

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian karya yang relevan dengan Tugas Akhir ini adalah jurnal ilmiah yang berjudul “Kampanye Keselamatan di Perlintasan Kereta Api untuk Mahasiswa sebagai Pelopor Budaya Keselamatan Perkeretaapian” (Natalia and Tirtawidjaja, 2019) membahas tentang pentingnya peran generasi muda, khususnya mahasiswa, dalam menumbuhkan budaya keselamatan di perlintasan kereta api. Artikel ini berangkat dari fenomena masih tingginya angka kecelakaan di perlintasan sebidang yang disebabkan oleh rendahnya kesadaran masyarakat dalam menaati aturan lalu lintas perkeretaapian. Perilaku menerobos palang pintu, mengabaikan rambu, dan kurangnya pengetahuan tentang bahaya di perlintasan menjadi latar belakang utama dilaksanakannya kampanye ini. Pemerintah melalui program Pelopor Budaya Keselamatan Perkeretaapian berupaya melibatkan mahasiswa sebagai agen perubahan yang diharapkan mampu menularkan kesadaran keselamatan kepada masyarakat luas.

Kampanye ini dirancang dengan konsep “*Heroes*”, yakni mahasiswa diposisikan sebagai pahlawan yang membawa perubahan melalui tindakan sederhana namun berdampak besar, seperti berhenti sebelum palang pintu dan mematuhi rambu keselamatan. Konsep ini tidak hanya menekankan pada kepatuhan terhadap aturan, tetapi juga pada pembentukan nilai tanggung jawab sosial di kalangan anak muda. Pendekatan kampanye dilakukan secara kreatif dan komunikatif untuk menarik minat audiens muda dengan memanfaatkan media visual yang inspiratif dan partisipatif. Melalui pendekatan tersebut, diharapkan mahasiswa tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga menjadi penyebar nilai-nilai keselamatan di lingkungan sekitarnya.

Kelebihan artikel ini terletak pada gagasan inovatif dalam melibatkan mahasiswa sebagai agen perubahan dan penggunaan pendekatan kampanye kreatif yang relevan dengan karakteristik generasi muda. Selain itu, penggunaan konsep “*Heroes*” memberikan daya tarik emosional yang kuat dalam membentuk perilaku aman di masyarakat. Namun, kelemahannya terletak pada minimnya penjelasan mengenai metode pelaksanaan kampanye serta ketiadaan data empiris yang menunjukkan efektivitas program dalam mengubah perilaku masyarakat. Artikel ini lebih bersifat konseptual daripada aplikatif, sehingga meskipun memiliki nilai strategis sebagai dasar pengembangan program komunikasi keselamatan, diperlukan penelitian lanjutan yang lebih komprehensif untuk mengukur dampak nyata dari implementasinya.

Selanjutnya, Karya yang berjudul “Sosialisasi Keselamatan di Perlintasan Sebidang Tidak Berpalang Pintu (Studi Kasus: Desa Ngetrep, Kabupaten Madiun)”. Penelitian dilakukan oleh (Handoko, Imron and Malaiholo, 2021). Pada jurnal tersebut menjelaskan bahwa dengan adanya kegiatan sosialisasi keselamatan di perlintasan sebidang yang tidak dilengkapi palang pintu bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat dan pengguna jalan mengenai aturan berlalu lintas di sekitar perlintasan kereta api. Salah satu faktor yang sering menyebabkan kecelakaan di lokasi tersebut adalah kurangnya pengetahuan mengenai makna rambu-rambu keselamatan yang telah dipasang dan masih acuh tak acuh masyarakat mengenai bahaya menerobos perlintasan. Kecelakaan pada perlintasan sebidang dapat disebabkan oleh beberapa hal salah satunya pengguna yang tidak disiplin saat melewati perlintasan sebidang dengan cara melakukan pelanggaran seperti menerobos palang pintu dan tetap melewati pintu perlintasan sebidang saat alarm peringatan dini kedatangan kereta api berbunyi.

Artikel ini memiliki keunggulan dalam membahas topik yang penting untuk keamanan masyarakat, menggunakan contoh kasus yang jelas. Metode sosialisasi yang diangkat menunjukkan perhatian terhadap pendidikan dan kesadaran masyarakat, dan hasilnya dapat menjadi panduan praktis. Namun, artikel ini juga memiliki kelemahan, seperti terbatasnya generalisasi karena hanya berfokus pada

satu desa, kurangnya eksplorasi aspek teknis perlintasan, serta metodologi yang mungkin lemah jika data kuantitatif tidak cukup kuat. Selain itu, tanpa evaluasi yang jelas terhadap dampak sosialisasi, sulit untuk menilai efektivitas upaya yang telah dilakukan.

