

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan studi deskriptif yang penulis lakukan berupa pengamatan (observasi) dan hasil wawancara, maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

Dalam menganalisis masalah, langkah pertama yang dilakukan PT. Kereta Commuter Indonesia adalah melihat berbagai keluhan yang masuk di media sosial instagram dan twitter @commuterline kemudian mendiskusikannya dengan komunitas kereta api jabodetabek untuk mencari solusinya yaitu dengan merilis program pin khusus ibu hamil.

Dalam menganalisis khalayak, PT. KCI menargetkan khalayak atau target sasaran dalam program pin khusus ibu hamil ini adalah ibu hamil itu sendiri. Ibu hamil yang menggunakan kereta *commuter line* secara rutin setiap harinya.

Dalam merumuskan tujuan, PT. KCI meluncurkan program pin khusus ibu hamil ini dengan tujuan yaitu agar ibu hamil bisa lebih terlindungi dan lebih nyaman menggunakan kereta *commuter line*. Pihak PT. KCI juga menginginkan setelah adanya program pin khusus ibu hamil ini terjadi beberapa perubahan yang signifikan seperti ibu hamil

mendapatkan hak-haknya selama berada di transportasi publik terutama hak untuk mendapatkan tempat duduk.

Dalam memilih media dan saluran komunikasi PT. KCI menyebarluaskan informasi program pin khusus ibu hamil melalui komunitas, pengumuman di stasiun melalui *loudspeaker* di dalam kereta, booth di stasiun, media sosial instagram dan twitter serta liputan-liputan media massa dan website resmi PT. KCI yaitu www.krl.co.id

Dalam mengembangkan pesan, PT. KCI tidak menetapkan komunikator secara tunggal dalam program pin khusus ibu hamil tetapi PT. KCI menetapkan komunikator secara bersama-sama, terdapat banyak komunikator karena penyusunan pesan-pesan dilakukan bersama. Pesan yang disampaikan dalam program pin khusus ibu hamil ini mudah dipahami oleh khalayak karena sudah bersifat informatif.

Dalam merencanakan produksi media, PT. KCI memilih media format kecil berupa pin karena media tersebut dinilai yang paling efektif karena hanya terfokus pada satu macam informasi dan mudah dibawa kemana-mana serta mudah menarik perhatian. Pihak PT. KCI juga memilih media sosial instagram dan twitter karena di zaman sekarang ini sangat banyak yang menggunakan media sosial tersebut, menurut PT.

KCI media komunikasi lainnya seperti spanduk, baliho, reklame dan lain-lain merusak visual di stasiun.

Dalam merencanakan manajemen program, PT. KCI mengharapkan agar program pin khusus ibu hamil selalu berjalan sesuai dengan perencanaan awal tetapi dalam mengatasi berbagai hambatan yang terjadi saat pelaksanaan program pin khusus ibu hamil PT. KCI berusaha mempersingkat waktu produksi agar tidak terjadi kekosongan atau stock pin habis.

Dalam merencanakan monitoring dan evaluasi, PT. KCI selalu menanggapi kritikan dan saran di media sosial mengenai keluhan proses pembuatan pin khusus ibu hamil secara responsif dan cepat untuk nantinya dapat dijadikan bahan evaluasi dan perbaikan pelayanan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis di lapangan, terdapat beberapa saran sebagai bahan evaluasi kedepan yaitu sebagai berikut :

1. Agar lebih memudahkan proses pembuatan pin khusus ibu hamil dan banyak yang menggunakan pin khusus ibu hamil, sebaiknya stasiun pembuatan pin khusus ibu hamil diperbanyak dikarenakan ada beberapa penumpang ibu hamil yang tidak melewati 6 stasiun besar seperti stasiun Tanah Abang, stasiun Bogor, stasiun Duri, stasiun

Sudirman, stasiun Bekasi, dan stasiun Juanda yang juga ingin menggunakan pin tersebut.

2. Untuk menghindari kursi prioritas disalahgunakan oleh penumpang commuter line yang tidak berhak, sebaiknya Petugas Pengawasan Dalam Kereta (WALKA) selalu hadir dan sigap di dalam gerbong kereta khususnya di tempat-tempat kursi prioritas untuk memantau keadaan di sekitar kursi prioritas agar selalu membantu penumpang ibu hamil yang kesulitan mendapatkan tempat duduk.
3. Sebaiknya pihak Petugas Pengawasan Dalam Kereta (WALKA) lebih sigap dan bergerak cepat jika melihat ibu hamil menggunakan pin khusus ibu hamil memasuki gerbong kereta, tanpa diminta oleh ibu hamil tersebut seharusnya pihak Petugas Pengawasan Dalam Kereta (WALKA) langsung mencarikan kursi.
4. Dalam menjawab keluhan penumpang di akun media sosial instagram maupun twitter mengenai proses pembuatan pin khusus ibu hamil, sebaiknya pihak Kereta Commuter Indonesia harus lebih responsif, tanggap dan cepat.
5. Sebaiknya penulisan *expired date* di dalam pin khusus ibu hamil tidak menggunakan spidol karena perlahan-lahan tulisan akan dapat terhapus, sebaiknya menggunakan cara lain yang lebih tahan lama, tidak mudah terhapus atau hilang.

6. Untuk menghindari penyalahgunaan pin khusus ibu hamil dikenakan oleh orang lain sebaiknya ada foto diri ibu hamil tersebut di dalam pin dan nama ibu hamil tersebut.
7. Di harapkan nantinya pihak PT. Kereta Commuter Indonesia memberikan edukasi terhadap penumpang kereta commuter line yang tidak hamil agar memberikan kursinya untuk penumpang ibu hamil yang lebih membutuhkan.