

STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK HUMAS PT RAILINK MEDAN DALAM MENDORONG PARTISIPASI PROGRAM KESELAMATAN KERETA API

Syifa Diah Puspita¹, Fathurrahman², Hasan Sazali³

¹²³ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ARTICLE INFO

Article history:

Received Januari 2026

Revised Januari 2026

Accepted Januari 2026

Available Januari 2026

syifadiahpuspita@gmail.com,

fathur.xy@gmail.com,

hasansazali@uinsu.ac.id

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Cahaya Ilmu
Bangsa Institute

ABSTRAK

Keselamatan kereta api merupakan isu penting yang membutuhkan keterlibatan aktif masyarakat sebagai pengguna jasa transportasi publik. PT Railink Medan sebagai pengelola layanan kereta api bandara memiliki peran strategis dalam membangun kesadaran dan partisipasi publik terhadap program keselamatan kereta api melalui aktivitas komunikasi publik yang dijalankan oleh bagian Humas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi publik Humas PT Railink Medan dalam mendorong partisipasi masyarakat terhadap program keselamatan kereta api. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipan, dokumentasi, dan catatan lapangan yang diperoleh selama peneliti melaksanakan kegiatan magang di PT Railink Medan selama dua bulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi publik Humas PT Railink Medan dilakukan melalui perencanaan pesan keselamatan, pemanfaatan media komunikasi internal dan eksternal, pelaksanaan kegiatan sosialisasi, serta evaluasi program

komunikasi secara berkelanjutan. Strategi tersebut berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan publik terhadap program keselamatan kereta api. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi praktisi humas, khususnya di sektor transportasi publik, dalam merancang strategi komunikasi keselamatan yang efektif.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi; Humas; Partisipasi Masyarakat; Keselamatan Kereta Api

ABSTRACT

Railway safety is a critical issue that requires active public involvement as users of public transportation services. PT Railink Medan, as the operator of airport railway services, plays a strategic role in fostering public awareness and participation in railway safety programs through public communication activities conducted by its Public Relations division. This study aims to analyze the public communication strategies employed by the Public Relations of PT Railink Medan in encouraging public participation in railway safety programs. This research adopts a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through participant observation, documentation, and field notes obtained during a two-month internship conducted by the researcher at PT Railink Medan. The findings indicate that the public communication strategies implemented include safety message planning, utilization of internal and external communication media, implementation of outreach activities, and continuous evaluation of communication programs. These strategies contribute to enhancing public understanding and participation in railway safety initiatives. This study is expected to serve as a reference for public relations practitioners, particularly in the public transportation sector, in developing effective safety communication strategies.

*Corresponding author
E-mail addresses: zukhrufi@gmail.com



Keywords: *Communication Strategy; Public Relations; Community Participation; Railway Safety*

PENDAHULUAN

Keselamatan dalam transportasi publik, khususnya perkeretaapian, adalah isu krusial yang menyentuh hajat hidup orang banyak. Terjaminnya keamanan di sektor ini bukan semata-mata tugas pemerintah dan operator, melainkan memerlukan sinergi aktif dari masyarakat, baik sebagai penumpang maupun warga di sekitar lintasan. Mengingat pesatnya mobilitas dan frekuensi perjalanan kereta, diperlukan strategi komunikasi yang mumpuni agar nilai-nilai keselamatan dapat tersampaikan dan diterapkan sepenuhnya oleh masyarakat. (Novianus et al., 2023)

Sebagai perusahaan patungan antara PT Kereta Api Indonesia (Persero) dan PT Angkasa Pura II, PT Railink memegang peranan krusial dalam operasional kereta bandara di Medan. Selain mengelola layanan teknis, PT Railink Cabang Medan juga mengemban misi sosial untuk meningkatkan kesadaran publik mengenai keselamatan perjalanan kereta api. Oleh karena itu, fungsi Hubungan Masyarakat (Humas) menjadi sangat vital sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat luas. (Florentina et al., 2025)

Humas PT Railink Cabang Medan memegang peranan krusial dalam mengedukasi dan mengajak masyarakat untuk terlibat aktif dalam program keselamatan kereta api. Upaya ini dilakukan melalui beragam strategi, mulai dari sosialisasi langsung hingga optimalisasi media digital, yang bertujuan untuk mentransformasi perilaku publik agar lebih mengutamakan aspek keselamatan di lingkungan perkeretaapian. (Hanif Muzhaffar et al., 2025)

Secara konseptual, komunikasi publik merupakan upaya mendistribusikan pesan kepada masyarakat luas guna memengaruhi persepsi serta tindakan mereka demi kemaslahatan umum. Hal ini mencakup peran utama komunikasi sebagai sarana penyampaian informasi, pendidikan, dan persuasi. Terkait aspek keselamatan perkeretaapian, strategi komunikasi publik tidak sekadar menyosialisasikan regulasi, melainkan juga bertujuan menumbuhkan kesadaran bersama dan rasa tanggung jawab sosial di tengah masyarakat. (Widodo & Mudjijanti, 2024)

