BRANDING AND FEASIBILITY STUDY CAR FREE DAY SEBAGAI EVENT TOURISM BARU DI BANGKALAN

Fachrur Rozi, Dinara Maya Julijanti
Prodi Ilmu Komunikasi FISIB UTM
Email: rozihabibie@gmail.com

Abstrak:
Events adalah motivator penting dalam pariwisata, dan figur menonjol dalam rencana pengembangan dan pemasaran dari kebanyakan destinasi (Getz, 2008:403). *Feasibility study event tourism* adalah studi analisis yang digunakan untuk mengukur dan menilai tingkat kelayakan pada sebuah lokasi Kegiatan ini dilakukan untuk dapat mengetahui seberapa layak suatu rencana proyek tersebut. *car Free Day* bertujuan untuk mensosialisasikan kepada masyarakat untuk menurunkan ketergantungan masyarakat terhadap kendaraan bermotor. Bangkalan sebagai kabupaten yang berada di paling ujung barat Madura ingin mengembangkan kegiatan *Car Free Day* ini sebagai kegiatan *Event pariwisata.* Selain bermanfaat untuk menekan angka polusi udara, juga untuk mengurangi ketergantungan dengan kendaraan bermotor. *Feasibility study* akan dilakukan di Alun-alun Bangkalan sebagai pusat kerumunan massa. Teori yang akan digunakan adalah teori *branding,* komunikasi pemasaran Terpadu, konsep halal, dan teori studi kelayakan wisata dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Temuan pada penelitian ini, *car free day* di Bangkalan layak dijadikan sebagai *event tourism* karena terdapat *something to see, something to do, something To buy*. Dengan demikian peluang peningkatan perekonomian di Bangkalan mulai terbuka kembali.

Kata Kunci: *Branding, Car Free Day, Feasibility Study, Wisata Halal Kab. Bangkalan*

Abstract:
Events are important motivators in tourism, and prominent figures in the development and marketing plans of most destinations (Getz, 2008:403). The feasibility study of event tourism is an analytical study used to measure and assess the level of feasibility in a location. This activity is carried out to determine how feasible a project plan is. Car Free Day aims to socialize with the community to reduce the community's dependence on motor vehicles. Bangkalan, as a district located at the westernmost tip of Madura, wants to develop Car Free Day activities as a tourism event. In addition to being useful for reducing air pollution, it is also to reduce dependence on motor vehicles. A feasibility study will be conducted at the Bangkalan square as a center of mass gathering. Of course, in the feasibility study, it is also important to prioritize the halal concept as a Halal Tourism Roadmap in Madura. The theories that will be used are branding theory, Integrated Marketing Communication, the halal concept, and the theory of tourism feasibility studies with a qualitative descriptive approach. The findings in this research, car free day in Bangkalan is feasible to be used as a tourism event because there are something to see, something to do, something to buy. Thus, the opportunity to improve the economy in Bangkalan is beginning to open up again.

Keywords: *Branding, Car Free Day, Feasibility Study, Halal Tourism Bangkalan*

Pendahuluan

Penelitian yang dilakukan oleh Getz (2008), pada awal perkembangan *Event* tourism pada tahun 1970an *Event* belum diangggap menjadi sebuah atraksi di dalam sistem tourism atau pariwisata. Pada saat itu *Event* tidak dilihat menjadi suatu area pembelajaran yang berbeda dari leisure, tourism dan recreation. Hingga pada tahun 1974 adanya kemajuan dimana Della et al mengeluarkan artikel pertama yang dengan spesifik membahas tentang bagaimana *hallmark Events* dapat melawan permintaan pariwisata yang bersifat muZachn. Tahun 1980, perkembangan *Event* tourism meluas secara pesat. Mulai muncul banyak jurnal dan penelitian yang membahas tentang *Event* tourism serta dampak yang ditimbulkan.

Seperti contoh jurnal tentang analisa pengunjung dan dampak ekonomi yang ditimbulkan dari beberapa festival di Kanada oleh *Coopers dan Lybrand Consulting Group* pada 1989. Pada tahun 1985, konvensi TRRA (Travel and Tourism Research Association & Canada Chapter) Canada Chapter memiliki tema "International *Events: The Real Tourism Impact*". Konvensi ini menjadi bukti bahwa *Event* tourism adalah sebuah studi yang semakin diakui dan perlu untuk diteliti. Tidak hanya di Kanada saja, namun akademisi dari Australia merupakan salah satu yang telah terlibat dan terus memberikan pengaruh terhadap topik *Event tourism* ini. Salah satu penelitian yang sangat berpengaruh adalah analisa dampak dari Adelaide Grand Prix yang pertama oleh Burns, Hatch & Mules pada 1986; Burns & Mules pada 1989.

