

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kabupaten Bangkalan merupakan salah satu Kabupaten di pulau Madura, terletak di provinsi Jawa Timur yang memiliki potensi wisata daratan maupun lautan, seperti Pantai Siring Kemuning dan Pantai Tlangoh, wisata religi Syaichona Cholil dan masih banyak lagi. Namun, di tahun 2020 Kabupaten Bangkalan mengalami penurunan jumlah pengunjung, dalam periode tahun 2020 jumlah wisatawan lokal yang berkunjung ke Kabupaten Bangkalan hanya berjumlah 961.151 orang, hal ini jauh dibandingkan dengan tahun 2018 dan 2019 dengan jumlah wisatawan lokal ke angka 2.435.896 dan 2.538.237 (Statistik Daerah Kabupaten Bangkalan 2022, 2022).

Kabupaten Bangkalan tidak berhasil menjadi salah satu tujuan wisata utama di Jawa Timur karena kurangnya efektivitas dalam komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah. Salah satu masalah yang dihadapi adalah minimnya kegiatan promosi dan iklan yang dilakukan untuk memperkenalkan potensi pariwisata Kabupaten Bangkalan kepada masyarakat luas. Selain itu, infrastruktur pendukung juga kurang memadai, seperti minimnya penunjuk jalan ke lokasi wisata, kondisi jalan yang rusak, dan penginapan yang tidak memenuhi standar kebersihan dan keamanan. Tidak adanya *event* untuk mempromosikan pariwisata Kabupaten Bangkalan juga menambah kekurangan promosi pariwisata.

Berdasarkan masalah diatas *event car free day* dapat menjadi salah satu alternatif *event* guna membantu mempromosikan pariwisata di Kabupaten Bangkalan. Menurut Hendra Gemma kepala Bidang Kebudayaan Dinas Pariwisata Kabupaten Bangkalan *car free day* dapat dijadikan *icon event tourism*, apabila dikemas dengan muatan lokalnya yang dianggap akan mendatangkan wisatawan untuk datang ke Kabupaten Bangkalan.

Hari Bebas Kendaraan Bermotor (HBKB) atau dalam bahasa Inggris disebut *car free day* adalah tindakan yang bertujuan untuk

mensosialisasikan pada masyarakat guna menurunkan penggunaan kendaraan bermotor. Kegiatan ini biasanya di dorong oleh aktivis atau orang-orang yang bergerak di bidang transportasi dan lingkungan. *car free day* bentuk yang memiliki fungsi memberikan *space* untuk masyarakat menikmati udara bebas polusi kendaraan pada kegiatan-kegiatan yang dilakukannya, baik secara mandiri maupun secara kolektif. Pertama kali *car free day* diberlakukan di Negara Belanda ketika tahun 1995 yang setelahnya negara Perancis juga mengikutinya, letaknya di kota Bath guna merayakan *green transport week*, kemudian pada 22 September, seluruh dunia mendeklarasikan hari tersebut sebagai hari *car free day*.

Car free day ada di Indonesia sejak tahun 2001, berlokasi di Ibukota Jakarta tepatnya di Jl. Imam Bonjol. Saat itu dilakukan penutupan jalan setelah berdiskusi bersama pihak aparat dan Irjen Pol Djoko Susilo meberikan putusan untuk memberlakukan penutupan jalan Soedirman – Thamrin serta bertepatan dengan hari bumi kemudian dilanjutkan pada tanggal 22 September 2002 yang berlangsung sukses. Hari bebas kendaraan merupakan peristiwa yang muncul akibat makin minimnya ruang publik yang dapat menjadi wadah kegiatan masyarakat dan menjadi ruang sosial, hal tersebut juga dimunculkan sebagai bentuk minimalisasi ‘kebosanan’ publik terhadap kehidupan kota yang terus dipenuhi oleh kendaraan bermotor (Firdaus & Kurniawan, 2019)

Berdasarkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 28 Huruf H, Undang Undang No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, diselenggarakannya hari bebas kendaraan memiliki tujuan mensosialisasikan pada masyarakat untuk mengurangi kebergantungan masyarakat terhadap kendaraan bermotor. *car free day* juga memiliki tujuan lain yaitu menurunkan tingkat pencemaran udara di kota besar yang diakibatkan oleh emisi kendaraan bermotor (Kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2015). Dalam perkembangannya, *car free day* juga dijadikan sebuah *event*, penelitian (Larasati, 2017) kegiatan atau *event car free day* Solo dapat menarik minat

masyarakat kembali dengan pengemasan acara yang kreatif dan tetap menjaga *event car free day* sebagai ruang publik untuk masyarakat.

Dalam penelitian (Rizallul Zain dkk., 2020) indikator motivasi masyarakat untuk melakukan rekreasi di *event car free day* salah satunya di Karisidenan Pati dalam kategori tinggi. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa *car free day* pada saat ini mengalami peralihan dan penambahan fungsi, awalnya hanya menjadi wadah kegiatan olahraga, kemudian juga menjadi kegiatan untuk rekreasi atau hiburan untuk masyarakat. Keberhasilan diselenggarakannya suatu *event* olahraga dipengaruhi oleh peran pemasarannya. Suatu *event* olahraga memerlukan strategi khusus yang disebut bauran pemasaran, yaitu kiat kelompok pemasaran yang digunakan untuk mencapai sasaran pemasarannya dalam pasar sasaran. Jika olahraga dikelola secara profesional dapat mendatangkan keuntungan ekonomi disamping keuntungan non ekonomi (Sukarmin, 2014).

