

# Identitas Urban Heritage Tourism dan Kesesuaiannya Terhadap City Branding Kota Cirebon "The Gate Of Secret" = The Identity of Urban Heritage Tourism And Suitability For The City Branding of Cirebon "The Gate of Secret"

Dede Widia Ningsih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920529384&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Kota Cirebon menjadi salah satu kota pusaka yang berada di Pulau Jawa. Keberadaan pusaka perkotaan (urban heritage) tersebut berpotensi untuk dijadikan objek wisata. Urban heritage yang dijadikan sebagai objek wisata di Kota Cirebon diantaranya yaitu Keraton Kasepuhan dan Kota Tua. Keberadaan urban heritage diharapkan mampu menjadi daya tarik dalam meningkatkan city branding yang dimiliki kota tersebut. Pemerintah Kota Cirebon memiliki tagline city branding dalam sektor pariwisata yakni "The Gate of Secret". Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tempat yang memiliki identitas urban heritage di Kota Cirebon dan mengidentifikasi kesesuaian persepsi antara identitas Kota Cirebon dengan branding "The Gate of Secret". Penelitian ini menggunakan data yang dikumpulkan melalui observasi destinasi wisata urban heritage di Kota Cirebon dan wawancara mendalam untuk mengetahui persepsi masyarakat lokal maupun wisatawan terhadap identitas destinasi wisata urban heritage. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Identitas Kota Cirebon yang dominan muncul adalah sebagai tempat yang bersejarah dengan banyaknya cerita didalamnya. Identitas Kota Cirebon yang didapatkan cenderung menghasilkan brand image Kota Cirebon sebagai The City of Stories dibandingkan dengan brand The Gate of Secret.

.....Cirebon City is one of the heritage cities on the island of Java. The establishment of urban heritage has the potential to become a tourist attraction. Urban heritage which is used as a tourist attraction in Cirebon City includes the Kasepuhan Palace and the Old City. The existence of urban heritage is expected to be an attraction in increasing the city branding of the city. Cirebon City Government has a city branding tagline in the tourism sector, namely "The Gate of Secret". This study aims to identify places that have urban heritage identities in the city of Cirebon and identify a match between the perceptions of the identity of the city of Cirebon and the branding "The Gate of Secret". This study uses data collected through observation of urban heritage tourist destinations in the city of Cirebon and in-depth interviews to determine the perceptions of local people and tourists towards the identity of urban heritage tourist destinations. The results of this study state that the dominant identity of the City of Cirebon appears as a historical place with many stories in it. The identity of Cirebon City that is obtained tends to produce a brand image of Cirebon City as The City of Stories compared to The Gate of Secret brand.