Pendekatan pengembangan pariwisata yang lebih berorientasi pada pertumbuhan ekonomi atau yang lebih dikenal dengan pendekatan *advocacy* sangat populer pada tahun enampuluhan di mana hampir semua negara mengakui bahwa pariwisata mempunyai potensi yang cukup besar dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Berbagai potensi pariwisata digali dan dimanfaatkan untuk mendukung bermacam-macam kegiatan ekonomi, menciptakan lapangan kerja baru, memperoleh devisa, dan motif-motif ekonomi lainnya. Pendekatan ini memiliki tujuan utama untuk menggali dan mengembangkan potensi sumber daya alam dan sosial budaya sebagai daya tarik wisata (Spillane, 1994 : 28).

Penelitian terdahulu diatas lebih mendeskripsikan dampak dari *event tourism* tersebut. Selain itu, beberapa jurnal menyebutkan bahwa event tourism ini selagi bisa berdampak positif terhadap kunjungan wisata bisa terus di kembangkan. Namun pada penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan terkait dengan dampak terhadap ekonomi melainkan juga pada aspek sosial dan studi kelayakan pada sebuah kegiatan rutinan yang akan di *up* menjadi kegiatan profesional yang mendukung peluang wisata di Bangkalan. Tentunya *Branding* dan studi kelayakan ini menjadi sebuah metode merubah konsep *car free day* dari kegiatan biasa menjadi *event* yang luar biasa dengan mengukur atau melihat sejauh mana Bangkalan bisa memenuhi standarisasi *event tourism* yang berkualitas dan profesional agar kegiatan ini benar-benar dikerjakan sesuai target.

Bangkalan sebagai Kabupaten paling barat yang berdekatan dengan Surabaya yang seharusnya menjadi kota paling maju di Bangkalan tidak bisa menjadikan kota tersebut sesuai yang diharapkan. Bukan halnya dari minimnya bonus demografi, melainkan disebabkan lingkungan yang kurang aman dan nyaman untuk berwisata di Bangkalan. Hal ini terbukti beberapa wisatawan yang semoat berkunjung di beberapa destinasi di Bangkalan mengalami perlakuan kurang mengenakkan, baik dari pelayanan yang kurang baik maupun dari tindakan kriminal lainnya. Hal ini menjadi masalah besar jika terus tidak segera temukan solusi.

Pada riset ini peneliti mencoba melihat salah satu peluang yang memiliki potensi wisata baru yang muncul dari kegiatan rutinan tiap minggu. Yaitu *car free day. Car Free Day* merupakan salah satu kegiatan mingguan atau bulanan dimana kegiatan tersebut berpotensi mengundang kerumunan, memberikan edukasi terkait pengurangan polusi dan ketergantungan terhadap kendaraan bermotor, membuka lapangan pekerjaan, serta

meningkatkan perekonomian masyarakat Bangkalan. Sejak pandemi covid 19 melanda Indonesia kegiatan *Car Free Day* di Bangkalan tidak dilaksanakan. Beberapa bulan belakangan kegiatan ini akan dilaksanakan kembali, namun *Car Free Day* selanjutnya akan dikemas lebih menarik, Edukatif, dan milenial.

Tentunya sebelum kegiatan CFD menjadi destinasi wisata event di Bangkalan lebih jauh perlu melakukan *Feasibility study* atau studi kelayakan agar konsep kegiatan ini bisa menarik dan tepat sasaran. Dalam langkah *Branding* kawasan dan *Event Car Free Day, Feasibility* sangatlah penting bagi peneliti karena dapat membantu memberitahu potensi daya tarik, dan manfaat yang diterima dari Program tersebut. Oleh karena itu. Pada penelitian ini terdapat rumusan masalah yaitu bagaimana *branding* dan feasibility studi kegiatan *car free day* sebagai event tourism baru di Bangkalan.? Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bagaimana studi kelayakan kegiatan CFD di Bangkalan baik dari segi keamanan, kenyamanan, dan dampak sosial sehingga mampu di *Branding* menjadi destinasi baru di Bangkalan.

Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang ditunjukan untuk mendeskripsikan hasil riset dengan menggunakan landasan teori sebagai acuan dalam menganalisis hasil penelitian. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah case study atau studi kasus. Studi kasus yang dirumuskan oleh Robert K. Yin, merupakan sebuah metode yang mengacu pada penelitian yang mempunyai unsur *how* dan *why*, pada pertanyaan utama penelitiannya meneliti masalah-masalah kontemporer (masa kini) dalam kehidupan nyata. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus yang sesuai disampaikan oleh Robert K Yin (2008).

