

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kampanye hubungan masyarakat merupakan sebuah komunikasi terencana yang diatur untuk memengaruhi tindakan atau pendapat kelompok masyarakat tertentu. Era globalisasi ini kampanye hubungan masyarakat merupakan salah satu strategi yang penting dan sering dilakukan oleh perusahaan untuk membangun dan mempertahankan citra positif dimata publik. Kampanye dilakukan pada berbagai konteks, seperti menyampaikan nilai-nilai perusahaan, mengelola komunikasi krisis, menjalankan program tanggung jawab sosial, termasuk juga kampanye dalam mensosialisasikan peraturan. Kegiatan kampanye hubungan masyarakat tidak bisa dilakukan sembarangan melainkan memerlukan keahlian khusus yang dimiliki oleh praktisi hubungan masyarakat. Peran penting praktisi hubungan masyarakat dalam perusahaan sebagai pihak yang mampu menyusun strategi komunikasi untuk keperluan perusahaan salah satunya menggunakan kampanye hubungan masyarakat.

Hubungan masyarakat memiliki fungsi membangun, mempertahankan dan mengembalikan citra positif sebuah Perusahaan, organisasi, atau lembaga. Pemilihan tema kampanye hubungan masyarakat dalam penelitian ini didasarkan pada pentingnya hubungan masyarakat dalam setiap dinamika komunikasi saat ini. Kampanye hubungan masyarakat sangat penting untuk mengkomunikasikan sebuah pesan kepada publik hingga membangun dan mempertahankan citra organisasi di tengah tantangan dan krisis yang mungkin timbul. Komunikasi

strategis yang cepat, empatik dan transparan perlu dilakukan pada situasi krisis untuk meminimalkan dampak negatif terhadap citra perusahaan. Mengetahui dan memahami faktor yang mempengaruhi keberhasilan kampanye hubungan masyarakat merupakan hal penting, membuat perusahaan dapat merancang strategi komunikasi yang baik dalam upaya membangun hubungan yang lebih kuat dengan publik.

PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung terus-menerus melakukan kampanye untuk mensosialisasikan larangan beraktivitas di area jalur kereta api. Kampanye hubungan masyarakat merupakan bagian dari langkah strategis untuk mengurangi angka kecelakaan di wilayah jalur kereta api yang sering kali terjadi. Insiden tragis diberitakan oleh Detik Jabar pada 5 September 2024, dua orang pengendara sepeda motor meninggal dunia karena menerobos perlintasan kereta api.

Kejadian tersebut tidak hanya membahayakan dan merugikan pengendara, tetapi juga masyarakat secara keseluruhan. Insiden tersebut membuat warga merasa tidak nyaman dan juga menyebabkan PT Kereta Api Indonesia mengalami kerugian dalam operasional perkeretaapian. Gangguan ini dapat memengaruhi jadwal perjalanan, menunda pengiriman barang, dan meningkatkan biaya perbaikan infrastruktur yang rusak akibat kecelakaan. Risiko terjadi kejadian serupa terdapat pada seluruh perlintasan sebidang yang ada. Perlintasan sebidang banyak ditemukan di sepanjang jalur kereta api yang menghubungkan jalan.

Sepanjang jalur kereta api terdapat banyak perlintasan sebidang. Direktorat Jenderal Perkeretaapian melaporkan bahwa terdapat 4.070 perlintasan di Pulau

Jawa dan Sumatera. Perlintasan di area ini menyatukan jalur kereta api dengan jalan raya yang digunakan oleh mobil dan pejalan kaki. Perlintasan sebidang membuat mobilitas lebih mudah, tetapi setiap perlintasan memiliki tingkat risiko kecelakaan yang sama besar. Jika masyarakat kurang menyadari pentingnya keselamatan dan ketaatan berlalu lintas, semua perlintasan akan memiliki tingkat risiko yang sama.

Kecelakaan di perlintasan kereta api tidak hanya membahayakan pengguna jalan saja, namun situasi tersebut sering mengganggu operasi kereta api, menyebabkan keterlambatan, kerusakan sarana dan prasarana, dan kerugian material yang besar. Selain itu, tidak dapat diabaikan bagaimana kecelakaan berdampak kepada psikologis korban, keluarga, dan masyarakat sekitar.

Peristiwa vandalisme melempar batu ke arah kereta api yang beroperasi sering terjadi. Dilansir dari berita [Kapol.id](https://www.kapol.id) pada tanggal 14 Oktober 2024, tercatat 12 kasus vandalisme melempar batu ke arah kereta api yang beroperasi. Salah satu insiden vandalisme terjadi pada tanggal 13 Oktober 2024, terjadi di petak jalur Stasiun Bumiwaluya-Warung Bandrek. Seseorang yang tidak bertanggung jawab melempar batu ke arah KA 299 Kutojaya Selatan yang berjalan mengenai pintu bordes ekonomi 3 K300927, di bagian depan sebelah kanan jalur kereta api. Kasus pelemparan batu ini menambah daftar panjang vandalisme yang merusak fasilitas dan membahayakan keselamatan penumpang dan kereta api.

