

Samsul Arifa'i. NIM. 190531100103. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Universitas Trunojoyo Madura. **“Komunikasi Pemasaran *Car Free Day* Bangkalan Sebagai *Event Tourism* di Bangkalan”**

Dosen Pembimbing: Fachrur Rozi, S.I.Kom.,M.Med.Kom

ABSTRAK

Event car free day Bangkalan mempunyai potensi yang tinggi dan perlu untuk dikembangkan sehingga dapat menjadi *event tourism* di Bangkalan. salah satu cara mengembangkan *event tourism* adalah dengan strategi pemasaran yang tepat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana Komunikasi Pemasaran *car free day* Bangkalan Sebagai *event tourism* di Bangkalan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara secara mendalam (*in- depth interview*), dan dokumentasi. Objek penelitian ini adalah *car free day* Bangkalan. Teknis analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarik kesimpulan. Pada penelitian ini menggunakan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi metode dan sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa panitia pelaksana *event car free day* Bangkalan menerapkan komunikasi pemasaran. Implementasi dari kajian komunikasi pemasaran ini mencakup penerapan bauran pemasaran *produk, place, price dan promotion (marketing mix)* dan bauran promosi (*promotion mix*). Implementasi tersebut dapat dilihat dari pemanfaatan media digital dan melakukan penjualan personal melalui *word of mouth*. Dalam praktik promosinya, panitia pelaksana memanfaatkan sinergitas Organisasi Perangkat Daerah (OPD) Kabupaten Bangkalan, melalui media sosial instagram dan story whatsapp. Dalam hal publikasi *event car free day* Bangkalan memanfaatkan media digital dan media sosial.

Kata Kunci: Car Free Day, Event Tourism, Komunikasi Pemasaran

Samsul Arifa'i. NIM. 190531100103. *Communication Science Program. Faculty of Social and Cultural Sciences. University of Trunojoyo Madura.* "**Marketing Communication of Car Free Day Bangkalan as Tourism Event in Bangkalan**"
Supervisor: Fachrur Rozi, S.I.Kom., M.Med.Kom

ABSTRACT

The car free day event in Bangkalan has high potential and needs to be developed to become a tourism event in Bangkalan. One way to develop tourism events is through appropriate marketing strategies. The aim of this research is to describe how Marketing Communication of car free day Bangkalan as a tourism event in Bangkalan.

This research used a qualitative descriptive research method. Data collection methods used observation, in-depth interviews, and documentation. The object of this research is the car free day Bangkalan. Data analysis techniques include data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. In this study, data validity is ensured by using triangulation methods and sources.

The results of this study show that the car free day Bangkalan event committee applies marketing communication. The implementation of this marketing communication study includes the application of product, place, price, and promotion (marketing mix) and promotion mix. The implementation can be seen from the utilization of digital media and personal sales through word of mouth. In its promotional practice, the committee utilizes the synergy of the Bangkalan Regency Regional Apparatus Organization (OPD) through Instagram and WhatsApp story social media. In terms of promoting the car free day Bangkalan event, digital media and social media are utilized.

Keywords: Car Free Day, Event Tourism, Marketing Communication

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN.....	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kerangka Konseptual	7
2.1.1 IMC (<i>Integrated Marketing Communications</i>).....	7
2.1.2 Komunikasi Pemasaran Pariwisata	14
2.1.3 Komunikasi Pariwisata	15
2.1.4 <i>Event Tourism</i>	17
2.1.5 <i>Car free day</i>	17
2.1.6 Kerangka Berfikir	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29