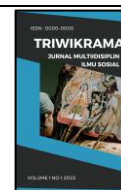
Keberhasilan strategi komunikasi publik sangat bergantung pada kemahiran Humas dalam menyusun pesan, menentukan kanal distribusi yang sesuai, dan memetakan profil audiens. Di sisi lain, Humas perlu melakukan evaluasi mendalam terhadap berbagai kendala, seperti rendahnya budaya keselamatan, perilaku pelanggaran aturan di area perlintasan kereta, serta tantangan dalam membendung arus disinformasi di media digital. (Aisyah, 2022)

Berpijak pada paparan di atas, studi ini krusial untuk menelaah strategi komunikasi publik Humas PT Railink Cabang Medan dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat terhadap program keselamatan kereta api. Hasil penelitian ini diproyeksikan mampu menyajikan data empiris terkait praktik komunikasi di industri transportasi sekaligus menjadi rujukan dalam menyusun strategi komunikasi keselamatan yang lebih berdaya guna.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Komunikasi

Strategi dapat didefinisikan sebagai sebuah skema perencanaan organisasi yang disusun secara menyeluruh dan terstruktur guna menentukan mekanisme pelaksanaan suatu program. Dalam proses penetapannya, strategi menitikberatkan pada perumusan langkah-langkah persiapan, pembagian tugas, penentuan target yang terukur, serta penyusunan berbagai opsi kebijakan sebagai fondasi bagi keberlanjutan program utama yang telah dirancang. Oleh karena itu, ukuran efektivitas sebuah strategi dapat dinilai melalui sejauh mana hasil yang diperoleh selaras dan relevan dengan parameter perencanaan awal yang telah ditetapkan sebelumnya. (Nurjanah Widya Mazwa et al., 2025)



Ditinjau dari aspek etimologi, terminologi strategi mengandung esensi mengenai upaya pencapaian yang berkaitan erat dengan aspek keberhasilan serta kegigihan dalam berjuang. Atas dasar tersebut, strategi dapat didefinisikan sebagai formulasi perencanaan yang dilakukan secara optimal dengan disertai determinasi tinggi guna merealisasikan target-target keberhasilan yang telah ditetapkan sebelumnya. Mengacu pada sintesis dari berbagai pemikiran para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan sebuah rangkaian rancangan yang bersifat sistematis serta menyeluruh dalam mempersiapkan suatu agenda. Hal ini mencakup rincian target yang ingin diraih secara spesifik, sehingga indikator utama dalam mengukur efektivitas suatu strategi terletak pada sejauh mana seluruh target tersebut dapat diimplementasikan dan diwujudkan secara utuh. (Hazan et al., 2025)

Proses komunikasi didefinisikan sebagai mekanisme penyampaian pesan, konsep, maupun pemikiran antara satu pihak ke pihak lainnya. Dalam praktik sehari-hari, interaksi ini mayoritas mengandalkan bahasa verbal atau kata-kata lisan yang dipahami secara bersama oleh pengirim dan penerima pesan. Akan tetapi, apabila terdapat kendala linguistik di mana bahasa lisan tidak dapat dimengerti, interaksi tetap dapat terjalin melalui penggunaan isyarat tubuh serta mimik wajah. Hal ini mencakup tindakan spesifik seperti tersenyum, menggelengkan kepala, hingga mengangkat bahu sebagai bentuk respons. Seluruh rangkaian komunikasi yang tidak melibatkan kata-kata ini dikategorikan ke dalam bentuk komunikasi nonverbal. (Ramadani, 2019)

Dalam ranah ilmu komunikasi, istilah komunikasi dipandang sebagai salah satu pilar konsep yang bersifat fundamental. Secara mendalam, konsep ini menguraikan bagaimana mekanisme pertukaran pesan serta pembentukan makna berlangsung di antara individu maupun kolektif. Penelitian (Nursyahrani et al., 2024) merujuk pada komunikasi diidentifikasi sebagai sebuah proses yang bergerak secara dinamis dan berlangsung terus-menerus demi mewujudkan kesepahaman antarpihak. Mengingat krusialnya peran tersebut, keberhasilan sebuah strategi sangat bergantung pada komunikasi; tanpa adanya proses ini, pesan mustahil dapat menjangkau target sasaran secara optimal dan efektif.

