

**Optimalisasi Media *Below The Line* pada LRT Palembang dalam  
Upaya Perlindungan Kaum Perempuan**

**Eci Meiliana, Isna Wijayani**

Universitas Bina Darma

ecimeiliana2000@gmail.com, isnawijayani@binadarma.ac.id

**ABSTRACT**

*Below the line media is promotional media that is active in nature, this media interacts directly with consumers because of its nature which makes it easier for consumers to immediately absorb the message conveyed. Transportation as a medium of communication is a form of change over time. This problem goes hand in hand with the emergence of new media, media with a smaller scope such as Below The Line Media which allows very specific target audience segmentation. Promotional media is divided into two types, namely Above The Line and Below The Line. Above the Line is promotional media which is carried out usually using television, radio, print media, billboards, etc. Below the line media is promotional media which is active in nature, this media interacts directly with consumers. The aim of this research is to find out how Below the Line media is implemented at the Palembang LRT (Light Rail Transit) Station. This research was conducted using qualitative with a descriptive approach, where qualitative research can be interpreted as research that uses data that is objective and appropriate to the existing problems. Below the Line media at the station for LRT users is actually effective for LRT service users, for example LRT service users see the existing promotional X-banners and are interested, but for people who have not used the LRT it is actually less effective. And for the protection of women on the LRT, I think it is safe and comfortable considering that at every station there are waiting seats specifically for mothers, pregnant women and the elderly, and in the carriages, there are also seats specifically for pregnant women, the elderly and disabled, and in The trains also have security on duty so that LRT service users feel safe. Below the line media is an important part in introducing a product or service to users and consumers. Optimizing below the line media in an effort to protect women on the Palembang LRT. The use of below the line media in the LRT station environment is optimal for Palembang LRT service users, however for a wider reach, other media are needed to help optimize Below The Line Media, and to ensure security in the LRT area, considering that at each station there are always officers ready to help, and security to maintain security around the LRT station area.*

**Keywords:** *Below The Line, Transportation,*

**ABSTRAK**

Media *below the line* merupakan media promosi yang sifatnya aktif, media ini berinteraksi langsung dengan Konsumen karena sifatnya yang memudahkan konsumen langsung menyerap pesan yang disampaikan. Sarana transportasi sebagai media komunikasi merupakan wujud perubahan perkembangan zaman. Masalah ini berjalan seiring dengan munculnya media-media baru, media dengan ruang lingkup yang lebih kecil seperti media *below the line* memungkinkan segmentasi target audiens yang sangat spesifik media promosi

terbagi atas dua jenis yaitu *above the line* dan *below the line*. *Above the line* merupakan media promosi yang dilakukan biasanya menggunakan televisi, radio, media cetak, Billboard, dll, Media *below the line* merupakan media promosi yang sifatnya aktif, media ini berinteraksi langsung dengan konsumen tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan media *below the line* di Stasiun LRT (Light Rail Transit) Palembang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang mana penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menggunakan data yang objektif dan tepat dengan permasalahan yang ada. media *below the line* yang ada di stasiun itu bagi para pengguna LRT Sebenarnya efektif bagi para pengguna jasa LRT, seperti misalnya pengguna jasa LRT melihat *X-banner* promosi yang ada dan tertarik dan, tapi bagi masyarakat yang belum menggunakan LRT sebenarnya itu kurang efektif. Dan untuk perlindungan kaum perempuan di LRT saya rasa sudah aman, dan nyaman mengingat di setiap stasiun tersedianya Kursi tunggu yang dikhususkan untuk ibu, wanita hamil sertalansia, dan di gerbong juga tersedianya tempat duduk yang dikhususkan untuk Ibu hamil, lansia dan disabilitas, dan di kereta juga ada *security* yang bertugas sehingga pengguna jasa LRT merasa aman. Media *below the line* merupakan bagian penting dalam pengenalan sebuah produk barang atau jasa kepada pengguna dan konsumen, Optimalisasi media *below the line* dalam upaya melindungi perempuan pada LRT Palembang, Penggunaan media *below the line* di lingkungan stasiun LRT sudah Optimal bagi para pengguna jasa LRT Palembang namun untuk jangkauan yang lebih luas lagi maka diperlukan media lainnya guna membantu pengoptimalisasi media *below the line*, dan untuk keamanan di area LRT dipastikan aman mengingat di setiap stasiun selalu ada petugas yang siap membantu, dan *security* yang menjaga keamanan sekitar area stasiun LRT.

**Kata kunci:** *Media Below The Line, Transportasi*

## PENDAHULUAN

Media massa dalam hal ini mempunyai peranan yang sangat penting dalam mengkomunikasikan dan menyampaikan pesan agar tepat sasaran ke dalam benak konsumen. juga merupakan faktor yang hendaknya diperhatikan oleh pengolahlah yang sedang melakukan kegiatan promosi dalam beriklan tentunya harus relevan dengan prinsip efisiensi dan efektivitas yang dibandingkan dengan tingkat kemampuan pengelola atau perusahaan

Media promosi terbagi atas dua jenis yaitu *above the line* dan *below the line*. *Above the line* merupakan media promosi yang dilakukan biasanya menggunakan televisi, radio, media cetak, Billboard, dll. Media *below the line* merupakan media promosi yang sifatnya aktif, media ini berinteraksi langsung dengan Konsumen karena sifatnya yang memudahkan konsumen langsung menyerap pesan yang disampaikan. Sarana transportasi sebagai media komunikasi merupakan wujud perubahan perkembangan zaman. Masalah ini berjalan seiring dengan munculnya media- media baru, media dengan ruang lingkup yang lebih keci seperti media *below the line* memungkinkan segmentasi target audiens yang sangat spesifik, transportasi yang berupa kereta api ringan pertama di Indonesia yang membutuhkan media *below the line* sebagai media informasi untuk Para Pengguna dalam melakukan kegiatan.

