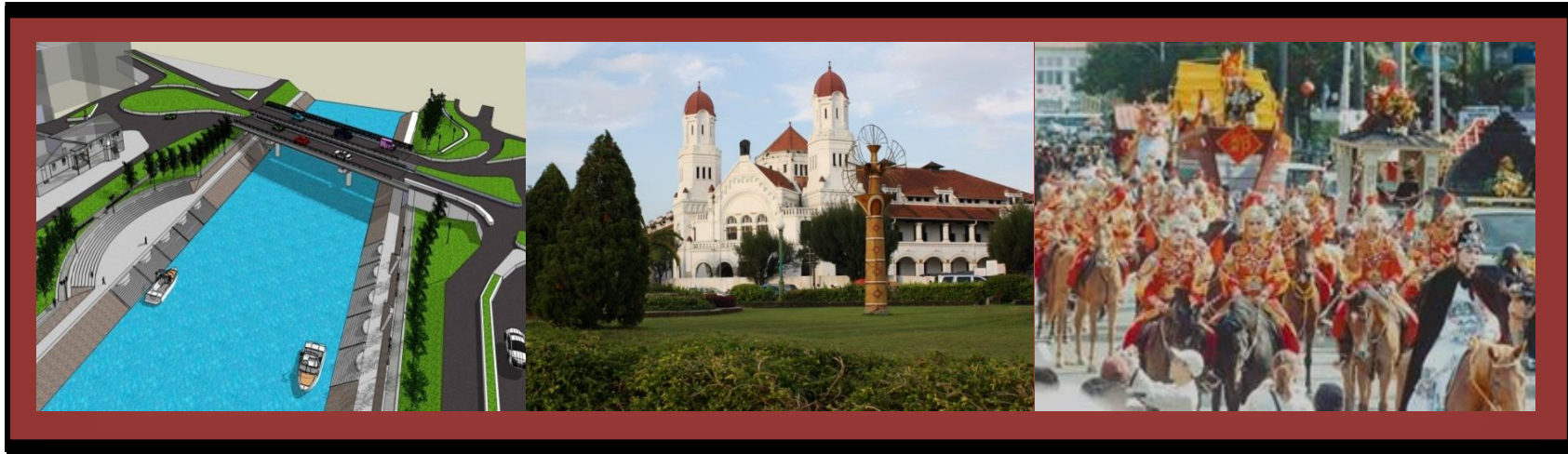




## EVENT PROPOSAL

“ SAYEMBARA MEMBANGUN CITY BRANDING KOTA SEMARANG ”



**BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH (BAPPEDA)  
PEMERINTAH KOTA SEMARANG  
Tahun 2012**

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Era globalisasi telah melanda ke seluruh pelosok dunia, persaingan untuk memenangkan kompetisi global tidak hanya terjadi pada tingkat negara, tetapi juga di tingkat daerah dan kota. Kota Semarang sebagai bagian dari suatu negara tidak dapat lagi hanya bergantung kepada negara, tetapi harus secara mandiri menghadapi persaingan tersebut. Kota Semarang harus menyiapkan diri sedemikian rupa, tidak hanya di tingkat regional dan nasional, tetapi juga global untuk **memasarkan diri**, agar dapat menarik sebanyak-banyaknya pendatang. Di antara berbagai strategi pemasaran kota, konsep strategi *branding* telah diadopsi dari dunia bisnis ke bidang pengembangan perkotaan dan wilayah. **Strategi branding** diterapkan dalam pembangunan kota, dengan menempatkan kota sebagai suatu bentuk produk yang harus dikemas sedemikian rupa, sehingga **memiliki ciri khasnya sendiri, yang membedakannya dengan kota dan daerah lainnya**, seperti halnya dalam pemasaran produk dalam dunia bisnis dan komersial. Ciri khas tersebut dapat dimanfaatkan untuk 'menjual' kota dan daerah kepada calon pendatang dari seluruh penjuru dunia.



Menurut *Van Gelder* (2003), persyaratan suatu *city brand* tidak jauh dari persyaratan merek atau *branding* pada umumnya, yaitu:

- a) *City brand* harus menunjukkan kondisi kualitas dari kota atau daerah yang sebenarnya. ***City brand* pada kenyataannya bukan merupakan cita-cita atau visi semata-mata yang ingin dicapai, tetapi adalah kenyataan yang sebenarnya yang menggambarkan kondisi kota tersebut.** *City brand* juga bukan pula merupakan semata-mata suatu janji, tetapi adalah janji yang ditetapi ketika orang tinggal, hidup, menetap atau sekedar berkunjung ke dalam suatu kota.
- b) *City brand* harus mudah diucapkan, dikenal, diingat, dijiwai, dihayati dan dipahami oleh tidak hanya penduduk kota, tetapi juga bagi setiap orang yang melihat, membaca dan mendengarnya..
- c) *City brand* harus mudah terbedakan, oleh karena itu harus spesifik dan khas.
- d) *City brand* harus mudah diterjemahkan ke dalam bahasa asing, khususnya Bahasa Inggris harus menggambarkan pengertian yang sama dan identik, sehingga tidak membingungkan orang yang mengetahuinya.
- e) *City brand* harus bisa memperoleh hak untuk didaftarkan dan mendapat perlindungan hukum.