Selanjutnya, Karya yang berjudul “Pertanggungjawaban Pidana terhadap Pelaku Tindak Pengerusakan Fasilitas Umum (Vandalisme) pada Kereta Api dalam Perspektif Kitab Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2007 Tentang Perkeretaapian”. Penelitian dilakukan oleh (Suryani, 2024). Pada jurnal tersebut menjelaskan upaya penanggulangan tindak pidana kerusakan fasilitas umum, atau yang sering kita sebut vandalisme, pada kereta api dilakukan dengan pendekatan hukum positif yang mencakup langkah-langkah pencegahan yang bersifat pre-emptif, preventif, dan represif. Dalam pelaksanaannya, PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) bekerja sama dengan aparat kepolisian dan masyarakat untuk mencegah serta menindak para pelaku vandalisme.

Pendekatan pre-emptif dilakukan melalui program edukasi, sosialisasi, dan kampanye untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahaya vandalisme. Sementara itu, pendekatan preventif meliputi pemasangan kamera CCTV, peningkatan pengawasan, serta penerapan standar operasional prosedur (SOP) keamanan di stasiun dan dalam kereta api. Pendekatan represif, di sisi lain, mencakup penegakan hukum yang merujuk pada Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) dan Undang-Undang Perkereta-apian, dengan tujuan memberikan efek jera kepada para pelaku. Selain langkah-langkah hukum tersebut, PT KAI juga menerapkan program Corporate Social Responsibility (CSR) guna meningkatkan kesadaran dan kepedulian masyarakat melalui berbagai inisiatif sosial, pendidikan, dan pengembangan infrastruktur. Dengan adanya upaya terpadu ini, diharapkan tingkat vandalisme terhadap fasilitas kereta api dapat berkurang, sehingga keamanan dan kenyamanan pengguna jasa kereta api semakin terjamin.

Artikel ini membahas vandalisme terhadap fasilitas kereta api sebagai masalah serius yang mempengaruhi keselamatan dan pelayanan publik. Kelebihan artikel adalah relevansi isu dan pemahaman hukum yang baik, dengan referensi

pada peraturan perkeretaapian. Namun, kekurangan terletak pada fokus yang sempit pada hukum positif, tanpa membahas faktor sosiologis atau langkah pencegahan. Menyertakan data empiris atau studi kasus bisa membuat argumen lebih kuat.

Selanjutnya, Karya yang berjudul “Strategi Efektifitas Konten Edukasi Melalui TikTok: Studi Kasus pada Akun @RAYMONDCHINS”. Penelitian dilakukan oleh (Rahmah *et al.*, 2024). Pada jurnal tersebut menjelaskan bahwa penelitian tersebut menyoroti potensi besar media sosial yakni platform TikTok, khususnya melalui akun Raymondchins, sebagai media edukasi yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat digital. Strategi komunikasi yang digunakan meliputi penggunaan bahasa sederhana yang mudah dipahami oleh berbagai kalangan, narasi yang relatable sehingga dekat dengan pengalaman sehari-hari audiens, serta penyampaian pesan berbasis tren yang sesuai dengan dinamika media sosial. Video edukasi yang dihasilkan tidak hanya informatif, tetapi juga mampu membangun keterlibatan emosional dan kognitif yang kuat, mendorong audiens untuk berpikir kritis serta mengambil tindakan nyata, seperti menolak budaya korupsi. Dengan pendekatan ini, TikTok menjadi alternatif inovatif dalam menyampaikan edukasi secara luas dan efektif, meskipun penelitian lebih lanjut masih diperlukan untuk mengeksplorasi bagaimana platform ini dapat dioptimalkan secara sistematis sebagai media pembelajaran yang berkelanjutan. Dengan adanya penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial dapat memberikan dampak yang signifikan untuk menyebarkan informasi seperti video edukasi yang efektif, dikarenakan banyaknya masyarakat yang mengakses dan mendapatkan informasi tersebut melalui media sosial.

Artikel ini menunjukkan kelebihan dalam analisis pemanfaatan media sosial untuk edukasi. Dengan pendekatan studi kasus yang konkret, pembaca bisa memahami praktik dari kreator konten. Data dan observasi yang digunakan juga memperkuat temuan. Namun, kekurangannya adalah hasilnya sulit digeneralisasi karena hanya berfokus pada satu akun dan tidak mengeksplorasi perspektif audiens

yang lebih luas. Jadi, hasilnya belum menggambarkan efektivitas konten edukasi di TikTok secara keseluruhan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Public Relations

Teori *Public Relations* dapat diartikan sebagai sesuatu yang dipersiapkan secara cukup dalam hubungan komunikasi dengan orang yang mempunyai kepentingan berbagai perubahan serta berdampak pada tujuan atau perubahan *image* organisasi atau Perusahaan. Perusahaan sangat memerlukan peran Public Relations (PR) dalam mendukung berbagai kegiatan manajemen. Hal ini terlihat dari banyaknya divisi PR yang dibentuk di hampir setiap perusahaan. Salah satu tugas utama Public Relations adalah mempertahankan eksistensi perusahaan, yang memerlukan strategi efektif untuk mencapai tujuan tersebut. Kegiatan PR sangat penting untuk membangun citra dan identitas perusahaan, terutama melalui komunikasi yang efektif, sehingga perusahaan dapat menjaga dan mempertahankan keberadaannya di tengah kompetisi yang ketat. Saat ini, hampir semua perusahaan berlomba-lomba untuk menunjukkan eksistensinya dengan menonjolkan berbagai keunggulan, guna meningkatkan kesadaran serta kepercayaan masyarakat. (Anggraini and Setyanto, 2019)

