilaian**, yang berkaitan dengan tingkat kredibilitas informasi tersebut. Maksudnya apabila seseorang melihat informasi tersebut sebagai suatu kebenaran, maka orang tersebut akan memberikan penilaian yang tinggi terhadap informasi itu.

Perubahan sikap terjadi karena informasi baru memberikan tambahan pada sikap. Sikap mempunyai korelasi dengan keyakinan dan menyebabkan seseorang memiliki perilaku atau persepsi tertentu terhadap informasi dan juga pemberi informasi (Littlejohn dan Foss, 2017: 75-78).

Secara singkat dapat dijelaskan bahwa Valensi berkaitan dengan bagaimana informasi dipengaruhi sikap seseorang, sedangkan Bobot Penilaian berkaitan dengan sejauhmana informasi tersebut mempengaruhi sikap seseorang. Dengan demikian, walaupun suatu informasi memiliki tingkat valensi yang tinggi, apabila tidak didukung oleh bobot penilaian yang tinggi pula, akan menghasilkan efek yang kecil pada sikap seseorang.

Selanjutnya, pendekatan integrasi informasi memusatkan pada cara-cara orang mengakumulasikan dan mengorganisasikan informasi tentang orang, objek, situasi atau gagasan tertentu untuk membentuk sikap terhadap sebuah konsep. Sikap sudah menjadi sebuah satuan penting dalam penelitian tentang persuasi karena arti pentingnya dalam perubahan sikap. Sebuah sikap adalah sebuah predisposisi untuk bertindak dengan suatu cara yang positif atau negatif terhadap sesuatu.

Sebuah sikap merupakan sebuah akumulasi dari informasi tentang sesuatu, objek, orang, situasi atau pengalaman. Perubahan sikap terjadi karena informasi baru memberikan tambahan pada sikap. Sikap mempunyai korelasi dengan

keyakinan dan menyebabkan seseorang memiliki perilaku tertentu terhadap objek sikap.

Berdasarkan penjabaran tersebut, dapat disimpulkan bahwa akumulasi informasi yang diterima oleh seseorang memungkinkan untuk terjadinya hal-hal sebagai berikut :

1. Informasi dapat mengubah derajat kepercayaan seseorang terhadap suatu objek
2. Informasi dapat mengubah valensi/arah dari kepercayaan yang telah dimiliki seseorang terhadap suatu objek.
3. Informasi dapat menambah kepercayaan baru yang telah ada dalam struktur sikap.

Teori Integrasi Informasi terdiri dari tiga komponen yaitu *information* (informasi). *Person* (orang) dan *attitude* (sikap). Teori tersebut kemudian disederhanakan menjadi sebuah model yang akan diaplikasikan ke dalam penelitian.



Model Information Integration Theory

(Littlejohn, 2009:111).

Jadi, dapat disimpulkan bahwa teori integrasi informasi digunakan untuk menjelaskan bagaimana proses pembentukan sikap dari para komunikator (individu

dalam Dinas pariwisata, Komunitas, Stakeholder dan pengunjung kota lama), yang berasal dari pengorganisasian berbagai informasi yang berkaitan dengan kota lama.

1.5.4 Strategi Promosi

Promosi objek wisata kota lama

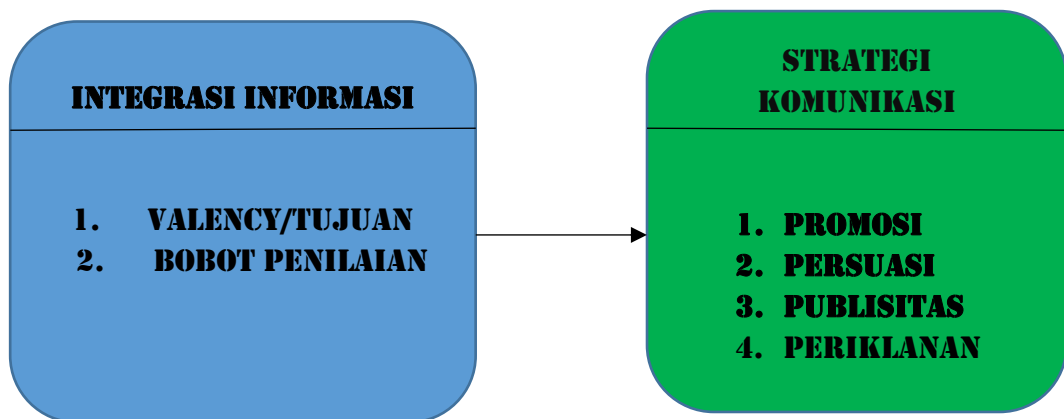
Dinas pariwisata kota Semarang khususnya dalam objek wisata kota lama ini sangat membutuhkan promosi, promosi merupakan bagian penting dari pemasaran, karena pihak dari dinas pariwisata itu sendiri berharap dengan promosi yang dilaksanakan secara efektif dapat meningkatkan kualitas produk atau jasa perusahaan sesuai dengan target penjualan yang telah ditetapkan dan dapat bersaing dengan objek pariwisata yang lain yang menghasilkan produk atau jasa yang sejenis. Dengan pandangan demikian dinas pariwisata kota Semarang berharap dengan dilaksanakannya kegiatan promosi secara berkesinambungan dan terarah akan mampu mencapai hasil penjualan dan keuntungan yang maksimal. Sarana promosi dapat dilakukan dengan beberapa hal, di antaranya adalah :