**KONSEP PENGEMBANGAN CITY BRANDING**, setelah melalui serangkain tahap survey dan analisa, maka ada empat potensi berdasarkan unsure pembentuk City Branding yang bisa dikembangkan di Kota Semarang yaitu (1) *Urban Heritage*, masuk dalam unsur urban strategies; (2) *Culture Event*, masuk dalam unsur Behaviour; (3) *Modern Even*, masuk dalam unsur *Organisational Structure* dan (4)

Pengembangan Kanal sebagai *public space* masuk dalam unsur Infrastruktur. Dari unsur pembentuk *City Branding* yang bisa dikembangkan oleh Kota Semarang tersebut akan diuraikan lagi menjadi lima kata kunci yang akan mendasari penyusunan slogan *branding* Kota Semarang yaitu :

1. **Keragaman (*diversity*)**: Kota Semarang memiliki keekaragaman potensi dan permasalahan.
2. **Keharmonisan (*harmony*)**: meskipun berbeda-beda, tetapi perbedaan tersebut hidup dalam kesatuan yang harmonis.
3. **Pelayanan (*service*)**: sebagai kota besar, Kota Semarang memberikan pelayanan kepada penduduknya dan daerah di sekitarnya.
4. **Pusat (*center*)**: lokasinya yang strategis, terletak di pusat, di antara kota-kota besar, dan daerah-daerah di Jawa Tengah.
5. **Banjir dan rob (*flood and tidal*)**: Kota Semarang terkenal sebagai kota yang 'dikepung' banjir ketika musim hujan, dan rob.

Pada Tahun Anggaran 2011 Pemerintah Kota Semarang melalui BAPPEDA Kota Semarang telah melaksanakan kajian tentang bagaimana Membangun *City Branding* Kota Semarang dengan maksud dan tujuan untuk mendapatkan *Blueprint City Branding* yang tepat bagi pembentukan pencitraan Kota Semarang. Sebagai kelanjutannya, pada Tahun Anggaran 2012 Pemerintah Kota Semarang akan melaksanakan kegiatan **Sayembara Membangun City Branding Kota Semarang** yang merupakan pengejawantahan peran serta masyarakat dalam pembangunan.



## 2. Tujuan

- a. Tujuan diselenggarakan Lomba ini adalah untuk menghasilkan desain yang berupa **slogan dan logo** yang mencerminkan identitas, sejarah, budaya, gaya hidup kota Semarang.
- b. Sebagai bahan untuk penetapan *City Branding* Kota Semarang

## B. A C U A N D A N ARAHAN LOMBA

### 1. TEMA L O M B A

Membangun Desain *City Branding* Kota Semarang yang mencerminkan identitas, sejarah, budaya, dan gaya hidup Kota Semarang

## 2. PESERTA LOMBA

Lomba ini terbuka bagi seluruh berwarga negara Indonesia baik secara **individu maupun tim** yang bertempat tinggal di Semarang maupun di luar Semarang baik dari kalangan mahasiswa, praktisi, akademisi atau masyarakat umum.

Juri, panitia, dan Satuan Kerja Bappeda Kota Semarang beserta pegawai atau anggota keluarganya tidak diperkenankan mengikuti Lomba ini

## 3. BATASAN LOKASI LOMBA



Lokasi Lomba adalah wilayah Kota Semarang  
Terletak antara garis  $6^{\circ}50'$  -  $7^{\circ}10'$  Lintang Selatan dan garis  $109^{\circ}35'$  -  $110^{\circ}50'$  Bujur timur.  
Terletak di tengah, antara Kota Jakarta, Surabaya dan Yogyakarta.  
Merupakan pusat pemerintahan Provinsi Jawa Tengah.



## 4. BATASAN KELUARAN LOMBA

Keluaran / produk yang harus dihasilkan oleh peserta lomba adalah:

1. Slogan
2. Logo
3. Diskripsi atau penjelasan pesan yang disampaikan dalam Slogan dan Logo

## 5. KRITERIA LOMBA

Dalam kriteria lomba dibagi menjadi 2 (dua) yaitu kriteria yaitu kriteria dalam **PENYUSUNAN SLOGAN DAN LOGO** dan kriteria dalam **PENILAIAN LOMBA**.

A. **Kriteria dalam penyusunan Slogan City Branding Kota Semarang** terdiri dari **4 kriteria** yaitu :

1. **Kriteria isi/konten**, merupakan kriteria yang berkaitan dengan substansi/isi yang meliputi satu kesatuan yaitu logo dan slogan. Kriteria isi ini meliputi :
  - a. Berkaitan dengan 5 kata kunci City Branding Kota Semarang (keberagaman, harmony, center/pusat, pelayanan/servis, serta banjir & rob)

- b. City brand menggambarkan / mencerminkan potensi Kota Semarang.
  - c. City brand harus mengakomodasikan visi pembangunan Kota Semarang
  - d. Slogan harus jelas dan tidak ambigu
  - e. Slogan yang diberikan orisinal/asli/tidak plagiat
  - f. City Brand mudah dipahami masyarakat luas
  - g. City Brand mudah dijiwai dan dihayati
  - h. City Brand mudah dikenal masyarakat luas
2. **Kriteria kata-kata/kalimat**, merupakan kriteria yang berkaitan dengan kalimat *city branding*.
- a. Slogan *city brand* harus mencerminkan kata kunci pengembangan *city branding* Kota Semarang (keberagaman, harmony, center/pusat, pelayanan/servis, serta banjir & rob). Penggunaan kalimat/slogan dapat salah satu, paduan beberapa kata kunci atau seluruh kata kunci.
  - b. Slogan dapat menggunakan kata kunci lain selain dari 5 kata kunci di atas atau dipadukan dari beberapa kata kunci atau gabungan seluruhnya.
  - c. Slogan *city branding* harus merepresentasikan potensi Kota Semarang
  - d. Slogan *city branding* sulit disalah artikan.
  - e. Slogan *city branding* mudah dialih bahasa ke bahasa asing
  - f. Slogan *city branding* harus berkonotasi positif tentang Kota Semarang.
  - g. Slogan *city branding* harus singkat, jelas dan mudah diucapkan masyarakat luas.
3. **Kriteria bentuk**, merupakan kriteria yang berkaitan dengan bentuk gambar/logo.
- a. Disain *city branding* harus menunjukkan ciri khas Kota Semarang
  - b. Disain *city branding* harus mengikuti kaidah prinsip-prinsip desain seperti kesatuan (*unity*), keseimbangan (*balance*), proporsi (*proportion*), irama (*rhythm*), dominasi (*domination*)
4. **Kriteria warna**, merupakan kriteria yang berkaitan dengan komposisi warna.
- a. Warna yang digunakan mencerminkan karakteristik khas Kota Semarang
  - b. Warna yang digunakan harus sesuai / cocok dengan maknanya
  - c. Warna yang digunakan memiliki komposisi yang seimbang dan serasi.
- B. **Kriteria dalam Penilaian Lomba adalah sebagai berikut :**
1. Orisinalitas karya
  2. Relevansi slogan dengan tema
  3. Kreativitas



