

P-ISSN: 2774-4574; E-ISSN: 363-4582  
TRILOGI, 6(2), April- Juni 2025 (1-11)  
@2025 Lembaga Penerbitan, Penelitian,  
dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP3M)  
Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo  
DOI: [10.33650/trilogi.v6i2.11146](https://doi.org/10.33650/trilogi.v6i2.11146)

**TRILOGI**  
Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora

## **Perilaku Konsumsi Hijau dalam Kegiatan *Car Free Day*: Studi Kasus Partisipatif di Ruang Publik**

**Seanita Febriana Angelica**

Universitas Negeri Semarang, Indonesia  
[seanitafa25@students.unnes.ac.id](mailto:seanitafa25@students.unnes.ac.id)

**Kamal Ramadhani**

Universitas Negeri Semarang, Indonesia  
[kamalramadhani75@students.unnes.ac.id](mailto:kamalramadhani75@students.unnes.ac.id)

**Mia Liliawati**

Universitas Negeri Semarang, Indonesia  
[mialiliawati50@students.unnes.ac.id](mailto:mialiliawati50@students.unnes.ac.id)

**Amin Pujiati**

Universitas Negeri Semarang, Indonesia  
[amin.pujiati@mail.unnes.ac.id](mailto:amin.pujiati@mail.unnes.ac.id)

**Inaya Sari Melati**

Universitas Negeri Semarang, Indonesia  
[inaya.sari@mail.unnes.ac.id](mailto:inaya.sari@mail.unnes.ac.id)

### **Abstract**

This study examines green consumption behavior during Car Free Day (CFD) activities at Simpang Lima Semarang, a public space that serves as a meeting point for social, economic, and environmental interactions. This participatory case study aims to explore the forms of environmentally friendly consumption practices implemented by visitors and vendors in the open space. The method used is a participatory case study with participatory observation and in-depth interviews conducted over four weeks, involving 70 vendors and 143 visitors, with 24 informants willing to be interviewed in depth. Data were analyzed using a thematic approach to identify emerging patterns of behavior. The results show that various green consumption practices are implemented, such as the use of tumblers and cloth shopping bags by visitors, as well as the use of environmentally friendly packaging, the provision of local or organic products, and trash bins by vendors. Supporting factors include individual environmental awareness, social values, and the influence of family or community, while the main constraints are limited facilities and access to environmentally friendly options. These findings suggest that CFD Simpang Lima functions as an informal learning space for building ecological awareness through daily social interactions. This study recommends government support and community initiatives to enhance environmental literacy and the availability of green facilities in public spaces. These findings are currently limited to short-term observations, so further research is suggested to be conducted longitudinally or expanded to other cities to compare patterns of green consumption behavior in different urban contexts.

**Keywords:** Green Consumption; Public Space; Urban Behavior; Sustainability.

### Abstrak

Penelitian ini mengkaji perilaku konsumsi hijau dalam kegiatan *Car Free Day* (CFD) di Simpang Lima Semarang, sebuah ruang publik kota yang menjadi titik temu interaksi sosial, ekonomi, dan lingkungan. Studi kasus partisipatif ini bertujuan untuk mengeksplorasi bentuk-bentuk praktik konsumsi ramah lingkungan yang diterapkan oleh pengunjung dan pedagang dalam ruang terbuka. Metode yang digunakan adalah studi kasus partisipatif dengan teknik observasi partisipatif dan wawancara mendalam yang dilakukan selama empat minggu, melibatkan 70 pedagang dan 143 pengunjung, dengan 24 informan yang bersedia diwawancarai secara mendalam. Data dianalisis menggunakan pendekatan tematik untuk menemukan pola-pola perilaku yang muncul. Hasil menunjukkan bahwa berbagai praktik konsumsi hijau diterapkan seperti penggunaan tumbler dan tas belanja kain oleh pengunjung, serta penggunaan kemasan ramah lingkungan, penyediaan produk lokal atau organik, dan tempat sampah oleh pedagang. Faktor pendukung meliputi kesadaran lingkungan individu, nilai sosial, dan pengaruh keluarga atau komunitas, sementara kendala utama adalah keterbatasan fasilitas dan akses terhadap pilihan ramah lingkungan. Temuan ini menunjukkan bahwa CFD Simpang Lima berfungsi sebagai ruang pembelajaran informal untuk membangun kesadaran ekologis melalui interaksi sosial sehari-hari. Penelitian ini merekomendasikan adanya dukungan dari pemerintah dan inisiatif komunitas untuk meningkatkan literasi lingkungan dan ketersediaan fasilitas hijau di ruang publik. Temuan ini masih terbatas pada pengamatan jangka pendek, sehingga penelitian lanjutan disarankan dilakukan secara longitudinal atau diperluas ke kota-kota lain guna membandingkan pola perilaku konsumsi hijau dalam konteks perkotaan yang berbeda.

**Katakunci:** Konsumsi Hijau; Ruang Publik; Perilaku Perkotaan; Keberlanjutan.

## 1 Pendahuluan

Isu lingkungan hidup menjadi perhatian masyarakat yang semakin mendesak seiring dengan meningkatnya dampak negative pola konsumsi manusia yang cenderung tidak berkelanjutan. Salah satu bentuk pendekatan yang dinilai efektif untuk menekan keberlanjutan inilah yang kita kenal dengan konsumsi hijau (*green consumption*). Konsumsi hijau yakni perilaku konsumsi yang mempertimbangkan dampak lingkungan dari produk yang dikonsumsi, mulai dari produksi, distribusi, hingga pembuangannya. Konsumsi hijau tidak hanya mencerminkan kesadaran ekologis individu, tetapi juga menunjukkan adanya tanggung jawab sosial dalam bersama-sama menjaga keberlanjutan sumber daya alam yang telah kita miliki.

Penelitian mengenai konsumsi hijau penting untuk dilakukan karena pada kenyataannya, perubahan gaya hidup ramah lingkungan tidak dapat hanya mengandalkan kebijakan pemerintah atau kampanye formal semata. Perubahan gaya hidup ini dipengaruhi oleh kesadaran masyarakat, karena pada dasarnya meskipun pemerintah menghendaki adanya perubahan, namun apabila masyarakatnya sendiri kurang sadar maka tidak

akan tercapai. Perlu adanya pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana perilaku konsumsi hijau terbentuk dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Dalam penelitian ini, *Car Free Day* (CFD) menjadi salah satu ruang publik yang menarik untuk dikaji karena menggabungkan elemen sosial, ekonomi, dan lingkungan dalam satu aktivitas.