Kejadian tersebut sangat dilarang karena melanggar hukum dan membahayakan keselamatan penumpang dan operasional kereta api. Tindakan pelemparan batu bertentangan dengan Undang-undang Perkeretaapian Nomor 23 Tahun 2007 Pasal 180 yang menyebutkan bahwa setiap orang dilarang

menghilangkan, merusak, atau melakukan perbuatan yang mengakibatkan rusak dan/atau tidak berfungsinya prasarana dan sarana perkeretaapian.

Aktivitas-aktivitas pelanggaran tersebut berpotensi memicu krisis bagi perusahaan, terutama jika dibiarkan tanpa tindakan tegas. Perlu dilakukan komunikasi strategis melalui kampanye hubungan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran publik tentang konsekuensi hukum dan bahaya dari pelanggaran yang merusak prasarana perkeretaapian. Kampanye hubungan masyarakat membantu membangun citra di mata masyarakat sebagai perusahaan yang proaktif dalam menjaga keselamatan dan operasional yang aman. Upaya kampanye hubungan masyarakat membantu perusahaan membangun hubungan baik dengan masyarakat dan pemangku kepentingan untuk mencegah insiden serupa terjadi di masa mendatang.

Aktivitas kampanye hubungan masyarakat PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung dalam mensosialisasikan larangan beraktivitas di sekitar jalur kereta api memiliki berbagai bentuk kegiatan, diantaranya kampanye pada program *Millennials KAI Goes to School*, sosialisasi langsung di palang pintu perlintasan kereta api dan *press release* untuk pemberitaan media. Berdasarkan observasi, kegiatan kampanye rutin dilakukan melalui program *Millennials KAI Goes to School*.

Keselamatan jalur kereta api adalah prioritas utama PT Kereta Api Indonesia (KAI), terutama Daop 2 Bandung. Pengetahuan terkait keselamatan dan kepatuhan terhadap aturan lalu lintas karena aktivitas masyarakat di area perlintasan sebidang semakin meningkat penting untuk pendidikan awal. Berdasarkan informasi dari

media internal PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung *Millennials KAI Goes to School* rutin dilakukan dengan menyasar sejumlah sekolah di wilayah Bandung. Selama bulan Februari 2024 terdapat tiga kegiatan *Millennials KAI Goes to School* diantaranya dilaksanakan di SD Kresna pada tanggal 15 Februari 2024, MI Asis Putera pada tanggal 22 Februari 2024 dan SMPN 13 Bandung pada tanggal 28 Februari 2024. Kegiatan tersebut berkolarasi dengan tim *millennials* KAI dan KAI Commuterline.

Program-program yang dilaksanakan sering kali muncul di media online. Berita dirilis oleh Kapol.id pada tanggal 16 Februari 2024 mengenai *Millennials KAI Goes to School* yang diadakan di SDN 015 Kresna. Tertulis pada berita bahwa program *Millennials KAI Goes to School* memiliki tujuan untuk memberikan edukasi terkait perkeretaapian, memperkenalkan pekerjaan di PT Kereta Api Indonesia serta untuk menumbuhkan kesadaran terhadap keselamatan diri sendiri dan orang lain dan memberikan sumbangsih secara nyata di bidang pendidikan dengan mengenalkan pekerjaan di PT Kereta Api Indonesia kepada pelajar.

Kampanye hubungan masyarakat yang dilakukan pada program *Millennials KAI Goes to School* merupakan upaya strategis dengan edukasi interaktif untuk menanamkan kesadaran pentingnya mematuhi peraturan keselamatan di sekitar jalur kereta api. Berdasarkan berita yang diunggah kapol.id, program *Millennials KAI Goes to School* mendapat sambutan yang positif dari para pelajar, tertulis dalam pemberitaan siswa sangat antusias mengikuti kegiatan. Penyampaian sosialisasi dilakukan dengan cara interaktif dan kreatif yang menyesuaikan dengan generasi milenial.