Definisi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi pada hakikatnya dipahami sebagai sebuah konsep turunan yang bersifat aplikatif, yang lahir dari titik temu antara disiplin ilmu strategi dan ilmu komunikasi. Konsep ini tidak sekadar berdiri sendiri, melainkan berfungsi sebagai jembatan yang mengintegrasikan metodologi perencanaan strategis ke dalam dinamika proses komunikasi. Dalam implementasinya, strategi komunikasi dapat didefinisikan sebagai upaya manajerial yang sistematis terhadap berbagai elemen fundamental komunikasi—mencakup kredibilitas komunikator, substansi pesan, pemilihan saluran atau media yang tepat, hingga pemahaman mendalam terhadap audiens—dengan tujuan utama untuk menstimulasi efek serta dampak komunikasi yang paling optimal dan sesuai dengan sasaran yang telah ditetapkan. (Rizki Mulia et al., 2022)

Secara fundamental, strategi komunikasi merupakan sebuah cetak biru atau rancangan komprehensif yang disusun guna memastikan bahwa setiap pesan yang didistribusikan mampu mencapai sasarannya secara berdaya guna. Apabila ditarik ke dalam ranah organisasional, cakupan strategi komunikasi menjadi lebih luas; ia tidak sekadar menitikberatkan pada substansi informasi yang akan disebarluaskan, namun juga melibatkan analisis mendalam mengenai kredibilitas sumber pesan (komunikator), karakteristik audiens yang dituju, pemilihan saluran atau media yang paling relevan, hingga proyeksi hasil atau pengaruh yang ingin dihasilkan dari proses interaksi tersebut. (Nurjanah Widya Mazwa et al., 2025)



Komunikasi Publik

Secara terminologi, komunikasi publik dapat dipahami sebagai sebuah mekanisme sistematis dalam mendistribusikan informasi kepada masyarakat umum mengenai isu-isu yang menyangkut kemaslahatan kolektif. Praktik komunikasi semacam ini lazimnya diinisiasi oleh jajaran instansi pemerintahan, organisasi sektor publik, hingga entitas korporasi yang mengemban amanat tanggung jawab sosial guna menjaga transparansi dan hubungan harmonis dengan warga negara maupun pemangku kepentingan lainnya. (Aisyah, 2022)

Menurut McQuail, komunikasi publik memiliki fungsi penting dalam:

- a. Memberikan informasi
- b. Membangun kepercayaan publik
- c. Mendorong partisipasi masyarakat
- d. Mengedukasi dan membentuk opini publik

Di era kontemporer ini, paradigma komunikasi publik telah mengalami pergeseran mendasar dari model linier menuju interaksi yang lebih dinamis. Mengacu pada kerangka pemikiran Jürgen Habermas mengenai *public sphere* (ruang publik), esensi dari komunikasi publik yang efektif tidak lagi terbatas pada diseminasi informasi secara searah dari otoritas kepada khalayak. Sebaliknya, konsep ini menegaskan pentingnya pembentukan ruang diskursif yang inklusif, di mana institusi dan elemen masyarakat dapat terlibat dalam dialog timbal balik yang setara demi mencapai pemahaman bersama.

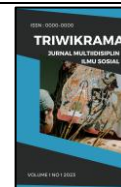
Komunikasi publik didalam agama islam mempunyai peran yang sangat penting dan strategis dalam meningkatkan kesadaran serta loyalitas khlayak terhadap ajaran agama islam. Sejak zaman Nabi Muhammad SAW, komunikasi publik sudah menjadi sarana utama dalam menyampaikan dan menyebarkan ajaran islam yang jelas, akurat, dan beretika, agar pesan yang disampaikan dapat membangun kesadaran yang berdasarkan pada nilai-nilai kebenaran, keadilan, dan cinta. Pada saat itu, Nabi Muhammad SAW telah terkenal sebagai komunikator yang handal, melalui ceramah, komunikasi pribadi, serta tulisan-tulisannya. Cara komunikasi Nabi tentu tidak hanya sekedar menyampaikan informasi, akan tetapi juga memiliki dampak yang sangat signifikan dalam mengubah dan mendorong Masyarakat dalam berpikir dan bertindak. (Marlina et al., 2024)

Humas (Hubungan Masyarakat)

Hubungan Masyarakat (Humas) merupakan salah satu instrumen krusial dalam manajemen yang memiliki peran strategis untuk melakukan asesmen secara mendalam terhadap persepsi dan sentimen publik. Melalui fungsi ini, sebuah entitas maupun individu melakukan penyalarsan antara kebijakan serta prosedur operasional mereka dengan aspirasi dan kebutuhan masyarakat luas. Upaya ini diwujudkan melalui implementasi serangkaian program komunikasi yang terencana secara sistematis, dengan tujuan utama untuk membangun pemahaman yang mendalam serta memperoleh dukungan dan legitimasi yang kuat dari publik.

Hubungan Masyarakat atau *Public Relations* (PR) merupakan sebuah instrumen manajemen krusial yang memiliki tanggung jawab utama dalam merancang serta menjaga keharmonisan relasi antara sebuah institusi dengan berbagai pemangku kepentingannya. Peran praktisi humas sejatinya jauh melampaui sekadar penanganan situasi darurat atau manajemen krisis semata; lebih dari itu, humas memegang kendali strategis dalam upaya mengonstruksi persepsi positif serta memperkuat kredibilitas dan reputasi organisasi secara berkelanjutan dalam jangka waktu yang panjang.