Metode penelitian studi kasus dibedakan menjadi 3 (tiga) tipe yaitu: Eksplanatoris, Eksploratoris dan Deskriptif. Metode ini sangat cocok digunakan pada penelitian ini karena peneliti akan mendeskripsikan pendapat dan pengalaman pengunjung *Car Free Day* Bangkalan, mengeksplorasi daya tarik yang bisa berpotensi kunjungan wisata, dan di deskripsikan derbasarkan temuan-temuan dilapangan melalui tenik pengumpulan data.

Adapun informan dari penelitian ini adalah dinas pariwisata Bangkalan, pengelolah kegiatan *Car free day, dan pengunjung.* Penelitian ini berlokasi alun-alun kota di Bangkalan dengan metode pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tentunya dari berbagai data lapangan akan direduksi dan disajikan dengan deskriptif sehingga bisa ambil kesimpulan dengan baik.

Pembahasan dan Hasil Penelitian

Definisi, Tujuan, Manfaat dan Pendekatan Prestasi

1. Potensi CFD sebagai *Event Tourism*

Menurut Getz, definisi event dapat dibagi menjadi dua pengertian:

1. Event sebagai Kegiatan Rutin : Event adalah kegiatan rutin yang dipertunjukkan, tidak dibuat-buat dan menjadi menarik bagi pengunjung. Kegiatan ini tidak dibuat secara khusus untuk tujuan tertentu, tetapi menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Contohnya, festival, pesta, dan acara lainnya yang diselenggarakan secara teratur dan tidak dibuat-buat untuk tujuan tertentu.

   Pada konteks ini kegiatan *car free day* menjadi kegiatan yang biasa dilakukan atau disebut kegiatan rutinitas mingguan. Tidak hanya kegiatan CFD yang rutin terlaksana di Bangkalan melainkan juga terdapat bazar makanan, olah raga bersama, bahkan berbagai komunitas bisa *show of on the public.* Semua kegiatan ini secara alami terlaksana tanpa adanya konsep atau agenda dari pihak manapun.

2. Event sebagai Kegiatan yang Dibuat-Buat : Event adalah kegiatan yang dibuat-buat untuk tujuan tertentu, seperti memperingati hal-hal penting sepanjang kehidupan manusia, memamerkan budaya, tradisi, dan agama, serta melibatkan lingkungan masyarakat. Kegiatan ini dibuat secara khusus untuk tujuan tertentu dan memiliki tujuan yang spesifik.

   Berjalannya waktu kegiatan CFD mulai dikenal, dan mulai diorganisir oleh ibu PKK yang melibatkan OPD (Organisasi Perangkat Daerah). Kegiatan ini mulai menarik dan terjadwal dengan teratur. Baik dari segi pengisi acara maupun keterlibatan peserta dalam kegiatan tersebut.

Dalam definisi ini, Getz membedakan antara event yang menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari dengan event yang dibuat-buat untuk tujuan tertentu. Definisi kedua ini memiliki peran penting dalam pengembangan dan pemasaran destinasi wisata khususnya di Bangkalan. Itulah yang melatar belakangi riset ini, dimana kegiatan CFD setiap minggu terus berkembang dari segi partisipasinya. Selain itu, berbagai komunitas, dan peran OPD juga mulai mengeksplorasi keikutsertaan pada kegiatan CFD tersebut.

Berdasarkan hasil penelitan Diva Ummul Nabilla, Rosita Setyaningrum, Isti Kharimah dosen sosiologi FISIP universitas Jember dengan judul *Dampak dan Peran Ekonomi Kreatif Jember Fashion Carnaval (JFC) Dalam Pembangunan Sosial Pada Masyarakat Kabupaten Jember* menjelaskan bahwa Ekonomi kreatif Jember Festival Carnaval atau pada masyarakat setempat disebut sebagai JFC sangat menggambarkan bagaimana pemerintah Jember mampu mengembangkan sektor informal menjadi penggerak ekonomi daerah yang sangat menjanjikan. Sejak terjadinya krisis ekonomi moneter pada tahun 1998 banyak sekali kegiatan ekonomi yang cenderung beralih pada sektor informal. Terlebih selama krisis banyak sektor industri yang gulung tikar, sehingga banyak terjadi pemutusan hubungan pekerjaan.

Kehadiran JFC menggambarkan bagaimana pengembangan yang maksimal dari ekonomi kreatif yang dijalankan di kabupaten Jember, "Pada prosesnya memang tidak mudah membangun identitas, apalagi identitas kolektif karena banyaknya aktor yang memiliki keinginan dan kepentingan yang berbeda. Orang Jember yang tidak tertarik dengan fesyen tidak setuju jika fesyen menjadi branding Kota Jember. Adanya kolaborasi antara pemerintah daerah sebagai pendorong industri kreatif dengan kelas kreatif yaitu Dynand dan tim memberikan dampak positif bagi masyarakat luas. Selain membuka lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan bagi masyarakat, adanya JFC juga dapat memperluas jangkauan pariwisata daerah dengan menarik para wisatawan domestik atau internasional. Dengan adanya hal ini akan membawa dampak yang cukup signifikan pada perekonomian masyarakat dan pemerintah daerah.