Pelaksanaan kegiatan kampanye Hubungan masyarakat terkait keselamatan ini merupakan upaya yang didasarkan dengan ketentuan peraturan Undang-undang No. 23 Tahun 2007 tentang Perkeretaapian pasal 181 ayat (1) yang berbunyi setiap orang dilarang berada di ruang manfaat jalur kereta api, menyeret, menggerakkan, meletakkan, atau memindahkan barang di atas rel atau melintasi jalur kereta api atau, menggunakan jalur kereta api untuk kepentingan lain, selain untuk angkutan kereta api. Peraturan tersebut menjelaskan bahwa terdapat larangan keras bagi masyarakat untuk beraktivitas di area rel kereta api, seperti bermain, berdagang, berjalan karena memiliki risiko yang tinggi menyebabkan kecelakaan fatal dan menghambat operasional kereta api.

Beraktivitas di sekitar rel kereta api juga merupakan sebuah pelanggaran, diatur pada Undang-undang No. 23 Tahun 2007 tentang Perkeretaapian pasal 199 yang berbunyi pelanggaran terhadap pasal 181 ayat (1) dapat dikenakan sanksi pidana berupa kurungan paling lama 3 bulan atau denda paling banyak Rp 15.000.000. Peraturan tersebut menegaskan bahwa beraktivitas di sepanjang rel merupakan hal yang sangat dikecam dan dilarang hingga memiliki sanksi pidana dan denda bagi yang melanggar. Penegakan sanksi diperlukan untuk memberi efek jera dan menekan angka pelanggaran. Hubungan masyarakat dalam hal ini berperan dalam mensosialisasikan hal tersebut.

Kampanye hubungan masyarakat turut dilakukan dengan bentuk sosialisasi langsung di pintu perlintasan kereta api. Hubungan masyarakat dan petugas keselamatan memberikan edukasi secara langsung kepada pengguna jalan mengenai prosedur yang benar saat melewati perlintasan. Langkah yang diambil

memiliki tujuan membangun kesadaran dan mematuhi peraturan keselamatan di sekitar jalur kereta api

Bentuk kampanye lainnya yaitu melalui penyebaran *press release*, dengan bentuk akhir berupa pemberitaan pada media. *Press release* disusun dengan bahasa yang persuasif dan informatif untuk penyampaian pesan penting bagi masyarakat. Isi *press release* berupa penekanan bahaya yang mengintai saat masyarakat melakukan aktivitas di sekitar jalur kereta api. Berdasarkan hasil observasi ditemukan pemberitaan terkait himbauan kepada masyarakat untuk tidak beraktivitas di sekitar rel kereta api yang diunggah oleh Kapol.id pada 20 September 2024. Peluncuran *press release* ditujukan untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui pemberitaan media.

Keselamatan di sekitar jalur kereta api sangat penting dan perlu diperhatikan secara menyeluruh, mengingat pelanggaran banyak terjadi di jalur kereta api. Pelanggaran tersebut tidak hanya membahayakan keselamatan orang yang melanggar, tetapi juga dapat mengganggu operasional kereta api, meningkatkan risiko kecelakaan, dan menyebabkan kerugian material bagi perusahaan. Penelitian ini sangat penting untuk mengeksplorasi lebih dalam elemen-elemen seperti isi pesan, bentuk, media yang digunakan dan pola komunikasi yang kampanye larangan beraktivitas di sekitar jalur kereta api humas PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung. Memberikan wawasan untuk merancang strategi kampanye yang lebih efektif, relevan dan kontekstual.

Penelitian ini memiliki kebaruan karena menganalisis spesifik terkait kampanye larangan beraktivitas di sekitar jalur kereta api yang merupakan program

prioritas baru PT Kereta Api Indonesia dengan menggunakan model PIE Bobbit dan Sullivan (2014). Penelitian sebelumnya yang menggunakan model PIE membahas program kampanye yang berbeda. Diharapkan penelitian ini akan memberikan wawasan untuk merencanakan kampanye yang lebih baik.

1.2 Fokus Penelitian

Data yang telah disajikan di atas merumuskan fokus penelitian kepada proses aktivitas kampanye humas PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung sebagai upaya mensosialisasikan larangan beraktivitas di sekitar jalur kereta api. Berdasarkan fokus penelitian yang telah ditentukan, pertanyaan penelitian yang diajukan sebagai berikut:

1. Bagaimana landasan kampanye larangan beraktivitas di sekitar jalur kereta api?
2. Bagaimana bentuk-bentuk kegiatan kampanye larangan beraktivitas di sekitar jalur kereta api?
3. Bagaimana pemanfaatan media dalam menyampaikan pesan kampanye larangan beraktivitas di sekitar jalur kereta api?
4. Bagaimana pemanfaatan dokumentasi dalam perbaikan kampanye larangan beraktivitas di sekitar jalur kereta api?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan melakukan studi mendalam terkait kampanye humas PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung sebagai upaya mensosialisasikan larangan beraktivitas di sekitar jalur kereta api. Adapun tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui landasan dan fokus kampanye larangan beraktivitas di sekitar jalur kereta api.
2. Untuk mengetahui bentuk-bentuk kegiatan kampanye larangan beraktivitas di sekitar jalur kereta api.
3. Untuk mengetahui pemanfaatan media dalam menyampaikan pesan kampanye larangan beraktivitas di sekitar jalur kereta api.
4. Untuk mengetahui pemanfaatan pencatatan dan dokumentasi dalam perbaikan kampanye larangan beraktivitas di sekitar jalur kereta api.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