1. **Periklanan (Advertising)** Periklanan merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard, koran, majalah, TV atau radio. Dengan membaca atau melihat Advertising itu diharapkan para pengunjung atau calon pengunjung yang akan berkunjung ke kota lama akan terpengaruh lalu tertarik untuk datang berwisata ke kota lama tersebut, oleh karena itu iklan ini harus dibuat sedemikian

rupa sehingga menarik perhatian para pembacanya dan pengunjung wisata.

2. **Publisitas (Publicity)** Publisitas merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra kota lama di depan para pengunjung sehingga masyarakat mengetahui tentang objek wisata tersebut.
3. **Persuasi (Persuasion)** persuasi merupakan informasi yang disampaikan harus kreatif dan dapat mempengaruhi calon pengunjung yang berdampak pada perubahan persepsi positif menjadi niat untuk berkunjung ke kota lama.

1.5.5 Kerangka Berpikir



Persoalan yang timbul adalah strategi komunikasi adalah kiat atau taktik yang bisa dilakukan dalam melaksanakan perencanaan komunikasi. Konsep strategi memang kadang juga mengalami duplikasi karena seringkali dianggap sebagai payung perencanaan jika dihubungkan dengan konsep perencanaan strategi yang

notabeneanya adalah kebijaksanaan komunikasi. Strategik Planning dimaksudkan ialah perencanaan yang menetapkan program jangka panjang (*Long-term plan*), dimana didalamnya mencakup kerangka kerja untuk perencanaan jangka menengah (*middle term plan*) dan jangka pendek (*short-term plan*). Karena itu konsep strategi komunikasi disini diletakan sebagai bagian dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan, sedangkan perencanaan strategik tidak lain adalah kebijaksanaan komunikasi dalam tataran makro untuk program jangka panjang.

1.6 Pengelolaan dan Pengembangan Kawasan Kota

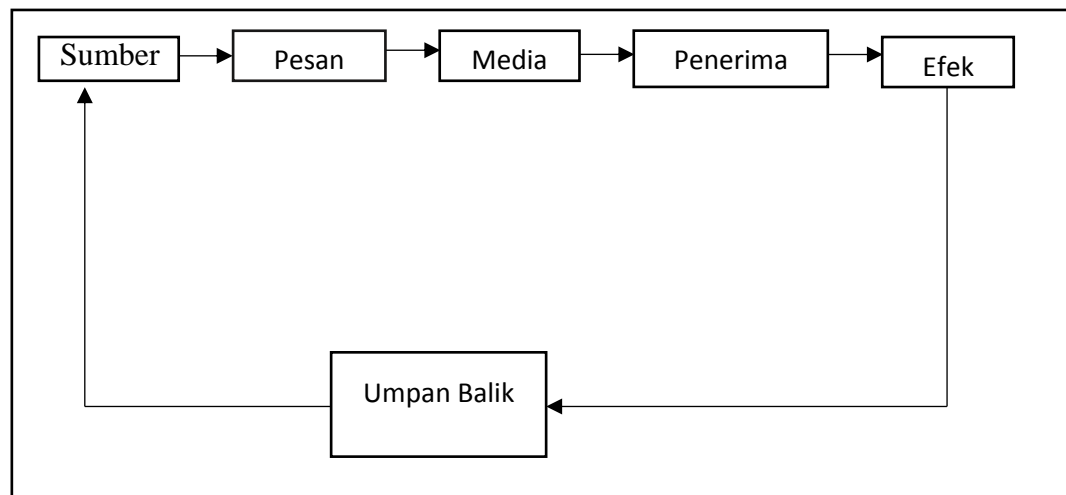
Wilayah/Kawasan adalah ruang yang merupakan kesatuan geografis beserta segenap unsur terkait padanya batas dan sistemnya ditentukan berdasarkan aspek administratif dan atau aspek fungsional.