4. Komposisi antara logo dan slogan (meliputi warna, bentuk gambar, bentuk tulisan dan panjang tulisan )
5. Penjelasan dari Slogan tersebut.



## 6. TATA CARA PELAKSANAAN LOMBA

### A. TATA CARA PENGUMUMAN LOMBA

Pendaftaran peserta dimulai tanggal 25 Juni - 29 Agustus 2012, dimana calon peserta wajib mendaftarkan diri secara online dengan mengisi formulir elektronik yang tersedia pada situs resmi lomba [bappeda.semarang.go.id](http://bappeda.semarang.go.id). atau datang ke Kantor Sekretariat Panitia Lomba, tempat di Gedung Pusat Informasi Pembangunan (PIP) Lantai 2 Balaikota Semarang Jl. Pemuda No. 148 Semarang Telepon /Fax 024 3562434. Masing-masing pendaftar yang telah mengisi formulir pendaftaran akan menerima nomor peserta dan TOR sayembara. Untuk penjelasan mengenai sayembara akan dilakukan pada *technical meeting* lomba pada tanggal 30 Agustus 2012, tempat Ged. Moch Ikhsan Lantai 8 Balaikota Semarang Jl. Pemuda No. 148 Semarang. Peserta akan diminta untuk mengkonfirmasi kehadiran pada formulir pendaftaran.

### B. TATA CARA PENGUMPULAN LOMBA

Seluruh hasil karya peserta lomba disajikan dalam format PDF berjumlah maksimal 5 lembar berukuran A4 dengan latar belakang dominan putih serta ukuran file maksimal 5 MB. Hasil karya peserta lomba dikumpulkan dengan cara di unggah melalui website resmi lomba atau datang menyerahkan hasil ke Kantor Sekretariat Lomba mulai tanggal 1 September sampai dengan 30 Nopember 2012.

Nomor peserta diletakkan pada pojok kanan halaman menggunakan font Arial ukuran 72 Pt. Peserta dilarang mencantumkan identitas apapun dalam dokumen sayembara kecuali nomor peserta yang diserahkan oleh panitia pada saat pendaftaran.

### C. TATA CARA ADMINISTRASI DAN PENJURIAN

Setiap karya yang masuk harus memenuhi seluruh syarat administrasi, dan kriteria . Tahap awal, seluruh berkas yang masuk akan diperiksa oleh panitia lomba menyangkut persyaratan administrasi, antara lain identitas peserta dan format penyajian. Berkas yang tidak memenuhi syarat administrasi tidak dapat diikuti dalam proses seleksi selanjutnya. Pada tanggal 3 Desember 2012 akan dilaksanakan Penjurian Tahap I, yaitu juri akan melakukan penilaian berdasarkan kriteria, untuk menghasilkan 3 nominator pemenang dan akan diumumkan pada Tanggal 6 Desember 2012 . Kemudian Hasil

penjurian tahap I ini diundang untuk **presentasi dan tanya jawab pada Tanggal 10 Desember 2012**, guna untuk menentukan juara 1, 2 dan 3.

Dalam rangka memilih pemenang, dewan juri akan memperhatikan seluruh laporan terkait kriteria penyusunan logo dan slogan serta penilaian desain.

Sebuah karya akan gugur atau diskualifikasi, jika:

- Identitas peserta diketahui oleh dewan juri atau hal-hal lain yang merusak asas kerahasiaan identitas.
- Peserta mencoba mempengaruhi anggota dewan juri.
- Peserta mencoba mempengaruhi keputusan dewan juri.
- Bila diketahui ada unsure plagiat



#### D. TATA CARA PENGUMUMAN PEMENANG LOMBA

Setelah sesi presentasi menghasilkan pemenang pertama, kedua dan ketiga akan diumumkan melalui situs resmi lomba melalui [bappeda.semarang.go.id](http://bappeda.semarang.go.id) pada tanggal 12 Desember 2012 dan penyerahan hadiah akan dilangsungkan bersamaan dengan **Upacara Peresmian Hasil Kegiatan Tahun Anggaran 2012 pada tanggal 19 Desember 2012 (tentatif)**.

Status materi dan pemenang lomba :

- Semua dokumen karya yang masuk ke Panitia sepenuhnya menjadi hak milik Bappeda Kota Semarang dan tidak dapat diganggu gugat.
- Kewajiban Pemenang Lomba selesai sampai Tahap Lomba dari keseluruhan rangkaian proses perencanaan
- Bagi para Pemenang, karya yang diserahkan harus asli bukan dari hasil plagiasi baik secara keseluruhan maupun sebagian dari hasil karya orang lain.
- Keputusan Juri tidak dapat diganggu gugat dan tidak diadakan surat menyurat.

## 7. HADIAH LOMBA



Catatan : Pajak Ditanggung Pemenang.