1. Memberikan kontribusi pengembangan Ilmu Komunikasi Humas mengenai pelaksanaan kampanye kehumasan, khususnya dalam konteks larangan beraktivitas di sekitar jalur kereta api.
2. Menyumbang data empiris yang dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan teori atau studi sejenis di bidang komunikasi kampanye dan hubungan masyarakat.
3. Membantu mahasiswa atau peneliti lain dalam memahami praktik kampanye yang dijalankan oleh institusi publik, serta tantangan yang mungkin muncul dalam proses pelaksanaannya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Menyediakan gambaran umum mengenai pelaksanaan kampanye keselamatan publik di lingkungan PT KAI, yang dapat dijadikan bahan pertimbangan awal bagi praktisi humas.

2. Menjadi bahan pertimbangan Humas PT KAI Daop 2 Bandung dalam melakukan refleksi terhadap kampanye yang telah dijalankan untuk menciptakan strategi kampanye yang lebih tepat sasaran.
3. Menjadi referensi awal bagi humas atau instansi lain untuk menyusun strategi kampanye dalam menghadapi isu serupa.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Kampanye Hubungan Masyarakat

Kampanye Hubungan masyarakat merupakan salah satu dari banyaknya cara perusahaan untuk mengkomunikasikan serta membangun hubungan baik dengan masyarakat. Rosalinda, dkk (2022: 114) menjelaskan kampanye merupakan kegiatan komunikasi yang direncanakan untuk mencapai tujuan pada khalayak yang luas. Penjelasan tersebut menjelaskan bahwa kampanye memerlukan perencanaan yang matang, menggunakan pendekatan terintegrasi, memanfaatkan berbagai saluran komunikasi agar dapat menjangkau khalayak lebih luas secara konsisten. Selain itu, evaluasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana tujuan kampanye tercapai dan untuk meningkatkan efektivitas di masa mendatang.

Kampanye Hubungan masyarakat dapat membantu organisasi mempromosikan kebijakan, program, atau inisiatifnya kepada masyarakat umum. Ruslan (2013: 96-98) menjelaskan tujuan dari kampanye yaitu:

1. Membangun kesadaran yang dilakukan melalui pesan yang terkandung dalam kampanye.
2. Memberikan informasi lebih mendalam melalui berbagai media
3. Memberikan pendidikan yang memberi pengaruh emosional tetapi tetap bersikap etis yang didukung dengan materi kampanye.

4. Meningkatkan sikap dan perilaku, yang menumbuhkan dan memperkuat nilai dengan mengubah opini publik melalui komunikator.
5. Perubahan perilaku, yang mengubah perilaku publik yang awalnya cenderung bersikap acuh menjadi bersikap peduli.

Penjelasan di atas menjelaskan bahwa untuk memengaruhi kesadaran, sikap, dan perilaku publik, analisis yang dilakukan terhadap lima komponen kampanye komunikasi menunjukkan strategi yang luas. Kesadaran meningkatkan perhatian audiens terhadap masalah tertentu, diikuti oleh informasi yang memberikan pemahaman. Pendidikan menggerakkan aspek emosional sambil mempertahankan etika komunikasi. Menumbuhkan sikap dan perilaku dengan menumbuhkan nilai-nilai positif dan mengubah opini publik melalui komunikator yang kredibel. Seluruh komponen saling mempengaruhi untuk keberhasilan kampanye.

Kampanye hubungan Masyarakat PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahaya beraktivitas di sekitar jalur kereta api dengan memberikan informasi menyeluruh tentang risiko yang ada dan menumbuhkan kepedulian terhadap keselamatan. Kampanye ini bertujuan untuk mengubah masyarakat agar lebih patuh terhadap aturan keselamatan, menciptakan lingkungan yang lebih aman bagi semua pengguna kereta api. Melalui upaya edukasi yang sistematis, kampanye ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan orang, tetapi juga mendorong orang lain untuk berpartisipasi secara aktif dalam menjaga keselamatan di sekitar jalur kereta api, meningkatkan kesadaran kolektif.

