

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tugas akhir yang telah disusun, maka terdapat beberapa berikut:

1. Berdasarkan hasil survei dan analisis performa konten, video edukasi berjudul *“Jangan Biarkan Keluargamu Menunggu dalam Tangisan”*, *“Kereta Tak Bisa Berhenti Mendadak”*, dan *“Sekali Lempar, Seumur Hidup Menyesal”* terbukti menjadi karya yang paling efektif dalam mendorong perubahan perilaku masyarakat. Ketiga video tersebut mampu menyampaikan pesan keselamatan secara emosional, persuasif, dan realistis melalui penggambaran situasi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, sehingga berhasil menumbuhkan empati, meningkatkan kesadaran, serta mendorong masyarakat untuk lebih disiplin dan berhati-hati di perlintasan kereta api. Hal ini diperkuat dengan hasil survei yang menunjukkan bahwa 93,9% responden merasakan dampak signifikan terhadap perubahan sikap dan perilaku setelah menonton video tersebut.
2. Telah diproduksi 20 video edukasi dengan tema bahaya menerobos perlintasan kereta api dan pelemparan batu pada kereta api, melalui tahap produksi yang melibatkan judul-judul: Hargai Nyawa, Stop Sebelum Terlambat, Kereta Tak Bisa Berhenti Mendadak, Jangan Biarkan Keluargamu Menunggu Dalam Tangis, Palang Bukan Hiasan, itu Peringatan, Pilih Menunggu Sebentar atau Menyesal Selamanya, Terlambat Sekolah atau Menunggu Sejenak, Jangan Terobos, Nyawa Taruhannya!, Lebih Baik Terlambat, Daripada Tidak Pernah Sampai!, Jalur Pintas, Nyawa Taruhannya, Hargai yang Menjaga, Bahaya di Rel: Jangan Lempar Batu ke Kereta Api, Satu Batu, Seribu Bahaya, Lemparan yang Meninggalkan Luka, Sekali Lempar, Seumur Hidup Menyesal, Batu Kecil, Masalah Besar,

Jangan Sampai Menyesal, Permainan Berbahaya, Lemparan Tanpa Pikir Panjang, Akibat dari Iseng, Jangan Lempar.

3. Tahap produksi video edukasi terdapat beberapa perubahan, terutama pada penyesuaian dialog dengan bahasa tutur sehari-hari yang diperankan oleh talent. Perubahan ini bertujuan untuk memastikan pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami dan relevan dengan target audiens. Dalam proses ini, talent berperan penting dalam membawa nuansa keberagaman bahasa dan ekspresi sehari-hari, memperkaya naratif yang disajikan dalam setiap video edukasi.
4. Pada proses publikasi, penulis memperhatikan *engagement* dari konten yang telah diunggah pada dua media sosial milik PT KAI Daop 4 Semarang yakni Instagram dan TiTok. Kenaikan pengikut di Instagram sebanyak 29 pengikut dari yang awalnya memiliki 2.843 Pengikut per-tanggal 21 Agustus 2025 lalu per-tanggal 31 Agustus 2025 memiliki followers sebanyak 2.872 pengikut, sedangkan kenaikan pengikut di TikTok yang merupakan akun baru dibuat pada tanggal 21 Agustus 2025 sampai dengan tanggal 31 Agustus 2025 akun tersebut memiliki 7 pengikut. Jam untuk mengunggah video edukasi ini juga sangat berpengaruh untuk views, likes, dan comment. Video edukasi yang dipublikasikan melalui Instagram memiliki views paling tinggi diunggah pada saat hari libur pukul 16.00 sedangkan, video edukasi yang memiliki views paling sedikit diunggah pada hari minggu, 30 Agustus 2025 pukul 16.00. sedangkan melalui TikTok video edukasi yang memiliki views paling banyak yakni diunggah pada hari Minggu, 24 Agustus 2025 pukul 16.00 sedangkan video edukasi yang memiliki views paling sedikit yakni diunggah pada hari Jumat, 29 Agustus 2025 pukul 13.00

5.2 Saran

Dalam upaya meningkatkan efektivitas kampanye video edukasi yang dilakukan oleh tim humas PT. KAI Daop 4 Semarang disarankan agar tim dapat merancang video edukasi dengan kreativitas yang terfokus pada

topik strategis lain yang relevan dengan isu-isu yang mendesak atau kurang mendapat perhatian dalam masyarakat Jawa Tengah. Selain itu, penjadwalan publikasi video edukasi sebaiknya didasarkan pada analisis posting pada bab 4, dengan mempertimbangkan pola aktivitas pengguna pada weekday atau weekend untuk memaksimalkan resonansi dan interaksi. Dalam konteks sosialisasi offline, perkuat dampak video edukasi dengan melibatkan kegiatan seperti acara peluncuran atau diskusi terbuka yang dapat diintegrasikan dengan lembaga sekolah atau komunitas lain guna mencapai efek yang lebih luas dan berkelanjutan. Evaluasi rutin berdasarkan respons dan data analisis juga diperlukan untuk memastikan perbaikan yang berlanjut dan peningkatan efisiensi kampanye video edukasi.