Harapan besar dari pihak pengelolah CFD Bangkalan hampir sama dengan hasil penelitian diatas. Tentunya kegiatan ini bisa berdampak signifikan tidak lain peran dari berbagai pihak yang mendukung kegiatan CFD. Selama ini, kegiatan CFD belum semua terorganisir dengan baik, masih perlu adanya konsep besar atau *masterplan* pengembangan kegiatan CFD yang lebih serius. Jika di bandingkan dengan kegiatan JFC yang telah terakomodir dengan baik baik dari susunan kegiatan, konsep kegiatan, hingga manajemen keuangan. Disinilah muara dari kesuksesan sebuah even yaitu meningkatkan kualitas.

***Car Free Day* Bangkalan**

Peneliti menemukan bahwa data kunjungan ke Bangkalan melalui hasil wawancara dengan Kabid kebudayaan Dinas Kebudayaan dan pariwisata Bangkalan menyebutkan bahwa Bus yang masuk ke Bangkalan pada hari biasa bisa mencapai 50 bus yang berziarah ke Makam Syaichona Kholil Bangkalan. Artinya Bangkalan setidaknya memiliki *point of view* dalam aspek

pariwisata. Namun kita tidak boleh bangga dengan hal ini karena wisata religi tidak bisa dikategorisasikan sebagai destinasi wisata yang bisa diandalkan untuk pemasukan daerah. Hal ini wisatawan religi adalah wisata kelas bawah, dimana mereka datang dengan membawa bekal dan keberadaan mereka tidak bisa *long stay.* Inilah menjadi tantangan sendiri untuk PEMKAB Bangkalan agar memikirkan destinasi mana yang bisa di *create* untuk bisa menarik wisatawan ber-lama-lama di Bangkalan.

Belakangan mencuat isu Bangkalan harus memiliki kegiatan yang bisa menarik wisatawan seperti *event tourism.* Menurut Higgins (2017:74) : *"event tourism is 'the systematic planning, development and marketing of planned events as tourist attractions, and for their benefits to place marketing, image-making, and development".* Disini penulis optimis jika Bangkalan mampu mendesain even yang bisa menarik wisatawan untuk datang ke Bangkalan, menginap di Hotel Bangkalan, dan menghabiskan uangnya di Bangkalan. hal ini menjadi potensi yang layak dikembangkan.

Gambar. kegiatan *car free day* di bangkalan

Temuan peneliti adalah kegiatan *Car Free Day* ini di dominasi kaum perempuan. Garis-Garis Besar Haluan Negara (GBHN) Indonesia menjelaskan tentang peran partisipasi aktif segenap lapisan masyarakat dalam pembangunan harus makin meluas dan merata. Artinya tidak hanya laki-laki yang memiliki peran penting dalam pembangunan daerah melainkan seganap lapisan masyarakat harus bisa meluas dan merata dalam menyumbangkan ide,pikiran, dan tindakan aktif. Kita tahu bahwa banyak sosok perempuan yang dalam mengantarkan indonesia pada gerbang kemerdekaan. Konsep pembangunan dan peran perempuan dalam pembangunan seperti ketua penggeran PKK Kab Bangkalan ini menjadi fenomena anomali di Madura khususnya Bangkalan.

Kegiatan *Car free day* di Bangkalan merupakan kegiatan yang di rancang PEMKAB Bangkalan selain untuk mengampanyekan hari bebas polusi dari kendaraan bermotor, juga menjadi media komunikasi, olahraga, dan peningkatan ekonomi kreatif. Pasalnya masayarakat yang datang ke areal yang dijadikan spot *Car free day* memiliki tujuan yang sama yaitu berolahraga, *entertaining*, dan wisata kuliner. Hal yang selalu disampaikan oleh pengurus kegiatan *Car free day* dimana kegiatan ini memiliki sasaran seperti muslimat, fatayat,dharma wanita, PKK Purwosi, dan organisasi mitra lainya yang hampir semuanya di

dominasi kaum perempuan. Segmentasi kegiatan *Car free day* telah menunjukkan bahwa peran perempuan merupakan target utama dalam kegiatan ini sekaligus bukti bahwa perempuan ini menjadi daya tarik untuk pengembangan berbagai aspek kehidupan.

