

BAB II

PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN KOTA LAMA SEMARANG PADA PERILAKU MEMBACA INFORMASI WISATA SEJARAH

Pada bab ini, penulis akan menjelaskan mengenai latar belakang Kota Lama Semarang sebagai destinasi wisata sejarah, motivasi wisatawan Kota Lama Semarang, perilaku membaca informasi wisata sejarah, hubungan antara motivasi wisatawan dan perilaku membaca informasi wisata sejarah.

1.1 Latar Belakang Kota Lama Semarang sebagai Destinasi Wisata Sejarah

Kota Lama Semarang merupakan sebuah kawasan yang dahulu menjadi pemukiman orang-orang Belanda pada abad ke-17. Daerah Pulau Jawa yang mayoritas merupakan Kesultanan Islam yaitu Kerajaan Mataram dengan raja pertama mereka adalah Sultan Agung yang berambisi untuk menyatukan seluruh Pulau Jawa dibawah satu kepemimpinan nya. Pada tahun 1674, terjadi pemberontakan yang dilancarkan oleh seorang pangeran sekaligus panglima yang menguasai wilayah Madura bernama Trunojoyo, membuat Sultan Amangkurat I harus melarikan diri ke Yogyakarta. Sultan Amangkurat II sebagai anak dari Sultan Amangkurat I meneruskan kembali perjuangan sang ayah mengambil kembali kekuasaan Kerajaan Mataram dengan meminta bantuan dari Perusahaan Dagang Hindia Belanda atau VOC. Setelah pemberontakan berhasil ditumpaskan pada tahun 1677, pihak Belanda meminta imbalan untuk tembusan berupa wilayah daerah pesisir pantai utara jawa yang kelak akan dijadikan ibu kota pengganti dari daerah Jepara yaitu adalah Kota Lama itu sendiri (Fajri, 2018).



Gambar 2.1 Era kolonial Kota Lama Semarang

Kota Lama Semarang merupakan daerah perekonomian elit berbasis arsitektur yang kental akan kebudayaan Belanda dengan mengadopsi penggunaan beton sebagai konstruksi utama pembangunan dari setiap bangunan-bangunan yang difungsikan sebagai kantor, tempat ibadah pusat perbelanjaan, hingga perumahan warga sipil. Kota Lama Semarang kehilangan fungsi utamanya sebagai pusat ibukota dari masyarakat Belanda setelah Kemerdekaan Indonesia pada tahun 1945, tepatnya pada periode tahun 1980 hingga akhir 1990-an, imej seperti kota mati tersemat dibarengi dengan berbagai aktivitas ilegal seperti vandalisme, premanisme bahkan dari kondisi gedung yang dibiarkan kosong. Kondisi geografis dari Kota Lama Semarang yang berada pada pesisir laut membuat isu banjir rob serta fenomena pelapukan yang membuat sebagian dari bangunan-bangunan yang ada harus rubuh dan

menyisakan puing-puing hingga menambahkan kesan suram bagi calon wisatawan (Prabowo, 2018).

Pemerintah Kota Semarang memiliki komitmen kuat dalam pelestarian bangunan bersejarah. Hal ini dibuktikan dengan dikeluarkannya **SK Nomor 646/50/1992 tentang Konservasi Bangunan-Bangunan Kuno/Bersejarah di Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Semarang.** Upaya pelestarian ini kemudian diperkuat dengan **Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya.** Upaya pelestarian ini tak lepas dari peran komunitas fotografi yang peduli dengan budaya. Komunitas ini turut aktif dalam mempromosikan dan mendokumentasikan bangunan bersejarah di Kota Semarang. **Potensi Kota Lama Semarang mulai terlihat setelah film Ayat-Ayat Cinta yang disutradarai Hanung Bramantyo** menggunakan beberapa sudut Kota Lama sebagai latar tempat. Film ini sukses besar dan meraih banyak penghargaan, sehingga **membuka peluang baru untuk pengembangan Kota Lama sebagai destinasi wisata budaya** (Grahadwiswara, Agastya, et al, 2014).

Media sosial dan kemajuan teknologi informasi di era 2010-an menjadi awal bagi Kawasan Kota Lama mempunyai media promosi untuk menunjukkan potensi wisata yang tadinya terkesan “tersembunyi”. Postingan mengenai keindahan Kota Lama Semarang mulai dapat menarik perhatian wisatawan lokal dan mancanegara untuk membuat masyarakat penasaran. Alhasil muncul daya tarik wisatawan untuk memiliki motivasi berkunjung ke Kota Lama Semarang. Dengan dukungan dari munculnya kafe-kafe, kantor, hotel, pusat perbelanjaan souvenir dan pertunjukkan budaya yang sering digelar serta ketersediaan fasilitas seperti kantong parkir yang banyak, jalur pedestrian yang luas membuat misi dari Pemerintah Kota Semarang ingin memproyeksikan kawasan Kota Lama Semarang demi menyandang

predikat sebagai salah satu Pusaka Dunia dibawah Lembaga UNESCO untuk masuk ke dalam daftar World Heritage bersanding dengan Candi Borobudur dan Candi Prambanan (Harsritanto, 2018).