Ruang publik merupakan kunci utama dari kota yang tangguh, karena sebagian dari kemampuannya yaitu sebagai tujuan kesehatan (Lesser & Nienhuis dalam Adhiani & Kurniawati, 2021). Selain itu, kegiatan CFD di Simpang Lima Semarang ini menghadirkan interaksi langsung antara masyarakat sebagai konsumen dan pedagang sebagai penyedia barang, yang menjadi arena potensial untuk diamati praktik konsumsi hijau secara nyata. CFD juga biasanya dikaitkan dengan gaya hidup sehat dan berkelanjutan (Adhiani & Kurniawati, 2021), sehingga menjadi bahasan yang menarik antara idealisme konsumsi hijau dan praktik konsumsi aktual yang terjadi di ruang publik. Pemilihan lokasi Simpang Lima Semarang dalam penelitian ini bukan tanpa alasan. Kawasan ini merupakan ikon pusat kota yang menjadi titik kumpul utama warga Semarang dalam kegiatan CFD. Dengan tingginya intensitas aktivitas masyarakat, keberagaman latar

belakang pengunjung, serta jumlah pedagang yang cukup banyak, Simpang Lima menyediakan konteks representatif untuk melihat sejauh mana nilai-nilai konsumsi hijau telah dipraktikkan dalam ruang publik terbuka karena menurut Nugroho (2014) kawasan Simpang Lima merupakan *landmark* kota Semarang sekaligus merupakan ruang publik terbuka yang paling populer diakses bagi warga kota Semarang dari seluruh golongan. Rahmasari et al. (2023) menyatakan bahwa wisatawan yang berkunjung di Kota Semarang semakin bertambah setiap tahunnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagai kawasan urban yang berkembang, menjadikan kawasan Semarang memiliki tantangan tersendiri dalam mendorong perilaku berkelanjutan di tengah pertumbuhan ekonomi dan budaya konsumtif masyarakat perkotaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis praktik perilaku konsumsi hijau yang terjadi dalam kegiatan *Car Free Day* (CFD) di Simpang Lima Semarang. Penelitian ini mengidentifikasi bentuk-bentuk perilaku konsumsi hijau yang dilakukan oleh pengunjung dan pedagang selama kegiatan CFD, menggali faktor-faktor yang mendorong maupun menghambat masyarakat dalam menerapkan konsumsi hijau di ruang publik, menganalisis persepsi dan kesadaran masyarakat terhadap konsumsi hijau dalam konteks kegiatan sosial dan ekonomi informal, serta memberikan gambaran empiris mengenai dinamika konsumsi berkelanjutan dalam ruang sosial terbuka seperti CFD Simpang Lima Semarang.

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian Ekonomi Sumber Daya dan Lingkungan, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumsi hijau dalam konteks sosial perkotaan. Hasil penelitian ini dapat menjadi landasan untuk studi-studi selanjutnya mengenai konsumsi berkelanjutan di ruang publik. Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi, masukan maupun wawasan bagi masyarakat umum ataupun pemerintah daerah mengenai pentingnya praktik konsumsi hijau dalam kehidupan sehari-hari, terutama saat berada di ruang terbuka bersama. Selain itu, diharapkan agar penelitian ini mampu memberikan masukan bagi konsumen dan pedagang atau pelaku UMKM di lingkungan CFD untuk mempertimbangkan penggunaan kemasan produk yang lebih ramah lingkungan.

### **Konsumsi Hijau (*Green Consumption*)**

Konsumsi hijau adalah pola konsumsi yang mempertimbangkan aspek lingkungan, kesehatan, dan etika. Konsumsi hijau merujuk pada perilaku konsumsi yang mempertimbangkan dampak lingkungan dari produk dan jasa yang digunakan, mulai dari proses produksi, distribusi, konsumsi, hingga pembuangannya (Ottman, 2011). Maka dapat dikatakan bahwa konsumsi hijau ini erat kaitannya dengan perilaku yang dilakukan oleh konsumen hijau. Menurut Irawan & Vianney (2015) konsumen hijau didefinisikan sebagai individu yang menghindari konsumsi produk yang merusak lingkungan dengan memikirkan dampak lingkungan dan memilih untuk mengkonsumsi produk ramah lingkungan, daur ulang, atau yang diproduksi secara berkelanjutan.

Selain itu, menurut Utami (2020), *green consumer* adalah individu yang mengutamakan dampak lingkungan terlebih dahulu sebelum membeli dan mengonsumsi suatu produk. Menurut Peattie (2010), konsumen hijau cenderung peduli pada nilai ekologi, etika produksi, serta keberlanjutan sumber daya. Dalam konteks ekonomi sumber daya dan lingkungan, konsumsi hijau menjadi upaya individual dan kolektif untuk menekan laju eksploitasi sumber daya alam serta mengurangi jejak ekologis. Kemudian, setelah melakukan pengamatan pada observasi awal pada kegiatan *Car Free Day* (CFD) di Simpang Lima Semarang diperoleh bahwa bentuk konsumsi hijau dapat diamati dari perilaku, pemilihan produk, dan kebiasaan ramah lingkungan yang dilakukan oleh pengunjung maupun pedagang.

### **Ruang Publik sebagai Arena Sosial dan Ekonomi**

Habermas (1991), seorang filsuf asal Jerman, menyatakan bahwa ruang publik paling tepat digambarkan sebagai ruang di mana masyarakat dapat berinteraksi, berdiskusi, dan membentuk opini publik secara bebas dan rasional, tanpa tekanan atau dominasi. Ruang publik seperti taman kota, alun-alun, dan lokasi *Car Free Day* berfungsi sebagai tempat interaksi sosial, pertukaran ekonomi informal, serta ruang artikulasi budaya dan gaya hidup (Lefebvre, 1991). Dalam perspektif ekonomi lingkungan, ruang publik menjadi tempat yang relevan untuk mengamati perilaku konsumsi aktual masyarakat, karena interaksi di dalamnya terjadi secara spontan dan egaliter. Di ruang publik, terjadi pertemuan antara produsen kecil (pedagang kaki lima, UMKM) dan konsumen dalam skala mikro,

sehingga perilaku ekonomi seperti konsumsi bisa dianalisis secara lebih nyata dan kontekstual (Jacobs, 1961). Ruang ini juga memungkinkan munculnya praktik-praktik baru seperti konsumsi hijau melalui interaksi sosial atau pengaruh komunitas.