Secara garis besar, Hubungan Masyarakat atau Humas dapat dimaknai sebagai sebuah keterampilan dalam melakukan pendekatan personal dan komunikasi yang persuasif, dengan tujuan utama membangun kesepakatan yang menguntungkan serta memberikan kepuasan bagi seluruh pihak yang terlibat. Apabila ditinjau dari sudut pandang profesional di lingkungan kerja,



Humas berfungsi sebagai instrumen komunikasi strategis yang bertujuan memotivasi anggota tim agar mampu meningkatkan produktivitas kerja mereka, tanpa mengesampingkan aspek kesejahteraan emosional sehingga setiap individu tetap merasa dipedulikan dan diapresiasi. (Rachmawati, 2022)

1. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berfokus pada pengamatan terhadap fenomena sosial yang terjadi secara alami dan bertujuan untuk memahami makna di balik peristiwa yang diamati secara mendalam. Pendekatan ini berlandaskan pada paradigma naturalistik, di mana data diperoleh dari konteks nyata tanpa adanya manipulasi variabel oleh peneliti. (Putu Gede Subhaktiyasa et al., 2025)

Penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan dan menginterpretasikan fenomena strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh Humas PT Railink Cabang Medan dalam mendorong partisipasi masyarakat pada program keselamatan kereta api. Pemaknaan terhadap fenomena tersebut sangat dipengaruhi oleh ketelitian peneliti dalam mengamati, mengelompokkan, serta menganalisis data yang diperoleh. Oleh karena itu, peneliti berupaya melakukan reduksi dan pemurnian data agar makna yang dihasilkan merepresentasikan kondisi empiris yang sesungguhnya. (Fadli, 2021)

Jenis dan Sumber Data

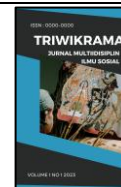
Penelitian kualitatif ini mengandalkan aktivitas komunikasi serta interaksi sosial sebagai sumber data utama, yang dipantau secara langsung selama implementasi program keselamatan kereta api oleh Humas PT Railink Cabang Medan. Klasifikasi data dalam studi ini terbagi menjadi dua kategori, yakni data primer dan data sekunder.

Data primer dihimpun melalui observasi partisipatif peneliti terhadap rangkaian sosialisasi keselamatan yang berlangsung selama periode magang di unit Humas PT Railink Cabang Medan. Cakupan data primer ini meliputi rincian strategi komunikasi, substansi pesan keselamatan, pemilihan kanal media, hingga tingkat keterlibatan dan reaksi masyarakat terhadap inisiatif tersebut.

Di sisi lain, data sekunder dikumpulkan secara tidak langsung melalui penelusuran dokumen yang berkaitan erat dengan objek penelitian, mencakup laporan kegiatan serta arsip visual yang menunjang tahapan analisis. Selain berfungsi sebagai pelengkap temuan lapangan dari hasil wawancara dan observasi, data sekunder juga bersumber dari literatur ilmiah seperti buku dan jurnal akademik yang relevan dengan diskursus strategi komunikasi publik dan keamanan transportasi kereta api. Integrasi data sekunder ini bertujuan untuk memperkuat validitas dan memperkaya kedalaman analisis data primer.

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik observasi dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara nonpartisipan, di mana peneliti mengamati secara langsung pelaksanaan strategi komunikasi publik tanpa terlibat dalam proses pengambilan keputusan atau pelaksanaan kegiatan. Observasi difokuskan pada bentuk sosialisasi keselamatan kereta api, pola penyampaian pesan, penggunaan media komunikasi, serta keterlibatan masyarakat dalam setiap kegiatan.



Selain observasi, teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh data tertulis dan visual yang relevan dengan fokus penelitian. Dokumentasi tersebut berupa arsip visual kegiatan sosialisasi keselamatan kereta api dan catatan pendukung yang berkaitan dengan pelaksanaan program keselamatan perkeretaapian. Penggunaan dokumentasi bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas data hasil observasi serta memberikan bukti empiris yang mendukung proses analisis penelitian.

Analisi Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dan berlangsung secara berkelanjutan sejak proses pengumpulan data hingga penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh melalui observasi partisipan, dokumentasi, dan catatan lapangan selama kegiatan magang dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan memfokuskan data yang relevan dengan strategi komunikasi publik Humas PT Railink Medan dalam program keselamatan kereta api. Selanjutnya, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk uraian naratif yang disusun berdasarkan aspek perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi publik. Tahap akhir analisis dilakukan dengan menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi data secara berulang untuk memastikan konsistensi dan ketepatan temuan penelitian.