Kita harus mengakui bahwa kegiatan *Car free day* ini memberikan banyak dampak perubahan sosial pasca covid 19. Kita melihat bahwa semangat masyarakat Bangkalan untuk sehat dengan olah raga, semangat berwirausaha ditengah pemulihan ekonomi nasional, dan kreasi inovasi pemuda mulai muncul kembali dihari minggu tersebut. Sesuai konsep *event tourism* diatas jika di kolaborasikan dengan potensi para perempuan di lingkungan PEMKAB Bangkalan baik ibu PKK, maupun ibu Dharma Wanita, maka peluang Bangkalan menjadi destinasi wisata di Jawa Timur sangat berpeluang besar.

***Event Tourism* Sebagai Destinasi Baru Bangkalan**

Menurut Noor (2017:8) *Event* didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. *Event*s adalah motivator penting dalam pariwisata, dan figur menonjol dalam rencana pengembangan dan pemasaran dari kebanyakan destinasi (Getz, 2008:403).

Menurut Noor (2017:10) *Event*s terbagi menjadi 4 kategori atau unsur dari Special *Event*s, yang terdiri dari Leisure *Event*s, Personal *Event*s, Cultural *Event*s, dan Organizational *Event*s. Berikut penjabaran mengenai kategori *Event*s. Kategorisasi even di Bangkalan ini masuk pada kategori Leisure *Event*s. Dimana ketegori ini sangat berkembang pada sektor olahraga, kegiatan ini menghadirkan banyak pengunjung dan memiliki unsur pertandingan.

Gambar para duta Bangkalan/*Kacong cebbhing* Bangkalan

Gambar para komunitas skateboard Bangkalan

Menurut Getz (2012:46) terdapat beberapa faktor yang berkontribusi dalam membuat setiap *Event*s menjadi spesial, mulai dari uniqueness dan elemen lain seperti hospitality, symbolism, festive spirit, theming, dan authenticity.

a. **Keunikan (Uniqueness)** Kesenian dkk dalam Salmi dkk (2016:21) mengilustrasikan bahwa uniqueness merujuk kepada penilaian estetik wisatawan terhadap atau tergantung kepada apakah destinasi memiliki sesuatu yang spesial berupa unik yang dapat diidentifikasi atau tidak. Keunikan pada kegiatan *car free day* ini terletak pada peran perempuan yang lebih mendominasi kegiatan maupun bazar UMKM.
b. **Keramah-tamahan (Hospitality)** Getz dalam Novaldi dkk (2019:203) mendefinisikan Hospitality sebagai kesediaan komunitas untuk menjamu pengunjung maupun penduduk. Kegiatan ini semakin ramai dikunjungi karena kegiatan ini langsung dibawah binaan ibu ketua Penggerak PKK Kab. Bangkalan yaitu Ibu Zaenab Zuraidah. Sosok perempuan ini menjadi magnet utama pada kegiatan ini.
c. **Simbolisme (Symbolism)** Getz dalam Novaldi dkk (2019:203) mendefinisikan Symbolism sebagai unsur-unsur yang ditampilkan pada *Event* yang terkait dengan nilai-nilai budaya, politik atau objek ekonomi. Sebagaimana konsep *car free day* di Bangkalan dimana kegiatan ini dilaksanakan sebagai wadah untuk berolahraga, dan meningkatkan jiwa kewirausahaan pelaku usaha di Bangkalan. Hingga saat ini kegiatan car free day lebih menekankan pada senam masal, panggung kreasi dari berbagai delegasi, dan bazar UMKM.

Gambar. Senam massal

Gambar. Panggung Kreasi

Gambar. Bazar UMKM Organisasi Perangkat Daerah Bangkalan

d. **Suasana Meriah (Festive Spirit)** :Getz dalam Novaldi dkk (2019:203) menyebutkan bahwa festive spirit merupakan sebuah refleksi dari nilai – nilai tertentu pada *Event* yang akan menjadi lebih istimewa apabila terdapat hal yang menciptakan suasana menjadi lebih meriah seperti ritual dan pesta pora. Pada poin ini peneliti menemukan sebuah temuan menarik tentang kegiatan ini yaitu, kegiatan ini sangat bergantung pada sosok ibu Zaenab (Istri Bupati Bangkalan) dimana sosok ini menjadi magnet utama kegiatan ini meriah atau tidak. Pada beberapa kesempatan peneliti hadir di acara *car free day* saat beliau hadir maupun saat beliau absen tidak bisa hadir dalam kegiatan tersebut.

e. **Tema (Theming)** Getz dalam Novaldi dkk (2019:203) menyatakan tema dapat menjadi perwujudan fisik dari unsur-unsur seperti tradisi, keaslian, dan semangat kemeriahan pesta. Kegiatan ini kedepan direncanakan sebagai *car free day tematik* dimana konsep besar kegiatan ini bisa mengangkat budaya dan tradisi Madura sebagai tema setiap kegiatan tersebut. Namun hal ini butuh waktu dan proses. Hal ini terus dikembangkan oleh panitia *Car Free Day* Kab Bangkalan.