## C. LAMPIRAN (KONSEP PENGEMBANGAN CITY BRANDING KOTA SEMARANG )

Untuk penyusunan City Branding Kota Semarang ada 5 kata kunci yang dapat dikembangkan, yaitu:

### I. Diversity/Keanekaragaman

Salah satu local value Kota Semarang adalah diversity/ keanekaragaman baik budaya, kondisi fisik, kuliner, event-even modern dan tradisional hingga bentuk arsitektur bangunan. Keanekaragaman yang ada di Kota Semarang dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### A. Keanekaragaman Kondisi Fisik

Kondisi geografis di Kota Semarang sangatlah unik. Secara geografis, Kota Semarang dibagi menjadi 2 yaitu Semarang atas dan Semarang bawah. Kedua-duanya memiliki keunikan dan fungsi yang berbeda-beda. Untuk melihat lebih jelas mengenai kondisi geografis Kota Semarang dapat dilihat sebagai berikut:

##### ▪ Potensi Semarang Bawah

Saat ini, Semarang bawah merupakan pusatnya Kota Semarang. Berbagai fungsi dan kegiatan ada di Semarang bawah. Fungsi dan kegiatan di Semarang bawah antara lain sebagai pusat pemerintahan, perdagangan, pendidikan, permukiman dan pariwisata. Dari segi topografis, kondisi Semarang bawah berupa daratan rendah dan pantai. Berdasarkan potensinya tersebut, Kota Semarang sangat mendukung berbagai kegiatan bagi pengembangan kota. Potensi yang dapat dikembangkan bagi kegiatan pariwisata di Semarang bawah sangat beraneka ragam. Banyak sekali objek wisata terdapat di Semarang bawah terutama yang dapat ditonjolkan adalah daerah pesisir pantainya. Walau memiliki kendala dalam segi geologis, Semarang bawah memiliki potensi pesisir pantai yang dapat dikembangkan seperti kompleks marina dan pantai maron. Kedua objek tersebut tidak kalah dengan objek-objek pantai di daerah lainnya.

##### ▪ Potensi Semarang Atas

Semarang atas merupakan daerah yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai pusat pelayanan di Kota Semarang. Permasalahan yang ada di Semarang bawah seperti banjir, rob dan penurunan tanah membuat potensi bagi Semarang atas kedepannya menjadi sangat strategis. Berbagai aktivitas ada di Semarang atas seperti pusat pendidikan, perdagangan, permukiman, objek wisata dan pertanian. Keunggulan Semarang atas jika dibandingkan dengan Semarang bawah adalah potensi view dan kondisinya yang masih nyaman dan sejuk. Kondisi tersebut didukung oleh masih banyaknya kawasan konservasi dan hutan sehingga memberikan rasa nyaman dan kesejahteraan.



## B. Keanekaragaman Budaya

Kota Semarang merupakan kota yang memiliki keanekaragaman budaya. Keanekaragaman budaya di Kota Semarang dapat dilihat sebagai berikut:

### ▪ **Budaya Arab**

Budaya arab di Kota Semarang dapat dilihat di beberapa perkampungan arab di sepanjang jalan Layur. Budaya yang sangat kental di perkampungan arab adalah berupa peninggalan-peninggalan arkeologis seperti Masjid, makam, rumah tinggal dan naskah-naskah kuno.

### ▪ **Budaya Cina/Pecinan**

Perkampungan cina/pecinan dapat dijumpai di kawasan Pecinan. Ciri khas dari perkampungan cina/pecinan adalah keberadaan Klenteng yaitu tempat sembahyang untuk umat Tridarma (Khong Hu Cu, Tao dan Budha). Selain keberadaan klenteng, keunikan lain adalah masih banyak ditemukannya bangunan tempat tinggal yang bercorak ke-Cinaan dengan bentuk atapnya yang khas dan ornamen-ornamen detail lainnya seperti bentuk konsol, daun pintu dan jendela. Ditinjau dari aspek struktur morfologinya Kawasan Pecinan Semarang yang merupakan kawasan hunian padat menunjukkan pola grid yang masih jelas dan tipologi kawasan ini menunjukkan dengan jelas sebagai kawasan perdagangan (*the Chinese business districts*) (Kurniati, 2001: 30). Kawasan Pecinan Kota Semarang tidak hanya kaya dari segi arsitekturnya yang khas seperti bangunan klenteng, namun sekaligus kaya juga dengan berbagai atraksi budaya atau festival.

### ▪ **Budaya Pesisir**

Sebagai kota yang terletak di pesisir utara pulau Jawa, Kota Semarang memiliki budaya pesisir yang melekat di masyarakat. Budaya pesisir tidak terlepas dari sejarah awal terbentuknya Kota Semarang. Sejarah pertumbuhan Kota Semarang pada awalnya berada di wilayah pesisir yang berbatasan dengan Laut Jawa. Sejarah Semarang berawal pada daerah pesisir yang bernama Bergota (Pragota/Plagota) dan merupakan bagian dari kerajaan Mataram Kuno. Sejarah Kota Semarang pada masa kolonial digunakan sebagai pusat perdagangan dan basis militer oleh Belanda. Secara umum awal mula dari pertumbuhan Kota Semarang dipengaruhi fase pertumbuhan dan perkembangan wilayah pesisir Kota Semarang.