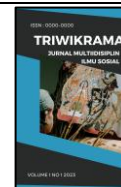
2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Keselamatan Kereta Api PT Railink Cabang Medan

PT Railink Cabang Medan mengimplementasikan program keselamatan kereta api sebagai wujud nyata dedikasi perusahaan dalam menjamin keamanan sistem transportasi, terutama pada layanan operasional Kereta Api Bandara. Inisiatif ini disusun secara strategis sebagai langkah pencegahan guna mendorong pemahaman serta kontribusi publik mengenai vitalitas aspek keamanan di area perkeretaapian. Penekanan utama dari program ini adalah bahwa standar keselamatan yang tinggi tidak dapat dicapai hanya melalui peran operator semata, melainkan memerlukan sinergi dan keterlibatan proaktif dari masyarakat luas, baik dalam kapasitasnya sebagai penumpang maupun warga yang bermukim di sekitar lintasan rel. (Ihtirom & Supriyatno, 2025)

Selama menjalankan masa praktik kerja lapangan pada divisi Hubungan Masyarakat PT Railink Cabang Medan, ditemukan bahwa implementasi program keselamatan perkeretaapian direalisasikan melalui serangkaian strategi komunikasi publik yang memadukan pendekatan edukasi dan persuasi. Upaya ini diwujudkan dalam beberapa agenda konkret, seperti program Sosialisasi Keselamatan di Perlintasan Sebidang, kegiatan edukasi bagi siswa di Sekolah Methodist Batangkuis, hingga pelaksanaan Talkshow Keselamatan Kereta Api serta pengenalan layanan KAI Bandara yang disiarkan melalui radio Kiss FM Medan. Keseluruhan program tersebut dikonsepsi secara spesifik agar dapat menjangkau berbagai lapisan audiens secara efektif, yang mencakup masyarakat umum di jalan raya, kalangan pelajar di instansi pendidikan, hingga masyarakat luas yang menjadi pendengar setia media radio.

Melalui implementasi program keselamatan tersebut, terlihat jelas bahwa Divisi Humas PT Railink Cabang Medan melampaui sekadar penyampaian pesan searah dan lebih mengedepankan pembentukan pemahaman serta kesadaran bersama lewat interaksi tatap muka dengan warga. Pendekatan strategis ini merefleksikan prinsip-prinsip komunikasi publik yang fundamental, di



mana dialog dua arah dan partisipasi aktif masyarakat dianggap sebagai instrumen krusial untuk merealisasikan target-target komunikasi organisasi secara efektif.

Strategi Komunikasi Publik Humas PT Railink Cabang Medan

Berdasarkan temuan penelitian, Humas PT Railink Cabang Medan mengimplementasikan strategi komunikasi publik yang komprehensif melalui integrasi antara interaksi personal secara langsung dan penggunaan saluran media massa. Dalam pelaksanaan sosialisasi mengenai keselamatan di perlintasan sebidang, pendekatan komunikasi dilakukan secara luring guna memberikan edukasi kepada warga yang berdomisili atau beraktivitas di area sekitar perlintasan. Materi sosialisasi tersebut berfokus pada urgensi ketaatan terhadap rambu-rambu jalan raya, peningkatan kewaspadaan ketika melewati jalur kereta api, serta penjelasan mengenai risiko fatal maupun konsekuensi berbahaya yang muncul jika protokol keselamatan tidak diindahkan.

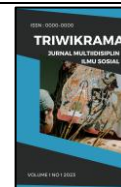
Di sisi lain, pelaksanaan kegiatan sosialisasi mengenai keselamatan di area institusi pendidikan menitikberatkan pada metode edukasi yang dirancang khusus dengan menyelaraskan gaya bahasa serta substansi materi terhadap profil psikologis para siswa. Penerapan strategi ini dimaksudkan untuk menumbuhkan pemahaman mendalam terkait aspek keamanan sejak masa muda. Harapannya, para pelajar tersebut tidak sekadar mengerti regulasi teknis mengenai keselamatan perkeretaapian, namun juga memiliki kapasitas untuk berperan aktif sebagai pemberi informasi atau edukator keselamatan bagi komunitas di sekitar mereka.

Selain mengandalkan interaksi secara tatap muka, departemen Hubungan Masyarakat PT Railink Cabang Medan turut mengoptimalkan saluran media radio melalui program *talkshow* interaktif di Kiss FM Medan. Langkah pemanfaatan frekuensi radio ini dipilih karena kemampuannya dalam mendistribusikan pesan keselamatan secara masif kepada audiens yang lebih variatif dan tersebar luas. Dalam pelaksanaannya, strategi komunikasi publik ini mengedepankan narasi yang bersifat edukatif namun tetap persuasif, di mana pesan dikemas menggunakan diksi yang sederhana agar dapat diserap dengan baik oleh seluruh lapisan pendengar. Integrasi media massa ini tidak hanya memperluas cakupan wilayah komunikasi, tetapi juga berfungsi untuk mengintensifkan frekuensi penyampaian pesan keselamatan di tengah masyarakat.