Kawasan perkotaan adalah kawasan yang mempunyai kegiatan utama bukan pertanian dengan susunan fungsi kawasan sebagai tempat pemukiman perkotaan, pemusatan dan distribusi pelayanan jasa pemerintahan, pelayanan sosial dan kegiatan ekonomi. Rencana tata Ruang Kawasan Perkotaan perlu dibedakan dalam 3 Jenis rencana dengan tingkat kedalaman yang berbeda:

1. **Rencana Struktur**, adalah kebijakan yang menggambarkan arahan tata ruang untuk Kawasan Perkotaan Metropolitan dalam jangka waktu sesuai dengan rencana tata ruang.

2. **Rencana Umum**, adalah kebijakan yang menetapkan lokasi dari kawasan yang harus dilindungi dan dibudidayakan serta diprioritaskan pengembangannya dalam jangka waktu perencanaan.
3. **Rencana Rinci**, terdiri dari : Rencana Detail, merupakan pengaturan yang memperlihatkan keterkaitan antara blok-blok penggunaan kawasan untuk menjaga keserasian pemanfaatan ruang dengan manajemen transportasi kota dan pelayanan utilitas kota.

1.7 Unsur Unsur Komunikasi



1. **Sumber** Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Sumber sering disebut pengirim, komunikator, atau dalam bahasa Inggrisnya disebut source, sender, atau encoder. Sumber disini adalah para komunikator diantaranya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Komunitas dan Stakeholder.
2. **Pesan** yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Dalam bahasa Inggris biasanya diterjemahkan dengan kata message, content. Pesan disini adalah

3. **Media** Media yang dimaksud di sini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.
4. **Penerima** adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber, biasanya disebut receiver atau audience.
5. **Efek** atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.
6. **Umpan Balik** Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.
7. **Lingkungan** atau situasi adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, sosial budaya, psikologis dan dimensi waktu. (*Cangara, 1998:21*).

1.8 Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan tipe penelitian kualitatif. Tipe penelitian kualitatif bertujuan untuk membiarkan pembaca mengetahui apa yang terjadi dalam penelitian, seperti apa menurut sudut pandang subjek penelitian, dan kejadian tertentu yang terjadi. Deskripsi ini ditulis dalam bentuk naratif untuk menyajikan gambaran yang menyeluruh tentang apa yang telah terjadi dalam sebuah peristiwa (Patton, 2006:255-256). Penekanan pada

deskriptif lebih banyak menganalisis permukaan data, hanya memperhatikan proses-proses kejadian suatu fenomena, bukan kedalaman data ataupun makna data.

Melalui kerangka konsep dan kerangka pemikiran konseptual yang disusun hanya mengemukakan kajian konseptual terhadap konsep atau gejala yang ingin diteliti dengan membuat analisis konseptual mengenai dimensi-dimensi, komponen-komponen serta klasifikasi yang tercakup dalam konsep yang diteliti. Peneliti bertindak sebagai pengamat. Penelitian deskriptif ditujukan untuk :

1. Mengumpulkan informasi actual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada.
2. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi atau praktek-praktek yang berlaku.
3. Membuat perbandingan atau evaluasi.
4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Penelitian deskripsi kualitatif menurut Mayer dan Greenwood (Dr.Uber Silalahi, MA:Metode Penelitian Sosial 2009:hal 27) semata mata mengacu pada identifikasi sifat-sifat yang membedakan atau karakteristik sekelompok manusia, benda, atau peristiwa. Deskripsi kualitatif melibatkan proses konseptualisasi dan menghasilkan pembentukan skema-skema klasifikasi. Penelitian deskripsi kualitatif ini tidak menggunakan angka-angka tetapi menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Peneliti melakukan riset dalam setting yang alamiah dan membiarkan peristiwa yang diteliti

mengalir tanpa mengontrol object yang diteliti hanya melalui pendekatan studi kasus (*case Study*)

Pendekatan penelitian ini adalah dengan pendekatan studi kasus untuk menjawab tujuan dari penelitian dengan menjabarkan secara terperinci mengenai studi kasus strategi *komunikasi pengembangan kota lama sebagai destination wisata di Kota Semarang* dengan keadaan sebenarnya. Hal ini menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis. *Lawrance Stenhouse, (1984)* mengistilahkan hasil tersebut dengan catatan khusus namun dalam praktik penyebutan laporan akhir dengan studi kasus (Norman K. Denzin&Yvonna S. Lincoln, *Handbook Qualitative research*, 2009, hal 300).