Sebagai kota pesisir/pantai dan kota niaga yang cukup tua, Kota Semarang memiliki beberapa jenis budaya, yang hidup dan berkembang dalam masyarakat. Budaya tersebut lahir dari proses akulturasi budaya asli dengan budaya yang dibawa para pendatang. Banyak sekali peninggalan dalam bentuk kesenian maupun yang masih hidup dan berkembang termasuk beberapa peninggalan bangunan kuno

Keragaman budaya itu menjadi kekayaan yang harus dilestarikan dan dikembangkan. Dari data organisasi kesenian yang ada di Kota Semarang tercatat sebanyak 321 organisasi kesenian yang terdiri dari organisasi kesenian qosidah, ketoprak, drama/teater, sanggar seni, grup tari, karawitan, orkes melayu dan campursari, gambang semarang, keroncong, wayang orang dan lain-lain.

#### ▪ **Budaya Jawa**

Budaya jawa sangat kental di Kota Semarang. Kebudayaan jawa tersebut berakulturasi dengan budaya lain sehingga menimbulkan budaya yang khas dan unik yang tidak terdapat di kota lain. Salah satu contoh unsure budaya yang terkenal yang dimiliki oleh Kota Semarang adalah dialek bahasa Kota Semarang yang khas. Beberapa dialek semarangan yang khas antara lain:

- Frasa: "Yo ora.." (Ya tidak) dalam dialek semarang menjadi "Yo orak too ". Kata ini sudah menjadi dialek sehari-hari para penduduk Semarang.
- Contoh lain: " kuwi ugo" (itu juga) dalam dialek Semarang menjadi "kuwi barang" ("barang" diucapkan sampai sengau memakai huruf h "bharhang").
- Para pemakai dialek Semarang juga senang menyingkat frase, misalnya Lampu abang ijo (lampu lalu lintas) menjadi "Bang-Jo", Limang rupiah (5 rupiah) menjadi "mang-pi", kebun binatang menjadi "Bon-bin", seratus (100) menjadi "nyatus", dan sebagainya.
- Dialek Semarang memiliki kata-kata yang khas yang sering diucapkan penuturnya dan menjadi ciri tersendiri yang membedakan dengan dialek Jawa lainnya. Orang Semarang suka mengucapkan kata-kata seperti "Piye, jal?" (=Bagaimana, coba?) dan "Yo, mesti!". Orang semarang lebih suka menggunakan kata "He'e" daripada "Yo" atau "Ya".

### **C. Keanekaragaman Kuliner**

Keanekaragaman kuliner menjadi ciri khas Indonesia termasuk Kota Semarang. Keanekaragaman kuliner tersebut dipengaruhi oleh keanekaragaman budaya yang dimiliki oleh Kota Semarang. Berikut ini merupakan masakan kuliner yang dapat dijumpai di Kota Semarang meliputi:

#### **1. Lumpia (Kuliner hasil akulturasi Jawa-Cina)**



Makanan yang paling identik dengan kota Semarang adalah lumpia. Merupakan irisan bambu muda yang direbus bersama-sama dengan udang, kemudian dibungkus dengan kulit lumpia yang terbuat dari tepung. Ada 2 macam lumpia, yaitu lumpia goreng dan lumpia rebus.

## 2. Bandeng Presto



Bandeng Presto merupakan salah satu masakan khas Semarang selain lumpia. Disebut bandeng presto karena dapat dimakan beserta dengan tulangnya.

## 3. Pia



Semarang juga terkenal dengan makanan yang disebut Pia. Pia adalah makanan yang terbuat dari tepung dan biasanya di dalamnya diisi dengan coklat, nanas, kacang atau rasa yang lain. Ada 3 macam pia yang terkenal di Semarang Pia Semarang, Pia Kemuning dan Pia Bayi Ketiganya memiliki rasa tersendiri.

## 4. Wingko Babat



Wingko Babat merupakan salah satu masakan khas Semarang. Yang membuat masakan ini unik karena terbuat dari kelapa. Pertama kali dibuat biasanya dijual di stasiun kereta api. Tapi sekarang mudah ditemui di tempat-tempat lain.

## 5. Kuliner Jawa



Semarang mempunyai makanan dengan selera tradisional yang menggoda, misalnya Soto Semarang, Nasi Pecel, Nasi Ayam, Jamu Jun, Wedang Sekoteng, Wedang Ronde, Wedan Kacang, Ganjel Rel dll.

## 6. Kuliner produk silang Indo-Belanda



Kuliner khas yang berasal dari produk silang kuliner Indonesia dengan Belanda adalah Galantin (galantine) dan Kroket.

## 7. Kuliner produk silang budaya lokal Jawa dengan Timur Tengah



Kuliner khas yang merupakan perpaduan budaya lokal Jawa dengan Timur Tengah adalah bubur sambal dan kurma. Makanan khas tersebut dapat dijumpai di kawasan Pekojan dan Kampung Melayu.

## D. Keanekaragaman Even

Event atau perayaan dalam lingkup bahasan City Branding sangatlah penting sebagai media promosi atau pengenalan potensi sebuah kota melalui *branding* yang dibuat. Potensi event atau perayaan ini dimiliki Kota Semarang yang dapat dibagi menjadi 2 jenis event yaitu even modern dan even tradisional. Berikut ini merupakan even-even yang ada di Kota Semarang yaitu:

### 1. Dug-Deran

Dugderan merupakan even khas yang ada di Kota Semarang. Even dugderan menjadi sangat unik karena adanya percampuran budaya yang ada yaitu antara Jawa dan Islam. Hal yang menonjol di even Dugderan yaitu adanya warak ngendok.



## 2. Upacara-upacara Besar Klenteng Tay Kak Sie

Kota Semarang sangat kental dengan kebudayaan pecinannya. Hal ini dapat dilihat bahwa Kota Semarang memiliki kawasan pecinan yang khas dan banyak terdapat klenteng-klenteng yang menyebar di berbagai kawasan di Kota Semarang. Salah satu klenteng yang terkenal di Kota Semarang adalah Klenteng Tay Kak Sie. Berbagai upacara diselenggarakan di Klenteng Tay Kak Sie sehingga banyak menarik minat wisatawan antar lain Upacara Sembahyang Toa Pek Kong Naik, Sembahyang Toa Pek Kong Turun, Sembahyang Tuhan Allah, Sembahyang Rebutan dan Sembahyang Pertengahan Musim Rontok.