1.5.2 Keselamatan di Jalur Kereta Api

Keselamatan dan kesadaran di jalur kereta api merupakan masalah penting yang membutuhkan perhatian serius. Jalur kereta api merupakan infrastruktur penting yang menghubungkan berbagai wilayah. Ketidakpatuhan dalam aturan keselamatan menimbulkan potensi bahaya. Karena keselamatan diri dan nyawa manusia lebih penting dari segalanya, kesadaran dan kesabaran sangat penting.

Kesadaran publik terhadap pentingnya keselamatan di jalur kereta api mencakup pemahaman mengenai tindakan pencegahan serta pengenalan terhadap risiko-risiko yang muncul akibat pelanggaran aturan. Kurangnya pengetahuan atau sikap abai terhadap larangan yang berlaku dapat menyebabkan kejadian seperti tertabrak kereta api, tergelincir di jalur, atau insiden lain yang membahayakan keselamatan. Masyarakat yang tinggal di sekitar rel, pengendara kendaraan, hingga pejalan kaki perlu dibekali dengan pemahaman yang tepat agar dapat menjaga keselamatan diri maupun orang lain di sekitarnya..

Masyarakat memerlukan kesadaran keselamatan dalam berlalu lintas. Kesadaran tersebut meliputi:

1. Pemahaman Risiko, kemampuan individu untuk mengenali dan menyadari potensi bahaya yang mungkin terjadi di sekitar jalur rel
2. Pengetahuan tentang Aturan, mencakup penguasaan terhadap larangan, rambu-rambu, dan prosedur keselamatan yang berlaku di lingkungan perkeretaapian. Pengetahuan ini penting agar masyarakat memahami batas-batas yang tidak boleh dilanggar serta dapat mematuhi peraturan demi keselamatan bersama.

3. Sikap Hati-hati, mewakili sikap tanggung jawab dan kehati-hatian dalam bertindak, terutama saat berada di dekat jalur rel. Orang yang memiliki sikap ini cenderung tidak bertindak gegabah dan lebih sadar terhadap risiko yang dapat muncul akibat kelalaian.
4. Partisipasi aktif, keterlibatan langsung masyarakat dalam menjaga keselamatan di lingkungan sekitar jalur kereta. Bentuk partisipasi ini dapat berupa mengingatkan orang lain yang melanggar aturan, melaporkan kejadian berbahaya, atau turut serta dalam kampanye keselamatan.

Unsur tersebut menjelaskan bahwa kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi bahaya, mengikuti prosedur, dan berpartisipasi dalam menciptakan lingkungan yang aman disebut kesadaran keselamatan. Kesadaran keselamatan juga didefinisikan sebagai pemahaman mendalam tentang risiko yang terjadi saat nekat melanggar aturan. Keempat komponen ini saling berhubungan dan membentuk fondasi yang kokoh untuk mencegah kecelakaan.

1.5.3 Model Kampanye Bobbit dan Sullivan

Penelitian ini membahas kampanye hubungan masyarakat yang dijalankan oleh PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung sebagai bentuk sosialisasi larangan beraktivitas di wilayah jalur kereta api. Kampanye ini dilihat sebagai bagian dari strategi komunikasi keselamatan yang bertujuan untuk membangun kesadaran publik, khususnya masyarakat yang tinggal atau beraktivitas di sekitar rel. Kampanye dianalisis menggunakan model PIE (*Planning, Implementing, Evaluating*) yang dinilai relevan karena mencakup keseluruhan tahapan dalam proses kampanye kehumasan.

Model PIE merupakan model kampanye yang telah disederhanakan pada proses riset dan perancangan strategi. Bobbit dan Sullivan (2014:7), menekankan pentingnya

keterpaduan antara proses riset dan perencanaan, serta pelaksanaan, dan evaluasi dalam menyusun strategi kampanye yang efektif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melihat secara runtut bagaimana kampanye dirancang berdasarkan riset awal, bagaimana pesan dikembangkan dan disampaikan kepada audiens, serta bagaimana hasil kampanye diukur dan dievaluasi.

Pemilihan model PIE dalam penelitian ini dianggap relevan karena model ini bersifat fleksibel dan adaptif terhadap dinamika lapangan, terutama pada situasi kampanye yang sering kali menghadapi perubahan mendadak, seperti respons terhadap insiden atau penyesuaian media komunikasi. Selain itu, model ini juga memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan kampanye secara lebih komprehensif. Penggunaan model PIE pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang utuh tentang proses kampanye dan menjadi rujukan dalam pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif di masa mendatang.

1.6 Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian di kantor PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 2 Bandung, Jl Stasiun Selatan No. 25, Kb. Jeruk, Kec Andir, Kota Bandung, Jawa Barat 40181. Lokasi penelitian menjadi sumber data untuk memudahkan dalam proses penelitian.

PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki peran yang signifikan dalam transportasi kereta api di Indonesia dan dampaknya terhadap masyarakat. PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung merupakan salah satu daerah operasional yang memiliki aktivitas operasional yang padat dari PT Kereta Api Indonesia yang melayani berbagai rute penting yang

menghubungkan berbagai wilayah di Jawa Barat, memiliki potensi besar untuk memengaruhi mobilitas masyarakat. PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung ini melakukan praktik komunikasi dengan kampanye yang mensosialisasikan keselamatan di jalur kereta api karena komitmennya untuk meningkatkan keselamatan dan kenyamanan pelanggan, hal tersebut merupakan hal yang menarik bagi penulis.

Hubungan Masyarakat PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung melakukan kampanye larangan aktivitas di sekitar jalur kereta api dengan berbagai kegiatan. Kampanye tersebut merupakan hal penting untuk keselamatan publik dan pencegahan kecelakaan. Penelitian ini dapat memberikan wawasan mendalam tentang aktivitas kampanye humas yang dilakukan.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma mengacu pada pola pikir atau perspektif yang digunakan dalam suatu penelitian. Menurut Pasaribu (2022:17), paradigma merupakan suatu cara pandang yang mengakar kuat dalam proses sosialisasi, memberikan garis besar tentang apa yang dianggap penting, valid, dan logis. Berdasarkan penjelasan tersebut paradigma memiliki fungsi sebagai petunjuk untuk menentukan apa yang dianggap valid dan logis. Dengan kata lain, paradigma menetapkan standar untuk menilai dan memahami fenomena atau informasi tertentu dalam konteksnya.

Penelitian ini berlandaskan pada paradigma konstruktivisme, yang menekankan bahwa orang secara aktif membangun pengetahuan melalui pengalaman mereka dan interpretasi mereka terhadap dunia, Paradigma konstruktivisme berpendapat bahwa kebenaran muncul sebagai hasil dari

konstruksi sosial, di mana pemahaman bersama dalam suatu masyarakat atau kelompok menentukan apa yang dianggap benar. Proses ini menunjukkan bahwa konteks sosial dan budaya sangat memengaruhi pengetahuan, bukan sepenuhnya objektif. Konstruktivisme mengakui bahwa latar belakang dan lingkungan seseorang selalu mempengaruhi pemahaman mereka tentang realitas.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme untuk memahami secara menyeluruh proses kampanye yang dilakukan oleh hubungan masyarakat PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung untuk mensosialisasikan larangan beraktivitas di sekitar jalur kereta api. Paradigma ini digunakan untuk memahami proses kreatif dan strategis yang membentuk kampanye. Membantu peneliti mempelajari dasar tindakan yang digunakan, seperti komunikasi langsung, penggunaan media dan lainnya. Metode ini memberi peneliti kesempatan untuk melihat bagaimana setiap elemen kampanye dikembangkan oleh hubungan masyarakat PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung.

Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini sebagai upaya untuk mendalami proses dan strategi yang diterapkan dalam mensosialisasikan larangan beraktivitas di sekitar jalur kereta api. Peneliti dapat membantu melihat proses kampanye yang dilakukan. Membantu memahami kesulitan, motivasi, dan perubahan yang dilakukan hubungan masyarakat PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung dalam membangun kampanye yang efektif.

Pendekatan digunakan untuk memahami dan menganalisis masalah penelitian. Pendekatan ini sangat penting untuk menentukan metode pengumpulan, analisis, dan interpretasi data. Penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang

sering digunakan untuk meningkatkan pemahaman fenomena tertentu dengan berkonsentrasi pada tindakan individu atau kelompok dalam konteks sosial mereka.

Pendekatan penting dalam penelitian, menurut Rasyid (2022:15) Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan memahami bagaimana seseorang atau kelompok menghasilkan dan memberikan tanggapan terhadap masalah sosial. Menggambarkan penelitian kualitatif berpusat pada pemahaman mendalam tentang cara individu atau kelompok membentuk dan memberikan makna terhadap masalah sosial yang dihadapi.

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus, yang memberikan gambaran, penjelasan, dan interpretasi yang lengkap pada sebuah penelitian. Creswell (2019:135) menjelaskan bahwa studi kasus adalah jenis penelitian yang mempelajari beberapa kasus yang terjadi di dunia nyata melalui pengumpulan data mendalam dari berbagai sumber dan kemudian memberikan deskripsinya. Berdasarkan penjelasan ini, studi kasus menggambarkan secara mendalam dengan menggunakan berbagai metode pengumpulan data.