1.8.1 Situs Penelitian

Latar (*setting*) dari penelitian ini adalah strategi komunikasi pengembangan kota lama sebagai *destination wisata di Kota Semarang*. Pemilihan lokasi penelitian ini melalui beberapa pertimbangan antara lain :

- a. Kota Semarang merupakan ibukota provinsi Jawa Tengah yang didalamnya terdapat *destination wisata*, salah satunya Kota lama.
- b. Kota lama merupakan salah satu *destination wisata* yang akan diajukan menjadi *world heritage UNESCO Tahun 2020*.

1.8.2 Subyek Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dari penelitian ini maka subyek penelitian ini adalah Pemerintah kota Semarang (Dinas Tata Ruang kota, Badan Pengelola Kawasan Kota Lama (BPK2L)), Komunitas yang ada dikota lama, pengunjung kota lama, serta pelaku usaha (Stakeholder).

1.8.3 Jenis Data

1. Data Primer

Data primer dari penelitian ini berasal dari hasil wawancara mendalam dengan informan, data primer berupa pernyataan-pernyataan, interpretasi, dan kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat serta hasil wawancara dengan Dinas Tata Ruang kota Semarang, BPK2L, Komunitas-komunitas yang ada di kota lama, pengunjung kota lama, dan pelaku usaha (*Stakeholder*).

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini berupa data yang didapatkan dari Dinas Tata Ruang Kota, BPK2L, Komunitas-komunitas yang ada di kota lama, pengunjung kota lama, dan pelaku usaha (*Stakeholder*). Data tersebut dapat berupa studi literatur yang didapatkan dari buku, internet, dan sumber informasi yang memiliki relevansi dalam penelitian.

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data di dalam penelitian ini dilakukan dengan cara teknik wawancara mendalam dengan subyek penelitian BPK2L, Komunitas-komunitas yang ada di kota lama, pengunjung kota lama, dan pelaku usaha (*Stakeholder*).

Wawancara ini akan menggunakan *interview guide* sebagai pedoman dalam wawancara dan sebagai tambahan peneliti juga melakukan interview secara mendalam dan terbuka, agar didapatkan tambahan data dari percakapan dengan narasumber.

1.8.5 Teknik Pengambilan Sampel

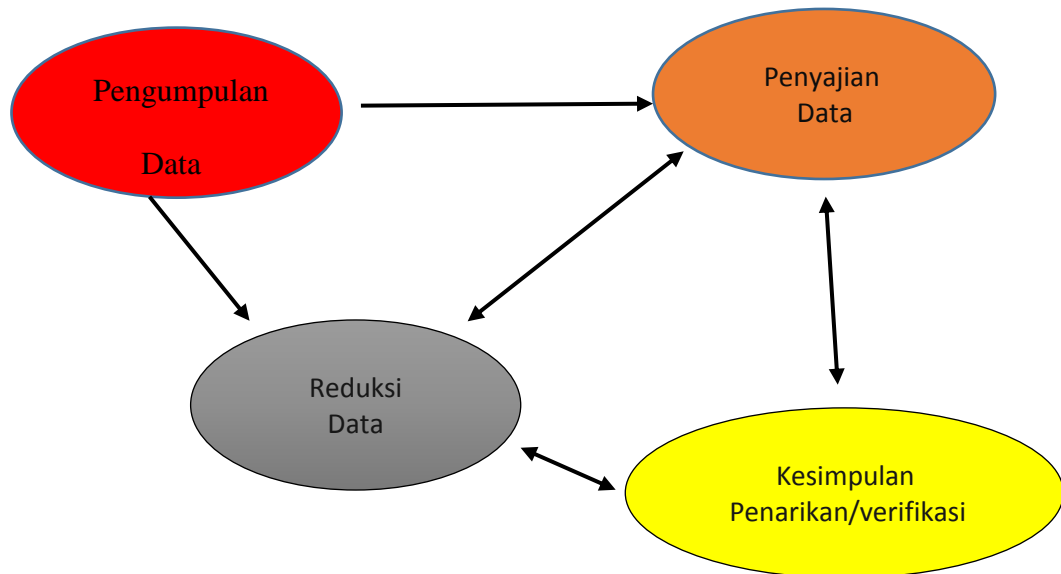
Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2009:85), *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

1.8.6 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah pengalaman subjektif informan yaitu BPK2L, Komunitas-komunitas yang ada di kota lama, pengunjung kota lama, dan pelaku usaha (*Stakeholder*).