### Car Free Day sebagai Konteks Sosial-Ekologis

Car Free Day (CFD) atau Hari Bebas Kendaraan Bermotor (HBKB) merupakan sebuah kegiatan yang dimaksudkan untuk mengurangi sifat ketergantungan masyarakat akan kendaraan bermotor (Sucahyo et al., 2023). Kegiatan CFD sebagai konteks sosial ekologis direpresentasikan sebagai inisiatif kebijakan publik yang ditujukan untuk mengurangi polusi udara dan kebisingan dengan menutup akses kendaraan bermotor di ruas jalan tertentu pada waktu tertentu. Kegiatan ini juga berkembang menjadi ruang sosial untuk aktivitas olahraga, kuliner, edukasi, dan jual beli produk lokal. Menurut studi oleh Nugroho & Santoso (2021), CFD tidak hanya menjadi ruang bebas kendaraan, tetapi juga sarana untuk mendorong gaya hidup sehat dan ramah lingkungan. Dalam kegiatan CFD, terdapat potensi besar untuk mengamati adopsi nilai-nilai konsumsi hijau secara langsung, baik oleh konsumen (pengunjung) maupun produsen informal (pedagang). Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk memahami praktik konsumsi hijau dalam kehidupan nyata, khususnya di ruang sosial seperti CFD Simpang Lima, dengan menggunakan pendekatan observasi partisipatif dan wawancara. Sehingga hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata tentang dinamika kesadaran ekologis masyarakat serta tantangan yang dihadapi dalam mewujudkan konsumsi berkelanjutan di ruang publik.

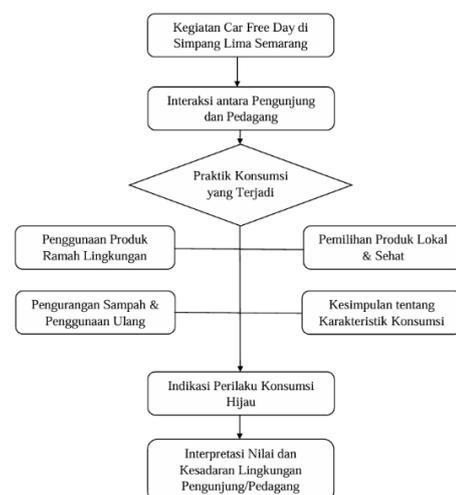
## 2 Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis studi kasus partisipatif. Pendekatan ini cocok digunakan ketika peneliti ingin memahami praktik sosial dan perilaku dalam setting nyata, terutama yang berkaitan dengan nilai, kebiasaan, dan persepsi individu dalam komunitas (Creswell, 2015; Yin, 2014). Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai bentuk dan makna perilaku konsumsi hijau dalam kegiatan Car Free Day (CFD) yang berlangsung di ruang publik terbuka. Peneliti terlibat secara langsung dalam aktivitas CFD untuk mengamati serta menggali pengalaman dari subjek penelitian.

Penelitian ini dilakukan di kawasan Simpang Lima Semarang, salah satu titik sentral

pelaksanaan CFD rutin diselenggarakan setiap hari Minggu pagi. Lokasi ini dipilih karena memiliki aktivitas sosial-ekonomi yang padat dan beragam, sehingga relevan untuk mengamati berbagai praktik konsumsi masyarakat. Waktu pelaksanaan penelitian direncanakan selama bulan Maret-April 2025, secara bertahap dalam 4 kali kunjungan dengan durasi 2-3 jam per kunjungan.

Subjek dalam penelitian ini terdiri atas pengunjung CFD, baik individu, keluarga, maupun komunitas, serta pedagang kaki lima atau pelaku UMKM yang berjualan selama kegiatan CFD. Pemilihan informan dilakukan secara *purposive sampling*, dimana peneliti mempertimbangkan keterlibatan aktif mereka dalam aktivitas CFD serta keterkaitannya dengan praktik konsumsi (sebagai pelaku konsumsi atau produsen barang/jasa). Data dikumpulkan melalui beberapa teknik yakni observasi partisipatif menggunakan lembar observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi visual (berupa foto dan audio wawancara). Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri, dilengkapi dengan alat bantu seperti lembar observasi perilaku konsumsi hijau, panduan wawancara (skrip pertanyaan terbuka), dan alat dokumentasi. Indikator observasi yang digunakan berpacu pada indikator perilaku hijau menurut Si dalam Li (2020) yang meliputi konsumsi ekonomi, konsumsi bersih, konsumsi aman, dan konsumsi berkelanjutan. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif, dengan tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, kemudian penarikan kesimpulan (Miles & Huberman dalam Sugiyono, 2020). Untuk meningkatkan keabsahan data, peneliti melakukan triangulasi sumber (observasi, wawancara, dan dokumentasi) serta refleksi partisipatif (pencatatan pengalaman peneliti selama proses lapangan).



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

Sumber: data yang diolah, 2025

### 3 Hasil dan Diskusi

#### Gambaran Umum Kegiatan Car Free Day di Simpang Lima Semarang

Simpang Lima Semarang merupakan sebuah titik persimpangan lima jalan besar yang menjadi pusat keramaian kota Semarang. Persimpangan ini merupakan pertemuan dari lima jalan utama yang menyatu, yakni Jalan Pahlawan, Jalan Ahmad Yani, Jalan Pandanaran, Jalan Gajahmada dan Jalan K.H. Ahmad Dahlan. Secara administrative, Simpang Lima Semarang terletak di perbatasan antara Kecamatan Semarang Selatan (Kelurahan Pelebunan dan Mugassari) dan Semarang Tengah (Kelurahan Pekunden dan Karangkidul).

Pada persimpangan kelima jalan besar ini, di tengahnya berdiri Lapangan Pancasila, sebuah ruang terbuka yang pada hari Minggu pagi diubah fungsinya menjadi kawasan bebas kendaraan bermotor dalam kegiatan *Car Free Day* (CFD). Tempat ini menjadi tempat yang diperuntukkan masyarakat untuk berjalan kaki dan bersepeda atau kegiatan berolahraga lainnya. Kegiatan ini memberikan ruang kepada masyarakat untuk berolahraga, bersosialisasi, sekaligus mengakses berbagai kegiatan ekonomi informal seperti berjualan makanan, pakaian, dan barang-barang rumah tangga. Menurut Pradani et al. (2024) CFD sendiri merupakan salah satu program pemerintah yang telah banyak diterapkan di dunia.