Partisipasi Masyarakat dalam Program Keselamatan Kereta Api

Tingkat keterlibatan masyarakat dalam upaya peningkatan keselamatan transportasi kereta api dapat diidentifikasi melalui reaksi serta peran serta publik saat agenda sosialisasi dilaksanakan. Melalui pengamatan di lapangan, tampak bahwa warga menunjukkan sikap yang sangat kooperatif dan interaktif, yang dibuktikan dengan kesediaan mereka menyimak paparan dari tim hubungan masyarakat, melontarkan berbagai pertanyaan relevan, serta mematuhi instruksi teknis yang disampaikan sepanjang sesi. Fenomena serupa juga ditemukan pada lingkup pendidikan, di mana para siswa menunjukkan gairah belajar yang tinggi dalam menyerap materi serta terlibat secara intensif dalam dialog interaktif mengenai prosedur keselamatan di jalur kereta api.

Tingginya tingkat partisipasi ini menjadi bukti nyata bahwa strategi komunikasi publik yang diimplementasikan telah berhasil menarik atensi sekaligus memperdalam pemahaman kolektif masyarakat terkait urgensi keselamatan di sektor perkeretaapian. Fenomena ini memperkuat premis bahwa keberhasilan sebuah komunikasi tidak sekadar bertumpu pada distribusi informasi secara searah, melainkan sangat ditentukan oleh sejauh mana audiens mau terlibat dan berinteraksi secara aktif dalam proses pertukaran pesan tersebut. Melalui fondasi pemahaman



dan kesadaran yang semakin kokoh ini, muncul harapan besar akan terciptanya transformasi perilaku masyarakat yang lebih disiplin dan mengutamakan keselamatan saat berada di area rel atau stasiun, yang pada akhirnya akan membentuk budaya keselamatan transportasi yang bersifat permanen dan berkelanjutan.

Aktor yang Terlibat dalam Program Keselamatan Kereta Api

Keberhasilan implementasi program keselamatan kereta api didasarkan pada sinergi berbagai pemangku kepentingan yang membawa kontribusi spesifik namun tetap terintegrasi. Dalam hal ini, Humas PT Railink Cabang Medan memegang kendali sebagai arsitek sekaligus eksekutor strategi komunikasi publik yang bertugas menjembatani hubungan antara korporasi dengan khalayak luas. Di sisi lain, elemen masyarakat, kelompok pelajar, serta para pelanggan setia kereta api diposisikan secara strategis, tidak hanya sebagai target penerima informasi, tetapi juga sebagai rekan kolaboratif dalam membangun fondasi budaya keselamatan. Sementara itu, kehadiran media massa, terutama melalui frekuensi radio, dimanfaatkan sebagai instrumen penyebaran informasi yang vital guna mengamplifikasi pesan-pesan keselamatan agar mampu menjangkau lapisan masyarakat yang lebih luas dan beragam.

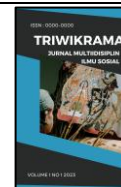
No.	Aktor	Lembaga	Peran
1.	Internal	Humas PT Railink Cabang Medan	Perancang dan pelaksana strategi komunikasi publik serta penyampai pesan keselamatan.
2.	Masyarakat	Pengguna jalan dan warga sekitar perlintasan	Penerima pesan keselamatan dan pelaku utama dalam penerapan perilaku aman.
3.	Pelajar	Sekolah Methodist Batangkuis	Sasaran edukasi keselamatan dan agen penyebaran informasi keselamatan.
4.	Media	Kiss FM Medan	Saluran komunikasi untuk memperluas jangkauan pesan keselamatan kepada publik.

Sumber : peneliti

Struktur Strategi Komunikasi Publik Program Keselamatan Kereta Api

Sistem komunikasi publik dalam program keselamatan kereta api yang dijalankan oleh PT Railink Cabang Medan mengusung konsep kolaborasi yang terintegrasi secara bertingkat. Struktur ini tidak berdiri sendiri sebagai sebuah departemen formal yang terisolasi, namun diwujudkan melalui mekanisme koordinasi yang dinamis antara divisi internal perusahaan, kelompok masyarakat yang menjadi target, serta berbagai kanal media komunikasi luar. Dalam ekosistem ini, bagian Humas PT Railink Cabang Medan memegang kendali utama sebagai pusat manajemen komunikasi. Mereka bertanggung jawab penuh dalam mensinkronisasi seluruh rangkaian proses, mulai dari penyusunan strategi pesan, penentuan platform media yang paling efektif, hingga eksekusi riil dari program sosialisasi terkait keselamatan perjalanan kereta api.

