

<b>BAB IV</b>	<b>PEMBAHASAN STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PT KAI DAOP 3 CIREBON DALAM MENYOSIALISASIKAN KESELAMATAN PERJALANAN KERETA API KEPADA PELAJAR .....</b>	<b>30</b>
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>33</b>
	5.1. Kesimpulan .....	33
	5.2. Implikasi Kebijakan dan Saran .....	34
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## **BAB 1**

### STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PT KAI DAOP 3 CIREBON DALAM MENYOSIALISASIKAN KESELAMATAN PERJALANAN KERETA API KEPADA PELAJAR.

#### **1.1 Latar Belakang**

PT Kereta Api Indonesia (KAI) sebagai penyedia jasa transportasi perkeretaapian Indonesia untuk menjadi yang terbaik sangat membutuhkan banyak pihak yang membantu dan mendukung, salah satunya masyarakat. Peran serta masyarakat sangatlah penting, sebagaimana yang diinformasikan PT KAI Daop 3 dan beberapa media massa dikatakan bahwa masih banyak masyarakat yang beraktivitas dan mendirikan bangunan disekitar jalur rel kereta api. Realita yang lebih parah lagi

banyak anak-anak yang senang bermain di jalur rel kereta api. Kondisi itu sangatlah berbahaya, banyak korban meninggal akibat tertabrak kereta api.

Sebagaimana yang dihimpun dari portal berita online pikiran-rakyat.com, 'Asyik Selfie, Tiga Siswa SD Karangasem Tertabrak Kereta' dari arah Cirebon menuju Purwokerto di Kilometer 238-239, (Minggu 26 Februari 2017). Demikian juga yang dikutip "Radar Cirebon" pada 23 Maret 2017 mengatakan 'Kurang dari 3 Bulan Sudah 17 Korban Tewas Tertabrak Kereta Api.' Informasi lain datang dari manajer Humas PT KAI Daop 3 Cirebon yang mengatakan 8 orang tersambar di area perlintasan, kemudian 6 orang di jalan bebas dan 3 lainnya di jembatan. Penyebabnya masyarakat kurang mengindahkan peraturan terkait larangan beraktivitas didekat jalur rel kereta api. Padahal kereta api memiliki jalur rel tersendiri yang seharusnya bebas hambatan agar dapat terciptanya keselamatan perjalanan kereta api.

Dari beberapa gambaran diatas seharusnya masyarakat mendapatkan edukasi atau sosialisasi tentang larangan beraktivitas di jalur rel kereta api. Sebelumnya memang sudah dilaksanakan sosialisasi yang dilakukan oleh Unit Pengamanan dan Ketertiban (Pamtib) kepada masyarakat yang tinggal disekitar jalur rel. Sosialisasi dilakukan dengan cara mengumpulkan masyarakat di lapangan dekat jalur rel lalu Manajer Pamtib menjelaskan tentang larangan beraktivitas di jalur rel kereta api dan memberi tahu tentang rambu-rambu disekitar jalur rel. Namun hasilnya masyarakat belum memahami betul tentang larangan beraktivitas di jalur kereta api, karena fakta

di lapangan masih ditemukan adanya korban yang tertabrak kereta api di wilayah tersebut.

Karena kurang berhasilnya program sosialisasi Unit Pamtib seperti yang diuraikan diatas, selanjutnya program sosialisasi ini diambil alih oleh Unit Humas PT KAI Daop 3 Cirebon. Karena Unit Humas memiliki praktisi-praktisi yang dapat menjalin hubungan baik dengan masyarakat. Menurut Liliweri (2010:217) Tujuan utama Humas adalah penyelenggaraan komunikasi timbal balik antara suatu organisasi dan publik yang berpengaruh atas tujuan organisasi. Tujuan untuk menciptakan saling pengertian (*mutual understanding*) dan dukungan bagi tercapainya tujuan, kebijakan, dan tindakan organisasi.

Untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan strategi komunikasi sebagai upaya untuk menciptakan suatu pengertian dan pemahaman dikalangan masyarakat. Strategi komunikasi ini diperlukan sebagai pedoman dalam merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi setiap kegiatan sosialisasi Humas PT KAI Daop 3 Cirebon. Menurut Sean MacBride dan kawan-kawan dalam Effendy (2011:27), sosialisasi (pemasarakatan) adalah penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif didalam masyarakat.

Beberapa kegiatan sosialisasi yang telah dilakukan oleh Humas PT KAI Daop 3 Cirebon diantaranya:

1. Sosialisasi menggunakan beberapa media seperti leaflet.

Manajer Humas sebagai komunikator mengemas materi dengan bahasa yang mudah dipahami dan menggunakan media cetak berupa brosur yang dibagikan saat sosialisasi berlangsung kepada pelajar. Dipilihnya pelajar memiliki tujuan agar para pelajar dapat berperan aktif dalam membantu keselamatan perjalanan kereta api yang tertanam sejak dini.



Gambar 1.1 Leaflet yang digunakan sebagai media sosialisasi.

2. Sosialisasi dengan datang ke sekolah-sekolah

Kegiatan sosialisasi keselamatan perjalanan kereta api yang dilakukan Humas PT KAI Daop 3 Cirebon diantaranya dengan cara melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah yang letaknya dekat dengan jalur kereta api karena tidak dipungkiri bahwa

merekalah yang sangat berpotensi untuk dapat menjaga keselamatan perjalanan kereta api.



Gambar 1.2 Sosialisasi Keselamatan perjalanan KA di SMP NU Ciledug.

Pihak sekolah juga mengadakan kunjungan balasan (*company visit*) ke Stasiun Cirebon yang oleh pihak Humas sekaligus dimanfaatkan untuk melaksanakan sosialisasi.

### 3. Sosialisasi dengan menggandeng Dinas Perhubungan.

Disisi lain Humas juga bersinergi dengan Dinas Perhubungan (Dishub) untuk mengundang pelajar-pelajar kota Cirebon agar mengikuti kegiatan sosialisasi, dan membagikan brosur kepada masyarakat saat kegiatan *Car Free Day* bersama komunitas pecinta kereta api “edan sepur”.



Gambar 1.3 *Deputy Vice President* Daop 3 Cirebon menjadi salah satu narasumber dalam kegiatan sosialisasi keselamatan perkeretaapian oleh Dishub.

Saat kegiatan sosialisasi kepada pelajar, Humas PT KAI Daop 3 Cirebon juga memberikan hadiah berupa pernak-pernik kereta api kepada pelajar yang aktif bertanya. Semua itu dilakukan dengan harapan terciptanya keselamatan perjalanan kereta api.

Dari uraian tentang upaya yang dilakukan PT KAI Daop 3 Cirebon untuk mengantisipasi bertambahnya jumlah korban kecelakaan yang diakibatkan karena tertabrak kereta api, maka Unit Humas PT KAI Daop 3 Cirebon menggunakan strategi komunikasi dengan cara mensosialisasikan tentang bahaya beraktivitas disekitar jalur kereta api. Adapun strategi tersebut terwujud dalam bentuk mensosialisasikan rambu-rambu perkeretaapian disekitar jalur kereta api dan bahayanya beraktivitas dijalur kereta api kepada kalangan pelajar sekitar wilayah.

## 1.2 Rumusan Masalah

PT Kereta Api Indonesia (KAI) sebagai penyedia jasa perkeretaapian Indonesia untuk menjadi yang terbaik membutuhkan banyak dukungan dari berbagai pihak salah satunya masyarakat. Namun masyarakat masih ada yang tidak mematuhi peraturan dan rambu-rambu perkeretaapian sehingga membuat kerugian diberbagai pihak. Seperti kecelakaan yang diakibatkan oleh tertabraknya seseorang oleh kereta api. Ini terjadi karena masyarakat masih beraktivitas dan anak-anak yang bermain disekitar jalur kereta api.