1.2 Motivasi Wisatawan ke Kota Lama Semarang

Semarang menawarkan wisata budaya yang kaya, salah satunya adalah Kota Lama. Bekas benteng pertahanan kolonial Belanda ini, dengan ikon Gereja Blenduk yang menarik wisatawan, memiliki keunikan dan keindahan arsitektur Eropa yang jarang ditemui di kota lain. Nilai sejarah dan kelangkaannya menjadi daya tarik utama bagi para pengunjung.

Kawasan Kota Lama Semarang memiliki 101 bangunan kuno dan bersejarah yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata. Banyaknya nilai-nilai budaya yang dilestarikan di sini menjadikannya tempat yang istimewa. Kota Lama merupakan peninggalan kolonial Belanda dengan ciri khas bangunan tinggi dan benteng kokoh. Kompleks bangunan Eropa dengan jalan pavin membedakannya dari kawasan lain. Di sini, Anda dapat menemukan berbagai macam bangunan dengan daya tarik yang beragam.

Jembatan Berok yang menghubungkan Jl. Suprpto dan Jl. Pemuda sangat potensial untuk dikembangkan sebagai pintu gerbang utama masuk ke Kota Lama. Masih banyak bangunan lain dengan daya tarik unik yang menanti untuk dijelajahi (Kadarwati, 2008).

Kota Semarang dinobatkan sebagai kota dengan daya tarik wisata terbesar di Jawa Tengah (Puspitasari et al., 2018). Salah satu magnetnya adalah kawasan Kota Lama Semarang, yang menawarkan pesona bangunan bergaya Belanda kuno dan arsitektur antik. Pengunjung seakan-akan dibawa ke negeri Belanda saat melangkahakan kaki di sini (Nastabiq & Soesanto, 2021).

Keunikan Kota Lama Semarang terletak pada arsitektur dan gaya bangunannya yang menyerupai gereja dan bangunan Eropa. Daya tarik inilah yang menjadikannya sebagai tempat fotografi populer (Suana et al., 2020). Pengunjung dapat mengabadikan momen indah di berbagai sudut kawasan, seperti di depan gereja Blenduk yang ikonik, menyusuri jalan-jalan berbatu, atau berfoto dengan latar belakang bangunan-bangunan bersejarah.

1.3 Perilaku Membaca Informasi Wisata Sejarah

Informasi bagaikan data yang diolah menjadi hidangan lezat, membantu wisatawan dalam mengambil keputusan. Informasi yang cepat dan tepat bagaikan pelita di kala gelap, menerangi langkah para wisatawan. Di era modern ini, informasi menjelma menjadi komoditas berharga bagi semua kalangan, termasuk wisatawan. Pariwisata merupakan sebuah perpaduan kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas dan layanan dari masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Dalam dunia pariwisata, wisatawan adalah raja. Oleh karena itu, prasarana pariwisata yang memadai bagaikan istana yang nyaman bagi para raja ini.

Prasarana pariwisata adalah segala fasilitas yang menunjang kehidupan dan perkembangan sektor pariwisata, sehingga dapat memberikan pelayanan prima bagi para wisatawan. Jawa Tengah, dengan berbagai potensi wisatanya, mulai dilirik wisatawan domestik dan mancanegara. Oleh karena itu, prasarana pariwisata di Jawa Tengah terutama ketersediaan informasinya, haruslah memadai (Anindya, 2015).

Informasi bagaikan kunci untuk membuka celah pengetahuan. Kita membutuhkannya untuk melengkapi pemahaman kita dan menyelesaikan tugas sehari-hari. Hal ini seperti dijelaskan oleh Kuhlthau (1991: 361-370), di mana kebutuhan informasi muncul ketika ada kesenjangan antara apa yang kita ketahui dan apa yang perlu kita ketahui. Contohnya, seorang

wisatawan. Mereka membutuhkan informasi tentang tempat wisata yang ingin dikunjungi, cara menuju ke sana, akomodasi, dan hal-hal lain yang terkait dengan perjalanan mereka. Informasi ini membantu mereka untuk merencanakan dan menikmati liburan mereka dengan maksimal. Dengan kata lain, kebutuhan informasi mendorong kita untuk mencari pengetahuan dan menyelesaikan masalah. Semakin banyak informasi yang kita miliki, semakin baik pula kita dalam mengambil keputusan dan menjalani hidup.

Kita mencari informasi karena ada celah pengetahuan yang perlu diisi. Celah ini muncul ketika kita tidak memiliki cukup informasi untuk mencapai tujuan. Dengan informasi baru yang relevan, kita dapat menutup celah ini dan mencapai apa yang kita inginkan. Proses mencari informasi ini disebut "perilaku pencarian informasi". Menurut Yusup (2010: 101), hal tersebut adalah serangkaian tindakan yang dilakukan individu untuk menemukan informasi yang mereka butuhkan atau inginkan.