## 3. Haul Kyai Sholeh Darat



Setiap tanggal 10 syawal diadakan Haul Kiai Saleh Darat di kompleks pemakaman umum bergota Semarang. Ribuan orang hadir dalam acara tersebut. Ulama Akbar Soleh Darat telah menjadi salah satu ikon dalam sejarah kota Semarang di masa lalu hal ini dikarenakan dialah orang yang berjasa mengembangkan Islam di pantai utara Jawa khususnya Kota Semarang. Kyai Sholeh Darat mashur di seantero tanah Jawa bahkan hingga Asia Tenggara. Beliau dikenal sebagai penulis kitab-kitab fikih, teologi, tassawuf, serta ilmu falak. Kiai Sholeh Darat meninggal dunia pada 28 Ramadhan 1321 H atau bertepatan dengan tanggal 18



Desember 1903. Jenazahnya dimakamkan di Kompleks Pemakaman Umum Bergota Semarang. Meski demikian haul-nya dilaksanakan baru pada 10 syawal karena semata-mata agar masyarakat bisa mengikutinya dengan leluasa setelah merayakan lebaran dan syawalan.

## 4. Pasar Semawis

Pasar Semawis, atau dikenal juga sebagai Waroeng Semawis, adalah pasar malam di daerah pecinan Kota Semarang. Pasar ini awalnya merupakan gagasan dari perkumpulan Kopi Semawis (Komunitas Pecinan Semarang untuk Pariwisata). Pasar Semawis menyediakan berbagai jajanan khas pecinan dan berbagai atraksi kebudayaan Cina.



## 5. Semarang Great Sales.

Semarang Great Sales merupakan even besar di bulan Desember yang melibatkan Pemerintah Provinsi dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Jateng,



Pemerintah Kota Semarang dan DPRD Kota Semarang, dengan sector swasta. Semarang Great Sale bertujuan membangkitkan semua potensi yang ada di Kota Semarang untuk memajukan kepariwisataan, perdagangan, serta meningkatkan laju perekonomian kota dan provinsi. Semarang Great Sale melibatkan berbagai sektor industry & jasa antara lain mal dan retail, perhotelan dan rumah makan, kawasan wisata dan hiburan, wisata kuliner, kerajinan,

### 6. **Jateng Fair**

Jateng Fair dilaksanakan setiap tahunnya berkisar antara bulan juni sampai juli. Kegiatan rutin tahunan ini seperti biasa diadakan di Pusat Rekreasi Promosi dan Pembangunan - Arena PRPP Jawa Tengah, Jl. Anjasmoro Tawang Mas Semarang. Jateng Fair menampilkan pameran, promosi, informasi, hiburan, rekreasi, arena bermain anak dan keluarga serta kompetisi aneka lomba.



### 7. **Semarang Night Carnival**

Menyambut perayaan HUT Kota Semarang, maka digelar even Semarang Night Carnival. Pesta dan perayaan kebudayaan dalam bentuk karnaval di gelar tiap tahunnya. Arak-arakan peserta karnaval mengambil rute yang dimulai dari Jalan Pemuda depan Balai Kota Semarang dan melintasi Jalan Pemuda, Tugu Muda, Jalan Pandanaran, Simpanglima untuk berakhir di Jalan Pahlawan depan Kantor Gubernur Jawa Tengah.



## E. **Keanekaragaman bangunan dan arsitektur**

Wujud lain Keanekaragaman budaya Kota Semarang berupa keanekaragaman bangunan dan arsitektur. Bangunan dan arsitektur merupakan bentuk kebudayaan sebagai identitas keberadaan dan kehasan mereka. Berikut ini merupakan bentuk arsitektur yang ada di Kota Semarang dapat dilihat sebagai berikut:

### 1. **Bentuk Arsitektur Kolonial**

Salah satu ciri yang identik dengan Kota Semarang adalah Kota Tuanya (Kota Lama). Kota Lama merupakan kawasan yang banyak terdapat bangunan peninggalan zaman colonial. Beberapa bangunan yang terkenal dan menjadi image Kota



Semarang yaitu Lawang Sewu, Gereja Blenduk, Jembatan Berok, Stasiun Tawang dll.

## 2. Bentuk Arsitektur Jawa

Sebagai Ibu Kota Jawa Tengah, Kota Semarang harus mempertahankan eksistensi kebudayaan dan arsitektur Jawa. Keberadaan arsitektur Jawa di Kota Semarang mulai jarang ditemui. Hal ini seiring dengan modernisasi yang terjadi sehingga keberadaan rumah tradisional Jawa semakin terpinggirkan. Bentuk arsitektur Jawa dapat dilihat di kawasan permukiman pedesaan dan Wisata Puri Maerokoco.



## 3. Bentuk Arsitektur Cina

Bentuk arsitektur Cina banyak dijumpai di kawasan pecinan dan di beberapa tempat lainnya seperti di Gedong Batu, Gang Pinggir dll. Bentuk kekhasan bangunan arsitektur pecinan dapat dilihat dalam bentuk bangunan klenteng dan rumah.