Kegiatan CFD di Simpang Lima dimulai sejak pagi hari, dan biasanya diikuti oleh ribuan warga. Pengamatan lapangan yang dilakukan pada tanggal 23 Maret, 30 Maret, 6 April, dan 13 April 2025 menunjukkan bahwa pengunjung dan pedagang yang hadir berasal dari berbagai latar belakang, meskipun mayoritas merupakan warga lokal Semarang. Kegiatan *Car Free Day* di Simpang Lima ini tidak hanya menarik perhatian masyarakat lokal saja, nyatanya banyak juga terdapat pengunjung yang berasal dari luar kota yang datang untuk menikmati kegiatan ini pada setiap hari Minggu pagi. CFD tidak hanya digunakan untuk kegiatan fisik seperti jalan santai atau senam massal, tetapi juga sebagai ajang edukasi informal, salah satunya dalam praktik konsumsi hijau.

Simpang Lima yang dikelilingi hotel, masjid besar, pusat perbelanjaan, dan deretan warung kaki lima, menjadi lokasi yang sangat strategis sebagai pusat interaksi sosial-ekonomi. Sejarah mencatat bahwa kawasan ini ditetapkan sebagai pusat keramaian kota Semarang atas usulan

Presiden Ir. Soekarno, dan Lapangan Pancasila resmi dibangun pada tahun 1969. Kini, lapangan ini telah menjadi landmark kota Semarang yang identik dengan aktivitas publik dan budaya urban (Prasetyo, 2017). Berdasarkan hasil observasi, pengunjung CFD berasal dari berbagai kalangan, mayoritas merupakan warga lokal yang datang untuk berolahraga, mengikuti senam massal, atau sekadar bersosialisasi. Tidak sedikit juga pengunjung dari luar kota yang tertarik untuk menikmati suasana CFD. Sementara itu, pedagang yang mengisi area CFD sebagian besar menjual makanan, minuman, dan aksesoris, termasuk juga yang menawarkan produk lokal dan ramah lingkungan.

Mulai pukul 06.00-09.00 WIB setiap hari Minggu, kegiatan *Car Free Day* di Simpang Lima Semarang ini telah ramai pengunjung dan pedagang yang datang untuk berpartisipasi dalam kegiatan CFD ini (Reza et al., 2019). Beberapa tahun lalu telah diberlakukannya zona larangan pedagang kaki lima (PKL) yang berjualan pada kawasan Simpang Lima, khususnya pada sekitaran Lapangan Pancasila, Jalan Pahlawan, dan Jalan Imam Bonjol, dimana kawasan tersebut dianggap harus steril untuk menjaga keindahan, kebersihan dan ketertiban kota khususnya saat kegiatan CFD. Akan tetapi, adapun pilihan alternatif dari pemerintah bagi pelaku UMKM pada kegiatan *Car Free Day* ini yakni telah disediakan tempat seperti shelter pinggiran Simpang Lima yang tepi jalan atau depan Taman Indonesia Kaya.

Berikut merupakan tabel yang menunjukkan daftar pengunjung dan pedagang pada kegiatan *Car Free Day* di Simpang Lima Semarang.

**Table 1.** Data Informan yang diamati dan diwawancara

Kategori	Jumlah	Ket. Singkat
Pedagang yang diamati	70	16% menggunakan kemasan <i>eco-friendly</i> ; 28% produk lokal/organik; 10% menyediakan tempat sampah, sedangkan sisanya belum (46%)
Pengunjung yang diamati	143	53% membawa tumbler; 11% membawa tas belanja kain, sedangkan sisanya belum (36%)
Pedagang yang diwawancara	8 (11%)	3 menggunakan kemasan <i>eco-friendly</i> ; 2 produk lokal/organik; 2

		menyediakan tempat sampah
Pengunjung yang bersedia diwawancara	16 (11%)	9 membawa tumbler; 4 membawa tas belanja kain/daur ulang

Sumber: data yang diolah, 2025

Tabel 1. menunjukkan keragaman profil pengunjung dan pedagang menunjukkan bahwa CFD menjadi ajang inklusif yang melibatkan berbagai lapisan masyarakat, baik dari dalam maupun luar kota. Observasi terhadap 143 pengunjung dan 70 pedagang menunjukkan bahwa kegiatan ini tidak hanya bersifat rekreasional tetapi juga menjadi medium aktivitas ekonomi informal yang kuat. Selain itu, data menunjukkan adanya indikasi praktik konsumsi hijau di kalangan pengunjung dan pedagang, walaupun dalam tingkat yang masih beragam. Tingginya penggunaan tumbler dan adanya pedagang yang sadar terhadap penggunaan kemasan ramah lingkungan menjadi titik awal yang baik untuk mendorong transformasi konsumsi yang lebih berkelanjutan.

Dari perspektif lingkungan, keberadaan sebagian pedagang yang mulai menerapkan kemasan ramah lingkungan serta pengunjung yang membawa botol minum dan tas daur ulang mengindikasikan munculnya kesadaran terhadap praktik konsumsi hijau, meskipun masih bersifat parsial dan belum merata. Aktivitas sosial dan ekonomi yang terjadi di ruang terbuka ini, secara tidak langsung menciptakan peluang untuk menginternalisasi nilai-nilai keberlanjutan di tengah masyarakat urban.

Selain itu, situasi sosial selama CFD menggambarkan interaksi masyarakat yang sangat hidup, penuh dengan ragam aktivitas yang tidak hanya bersifat hiburan, namun juga transaksional. Dalam kondisi seperti ini, praktik konsumsi menjadi hal yang tak terelakkan. Maka, kawasan CFD menjadi lokasi yang sangat tepat untuk mengamati dan meneliti praktik perilaku konsumsi hijau, yaitu pola konsumsi yang mempertimbangkan keberlanjutan lingkungan dan etika sosial.

### **Praktik Konsumsi Hijau yang Muncul di Car Free Day**

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara mendalam, ditemukan sejumlah praktik konsumsi hijau yang mulai diterapkan oleh pengunjung maupun pedagang dalam kegiatan Car Free Day (CFD) di Simpang Lima Semarang.