Untuk mengantisipasi semakin banyaknya korban tertabrak kereta api, Humas PT KAI Daop 3 Cirebon menggunakan strategi komunikasi dengan cara menyosialisasikan keselamatan perjalanan kereta api yang berisi penjelasan tentang bahaya beraktivitas disekitar jalur KA kepada pelajar-pelajar sekitar wilayah. Upaya sosialisasi ini dilakukan agar terciptanya pemahaman dan perubahan perilaku sehingga dapat terciptanya keselamatan perjalanan kereta api sejak dini. Dalam pelaksanaan sosialisasi tersebut, perlu dirancang rencana strategis agar tujuan dari sosialisasi ini tercapai. Oleh karena itu muncul pertanyaan “bagaimana strategi komunikasi humas PT KAI Daop 3 Cirebon dalam mensosialisaikan keselamatan perjalanan kereta api kepada pelajar?”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian adalah mendeskripsikan strategi komunikasi Humas PT KAI Daop 3 Cirebon dalam menyosialisasikan keselamatan perjalanan Kereta Api kepada pelajar.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

- Diharapkan hasil penelitian ini dapat memperkaya informasi akademis terkait dengan strategi komunikasi yang digunakan humas dalam sosialisasi.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- Mampu memberikan solusi yang tepat bagi Humas PT KAI Daop 3 Cirebon dalam melakukan strategi komunikasi untuk keselamatan perjalanan kereta api.

## **1.5 Kerangka Teori**

Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi. (Effendy, 1981 : 84).



Effendy juga menerangkan bahwa strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif. Dengan demikian, strategi komunikasi baik secara makro (*planned multi-media strategi*) maupun secara mikro (*single communication medium strategi*) terdapat dua fungsi:

1. Menyampaikan pesan komunikasi bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal.
  2. Sebagai mediator '*cultural gap*' akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.
- (Effendy, 1981:67)

Sosialisasi adalah proses yang menjadikan seseorang mempelajari cara hidup masyarakat untuk mengembangkan potensinya, baik sebagai individu maupun sebagai anggota kelompok, sesuai dengan nilai, norma, dan kebiasaan yang berlaku dalam masyarakat tersebut. (Murdiyatomoko, 2007:111). Sedangkan menurut Sean MacBride dan kawan-kawan, sosialisasi adalah penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat. (Liliweri, 2010: 27)

Upaya-upaya yang dilakukan untuk mendapatkan hasil yang optimal dari kegiatan sosialisasi menurut Cutlip dan Center, dilaksanakan dengan melalui 4 tahap yaitu:

1. *Defining Problems/Fact finding* (Penemuan fakta), adalah mencari dan mengumpulkan fakta dan data sebelum seseorang melakukan kegiatan komunikasi. Untuk berbicara di depan masyarakat perlu dicari fakta dan data tentang masyarakat tersebut keinginannya, komposisinya dan seterusnya.
2. *Planning and Programming* (Perencanaan program), dari fakta dan data dibuat suatu rencana tentang apa yang akan dikemukakan dan bagaimana mengemukakannya.
3. *Taking Action and Communication* (Mengambil tindakan komunikasi), setelah planning disusun maka tahap selanjutnya adalah berkomunikasi.
4. *Evaluations* (Mengavaluasi), penilaian dan menganalisa kembali untuk setiap kali, hasil komunikasi tersebut. Hal ini diperlukan untuk dijadikan bahan bagi perencanaan selanjutnya. (Widjaja, 1986: 21)

Tugas/fungsi humas salah satunya yaitu menyelenggarakan, bertanggung jawab atas penyampaian informasi/pesan secara lisan, tertulis, gambar/visual kepada publik sehingga publik mempunyai pengertian yang benar tentang hal ihwal organisasi, tujuan dan kegiatan yang dilakukan organisasi. (Liliweri, 2010:218). Dalam menyampaikan informasi/pesan kepada publik salah satunya bisa dilakukan dengan cara sosialisasi.

## **1.6 Definisi Konseptual dan Operasioanal**

### **1.6.1 Definisi Konseptual**

Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi. (Effendy, 1981 : 84).