## 4. Bentuk Arsitektur Arab

Kampung Arab memiliki budaya materi (tinggalan-tinggalan arkeologis), berupa Masjid, makam, rumah tinggal dan naskah-naskah kuno. Masjid kuno di kampung tersebut dikenal dengan sebutan Masjid Menara yang terdiri dari dua bangunan inti yaitu bangunan masjid dan menara. Bangunan masjid terdiri dari dua lantai yang terbuat dari bahan lepa dan kayu. Atap masjid dibuat dengan bentuk atap tumpang, dan di bagian bawah atap ditutup dengan papan kayu. Bangunan kuno yang berfungsi sebagai rumah tinggal etnis Arab di Semarang secara arsitektural tidak memiliki ciri khusus. Bangunan yang ada terdiri dari bangunan dengan konsep dua buah ruang tamu yang terpisah antara tamu laki-laki dan perempuan serta kamar kecil yang terdapat di bagian depan bangunan atau dekat dengan ruang tamu laki-laki. Sedangkan ruang tamu perempuan terdapat di bagian belakang beserta kamar kecil untuk keluarga.



## 5. Bentuk Arsitektur Jengki

Kota Semarang memiliki bentuk arsitektur bangunan yang khas. Ciri arsitektur bangunan tersebut tertelak pada desain atap bangunan yang bernama **jengki**. Arsitektur jengki merupakan salah satu langgam arsitektur yang berkembang di era 50an yang memiliki bentuk khas dan memiliki ciri tersendiri.



## II. Harmony

Keberagaman yang ada di Kota Semarang memberikan nilai lebih pada sektor pengembangan wisata di Kota Semarang. Apabila dikelola dengan baik maka sektor wisata di Kota Semarang dapat berkembang. Namun terkadang keberagaman yang ada justru malah menjadi hambatan tersendiri bagi pengembangan wisata suatu Kota/Kabupaten. Hal tersebut banyak terjadi di daerah-daerah lain yang justru keberagaman yang dimiliki tersebut justru malah memicu konflik.

Salah satu potensi yang dimiliki oleh Kota Semarang yang tidak dimiliki oleh daerah lain adalah adanya kondisi yang harmonis ditengah keberagaman yang ada. Tidak dapat dipungkiri, kondisi yang kondusif di Kota Semarang telah memberikan image yang positif. Keberagaman yang dimiliki Kota Semarang justru memberikan suatu harmonisasi yang unik dan menarik. Terkadang keberagaman yang ada justru menimbulkan terciptanya asimilasi antar budaya.

Keharmonisan di tengah keberagaman di Kota Semarang dapat dilihat dari beberapa contoh sebagai berikut:

- Komunitas budaya yang terbentuk di Kota Semarang yaitu Komunitas Cina, arab, jawa, maupun dari daerah lainnya hidup membaur dan sangat jarang bahkan tidak pernah terjadi gesekan antar kelompok. Hal ini dibuktikan pada saat terjadi reformasi pada tahun 1998 yang menimbulkan gejolak politik, kerusuhan masal dan penjarahan yang terjadi hamper di setiap kota-kota besar di Indonesia, justru keadaan yang berbanding terbalik yang terjadi di Kota Semarang yaitu kondisi yang tetap kondusif.
- Harmoni dalam kehidupan dapat dilihat dengan adanya pertemuan budaya Jawa, Cina, Islam dan sebagainya dalam keharmonisan dan adanya kerukunan dan toleransi antar umat beragama di Kota Semarang. Hal ini dapat dibuktikan dengan keunikan yang ada di Klenteng Sam Po Kong. Keunikan Klenteng Sam Po Kong yang tidak dapat ditemui di klenteng lain yaitu di Klenteng Sam Po Kong ini Islam, Kong Hu Cu dan Budha dapat berdoa bersama-sama (dengan altar yang berlainan). Selain itu banyaknya tempat ibadah yang berdekatan lokasi dimana terjadi toleransi dan saling menjaga antar umat beragama.
- Demonstrasi dilakukan dengan tidak anarkis. Kejadian demonstrasi di Kota Semarang sangat jarang terjadi bentakan fisik. Hal ini menandakan bahwa di Kota Semarang sangat kondusif.
- Pemerintah kota memberi ruang untuk penyampaian pendapat. Ada beberapa ruang public yang dapat dijadikan media mengemukakan pendapat seperti kawasan simpang lima, balai kota dan jalan pahlawan. Selain itu peran media sebagai ruang untuk penyampaian pendapat baik melalui media masa ataupun dunia maya patut diapresiasi dan didukung keberadaannya.





### III. Center/Pusat



Lokasi Kota Semarang yang berada di pusat (di tengah-tengah) berbagai kota di Pulau Jawa memberikan keuntungan terkait dengan kedekatan transportasi baik menuju atau dari Kota Semarang ke daerah lainnya. Keunggulan lain adalah adanya jalan pantura yang menghubungkan Jawa Barat, Tengah dan Timur bagian utara memberikan keuntungan bagi Kota Semarang. Kota Semarang berfungsi sebagai transit bagi arus barang dan manusia baik dari atau menuju Jakarta ke Surabaya.

Selain berfungsi sebagai transit antar pulau Jawa, Kota Semarang juga berfungsi sebagai transit arus barang dan manusia terutama Indonesia bagian tengah. Barang dan manusia yang akan atau menuju pulau Kalimantan harus melewati Kota Semarang terlebih dahulu. Selain memiliki potensi lokasi, Kota Semarang berfungsi sebagai pusat pemerintahan bagi Provinsi Jawa

Tengah. Dengan potensi tersebut membuat Kota Semarang akan dituju oleh daerah-daerah di Kota Semarang baik kaitannya dengan pemerintahan, perizinan, investasi maupun wisata.