Praktik ini mencerminkan adanya kesadaran dan respons terhadap isu lingkungan dalam konteks konsumsi sehari-hari di ruang publik.

Dari total 70 pedagang yang diamati, terdapat 11 pedagang yang menyediakan kemasan ramah lingkungan, seperti menggunakan wadah daun pisang, kertas minyak, atau piring rotan, untuk menggantikan kemasan plastik sekali pakai. Sebanyak 20 pedagang juga menjual produk lokal atau organik, seperti minuman jamu tradisional, makanan tanpa pengawet, dan produk buatan UMKM lokal. Namun, hanya 7 pedagang yang menyediakan fasilitas tempat sampah sendiri di lapaknya.

Salah satu pedagang yang diwawancarai menyatakan:

*"Saya memang sengaja pakai daun pisang untuk bungkus makanan, karena selain lebih alami, juga lebih murah dan cepat terurai. Memang belum semua pembeli sadar, tapi ada yang justru senang karena tidak pakai plastik."*

(Pedagang Nasi Pecel, 6 April 2025)

Di sisi pengunjung, dari 143 orang yang diamati, ditemukan bahwa 76 orang membawa botol minum atau tumbler sendiri, dan 16 pengunjung membawa tas belanja berbahan kain. Hal ini menunjukkan adanya inisiatif individual untuk mengurangi konsumsi plastik dan mempraktikkan gaya hidup lebih berkelanjutan.

Salah satu pengunjung juga mengungkapkan:

*"Saya bawa tumbler karena sudah terbiasa. Di kantor juga begitu. Selain hemat, ya sekalian mengurangi sampah plastik lah..."*

(Pengunjung CFD, 13 April 2025)

Temuan ini sejalan dengan konsep *green consumer behavior* menurut Ottman (2011), yaitu perilaku individu yang mempertimbangkan dampak lingkungannya saat membeli, menggunakan, dan membuang produk. Selain itu, Peattie (2004) juga menegaskan bahwa konsumsi hijau mencakup kesadaran akan sumber produk, cara produksinya, serta dampak limbahnya terhadap lingkungan.

Namun, masih banyak pedagang yang menggunakan kemasan plastik sekali pakai dan belum menyediakan fasilitas pemilahan sampah, serta pengunjung yang belum sadar akan pentingnya membawa alat makan dan wadah sendiri. Beberapa pedagang mengaku belum beralih karena keterbatasan biaya dan belum ada insentif dari pihak pengelola CFD. Hal ini menunjukkan bahwa praktik konsumsi hijau masih

bersifat sporadis dan perlu pendekatan sistemik dari sisi kebijakan maupun edukasi masyarakat.

Secara keseluruhan, praktik konsumsi hijau di CFD Simpang Lima Semarang telah mulai terlihat, meskipun belum menjadi budaya dominan. Lingkungan CFD sebagai ruang terbuka dan interaksi lintas kelompok sosial menjadi potensi besar untuk menumbuhkan budaya konsumsi hijau melalui edukasi publik dan penguatan komunitas ramah lingkungan.

### **Faktor Pendorong dan Penghambat Perilaku Konsumsi Hijau**

Berdasarkan data hasil observasi dan wawancara mendalam, ditemukan bahwa perilaku konsumsi hijau yang muncul dalam kegiatan *Car Free Day* di Simpang Lima Semarang dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang mendorong maupun yang menghambat. Menurut Lina & Rosyid (1997) faktor-faktor tersebut dapat dianalisis dari aspek internal individu (seperti kesadaran dan pengetahuan) serta dari aspek eksternal (seperti ketersediaan sarana dan dukungan lingkungan sosial).

#### **A. Faktor Pendorong**

##### **1. Kesadaran Lingkungan dan Kebiasaan Individu**

Banyak pengunjung yang membawa tumbler atau tas belanja kain karena telah terbiasa dalam kehidupan sehari-hari. Wawancara menunjukkan bahwa kebiasaan ini terbentuk dari nilai pribadi yang menghargai lingkungan hidup:

*"Kalau minum ya dari tumbler sendiri, dari rumah udah biasa bawa tumbler pakai paper bag atau tas belanja kain, karena juga kadang ada pedagang yang gak sedia plastik juga kan. Saya juga ajarkan anak-anak seperti itu."*

(Pengunjung, 6 April 2025)

Banyak pengunjung secara sadar membawa tumbler untuk mengurangi konsumsi plastik sekali pakai. Sebanyak 76 dari 143 pengunjung yang diamati membawa botol minum sendiri. Selain itu, sebanyak 16 orang terlihat menggunakan tas belanja kain/daur ulang, yang menunjukkan adanya kesadaran terhadap pengurangan sampah plastik dari kantong belanja sekali pakai seperti yang dilakukan Bu Hera selaku pengunjung. Hal ini mencerminkan pendapat James dalam Muaddab (2015) yang menyatakan bahwa perilaku konsumsi hijau dapat berupa upaya hemat energi dan menghindari membeli produk dengan kemasan tidak ramah lingkungan.

##### **2. Aksesibilitas Produk Ramah Lingkungan**

Beberapa pedagang menyediakan alternatif kemasan ramah lingkungan seperti daun pisang atau kertas minyak. Hal ini memungkinkan pengunjung memilih opsi konsumsi yang lebih bertanggung jawab secara lingkungan.

Ditemukan pula sejumlah pedagang yang berjualan sayur-sayuran segar, buah-buahan lokal, dan produk olahan seperti ikan tongkol panggang, yang semuanya merupakan produk lokal atau organik. Dari hasil observasi terhadap 70 pedagang, 20 di antaranya menyediakan produk lokal/organik, baik berupa hasil pertanian maupun olahan rumahan. Konsumsi terhadap produk lokal secara tidak langsung mendukung keberlanjutan lingkungan karena mengurangi jejak karbon dari distribusi logistik.

Selain itu, beberapa pedagang secara mandiri menyediakan tempat sampah di lapak mereka, terpisah dari tempat sampah umum. Dari observasi ditemukan 7 pedagang yang menyediakan tempat sampah sendiri, dan hasil wawancara menunjukkan bahwa 2 dari 8 pedagang yang diwawancarai menyediakan tempat sampah tambahan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar.