Kegiatan *car free day* kini sudah dilaksanakan di berbagai daerah kota-kota besar di Indonesia contohnya di Malang, Semarang, Surabaya, dan Bangkalan. Melalui media hashtag di media sosial, dapat dilakukan perbandingan antara pelaksanaan acara *car free day* di tiga kota yaitu Surabaya, Malang, dan Bangkalan. Dengan melihat aktivitas pengguna media sosial dalam menggunakan hashtag yang berkaitan dengan *car free day* di masing-masing kota, dapat diperoleh gambaran tentang popularitas dan tingkat partisipasi masyarakat dalam acara tersebut di setiap kota.

No	Akun Sosmed	Hastag	Jumlah
1.	Instagram	#carfreedaysurabaya	+5000 postingan
		#carfreedaymalang	+1000 postingan
		#carfreedaybangkalan	-100 postingan
2	Facebook	#carfreedaysurabaya	+1000 postingan
		#carfreedaymalang	-1000 postingan
		#carfreedaybangkalan	1 Postingan

Tabel 1. 1 Hastag car free day di media sosial
(Sumber: Diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa *car free day* Bangkalan menempati peringkat paling rendah dalam hal postingan di media sosial. Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan hal ini disebabkan oleh komunikasi pemasaran yang dilakukan panitia kurang efektif, minimnya kegiatan promosi dan periklanan yang dilakukan dalam mengenalkan *event car free day* kepada masyarakat umum.

Di Kabupaten Bangkalan sendiri, *car free day* diadakan pertama kali pada tanggal 7 September 2014, peserta menaiki sepeda pancal dengan titik awal di Pendopo Agung Bangkalan Jl. Letnan Abdullah Kemudian rombongan melintasi Jl. Panglima Sudirman, Jl. Trunojoyo, Jl. Halim Perdana Kusuma dan ke Jl Soekarno-Hatta berakhir di depan Stadion Gelora Bangkalan (SGB) dengan jarak tempuh 20 KM.

Event tersebut mendapat respon baik dari masyarakat sehingga membuat acara *car free day* semarak. Tetapi kegiatan *car free day* di Bangkalan dan di Kota lainnya harus berhenti akibat pandemi Covid-19, Hal tersebut tidak lepas dari kebijakan pemerintah tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Seluruh penduduk di minta untuk beraktivitas di dalam rumah, serta membatasi kegiatan masyarakat di luar.

Setelah pandemi di katakan menurun, kegiatan *car free day* di Bangkalan kembali di laksanakan. Dari observasi peneliti pelaksanaan *car free day* Bangkalan setelah pandemi dilaksanakan di Jl. Letnan Abdullah. Setiap minggunya, kegiatan ini selalu di banjiri masyarakat. Di tempat ini masyarakat Bangkalan melakukan aktivitas berolahraga, senam bersama ataupun bersepeda. Selain berolahraga kegiatan *car free day* juga dimanfaatkan sebagai ajang promosi berbagai Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang menyuguhkan makanan dan minuman, layanan kesehatan serta permainan tradisional untuk para siswa dan masyarakat seperti, face painting, pertunjukan seni, melukis bersama, spot foto, hingga beragam olahraga seperti sepatu roda, bulutangkis, panjat tebing, basket, dan voli.

Ditengah mulai ramainya pengunjung *car free day* Bangkalan, *event* ini harus berhenti. Hal tersebut terjadi karena pergantian pemimpin di Kabupaten Bangkalan, awalnya *car free day* ini digagas oleh ketua ibu PKK Zaenab Zuraidah atau istri dari bupati Kabupaten Bangkalan. Polemik pergantian pemimpin Kabupaten Bangkalan mengakibatkan *event car free day* harus terhenti.

Berdasarkan fenoma diatas Pemerintah Kabupaten Bangkalan perlu langkah yang tepat dalam upaya promosi *event car free day*. Berangkat dari problematika tersebut, peneliti memutuskan melakukan penelitian lebih dalam mengenai permasalahan yang telah diulas dan dijelaskan pada latar belakang di atas dengan mengangkat judul skripsi “Komunikasi Pemasaran *Car free day* Bangkalan Sebagai *Evet Tourism* di Bangkalan.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

Bagaimana Komunikasi Pemasaran *car free day* Bangkalan Sebagai *event tourism* di Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitan yang peneliti lakukan sebagai berikut:

Mendeskripsikan Komunikasi Pemasaran *car free day* Bangkalan Sebagai *event tourism* di Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Akademis

Penelitian ini nantinya diharapkan mampu memberi kontribusi ilmiah mengenai kajian kegiatan *car free day*. Kajian *car free day* memanglah sangat beragam, taetapi tidak semua tulisan mengulas dengan spesifik perspektif komunikasi didalamnya. Maka dari itu, penelitian ini diharapkan dapat menyediakan bacaan baru mengenai komunikasi pemasaran pada kegiatan *car free day*.

B. Manfaat Praktis

Penelitian ini nantinya diharapkan mampu menyumbang manfaat berdasarkan analisis yang telah disajikan. Penelitian ini juga dapat dijadikan bahan referensi serta informasi mengenai komunikasi pemasaran dalam kegiatan *car free day*.