3.2 Subjek dan Objek Penelitian	29
3.2.2 Objek Penelitian.....	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.1 Observasi	31
3.3.2 Wawancara	32
3.3.3 Dokumentasi.....	32
3.4 Teknik Analisis Data	32
3.5 Teknik Keabsahan Data.....	34
3.6 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	36
BAB IV DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	37
4.1 Profil Kabupaten Bangkalan	37
4.2 <i>Car free day</i> Bangkalan.....	42
4.2.1 Sejarah <i>Event Car free day</i> Bangkalan	42
4.2.2 Tujuan <i>Event Car free day</i> Bangkalan.....	44
4.2.3 Struktur <i>Event Car free day</i> Bangkalan.....	45
4.2.4 Sasaran Kegiatan <i>Car free day</i> Bangkalan.....	46
4.3 Profil Informan	46
BAB V PEMBAHASAN	51
5.1 Pariwisata Bangkalan	51
5.1.1 Potensi Pariwisata Bangkalan	51
5.1.2 Kelebihan dan Kekurangan Wisata Di Bangkalan	53
5.1.3 Akses Menuju Kabupaten Bangkalan.....	55
5.2 <i>Car free day</i> sebagai <i>event tourism</i> di Bangkalan.....	58
5.3 Komunikasi Pemasaran Terpadu Panitia <i>Event Car free day</i> Bangkalan ...	67
5.4 Dinamika Politik <i>Event Car free day</i> Bangkalan	77
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
6.1 Kesimpulan.....	80
6.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Bentuk Integrated Marketing Communications	8
Gambar 4. 1 Peta Adminitrasi Kabupaten Bangkalan	37
Gambar 4. 2 Wistawan Kabupaten Bangkalan Tahun 2016-2020	41
Gambar 4. 3 Gambar. Pelaksanaan <i>Car free day</i> Kabupaten Bangkalan.....	42
Gambar 4. 4 Car free day Bangkalan Setelah Pembaruan	44
Gambar 4. 5 Informan Ketua event car free day (Siti Fatirah Siswo, S.Pd)	47
Gambar 4. 6 Informan Hendra Gemma Kepala Bidang Kebudayaan Disbudpar Bangkalan.....	47
Gambar 4. 7 Informan Ibu Tety	48
Gambar 4. 8 Informan Nurmala Fauziyah dan Lailatul Husna.....	49
Gambar 4. 9 Informan Ricky Tri Aljabar.....	49
Gambar 5. 1 Jembatan Suramadu.....	56
Gambar 5. 2 Pelabuhan Penyebrangan Kamal	57
Gambar 5. 3 Gambar. Lokasi Pelaksanaan <i>Car free day</i> Bangkalan	62
Gambar 5. 4 Bazar UMKM Potensi Kuliner Kabupaten Bangkalan	65
Gambar 5. 5 Penampilan Kesenian Sekolah	66
Gambar 5. 6 Pelayanan Kesehatan di Event Car Free Day Bangkalan.....	66
Gambar 5. 7 Panggung Kesenian Event di Car Free Day Bangkalan.....	66
Gambar 5. 8 Gambar. Instagram Panitia <i>Car free day</i> Bangkalan.....	69
Gambar 5. 9 Publikasi event car free day di youtube dan facebook Diskominfo Kabupaten Bangkalan	72
Gambar 5. 10 Publikasi pada media Maduraraya.jurnalisindonesia.com, Tribunmadura.com, dan Harianmerdakapost.com	73
Gambar 5. 11 Publikasi <i>event car free day</i> di akun <i>youtube</i> Ibu Zaenab Zuraidah	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hastag Car Free Day Di Media Sosial	3
Tabel 2. 1 Alternatif Promosi Penjualan	11
Tabel 2. 2 Kerangka Umum Komunikasi Pemasaran Terpadu	14
Tabel 2. 3 Kerangka Berpikir	20
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	36
Tabel 4. 1 Indikator Demografi Kabupaten Bangkalan	39
Tabel 4. 2 Jumlah Penduduk Kabupaten Bangkalan	40
Tabel 4. 3 Database Pariwisata Bangkalan Tahun 2020	41
Tabel 5. 1 Kelebihan Dan Kekurangan Pariwisata Bangkalan	54