Studi kasus memungkinkan penelitian mendalam tentang hal-hal tertentu dalam dunia nyata, seperti kampanye Hubungan masyarakat PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung. Pemahaman yang luas dan dukungan untuk interpretasi holistik diberikan oleh teknik pengumpulan data ini, yang mencakup observasi, wawancara, dan analisis dokumen. yang memungkinkan peneliti memahami strategi dan proses kampanye secara menyeluruh.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber data

Jenis data penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang menggunakan data atau situasi dari subjek untuk menggambarkan dan memahami fenomena tertentu secara menyeluruh.. Menurut Pasaribu (2022: 114) penelitian deskriptif kualitatif adalah jenis penelitian yang berfokus pada penggambaran dan pemahaman fenomena melalui data lapangan. Menggambarkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif menggunakan data lapangan atau situasi nyata untuk menggambarkan dan memahami suatu fenomena atau peristiwa. Peneliti tidak hanya mencatat peristiwa yang terjadi, tetapi juga ingin memahami makna, konteks, dan dinamika aktivitas kampanye yang dilakukan dalam hubungan masyarakat PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung.

1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif, yang merupakan fokus dan tujuan penelitian. Data kualitatif ini diperoleh dari sumber yang dianggap relevan dan sesuai dengan konteks penelitian, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang diperlukan peneliti yakni:

- a. Data tentang proses hubungan masyarakat PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung dalam merancang perencanaan kampanye sebagai upaya mensosialisasikan larangan beraktivitas di jalur kereta api.
- b. Data tentang bentuk implementasi aktivitas kampanye hubungan masyarakat PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung sebagai upaya mensosialisasikan larangan beraktivitas di jalur kereta api.

- c. Data tentang proses evaluasi kampanye hubungan masyarakat PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung sebagai upaya mensosialisasikan larangan beraktivitas di jalur kereta api.

2. Sumber Data

Penulis membagi sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menjadi dua bagian:

a. Sumber Data Primer

Data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber aslinya yang belum diproses atau dianalisis sebelumnya dikenal sebagai sumber data primer. Dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui wawancara langsung atau mendalam dengan pihak yang relevan.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang didapatkan secara tidak langsung dari pihak terkait, seperti halnya yang bersumber dari dokumen, berita, majalah, sosial media, website dan lainnya. Digunakan untuk menunjang dan melengkapi data penelitian dari sumber data primer.

1.6.5 Penentuan Informan

1) Informan

Penelitian ini memilih informan penting yang terlibat langsung dalam kampanye hubungan masyarakat PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung untuk mencegah aktivitas di sekitar jalur kereta api. Informan kunci yaitu Asisten Manajer hubungan masyarakat yang turut berperan dalam perancangan, implementasi hingga evaluasi strategi. Kemudian informan utama yaitu staf Humas PT Kereta

Api Daop 2 Bandung yang aktif turun ke lapangan untuk kampanye menyosialisasikan pesan kampanye kepada masyarakat. Dan informan pendukung yaitu anggota komunitas pecinta kereta api yang aktif dalam melaksanakan kampanye dari mulai perencanaan hingga evaluasi kampanye. Fokus penelitian yaitu aktivitas kampanye Hubungan masyarakat PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung sebagai upaya larangan beraktivitas di sekitar jalur kereta api.

2) Teknik Penentuan Informan

Memastikan data yang diperoleh relevan dan mendalam merupakan hal penting, sangat penting untuk memilih informan untuk penelitian kualitatif karena informan harus memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung dengan fenomena yang diteliti serta mampu memberikan informasi yang sesuai dengan fokus dan pertanyaan penelitian. Informan yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari hubungan masyarakat PT Kereta Api Indonesia Daop 2 Bandung dengan kriteria berikut:

1. Informan memiliki jabatan strategis, seperti Asisten Manajer Hubungan Masyarakat, dipilih karena mereka memainkan peran dan tanggungjawab yang sangat penting dalam perencanaan dan pelaksanaan kampanye.
2. Informan harus terlibat dalam kampanye sosialisasi larangan beraktivitas di jalur kereta api. Hal tersebut membantu untuk memahami sepenuhnya proses dan strategi yang digunakan.
3. Anggota yang aktif di lapangan dipilih untuk memberikan pandangan mereka tentang cara kampanye berinteraksi dengan masyarakat yang dilaksanakan di lapangan.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Salah satu hal terpenting dalam Penelitian yaitu data karena tanpa data yang relevan dan valid, hasil penelitian tidak akan dapat memberikan pemahaman yang mendalam. Fokus, tujuan, dan jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian ditentukan oleh teknik yang digunakan untuk pengumpulan data. Menurut Harahap (2020: 76), pengumpulan data bersifat tentatif menyesuaikan dengan kebutuhan penelitian dan konteks permasalahan. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data sebagai berikut:

1) Wawancara mendalam

Wawancara mendalam merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan secara tatap muka antara peneliti dan informan dengan tujuan mendapatkan informasi yang lebih mendalam dan rinci tentang pandangan, pengalaman, atau perspektif informan tentang suatu peristiwa.