Gambar Desain logo *car free day* 1

Gambar Desain logo *car free day* 2

f. **Keaslian (Authenticity)** Getz dalam Novaldi dkk (2019:203) mendefinisikan Authenticity sebagai elemen yang terkait dengan atribut budaya lokal. Partisipasi komunitas yang merupakan masyarakat lokal sebagai bagian dari *Event* diperlukan untuk mewujudkan citra keaslian dari yang ditampilkan.

Konsep kegiatan *car free day* ini kedepannya akan destinasi baru seperti yang disampaikan oleh ketua Pengelolah CFD kab Bangkalan ibu siti Fatihah. Panitian CFD ini meyakini bahwa *Event* tersebut menjadi salah satu kekuatan pemerintah dan masyarakat setempat untuk menarik wisatawan berkunjung. Selain itu, *event* dapat menciptakan citra bagi pengunjung untuk mendorong wisatawan memilih mengunjungi daerah tersebut. Tentunya ini menjadi pekerjaan rumah bagi PEMKAB Bangkalan untuk mendesain kegiatan yang bisa menarik pengunjung. Melihat optimisme panitia *Car free day* di Bangkalan seakan menjadi angin segar bagi masyarakat Bangkalan terutama pelaku UMKM, *Travel Agent,* dan pengelolah destinasi wisata di Bangkalan.

Kegiatan *Car free day* sebagai *center of view* bisa terus dikembangkan agar wisatawan bisa berkunjung ke Bangkalan. Belakangan panitia mulai membangun kerjasama dengan dinas-dinas untuk mengisi stan UMKM untuk meramaikan kegiatan tersebut. Hal ini terbukti sangat efektif dalam menarik massa pada kegiatan mingguan tersebut. Hampir tiap minggu jumlah kunjungan dari yang awalnya target 500 orang mulai bertambah hingga diatas 1000 orang tiap minggunya.

Bisa jadi jika kegiatan ini mulai melibatkan dinas pendidikan dan para seniman yang ada di Bangkalan, maka secara perlahan ekonomi masyarakat Bangkalan juga mulai tumbuh. Kita tahu awal mula kegiatan *Car free day* awalnya hanya kegiatan

senam saja, namun belakangan sudah memunculkan panggung kreasi untuk para siswa dan seniman lokal. Artinya kegiatan ini secara tidak langsung mulai di citrakan sebagai kegiatan yang open atau terbuka untuk umum. Hal ini juga tidak lepas dari peran dan semangat perempuan dalam mengelolah *Car free day* sebagai *event tourism* di Bangkalan.

***Feasibility Study* Pariwisata**

Menurut Arafah dan Alamsyah, studi kelayakan wisata dibagi kedalam tujuh aspek yaitu:

1. **Daya Tarik** kita tahu sendiri kegiatan *Car free day* merupakan kegiatan yang dilaksanakan secara terbukan untuk umum. Disana terdapat kegiatan oleh raga massal, panggung kreasi, dan bazar UMKM. Ini menjadi daya tarik bagi masyarakat bangkalan. Karena CFD di Bangkalan baru aktif kembali setelah beberapa tahun vakum akibat pandemi. Kedepan *Car free day* akan terus dikembangkan.
2. **Aksesibilitas** lokasi kegiatan berada di depan pendopo agung Bangkalan. Sehingga aksesnya sangat mudah.
3. **Kondisi Lingkungan Sosial Ekonomi Masyarakat adalah** karena kegiatan ini bersifat terbuka untuk umum sehingga masyarakat bisa terlibat aktif pada kegiatan ini sekaligus memeriahkan kegiatan ini.
4. **Akomodasi** Dalam kegiatan wisata memerlukan peranan fasilitas akomodasi, dalam hal ini adalah adanya sarana yang cukup untuk penginapan/perhotelan khususnya bagi pengunjung yang berasal dari tempat yang jauh. Karena lokasi berada di kota yang bisa di jangkau dengan moda transportasi darat seperti angkutan umum dan kendaraan pribadi.
5. **Sarana dan Prasarana Penunjang** adalah sarana dan prasarana yang dapat menunjang kegiatan kepariwisataan dan berada pada radius 20 km dari batas luar objek. Lokasi kegiatan ini berada di alun-alun kota Bangkalan. Hal ini bisa menjadi wisata alternatif untuk mengisi waktu bagi wisatawan yang kebetulan sedang ziarah ke makam Syaichona Holil Bangkalan yang hanya berjarak kurang lebih 5Km dari destinasi wisata tersebut. Selain itu, fasilitas pendukung seperti pasar, mall, dan hotel juga tersedia di bangkalan yang hanya berjaran kurang dari 1 km.
6. **Keamanan** dalam lokasi wisata merupakan salah satu hal yang harus dipertimbangkan dalam berwisata, karena hal ini menyangkut persoalan kenyamanan dan kepuasan dalam menikmati suasana alami selama perjalanan menuju kawasan wisata. Lokasi ini sangat aman karena berada di pusat kota dan di jaga oleh aparat setempat.
7. **Hubungan dengan Objek Wisata Lain** harus diperhatikan dalam pengembangan suatu objek wisata, guna mengetahui adanya ancaman atau dukungan yang diakibatkan oleh keberadaan objek wisata lain bagi perkembangan wisata ke depan. Seperti yang disebutkan pada poin sebelumnya bahwa lokasi kegiatan ini berada dekat dengan ziarah ke makam Syaichona Holil Bangkalan, dan asta makam Sultan Abdul Kadirun yang haya berjarak 300Meter dari lokasi.