Melalui kerangka kerja ini, pesan-pesan terkait keselamatan dapat didistribusikan secara luas melalui beragam kanal serta situasi, mencakup interaksi personal maupun penggunaan media massa. Sebagai contoh, ketika melakukan edukasi di area perlintasan sebidang atau di sekolah-sekolah, pendekatan yang digunakan adalah komunikasi langsung yang mengutamakan aspek instruksional. Di sisi lain, pelaksanaan diskusi melalui radio mengadopsi struktur komunikasi bermedia yang melibatkan institusi penyiaran sebagai perantara. Keberagaman pola ini membuktikan bahwa pendekatan komunikasi publik yang dijalankan tidaklah kaku atau seragam,



melainkan dirancang secara adaptif agar selaras dengan profil serta kebutuhan spesifik dari tiap-tiap audiens yang disasar.

Melalui penerapan struktur komunikasi yang bersifat dinamis dan luwes, tercipta sebuah mekanisme pertukaran informasi dua arah yang memungkinkan publik untuk bertransformasi dari sekadar audiens pasif menjadi partisipan aktif. Ruang interaksi ini memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk memberikan umpan balik secara langsung di tengah proses sosialisasi yang sedang berjalan. Oleh sebab itu, kerangka komunikasi publik dalam inisiatif keselamatan perkeretaapian dapat diinterpretasikan sebagai sebuah tatanan sistem yang bersifat inklusif, terbuka, serta memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri secara cepat terhadap dinamika situasi yang berkembang di lapangan.

Bentuk Kegiatan Sosialisasi Keselamatan Kereta Api

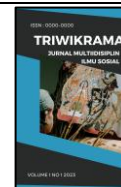
Hasil pengamatan menunjukkan bahwa PT Railink Cabang Medan mengimplementasikan program keselamatan perkeretaapian melalui serangkaian inisiatif strategis yang terstruktur. Langkah awal diwujudkan melalui sosialisasi keselamatan pada perlintasan sebidang yang difokuskan bagi masyarakat luas serta para pengendara. Dalam forum ini, poin-poin mengenai kewaspadaan dan kepatuhan terhadap marka jalan menjadi prioritas, dengan menonjolkan risiko fatalitas jika regulasi dilanggar. Pesan-pesan tersebut disampaikan secara lisan menggunakan retorika yang komunikatif guna menjamin pemahaman di seluruh lapisan sosial.

Selanjutnya, perusahaan menysasar sektor pendidikan melalui edukasi keselamatan di lingkungan sekolah bagi para siswa. Strategi yang diterapkan cenderung bersifat persuasif dan edukatif dengan visi jangka panjang, yakni membangun budaya sadar keselamatan pada generasi muda. Para siswa dipersiapkan untuk menjadi komunikator aktif yang mampu mengamplifikasi nilai-nilai keselamatan tersebut kepada lingkaran terdekat mereka. Terakhir, jangkauan komunikasi diperluas melalui pemanfaatan media penyiaran, yakni melalui sesi dialog interaktif di Kiss FM Medan. Melalui wadah radio ini, pesan dapat tersebar ke publik yang lebih variatif secara dua arah. Seluruh rangkaian kegiatan ini mencerminkan komitmen Humas PT Railink Cabang Medan dalam menjalankan strategi komunikasi publik yang komprehensif dan sinergis.

3. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Setelah melakukan analisis mendalam terhadap data penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, kesimpulan utama yang dapat ditarik adalah adanya korelasi yang signifikan antara kerangka konseptual teoretis dengan manifestasi empiris yang ditemukan di lapangan. Hasil observasi menunjukkan bahwa meskipun implementasi strategi atau praktik yang menjadi objek studi telah diupayakan secara berkesinambungan, namun dalam realitasnya masih ditemukan berbagai celah yang menghambat tercapainya performa optimal. Hal ini tidak terlepas dari pengaruh kompleks antara variabel internal, seperti kapabilitas sumber daya dan kedalaman pemahaman para pemangku kepentingan, serta variabel eksternal yang berkaitan dengan kondisi lingkungan sekitar. Oleh karena itu, studi ini memberikan penekanan bahwa untuk merealisasikan target yang telah ditetapkan, diperlukan upaya peningkatan yang komprehensif pada fase perencanaan, koordinasi pelaksanaan, hingga mekanisme pengawasan yang dilakukan secara periodik demi menjamin efektivitas serta keberlanjutan fenomena tersebut.

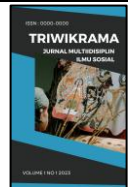


Saran

Merujuk pada kesimpulan di atas, peneliti mengajukan sejumlah rekomendasi strategis bagi para pemangku kepentingan untuk memprioritaskan perbaikan pada variabel-variabel yang masih menghambat progres. Fokus utama perbaikan tersebut hendaknya diarahkan pada pengembangan kompetensi sumber daya manusia, restrukturisasi sistem kerja agar lebih efisien, serta pengadopsian metode yang lebih fleksibel dalam merespons dinamika perubahan zaman. Di samping itu, penting bagi organisasi untuk menyelenggarakan evaluasi secara kontinu serta membangun budaya inklusif terhadap saran demi menghindari kejenuhan operasional. Teruntuk pengembangan riset di masa mendatang, disarankan adanya perluasan lokus maupun fokus penelitian, baik melalui diversifikasi subjek maupun variasi metodologi, guna menyajikan perspektif yang lebih mendalam serta memberikan kontribusi yang lebih luas bagi literatur Ilmu Komunikasi dan disiplin ilmu relevan lainnya.

4. DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, M. (2022). ETHOS, PATHOS, LOGOS DAN KOMUNIKASI PUBLIK: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 442. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i3.2066>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1), 33-54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Florentina, N., Usman, K., & Siregar, A. M. (2025). Identifikasi Risiko Pada Kondisi Keselamatan dan Keamanan Stasiun Kereta Api di Bandar Lampung (Studi Kasus: Stasiun Tanjung Karang Dan Stasiun Labuhan Ratu). *Journal of Sustainable Construction*, 5(1), 19-24. <https://doi.org/10.26593/josc.v5i1.9244>
- Hanif Muzhaffar, M., Pasaribu, S. B., Arrasyid, M. H., & Sazali, H. (2025). Peran Humas PT. Railink Dalam Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Media Publisitas. *Edisi Januari-Maret*, 02(03), 835-840. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jiksp/index>
- Hazan, H., Mantasa, K., Mudassir, A., & Ramadhani, R. (2025). KOMUNIKASI INFORMASI: DASAR-DASAR UNTUK MENAVIGASI ERA INFORMASI BERLEBIH. *Journal Papyrus : Sosial, Humaniora, Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 59-69. <https://doi.org/10.59638/jp.v4i1.83>
- Ihtirom, M. W., & Supriyatno, D. (2025). Analisis Kebutuhan Sarana Dan Prasarana Untuk Keselamatan Pada Perlintasan Sebidang Kereta Api. *Jurnal Media Publikasi Terapan Transportasi*, 277-284. <https://doi.org/10.26740/mitrans.v3n3.p277-284>
- Marlina, M. A. ., Ahmad Salman Farid, M. A. ., Nana Gustianda, M. A. ., & Putri, S. I. (2024). *Komunikasi publik dengan nilai-nilai keislaman: buku ajar*.
- Novianus, C., Lakhsmi, B. S., & Inaku, A. H. R. (2023). Analisis Persepsi Keselamatan Transportasi Publik Pada Pekerja Urban di Jakarta. *Jurnal Fisioterapi Dan Kesehatan Indonesia*, 3(1), 123-135. <https://doi.org/10.59946/jfki.2023.172>
- Nurjanah Widya Mazwa, RR Rosita Cindrakasih, & Sultan Himawan. (2025). Strategi Komunikasi Humas dalam Menjaga Citra Perusahaan Transportasi Publik BUMD Berbasis Rel. *Jurnal Cakrawala Akademika*, 2(2), 348-353. <https://doi.org/10.70182/jca.v2i2.993>
- Nursyahrani, A., Magfiroh, I., Afriyandi, R., Arifin, A. R., Subagdja, O., & Ramdani, F. T. (2024). Fungsi Komunikasi Organisasi dalam Himpunan Mahasiswa Administrasi Publik. *Karimah Tauhid*, 3(9), 10141-10155. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i9.14489>
- Putu Gede Subhaktiyasa, Sang Ayu Ketut Candrawati, N. Putri Sumaryani, Ni Wayan Sunita, & Abd. Syakur. (2025). Penerapan Statistik Deskriptif: Perspektif Kuantitatif dan Kualitatif. *Emasains : Jurnal Edukasi Matematika Dan Sains*, 14(1), 96-104. <https://doi.org/10.59672/emasains.v14i1.4450>
- Rachmawati, F. (2022). Public Relations & Impression Management. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 9-18. <https://doi.org/10.21070/kanal.v11i1.1697>



Ramadani, T. (2019). Pengelolaan Komunikasi Publik. *Jurnal Good Governance*, 15(1).

<https://doi.org/10.32834/gg.v15i1.42>

Rizki Mulia, T., Harahap, S., & Anas Azhar, A. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS LEMBAGA KESWADAYAAN MASYARAKAT (LKM) BERKAH DALAM MENINGKATKAN CITRA DI KELURAHAN KEDAI LEDANG KECAMATAN KISARAN TIMUR KABUPATEN ASAHAN. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(11), 2517-2528.

<https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i11.378>

Widodo, B., & Mudjijanti, F. (2024). PKM - Pelatihan Keterampilan Dasar Komunikasi Konseling bagi Kelompok WKRI. *Ainara Journal (Jurnal Penelitian Dan PKM Bidang Ilmu Pendidikan)*, 5(1), 26-31. <https://doi.org/10.54371/ainj.v5i1.360>