2.2.2 Video

Video merupakan teknologi visualisasi elektronik yang mampu menangkap, merekam, dan memproses informasi melalui suara dan gambar yang bergerak (audiovisual). Tayangan yang disiarkan melalui media video dapat memicu minat seseorang untuk menyimak lebih dalam. Secara etimologis, istilah "video" berasal dari singkatan dalam bahasa Inggris, yaitu "Vi" yang merujuk pada visual atau gambar, dan "Deo" yang merujuk pada audio atau suara. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa video adalah kumpulan komponen yang mampu menghadirkan gambar dan suara

secara bersamaan, menjadikannya sebagai media yang paling efektif dalam menyampaikan informasi.(Limbong and Napitupulu, 2020).

2.2.3 Definisi Video Edukasi

Video edukasi merupakan rekaman gambar langsung yang menyampaikan pesan serta moral kepada individu, kelompok, atau masyarakat. Sebagai media untuk menyampaikan informasi, video edukasi memiliki beragam elemen, seperti gambar, animasi, suara, dan teks. Kepraktisan dan ekonomisnya menjadikan video edukasi sebagai alat yang efektif untuk berbagi informasi. Kita dapat menggunakan video edukasi di mana saja dan kapan saja, asalkan informasi yang disampaikan tetap relevan.(Nagari *et al.*, 2021). Video edukasi juga bisa diartikan sebagai media multimedia yang dirancang untuk menyampaikan informasi secara efektif dan menarik, dengan tujuan mendidik, memberikan ilmu pengetahuan, serta mengembangkan potensi diri manusia. Video edukasi dapat menggabungkan berbagai elemen seperti ilustrasi, foto, seni digital, dan efek visual untuk meningkatkan daya tarik dan pemahaman audiens. (Bastian *et al.*, 2022)

2.2.4 Tujuan Video Edukasi

Video edukasi adalah salah satu alat penting dalam promosi kesehatan yang bertujuan untuk mengubah perilaku individu atau kelompok. Secara umum, penggunaan video edukasi bertujuan untuk menyampaikan pesan atau materi dengan cara yang lebih efektif, sehingga pesan tersebut lebih mudah dipahami, menarik, dan menyenangkan bagi audiens.(Sulastri, Trisyani and Mulyati, 2020)

2.2.5 Media Sosial

Kata "media" berasal dari bahasa Latin, yaitu "medium," yang berarti perantara. Media berfungsi sebagai alat bantu yang menyalurkan pesan untuk mencapai tujuan tertentu. Salah satu bentuk media yang tengah berkembang pesat saat ini adalah media sosial. Media sosial mengubah cara

orang menemukan, membaca, dan membagikan berita serta berbagai informasi kepada orang lain. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, media sosial dapat diartikan sebagai sekumpulan aplikasi yang beroperasi dalam jaringan internet, memungkinkan pengguna untuk saling bertukar konten. Beberapa contoh jenis media sosial termasuk Instagram.(Makhmudah, 2019).

a. Instagram

Nama Instagram berasal dari kata "insta," yang berarti foto instan, dan "gram," yang merujuk pada telegram. Kombinasi ini mencerminkan cara platform ini berfungsi, yaitu mengirimkan informasi serta mengunggah foto atau konten lainnya melalui internet, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat cepat diterima oleh orang lain.(Rahmawati, Sa'adah and Afyah, 2020)

b. TikTok

TikTok adalah platform berbagi video singkat yang diluncurkan pada September 2016 oleh perusahaan Tiongkok, ByteDance. Awalnya, aplikasi ini disebut Douyin di Tiongkok sebelum diperkenalkan ke luar negeri dengan nama TikTok. TikTok menyediakan berbagai efek, musik, dan alat kreatif yang memudahkan pengguna untuk membuat konten menarik. Pengguna aktif di platform ini disebut Tiktokers, yang bisa menjadi terkenal melalui video unik dan menghibur. Selain hiburan, TikTok juga digunakan untuk pendidikan dan promosi bisnis melalui fitur FYP (For You Page) yang membantu video menjangkau lebih banyak orang. Meski demikian, TikTok memiliki kekurangan, yaitu adanya penyalahgunaan yang dapat menyebabkan munculnya konten negatif.(Malimbe, Waani and Suwu, 2021)

Pemanfaatan media sosial TikTok oleh Generasi Z dapat membentuk makna dan identitas diri sebagai dampak dari interaksi yang terus-menerus di antara pengguna. Melalui interaksi sosial ini, setiap pengguna akan menafsirkan sesuai dengan nilai-nilai yang mereka anut, dan dari pertukaran

pandangan tersebut muncul berbagai realitas dalam kehidupan mereka. Hal ini karena setiap pengguna atau individu adalah makhluk yang berbeda.(Firamadhina and Krisnani, 2020).