1.8.7 Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data kualitatif menurut Miles & Huberman (Metode Penelitian Sosial, Dr.Uber Silalahi, MA:339-334) terdiri tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi.



Sumber : Miles &Hubermas, 1992:20. (Metode Penelitian Sosial, Dr. Uber Silalahi, MA).

Data deskriptif peneliti menginterpretasi hasil analisis sesuai dengan tujuan teoritis dan praktis penelitian, yang didalamnya tidak ada inferensi dibuat untuk tiap populasi, interpretasi terbatas untuk memberikan satu deskripsi komprehensif dan akurat. Von Eckartsberg dan Moustakas (1994:15-16) memberikan penjabaran mengenai langkah-langkah dalam analisis fenomenologi, yaitu sebagai berikut:

1. Permasalahan dan Perumusan Pertanyaan Penelitian

Dalam langkah pertama ini, peneliti berusaha untuk menggambarkan fokus penelitian dengan memformulasikan atau merumuskan pertanyaan dalam suatu cara

tertentu yang dapat dimengerti. Fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh dinas pariwisata kota Semarang kebijakan pengembangan kawasan kota lama sebagai destinasi wisata di Kota Semarang.

2. Data yang Menghasilkan Situasi : Teks Pengalaman Kehidupan

Peneliti mulai membuat narasi yang bersifat deskriptif yang menjabarkan hasil wawancara dengan subjek penelitian. Analisis deskriptif tekstural dilakukan untuk memberikan pemahaman mengenai bentuk strategi komunikasi yang dilakukan oleh dinas pariwisata kota Semarang serta bentuk kebijakan-kebijakan pengembangan kawasan kota lama sebagai destinasi wisata di Kota Semarang.

3. Analisis Data : Eksplikasi dan Interpretasi

Setelah data terkumpul, termasuk hasil wawancara dengan subjek, maka langkah terakhir yang dilakukan peneliti adalah membaca dan meneliti dengan cermat hasil wawancara tersebut untuk mengungkapkan konfigurasi makna, baik struktur maupun bagaimana makna tersebut diciptakan.

1.8.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Triangulasi. Menurut Lexy J. Moleong (2012:330) “triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu”. Triangulasi menurut (William Wiersma,1986) adalah validasi silang kualitatif. Ini menilai kecukupan data sesuai dengan konvergensi beberapa sumber data atau

beberapa prosedur pengumpulan data. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu.

Penjelasan Triangulasi diatas sebagai berikut :

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dalam penelitian ini empat sumber akan diuji pada pemerintah, komunitas-komunitas, pengunjung, stakeholder (pelaku usaha).

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dan dokumentasi. Bila dengan tiga teknik tersebut diperoleh data yang berbeda maka peneliti perlu memastikan dengan informan mana data yang dianggap benar.

3. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, sehingga akan memberikan data yang lebih valid dan 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. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.

1.8.9 Kualitas Data (*Goodness Criteria*)

Kualitas data penelitian dalam paradigma post positivistik ini diperoleh melalui analisis kredibilitas dan otentitas dari realitas yang dihayati oleh para pelaku sosial. Masalah reliabilitas penelitian kualitatif adalah menyangkut temuan yang hidup setiap hari. Masalah kepercayaan sangat tergantung pada esensi eksplisit pada setiap prosedur kegiatan penelitian sehingga berguna untuk membedakan beberapa macam reliabilitas (Salim, 2006:108).

Pengumpulan data bersifat menggabungkan dari teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Peneliti hanya melakukan pengumpulan data, mereduksi, menarik kesimpulan dari sumber data yang telah ada. Dalam penelitian kualitatif, peralatan yang dipakai mengandung tingkat ketepatan yang sangat terbatas. Ketepatan penggunaan instrument sangat bergantung pada persoalan penelitian dan pada hubungannya dengan teori yang digunakan. Untuk memahami masalah validitas penelitian kualitatif, kiranya mensyaratkan penguasaan pengetahuan mendasar tentang penggunaan atau penerapan teori penelitian mencakup penggunaan cara berpikir paradigmatik, yang menjadi acuan utama dalam pembuatan instrumen penelitian (Salim, 2006:108).