##### **3. Pengaruh Sosial dan Komunitas**

Senam dan aktivitas komunitas di CFD turut mendorong gaya hidup sehat dan ramah lingkungan. Interaksi sosial positif antar pengunjung juga menciptakan lingkungan sosial yang mendukung perilaku hijau. Hal ini sejalan dengan pendapat Pradani et al. (2024) yang menyatakan bahwa penyelenggara CFD memiliki peran penting dalam mengelola dan mengatur jalannya kegiatan serta partisipasi ketertiban UMKM.

##### **4. Lingkungan CFD yang Mendukung Interaksi Terbuka**

Ruang terbuka seperti Lapangan Pancasila memberi peluang lebih luas untuk edukasi dan kampanye lingkungan, karena sifatnya publik dan partisipatif.

#### **B. Faktor Penghambat**

##### **1. Kurangnya Edukasi dan Informasi**

Beberapa pengunjung dan pedagang mengaku tidak memahami secara mendalam apa itu konsumsi hijau dan manfaatnya. Tidak semua sadar bahwa kemasan plastik berdampak jangka panjang terhadap lingkungan. Wawancara pada pedagang penjual buah yang menyediakan produk organik namun dengan kemasan plastik:

*"Bingung juga sih kak kalau mau nyediain produk buah gini pake kemasan ramah"*

lingkungan, udah mahal, susah juga gatau belinya dimana."

(Pedagang Buah "Anisa Fruits", 6 April 2025)

## 2. Ketersediaan dan Biaya Sarana Ramah Lingkungan

Pedagang mengeluhkan harga kemasan ramah lingkungan yang lebih mahal dibanding plastik, dan kurangnya insentif:

"Kalau pakai kertas atau daun pisang itu lebih mahal, kadang juga susah nyarinya. Kalau plastik tinggal beli."

(Pedagang Telur Gulung, 13 April 2025)

## 3. Kurangnya Sarana Pendukung

Fasilitas seperti tempat sampah terpilah, tempat pengisian ulang air minum, atau papan informasi mengenai konsumsi hijau belum tersedia secara merata di lokasi CFD. Dari hasil observasi, akses tempat sampah umum masih sulit ditemukan, meskipun ada namun jaraknya jauh satu dengan yang lainnya. Selain itu, di lokasi CFD, tempat sampah umum belum banyak tersedia, terutama yang memiliki sistem pemilahan organik-anorganik. Tidak ada titik pengisian ulang air minum atau kampanye visual mengenai edukasi konsumsi hijau di sekitar lapangan.

Dengan memahami faktor-faktor di atas, maka dapat dipetakan bahwa keberhasilan implementasi konsumsi hijau di CFD Simpang Lima Semarang sangat bergantung pada sinergi antara kesadaran individu, dukungan sosial, dan kebijakan yang mendorong perilaku berkelanjutan. Bagian ini menjadi dasar penting untuk meninjau langkah-langkah strategis yang perlu dikembangkan agar praktik konsumsi hijau dapat lebih menyebar luas dan menjadi budaya kolektif.

## Persepsi dan Kesadaran Masyarakat Terhadap Konsumsi Hijau

Persepsi masyarakat terhadap konsumsi hijau dapat ditelusuri dari dua sisi, yakni dari pihak pengunjung dan pedagang. Persepsi ini tidak hanya dibentuk oleh pengetahuan, tetapi juga pengalaman langsung, nilai-nilai sosial, serta keterpaparan terhadap praktik konsumsi berkelanjutan di ruang publik.

### 1. Persepsi Pengunjung

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 16 pengunjung, mayoritas menunjukkan sikap positif terhadap konsumsi hijau. Mereka mengaitkan praktik membawa tumbler, membawa tas kain,

hingga memilih produk lokal sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan.

Beberapa kutipan yang mencerminkan persepsi positif tersebut adalah:

"Kalau bawa tumbler sendiri rasanya lebih praktis dan ramah lingkungan, apalagi habis senam. Sudah jadi kebiasaan tiap minggu CFD."

(Pengunjung, 6 April 2025)

"Saya lebih senang belanja ke penjual yang pakai kemasan kertas atau daun. Rasanya lebih nyaman dan tidak bikin banyak sampah."

(Pengunjung, 13 April 2025)

Sebagian besar pengunjung menganggap bahwa konsumsi hijau bukan hanya tren, tetapi juga bentuk kontribusi pribadi terhadap pengurangan sampah dan pencemaran lingkungan. Ini menunjukkan bahwa kesadaran dan persepsi masyarakat kota Semarang terhadap keberlanjutan mulai terbentuk secara kultural dan sosial.

Namun demikian, tidak semua pengunjung memiliki pemahaman yang mendalam. Ada juga yang melakukannya karena ikut-ikutan atau melihat orang lain:

"Saya bawa tumbler karena teman-teman saya juga bawa. Jadi sekalian ikut aja, lagian air di rumah juga lebih sehat."

(Pengunjung, 13 April 2025)

Ini mengindikasikan bahwa norma sosial juga berpengaruh dalam pembentukan persepsi terhadap konsumsi hijau, dan bahwa pendekatan berbasis komunitas bisa sangat efektif untuk memperluas praktik ini. Selain itu, memang masih banyak juga pengunjung yang belum memulai praktik konsumsi hijau karena tidak mengetahui maknanya dan belum tertarik untuk menerapkannya.

### 2. Persepsi Pedagang

Dari wawancara terhadap 8 pedagang, diperoleh variasi persepsi terhadap praktik konsumsi hijau. Sebagian pedagang menyadari pentingnya peran mereka dalam menjaga lingkungan dan menyatakan bahwa mereka bersedia mendukung gerakan hijau, meskipun dihadapkan pada kendala biaya dan akses terhadap bahan kemasan yang ramah lingkungan.

"Kalau saya bisa, pasti mau pakai bahan ramah lingkungan terus. Tapi belum semua pembeli menghargai, dan kadang kemasan ramah itu lebih mahal."

(Pedagang Sate Semarang, 6 April 2025)



**Gambar 2.** Pedagang Ikan Lokal, 2025

*"Saya sekarang jualan ikan tongkol panggang lokal, nggak perlu kemasan plastik, pakai Koran bekas bungkusnya. Lebih sehat dan hemat juga."*

(Pedagang Ikan Lokal, 13 April 2025)

Namun ada pula pedagang yang masih menganggap konsumsi hijau belum relevan dengan usahanya, karena dianggap sebagai gaya hidup menengah ke atas yang sulit dijangkau secara ekonomi oleh pelaku usaha kecil. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi pedagang terhadap konsumsi hijau dipengaruhi oleh konteks ekonomi dan tekanan pasar, yang menuntut efisiensi dan biaya rendah dalam operasional usaha.