Wawancara mendalam biasanya menggunakan pertanyaan terbuka, seperti bagaimana, mengapa, atau apa yang terjadi, dengan tujuan untuk mempelajari perspektif, alasan, dan prosedur informan yang mungkin tidak dapat diungkapkan melalui pertanyaan tertutup. Ini memberikan kesempatan kepada informan untuk menjelaskan lebih lanjut tentang pengalaman dan pemikiran mereka.

Teknik wawancara mendalam memberikan keuntungan dalam menggali makna yang mendalam dan mendalam yang mungkin tidak terlihat dengan metode pengumpulan data lain. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami perspektif dan pengalaman individu dalam konteks sosial dan budaya tertentu.

2) Observasi partisipasi pasif

Observasi partisipasi pasif melibatkan peneliti secara langsung mengamati apa yang terjadi. Peneliti tidak hanya mengamati dari luar, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam situasi atau konteks yang diteliti. Tujuan dari observasi partisipasi aktif untuk meningkatkan pemahaman tentang perilaku, interaksi, dan dinamika yang terjadi dalam lingkungan atau keadaan sosial.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan jenis pengumpulan data yang mengumpulkan bahan atau materi sebelumnya, seperti teks, gambar, rekaman audio, video, atau laporan, yang dapat memberikan informasi relevan tentang fenomena yang sedang diteliti. Penelitian kualitatif, dokumentasi digunakan untuk memberikan bukti yang lebih objektif dan konkrit tentang suatu fenomena dan melengkapi data yang diperoleh melalui teknik lain seperti observasi dan wawancara.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Memastikan bahwa data yang dikumpulkan dan diinterpretasikan benar-benar akurat dan dapat dipercaya, teknik penentuan keabsahan data, juga dikenal sebagai validitas data, sangat penting. Keabsahan data dapat mencakup berbagai hal, seperti kesesuaian antara data yang dikumpulkan dan fenomena yang diteliti.

Metode triangulasi digunakan untuk menentukan keabsahan data. Menurut Abdussamad (2021: 156) triangulasi merupakan teknik penentuan keabsahan data dengan memverifikasi dan memvalidasi data, menggabungkan berbagai sumber data, metode pengumpulan data, atau teori yang berbeda.

Triangulasi yang digunakan pada penelitian ini untuk memverifikasi hasil dari berbagai sumber atau teknik untuk meningkatkan keandalan dan keabsahan

data yang dikumpulkan. Teknik ini bertujuan untuk memastikan bahwa temuan penelitian bukanlah kebetulan atau bias, tetapi lebih akurat dan menyeluruh.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Penelitian kualitatif melibatkan proses yang sistematis untuk menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan. Tujuan utama dari analisis data kualitatif adalah untuk menemukan tema, pola, hubungan, dan makna dari data yang kompleks sehingga peneliti dapat menjawab pertanyaan penelitian.

Metode analisis data yang digunakan adalah metode yang dipopulerkan oleh Creswell (2009: 173) dengan tahapan sebagai berikut:

1. Manajemen dan persiapan data untuk analisis Transkrip wawancara, pengetikan catatan lapangan, identifikasi topik yang relevan, dan penyortiran dan pengorganisasian data adalah semua bagian dari langkah ini.
2. Membaca semua data untuk memahaminya secara keseluruhan. Pada titik ini, peneliti berusaha untuk menangkap konsep penting yang disampaikan oleh informan; ini termasuk nada, kesan, dan pemahaman mendalam tentang konsep yang disampaikan. Selain itu, peneliti mencatat pemikiran umum secara menyeluruh.
3. Melakukan analisis menyeluruh selama pengkodean. Pengkodean melibatkan mengorganisasikan data menjadi bagian atau segmen tertentu sebelum memberikan makna kepada informasi tersebut. Proses ini mencakup pengumpulan teks atau gambar, mengelompokkan kalimat ke dalam kategori, memberi label pada setiap kategori.

4. Menjelaskan atau mendeskripsikan konteks, individu, dan kategori atau tema yang dibahas. Informasi diberikan secara menyeluruh tentang orang, lokasi, atau peristiwa yang relevan untuk penelitian.
5. Membuat narasi kualitatif yang mewakili deskripsi yang telah dibuat.
6. Penginterpretasian makna dari data. Menjawab pertanyaan apa pelajaran yang dipelajari, pelajaran bisa berupa interpretasi peneliti, perbandingan temuan informasi.

