

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian termasuk di dalamnya wawancara yang telah dilakukan dengan Key Informan, Informan 1 hingga Informan 4, observasi maupun data yang di peroleh dari tempat penelitian dan berbagai referensi kepustakaan lainnya mengenai strategi humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 1 Jakarta pada Kampanye Pencegahan Pelemparan Kereta Api untuk menjaga keselamatan petugas dan penumpang.

Hal yang melandasi Humas PT KAI DAOP 1 Jakarta untuk mengkampanyekan kegiatan ini adalah realita yang ada di masyarakat mengenai aksi pelemparan terhadap kereta api. Situasi dan kondisi jalur perlintasan di Daerah Operasi 1 Jakarta sendiri masih ada beberapa titik rawan aksi pelemparan tersebut. Selama tahun 2015 tercatat terjadi 12 kasus pelemparan kereta api. Bahkan pada tahun 2016, terjadi peningkatan pelemparan kereta api mulai dari bulan Januari hingga Juni 2016 tercatat terjadi 19 kasus pelemparan kereta api. Hal ini harus nya menjadi sorotan bagi Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 1 Jakarta untuk lebih aktif lagi melakukan kegiatan kampanye ke daerah-daerah yang dianggap rawan terjadi pelemparan. Daerah yang masih rawan terjadi pelemparan seperti di daerah jalur kereta dari Jatinegara ke arah Cikampek ada beberapa titik misalnya daerah Krawang, Cakung, Tambun dan didaerah Dawuan Cikampek. Wilayah arah Bogor seperti di Kalibata, Citayam, dan Bojong Gede. Daerah lintas barat nya berada di daerah Parung Panjang, Rangkas Bitung sampai dengan Merak.

Tujuan dari kegiatan kampanye pencegahan pelemparan kereta api ini adalah untuk memberikan himbuan dan merubah pola pikir serta perilaku masyarakat untuk menjaga keamanan dan juga keselamatan pengguna kereta api, baik petugas maupun penumpang. Dalam hal ini memberikan informasi mengenai bahaya aksi pelemparan terhadap kereta api yang dapat merugikan orang lain. Khalayak sasaran dari kegiatan ini adalah masyarakat khususnya anak-anak yang

berada di sekitar jalur perlintasan kereta api. Orangtua sangat berperan penting untuk memberikan pengetahuan mengenai dampak pelemparan tersebut.

Media-media yang digunakan dalam kegiatan kampanye pencegahan pelemparan kereta api ini juga bermacam-macam. Mulai dari penggunaan media cetak berupa banner, spanduk, dan lain-lain. Dan juga media lain seperti media online. Berkaitan dengan anggaran dana yang dianggarkan dalam kegiatan kampanye ini memang tidak dapat dijelaskan secara rinci, namun keseluruhan anggaran dana dimanfaatkan untuk penggunaan media dan kegiatan lainnya.

Berdasarkan data yang didapatkan selama kurun waktu enam bulan aksi pelemparan terhadap kereta api sudah menurun khususnya di daerah Tambun Bekasi yang sebelumnya telah dilakukan kegiatan kampanye. Namun di daerah lain justru mengalami peningkatan seperti di daerah Cikampek, Krawang, dan juga Parung. Demi tercapainya tujuan dari kegiatan kampanye pencegahan pelemparan kereta api ini dibutuhkan kerjasama dari berbagai pihak khususnya Humas itu sendiri dan juga peran serta masyarakat.

V.2 Saran

Beberapa saran dapat diberikan oleh penulis yang berkaitan dengan kegiatan kampanye pencegahan pelemparan kereta api. Penulis berharap Humas PT KAI DAOP 1 Jakarta memiliki wawasan baru dalam membina hubungan yang baik dengan masyarakat. Karena dalam kegiatan kampanye ini dibutuhkan analisis dan pendekatan langsung kepada masyarakat sehingga hubungan instansi PT KAI DAOP 1 Jakarta melalui divisi humas dapat terjalin hubungan kemitraan yang baik.

Agar seluruh anggota dari PT KAI DAOP 1 Jakarta berperan aktif dalam membantu humas untuk mensukseskan kegiatan kampanye pencegahan pelemparan kereta api ini dan juga kegiatan-kegiatan lainnya dalam rangka memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat. Terutama pada daerah-daerah yang jarang dan belum diadakan kegiatan kampanye ini untuk diperhatikan lebih lanjut. Karena masih banyak daerah yang di rasa perlu untuk menerima sosialisasi kegiatan kampanye pencegahan pelemparan kereta api seperti daerah Cikampek, Krawang, dan Parung yang tercatat masih sering terjadi pelemparan ke kereta api.

Keberlanjutan kegiatan ini juga diharapkan oleh banyak pihak terutama ke sekolah-sekolah dan juga pemukiman warga di lingkungan sekitar jalur kereta api, sehingga diharapkan kejadian pelemparan kereta api ini tidak terjadi lagi. Pihak eksternal perusahaan juga sangat berperan penting untuk mencapai keberhasilan dari tujuan kampanye pencegahan pelemparan kereta api seperti Kepolisian, Instansi Pemerintah, tokoh masyarakat dan juga khususnya orang tua untuk sama-sama membantu Humas PT KAI DAOP 1 Jakarta.

Penerapan teknik koersi atau paksaan (*coersion technique*) di rasa juga perlu dilakukan apabila dengan teknik kampanye yang telah dilakukan oleh Humas PT. KAI DAOP 1 Jakarta belum mencapai hasil yang maksimal. Dengan teknik koersi, dalam menjalin komunikasi pada saat melakukan kampanye lebih menekankan suatu paksaan yang dapat menimbulkan rasa ketakutan atau kekhawatiran bagi pihak komunikan yang tidak mau tunduk melalui suatu ancaman tertentu.

Dalam penggunaan media kampanye diharapkan Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) lebih memanfaatkan media sosial yang ada seperti Instagram, Twitter, serta Website PT Kereta Api Indonesia (Persero) itu sendiri. Kampanye diharapkan mampu menjangkau lebih jauh ke masyarakat khususnya ke sekolah-sekolah yang berada di sekitar jalur perlintasan kereta api untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan kampanye tersebut.

Evaluasi kegiatan yang dilakukan Humas PT KAI DAOP 1 Jakarta diharapkan mampu menjadi acuan dalam mengawali kegiatan dan penyesuaian perencanaan proses kampanye di setiap tahun nya.