Dari persepsi keduanya, yakni pengunjung dan pedagang, terdapat pengakuan akan kurangnya edukasi langsung atau sosialisasi dari pihak penyelenggara CFD maupun pemerintah kota mengenai konsumsi hijau. Hampir semua responden tidak pernah mengikuti kegiatan edukatif mengenai konsumsi ramah lingkungan di area CFD.

Pada dasarnya, persepsi masyarakat terhadap konsumsi hijau dalam kegiatan Car Free Day Simpang Lima Semarang cenderung positif namun belum merata. Di satu sisi, terdapat pengunjung dan pedagang yang sadar akan pentingnya konsumsi ramah lingkungan dan mulai menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Di sisi lain, masih ada keterbatasan pemahaman dan dukungan struktural yang menyebabkan praktik konsumsi hijau belum sepenuhnya terinternalisasi sebagai budaya bersama. Oleh karena itu, pendekatan kolektif berbasis komunitas, sosialisasi langsung, serta insentif terhadap pelaku usaha kecil menjadi kunci strategis untuk memperkuat persepsi dan implementasi konsumsi hijau di ruang publik.

## Nilai-nilai Konsumsi Hijau dalam Interaksi Sosial di Car Free Day

Car Free Day (CFD) di Simpang Lima Semarang bukan hanya menjadi ruang olahraga dan rekreasi, namun juga menjadi ruang interaksi sosial dan kegiatan ekonomi yang sarat nilai-nilai ekologis dan budaya konsumsi. Dalam konteks ini, praktik konsumsi hijau memainkan peran penting dalam membentuk karakter sosial dan ekonomi masyarakat kota. CFD menjadi arena pertemuan berbagai lapisan masyarakat mulai dari warga lokal, wisatawan domestik, komunitas olahraga, keluarga, hingga pelaku UMKM. Interaksi di ruang ini menciptakan pembelajaran sosial secara tidak langsung mengenai gaya hidup berkelanjutan.

Misalnya, pengunjung yang membawa tumbler atau tas kain secara tidak langsung mempengaruhi orang lain di sekitarnya. Dalam istilah Bandura (1997), ini merupakan proses *observational learning*, yakni belajar dari perilaku orang lain yang dianggap patut ditiru.

*"Saya juga lihat banyak orang bawa tumbler, jadi merasa nggak enak kalau beli air minum pakai botol plastik."*

(Pengunjung, 13 April 2025)

Nilai konsumsi hijau dalam interaksi sosial ini juga tercermin dalam dukungan moral terhadap pedagang yang menerapkan prinsip ramah lingkungan. Pengunjung cenderung lebih simpatik terhadap pedagang yang menggunakan kemasan eco-friendly atau menjual produk lokal:

*"Saya juga biasanya beli ke penjual yang pakai bungkus kertas atau daun. Rasanya lebih peduli sama lingkungan."*

(Pengunjung, 6 April 2025)

Dengan demikian, konsumsi hijau di CFD menciptakan jaringan nilai sosial yang tidak hanya mempererat hubungan antar individu, tetapi juga membentuk norma baru tentang konsumsi bertanggung jawab. Selain itu, apabila dilihat dari sisi ekonomi, nilai konsumsi hijau terlihat pada keberadaan produk lokal, bahan organik, dan kemasan ramah lingkungan yang ditawarkan oleh sejumlah pedagang. Hal ini menunjukkan adanya transformasi kecil namun bermakna dalam cara pedagang memahami kebutuhan pasar yang semakin sadar lingkungan.

Contoh nyata adalah pedagang yang menjual ikan tongkol panggang tanpa kemasan plastik, atau pedagang nasi pecel dan sate ayam yang disajikan dalam wadah ramah lingkungan:

"Saya jualan ikan panggang dari hasil tangkapan nelayan dekat rumah, dan biasanya pembeli saya bungkus dengan Koran bekas yang masih bersih."

(Pedagang Ikan Lokal, 13 April 2025)

Nilai ekonomi dari konsumsi hijau juga terlihat dalam daya tarik diferensiasi produk. Pedagang yang menggunakan pendekatan hijau cenderung mendapat perhatian lebih, meskipun harga mungkin sedikit lebih tinggi. Ini mengindikasikan bahwa konsumen mulai menghargai nilai bukan hanya dari sisi harga, tetapi juga proses dan dampak sosial-lingkungannya.

Namun, nilai ekonomi konsumsi hijau ini belum sepenuhnya dapat dimaksimalkan karena beberapa pedagang menyebutkan keterbatasan biaya, akses ke bahan ramah lingkungan, dan kurangnya pelatihan. Interaksi sosial dan ekonomi yang terjadi dalam konteks konsumsi hijau di CFD berpotensi membentuk ekosistem hijau yang berkelanjutan. Jika dikelola secara konsisten, CFD dapat menjadi model ruang publik yang mengintegrasikan kesadaran lingkungan, inklusivitas sosial, serta pemberdayaan ekonomi lokal. Artinya, praktik konsumsi hijau tidak hanya menghasilkan nilai simbolik, tetapi juga memiliki potensi nilai praktis dan struktural yang bisa dijadikan basis kebijakan kota berkelanjutan (*green city framework*).

Dengan demikian, nilai konsumsi hijau dalam kegiatan *Car Free Day* di Simpang Lima tidak berdiri sendiri, melainkan terjalin dalam dinamika sosial dan ekonomi masyarakat. Interaksi antara pengunjung dan pedagang menjadi wadah pertukaran nilai-nilai ekologis dan budaya konsumsi berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi hijau bukan sekadar pilihan pribadi, melainkan bagian dari proses kolektif yang dapat memperkuat kesadaran lingkungan sekaligus mendukung perekonomian lokal yang lebih bertanggung jawab.