### IV. Services

Sebagai Ibu Kota Propinsi, Kota Semarang berperan ganda dalam penyediaan pelayanan. Penyediaan pelayanan oleh Kota Semarang mencakup kegiatan pelayanan bagi daerah-daerah di Jawa Tengah dan bagi penduduk Kota Semarang itu sendiri. Kegiatan pelayanan di Kota Semarang dapat meliputi:

- Pelayanan pemerintahan. Kegiatan pelayanan di Kota Semarang tersentral di kawasan perkantoran pemerintahan yaitu di Balai Kota yang terletak di jalan Pemuda.
- Pelayanan ekonomi dan perdagangan. Kegiatan pelayanan ekonomi dan perdagangan di Kota Semarang meliputi penyediaan sarana perdagangan modern dan tradisional. Kegiatan perdagangan modern di Kota Semarang seperti Mall Ciputra, Paragon, DP Mall, Matahari Departmen Store, Sviratu, Ada Mall dan pertokoan modern lainnya. Sedangkan kegiatan perdagangan tradisional di Kota Semarang meliputi pasar Johar, pasar Krapyak, pasar Karang Ayu, Pasar Jatingaleh, dll.
- Pelayanan prasarana. Kegiatan penyediaan pelayanan prasarana di Kota Semarang meliputi penyediaan prasarana transportasi, jaringan air bersih, persampahan dan lain-lain.

## V. Flood and Tidal

Seiring dengan laju pembangunan Kota Semarang, Pertumbuhan dan perkembangan kota telah menyebabkan perubahan pada kondisi fisik kota, yaitu perubahan guna lahan. Salah satu dampak dari perumahan kondisi fisik kota adalah banjir. Bencana banjir merupakan permasalahan utama di Kota Semarang. Permasalahan banjir di Kota Semarang terjadi sudah terjadi sejak lama dan pada beberapa tahun terakhir ini mulai merambah ke tengah kota. Hal tersebut di atas terjadi dikarenakan adanya faktor alamiah dan perilaku masyarakat terhadap alam dan lingkungan.



Sementara itu proses terjadinya banjir sendiri pada dasarnya dikarenakan oleh faktor antroposentrik, faktor alam dan faktor teknis. Faktor antroposentrik adalah aktivitas dan perilaku manusia yang lebih cenderung mengakibatkan luasan banjir semakin meningkatnya. Beberapa faktor antroposentrik yang juga merupakan faktor non teknis penyebab banjir pada kota Semarang, yaitu Pembangunan yang tidak berwawasan lingkungan, misalnya terjadinya perubahan tata guna lahan pada daerah-daerah lindung seperti daerah perbukitan dan daerah pegunungan sehingga menimbulkan problem peningkatan run-off dan banjir kiriman. Sedangkan pembangunan ke arah pantai dengan reklamasi menyebabkan luasan rawa menjadi berkurang sehingga mengakibatkan luasan tampungan air sementara juga berkurang.

Selain permasalahan banjir, Kota Semarang juga dihadapkan permasalahan lain yaitu rob. Permasalahan rob terjadi karena penurunan muka tanah akibat pengambilan air tanah secara berlebihan dan beban permukaan yang terlalu berat.

Sebenarnya permasalahan banjir dan rob di Kota Semarang sudah ada semenjak pemerintah kolonial Belanda. Untuk mengatasi permasalahan tersebut pemerintah colonial Belanda membangun Banjir Kanal Barat dan Timur serta beberapa drainase, saluran dan kolam retensi. Namun perkembangan perkotaan di Kota Semarang tidak diiringi dengan keberadaan fasilitas pengendali banjir dan rob sehingga banjir dan rob tidak dapat dihindarkan.

Untuk mengatasi banjir di Kota Semarang dicanangkan pembangunan mega proyek sistem penanganan banjir senilai Rp 1,7 triliun di Goa Kreo Kota Semarang, Megaprojek yang direncanakan selesai pada tahun 2013 ini diharapkan mampu mengatasi banjir dan rob di tujuh kecamatan yang berada di Semarang bagian tengah. Megaprojek penanganan banjir



tersebut terdiri atas, pembangunan Waduk Jatibarang, normalisasi Kali Garang dan Sungai Banjir Kanal Barat, serta peningkatan sistem drainase di Kali Semarang, Kali Asin, dan Kali Baru. Mega proyek tersebut didanai oleh *Japan International Cooperation Agency* (JICA).

Berdasarkan gambaran potensi pengembangan city branding Kota Semarang dapat ditemukan permasalahan berikut:

- Tidak adanya keunikan yang dapat ditonjolkan, karena semua kata kunci juga dimiliki oleh daerah-daerah bahkan kota atau negara lain di Asia. Apabila diperhatikan dengan seksama, brand-brand yang disusun oleh kota-kota di Asia memiliki karakteristik yang hampir sama yaitu kebergaman. Hal ini dapat dilihat dari brand-brand yang sudah ada meliputi Truly Asia, The Beauty Of Asia, Never Ending Asia dll. Brand-brand tersebut menawarkan suatu ciri yang sama yaitu menampilkan karakteristik lokal yang mereka miliki tentang budaya, kuliner, keberagaman komunitas dll sebagai ciri yang melekat pada kota tersebut.
- Tidak 'menjual', karena tidak mampu menunjukkan keunikan Kota Semarang yang tidak terdapat di daerah lainnya. Dilihat dari kondisi yang dimiliki Kota Semarang saat ini, karakteristik yang dimiliki oleh Kota Semarang tidak dapat memberikan image yang khas karena karakteristik tersebut juga dimiliki oleh kota lain. Kota Semarang tidak memiliki karakteristik yang unik yang membedakan dengan kota-kota lainnya.
- Adanya permasalahan (banjir dan rob) yang masih melekat pada gambaran umum Kota Semarang. Permasalahan banjir dan rob di Kota Semarang bahkan semakin memberikan image bahwa Kota Semarang identik dengan banjir dan rob. Hal tersebut memunculkan slogan "Semarang Kaline Banjir" atau "Semarang Pesona Air."