Instrumen Study Kelayakan Wisata

NO	VARIABLE	SUB VARIABLE	INDIKATOR
1.	Atraksi	Wisata Buatan *Car Free Day*	Kegiatan dilaksanakan di depan pendopo agung yang menyajikan kegiatan oleh raga berupa senam massal, panggung kreasi, dan bazar kuliner.
1.	Amenitas	hotelan	Hotel ningrat, Hotel Rose semuanya berstandar halal
		Restaurant/Penyedia	Makanan yang disajikan di bazar maupun

		Makananan dan Minuman	di hotel semua halal dan tidak menyediakan makanan yang haram.
		Biro Perjalanan Wisata	Aman dan nyaman
		Spa	Hingga saat ini hampir semua salon dan tempat terapis tidak ada yang bernuansa ke pornografi dan sexsiologi.
		Pramuwisata	Sebagian besar guide di Bangkalan beragama muslim.
3	Aksesibilitas	Informasi	Untuk kegiatan car free day bangkalan masih dikelolah akun pribadi penasehat yaitu ibu Zaenab Zuraidah.
		Keterjangkauan	Lokasi kegiatan mudah terjangkau.
4	Ancillary	Kelembagaan	Kegiatan ini dibawa naungan ibu PKK dan dharma wanita Bangkalan
		Pemberdayaan masyarakat	Membuka lapangan pekerjaan baru terutama dalam meningkatkan ekonomi masyarakat.
		Pemasaran	Kegiatan ini masih belum terdokumentasikan secara profesional. Ini menjadi pekerjaan rumah bagi panitia CFD Bangkalan.

***Branding* CFD sebagai destinasi wisata baru di Bangkalan**

Branding wisata sangatlah penting karena memiliki beberapa manfaat yang signifikan dalam meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan destinasi wisata. Berikut adalah beberapa alasan mengapa branding wisata itu penting:

a. Menunjukkan Keunikan. Dalam hal ini kegiatan CFD yang hanya biasa saja atau kegiatan rutinan bila dikemas dengan konsep yang baik maka akan berdampak signifikan terhadap perkembangan perekonomian masyarakat Bangkalan. Dari berbagai refrensi diatas menunjukkan bahwa even ini bisa menjadi destinasi peluang wisata yang berdampak positif terhadap perekonomian sbeagaimana yang di jelaskan pada peneilitian JFC di Jember saat itu. Oleh karena itu, tidak menutup kemungkinan CFD jika di *branding* dengan unik akan berpeluang menjadi destinasi wisata baru di Bangkalan.
b. Tertanamnya Citra Pada Wisatawan : jika Bangkalan merasa daerahnya tidak memiliki potensi demografi yang bagus terkait wisata alam, maka dengan even-even salah satunya CFD, maka CFG Bangkalan akan menjadi *event tourism* satu-satunya di Madura.
c. Menubuhkan Loyalitas Pelanggan : adanya Branding wisata dapat meningkatkan loyalitas wisatawan baik lokal maupun nasional. Kemasan yang menarik akan menumbuhkan minat untuk ber-CFD di Bangkalan.
d. Meningkatkan Daya Tarik Destinasinya : *Branding* CFD akan menjadi *trigger* baik untuk kemajuan wisata Bangkalan. Pasalnya Pemkab dengan pihak terkait akan serius memikirkan konsep kegiatan agar CFD semakin menarik untuk dikunjungi.