Langkah-langkah pokok yang menjadi landasan acuan untuk pelaksanaan program kerja strategi komunikasi humas dalam sosialisasi adalah sebagai berikut:

- 1) *Defining Problems/Fact Finding* (Penemuan fakta), adalah mencari dan mengumpulkan fakta dan data sebelum seseorang melakukan kegiatan komunikasi. Untuk berbicara di depan masyarakat perlu dicari fakta dan data tentang masyarakat tersebut keinginannya, komposisinya dan seterusnya.
- 2) *Planning and Programming* (Perencanaan program), dari fakta dan data dibuat suatu rencana tentang apa yang akan dikemukakan dan bagaimana mengemukakannya.
- 3) *Taking Action and Communication* (Mengambil tindakan komunikasi), setelah planning disusun maka tahap selanjutnya adalah berkomunikasi.

- 4) *Evaluations* (Mengevaluasi), penilaian dan menganalisa kembali untuk setiap kali, hasil komunikasi tersebut. Hal ini diperlukan untuk dijadikan bahan bagi perencanaan selanjutnya. (Widjaja, 1986: 21)

Menurut Sean MacBride dan kawan-kawan, sosialisasi adalah penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif didalam masyarakat. (Liliweri, 2010: 27)

### **1.6.2 Definisi Operasional**

Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan. Dalam hal merencanakan aktivitas komunikasi, Humas PT KAI Daop 3 Cirebon melakukan:

1. Penemuan fakta
2. Perencanaan program
3. Mengambil tindakan dan komunikasi
4. Mengevaluasi

## **1.7 Metoda Penelitian**

### **1.7.1 Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Melalui pendekatan kualitatif diperoleh pemahaman dan penafsiran yang mendalam mengenai makna, kenyataan, dan fakta yang relevan. Dalam hal ini Moleong dalam Baswori dan Suwandi (2008:187), mengemukakan bahwa penelitian kualitatif antara lain bersifat deskriptif, data yang dikumpulkan lebih banyak berupa kata-kata atau gambar dari pada angka-angka.

### **1.7.2 Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Unit Hubungan Masyarakat (Humas) PT KAI Daop 3 Cirebon.

### **1.7.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **1.7.3.1 Data Primer**

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara dengan pihak Humas, Unit Pengamanan dan Ketertiban (Pamtib) PT KAI Daop 3 Cirebon, serta pelajar yang diberikan sosialisasi.

#### **1.7.3.2 Data Sekunder**

Data sekunder yaitu data yang digunakan sebagai pendukung atau penunjang bagi data primer, khususnya yang memiliki relevansi dengan

topik penelitian yang dibahas. Data ini merupakan informasi yang telah dikumpulkan dan diperoleh peneliti dari studi pustaka, kajian ilmiah, arsip kegiatan, dokumen laporan, kliping artikel dan sejenisnya yang relevan dengan penelitian.

#### **1.7.4 Alat dan Teknik Pengumpulan Data**

##### **1.7.4.1 Wawancara Mendalam**

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Dengan demikian, kekhasan wawancara mendalam adalah keterlibatannya dalam kehidupan informan. (Bungin, 2007: 111)

##### **1.7.4.2 Penggunaan Dokumen**

Kumpulan data yang diperoleh dari dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian seperti catatan atau informasi, dokumen milik PT. KAI Daop 3 Cirebon, arsip, kliping koran, foto dan sebagainya.

#### **1.7.5 Analisis Data**

Analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan, uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis seperti yang disarankan oleh data. (Baswori dan Suwandi, 2008: 91)

Dalam penelitian ini data yang diperoleh merupakan data yang berhubungan dengan strategi komunikasi untuk sosialisasi oleh Humas PT KAI Daop 3 Cirebon. Selanjutnya data akan dirangkum dan disajikan dalam bentuk narasi yang akan mendeskripsikan strategi komunikasi Humas PT KAI Daop 3 Cirebon dalam menyosialisasikan keselamatan perjalanan kereta api.