## 4 Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi partisipatif terhadap 70 pedagang dan 143 pengunjung serta wawancara mendalam dengan 8 pedagang dan 16 pengunjung di *Car Free Day* (CFD) Simpang Lima Semarang, dapat diketahui bahwa praktik konsumsi hijau ditunjukkan melalui keterlibatan pengunjung yang membawa tumbler dan tas belanja kain membuktikan tumbuhnya kesadaran akan pentingnya mengurangi limbah plastik dalam aktivitas sehari-hari. Sementara itu, sebagian pedagang mulai menerapkan pendekatan ramah lingkungan, seperti penggunaan kemasan *eco-*

*friendly*, penyediaan produk lokal dan organik, serta inisiatif menyediakan tempat sampah di lapak mereka. Interaksi antara pedagang dan pengunjung di CFD tidak hanya berlangsung secara transaksional, namun juga menyiratkan pertukaran nilai dan kesadaran sosial. Perilaku konsumsi hijau menjadi bagian dari pembelajaran sosial yang diserap dengan mekanisme *learning-by-doing*, dimana hal ini dapat menciptakan norma baru dalam ruang publik yang berorientasi pada keberlanjutan. Nilai konsumsi hijau tidak hanya memiliki implikasi terhadap pelestarian lingkungan, tetapi juga mendukung pemberdayaan ekonomi lokal dan penguatan identitas kota yang ramah lingkungan. Hal ini menegaskan bahwa kegiatan publik seperti CFD dapat menjadi media edukasi nonformal yang efektif dalam mendorong gaya hidup berkelanjutan di masyarakat urban. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pemerintah kota Semarang bersama komunitas masyarakat dan pelaku usaha mengembangkan kebijakan yang mendukung praktik konsumsi hijau secara konkret di ruang publik seperti *Car Free Day*, melalui penyediaan fasilitas daur ulang, edukasi lingkungan terpadu, serta insentif bagi pedagang yang menerapkan prinsip ramah lingkungan. Studi ini berkontribusi pada kajian konsumsi berkelanjutan dan tata kelola ruang publik, maka peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah studi serta mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif guna mendapatkan pemetaan lebih utuh mengenai pola, dampak, dan transformasi sosial dari perilaku konsumsi hijau di ruang terbuka di kota.

## 5 Referensi

- Adhiani, N., & Kurniawati, W. (2021). Pola Perilaku Pesepeda Di Ruang Publik Pusat Kota Semarang Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Arsitektur Zonasi*, 4(3), 2021. <https://doi.org/doi.org/10.17509/jaz.v4i3.38509>
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy - The Exercise of Control*. W.H Freeman and Company.
- Creswell, J. W. (2015). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Habermas, J. (1991). The Structural Transformation of the Public Sphere. In *an Inquiry Into a Category of Bourgeois Society* (1st ed., Vol. 68). The MIT Press.
- Irawan, A., & Vianney B., A. (2015). Pengaruh Green Practice Terhadap Green Consumer Behavior Di the Kemangi Restaurant, Hotel Santika Pandegiling Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(2), 86–101.

- <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/3482>
- Jacobs, J. (1961). *The Peculiar Nature of Cities*. Vintage Books a Division of Random House, Inc. New York, 1–23.
- Lefebvre, H. (1991). The Production of Space. In *Blackwell* (Vol. 53, Issue 3). <https://doi.org/10.2307/378107>
- Li, M. (2020). Review of Consumers' Green Consumption Behavior. *American Journal of Industrial and Business Management*, 10(03), 585–599. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2020.103039>
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus of Control Pada Remaja Putri. *Psikologika*, 2(4), 5–13. [journal.uui.ac.id](http://journal.uui.ac.id)
- Muaddab, H. (2015). Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumsi Hijau Pada Siswa Smk Negeri Se- Kabupaten Jombang. *Edusentris*, 2(2), 126. <https://doi.org/10.17509/edusentris.v2i2.166>
- Nugroho, A., & Santoso, B. (2021). Car Free Day sebagai Ruang Sosial dan Ekologis: Studi Kasus di Kota Yogyakarta. *Jurnal Perkotaan Dan Lingkungan*, 9(2), 123–135.
- Nugroho, W. (2014). Eksperimentasi Pendekatan Medium Video Sebagai Model Untuk Membangun Branding Kota Melalui Lanskap Simpang Lima Semarang. *Jurnal Penelitian Seni Budaya*, 6(1), 64–70.
- Ottman, J. A. (2011). *The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding*. Greenleaf Publishing.
- Peattie, K. (2004). Towards Sustainability: The Third Age of Green Marketing. *The Marketing Review*, 2(2), 129–146. <https://doi.org/10.1362/1469347012569869>
- Peattie, K. (2010). *Green consumption: Behavior and norms* (E. Elgar (ed.); In M. R. R). The International Handbook of Environmental Sociology.
- Pradani, R. F. E., Putri, S. E. A., Safitri, I. N., & Wulandari, E. S. (2024). Analisis Konsumsi Hijau pada Kegiatan Car Free Day dalam Menciptakan Ekonomi Hijau di Alun-Alun Kota Kraksaan. *Jurnal Trilogi: Ilmu Teknologi, Kesehatan, Dan Humaniora*, 5(4), 566–573. <https://doi.org/10.33650/trilogi.v5i4.9594>
- Prasetyo, H. (2017). Ruang Publik dan Identitas Kota: Studi Tentang Simpang Lima Semarang. *Jurnal Tata Ruang Dan Perencanaan Kota*.
- Rahmasari, E. A., Setiawan, A., & Yanuarsari, D. H. (2023). Desain Landmark Signage Kota Semarang Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Penguatan City Branding. *Jurnal Tanra Desain Komunikasi Visual*, 10(2), 175–186. <https://ojs.unm.ac.id/tanra/>
- Reza, K. ali, Kusumawardhana, B., & Kresnapati, P. (2019). Analisis Motivasi Masyarakat Terhadap Olahraga Rekreasi Dalam Kegiatan Car Free Day di Simpang Lima Kota Semarang. *Conference.Upgris.Ac.Id*, 27–32. <http://conference.upgris.ac.id/index.php/sn/article/view/529>
- Sucahyo, I., Hidayatullah, M. R., Amrullah, M. J., Karimah, Z., Musthofa, A., & Aisyah, S. (2023). Upaya Pemerintah dalam mengembangkan UMKM melalui Program Car Free Day DI Kota Kraksaan. *Dialektika : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 8(1), 99–111. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v8i1.2088>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif* (Suryandari & S. Yustiani (eds.); ed. 3, cet.). ALFABETA.
- Utami, K. S. (2020). Green Consumers Behavior: Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 209. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.499>
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research Design and Methods* (5th ed.). SAGE Publications. <https://doi.org/10.3138/CJPE.BR-240>