Wheeler (2018) membagi tahapan *Branding* menjadi 5 tahap dalam proses sebuah perancangan identitas visual, antara lain:

1. *Conducting research.* Penelitian ini menjadi salah satu cara untuk mengukur, memetakan, bagaimana peluang kegiatan CFD agar bisa menjadi kegiatan yang serius, profesional, dan berdampak positif terhadap masyarakat.
2. *Clarifying strategy.* Tahapan ini adalah proses perancangan perancangan, pematangan konsep kegiatan CFD agar lebih menarik.
3. *Designing identity* pada tahapan ini merupakan tahapan teknis dimana perlu adanya manajemen khusus yang memiliki tugas sebagai tim kreatif, tim media, sponsorship, humas, dan perlengkapan.
4. *Creating touchpoints* Merupakan tahapan dimana identitas yang telah dirancang sebelumnya difinalisasi sehingga dapat menjadi Branding untuk Bangkalan.
5. *Managing Assets* Sebuah tahapan rekomendasi yang diperuntukkan untuk menjaga konsistensi kegiatan agar kegiatan CFD terus sesuai *Branding* yang diangkat yaitu CFD Tematik.

Penutup

Pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa Bangkalan merupakan daerah yang tidak memiliki banyak destinasi wisata alam seperti kabupaten lain di Madura. Beberapa destinasi wisata di Bangkalan juga masih terkenal tergolong tidak aman. Hal ini yang melatarbelakangi peneliti untuk mengidentifikasi peluang wisata event yang ada di Bangkalan. Wisata even ini dinilai lebih aman dibandingkan destinasi wisata Alam yang keberadaannya tergolong berada di pelosok desa. Tentunya kegiatan CFD ini menjadi peluang baru dalam meningkatkan perekonomian masyarakat terutama pada UMKM lokal Bangkalan.

Kegiatan *Car Free Day* merupakan kegiatan rutin yang dilaksanakan mingguan secara sederhana, namun sejak diorganisir oleh ibu penggerak PKK kegiatan ini dikemas menarik seperti senam massal, penampilan dari setiap organisasi perangkat daerah dan komunitas, bazar kuliner, dan lainnya. Hal ini masih bisa dikembangkan lebih meriah lagi menurut ketua PKK Bangkalan. Tentunya langkah *branding dan feasibility study* menjadi kunci awal kesuksesan CFD kedepan. Kegiatan CFD ini sangat berpotensi menjadi destinasi baru di Bangkalan berupa kegiatan even yang berdampak pada kunjungan wisata seperti Jember Festiva Carnafal yang diadakan setiap tahun dan kegiatan lainnya di berbagai daerah. Secara umum Bangkalan layak menjadi dan mengembangkan CFD sebagai kegiatan *event tourism* yang berdampak luas bagi perekonomian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Arafah, N. dan Flamin, A., 2012. Analisis Kelayakan Pengembangan Ekowisata Di kawasan Hutan Lindung Kecamatan Anggaberi Kabupaten Konawe Provinsi Sulawesi Tenggara. Fakultas Kehutanan Universitas Halu Oleo kendari. Kendari. Jurnal Layanan Kehutanan Masyarakat.

Any, Noor. 2017. Management Event. Bandung: Alfabeta.

Diva Ummul Nabilla , Rosita Setyaningrum , Isti Kharimah. 2024 Jurnal Insan Pendidikan dan Sosial Humaniora Vol.2, No.3 Agustus 2024 e-ISSN: 2986-5506; p-ISSN: 2986-3864, Hal 85-89 Dampak dan Peran Ekonomi Kreatif Jember Fashion Carnaval (JFC) Dalam Pembangunan Sosial Pada Masyarakat Kabupaten Jember.

Getz, D. 1997. Event Management and Event Tourism. New York: Cognizant Communications Corporation.

Getz, D. (2008). "Event tourism: Definition, evolution, and research". Journal Tourism Management, Vol. 29, pp. 403–428.

Getz, D. (2012). "Event Studies: Discourses and Future Directions". Journal Event Management, Vol. 16, pp. 171–187

Hatch, E.M. dan C. Brown. 1995. "Vocabulary Sentence and Language Education". Cambridge: Cambridge University Press.

Higgins, Freya. 2017. Event Tourism and Event Imposition: A Critical Case Study From Kangaroo Island, South Australia. Journal Tourism Management, Vol. 64. pp. 73-86

Novaldi, D. dkk. (2019). "Pasar Keroncong Kotagede 2017:Sebuah Kajian Event". Jurnal Kajian Seni, Vol. 05, pp. 192-206

Risitano, M. (2005). The Role of Destination in the Tourism Stakeholders System (The Campi Flegrei Case). University of Naples Federico II.

Spillane, James. 1994. Pariwisata Indonesia, Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebuadayaan. Kanisius. Yogyakarta.

Schultz, D.C., dan Barnes, B.E. 1999. "Strategic Brand Communication Campaigns". USA: NTC Business Books.

Wheeler, Alina. (2018). Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team. Canada: John Willey& Sons,Incx.

Yin, R. K. (2008). "Studi Kasus, Desain dan Metode", Penerjemah Mudzakir, Raja Grafindo Persada, Jakarta

.