Kota Palembang merupakan sebuah kota dalam wilayah provinsi Sumatera Selatan Kota Palembang semakin berkembang dengan adanya moda transportasi

umum LRT (Light Rail Transit) Di Palembang , Keselamatan dan keamanan bagi perempuan dalam menggunakan transportasi umum juga merupakan isu pengarusutamaan gender dalam menggunakan transportasi LRT (Light Rail Transit). Pengarusutamaan gender dalam transportasi adalah konsep yang mengacu pada upaya untuk memastikan bahwa transportasi dan infrastruktur terkait dirancang, dioperasikan, dan digunakan secara adil dan setara untuk semua gender.

efektifnya media *below the line* di stasiun LRT Palembang, belum adanya gerbong khusus perempuan di LRT. Bagaimana optimalisasi media *below the line* pada LRT Palembang dalam upaya perlindungan kaum perempuan.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan media *below the line* di Stasiun LRT (Light Rail Transit) Palembang. Maka peneliti akan membatasi ruang lingkup penelitian dan hanya membahas mengenai tentang “Media *Below the Line* Dalam Transportasi LRT Palembang, dan Bagaimana Pengelola LRT dalam Melindungi Perempuan serta Disabilitas”

## **METODE PENELITIAN**

Bagian ini berisi pernyataan metode penelitian yang digunakan, apakah penelitian kuantitatif atau penelitian kualitatif, atau kombinasi keduanya. Selanjutnya berisi data dan teknik sampling, waktu dan tempat penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan. Untuk penelitian kuantitatif disebutkan juga definisi variabel dan hipotesis penelitian.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang mana penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menggunakan data yang objektif dan tepat dengan permasalahan yang ada. Dalam metode ini kita dapat melihat fenomena yang ada di lapangan secara langsung sehingga data yang didapatkan lebih akurat. Kemudian data yang diperoleh disusun secara sistematis lalu dianalisis secara kualitatif untuk mencapai kejelasan masalah yang dibahas. Menurut Indriantoro dan Supono (2012) mendefinisikan deskriptif adalah penelitian masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari popularisasi. Menurut (Creswell, J.W. 2013) penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan untuk memahami dan menjelaskan makna yang melekat pada pengalaman individual atau kelompok dengan mengumpulkan dan menganalisis data deskriptif yang tidak ada hubungannya dengan angka atau statistik.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Balai LRT Palembang**

Dengan berkembang pesat sehingga mobilitas masyarakatnya sangat tinggi, hal ini membuat kota Palembang membutuhkan transportasi yang tepat waktu, bebas dari kemacetan, aman dan ramah lingkungan. Oleh karena itu PT. Kereta Api Indonesia sebagai operator LRT Palembang mewujudkan pelayanan transportasi di Indonesia untuk pertama kalinya PT. Kereta Api Indonesia mendapatkan penugasan

sebagai operator pengoperasian LRT Palembang mewujudkan pelayanan transportasi di Indonesia untuk pertama kalinya PT Kereta Api Indonesia untuk menyelenggarakan sarana kereta api ringan LRT (Light Rail Transit).

Lintasan LRT Palembang Dibangun membentang dari Bandara Sultan Mahmud Badaruddin II (SMB II) sampai dengan Komplek Olahraga Jakabaring sepanjang 23,40 KM. jalur lintasan LRT melintasi SUNGAI MUSI dengan bentang sungai 43 meter sejajar dengan Jembatan Ampera, Dalam prosesnya PT. KAI melakukan pengadaan sarana LRT sebanyak 8 *train set* yang diproduksi oleh PT.INKA, jalur LRT sepanjang 23,40 KM dengan 13 Stasiun yaitu.

LRT Sumatra Selatan



LRT Palembang berjalan melalui rel- kereta layangan tanpa Balast dengan lebar sepur 1.067mm (3ft 6n) , yang membentang sepanjang 23,4 Kilometer (14,5mil) dari Bandara SMB I di ujung barat menuju depot OPi di ujung timur. Teknologi persinyalan kereta ini menggunakan metode sinyal *Fixed Block* dengan dilengkapi peralatan rel ketiga

### Pembahasan

Media *bellow the line* adalah kegiatan yang dilakukan oleh suatu instansi perusahaan untuk mempengaruhi Konsumen supaya tertarik dan membeli produk yang dipromosikan ataupun untuk menyampaikan Informasi tentang produk tersebut dengan mengadakan komunikasi dengan para pendengar yang sifatnya membujuk. Media secara sederhana merupakan segala bentuk alat fisik yang dapat menyajikan dan menginformasikan pesan di dalamnya sebagai alat komunikasi yang lebih berarti dan bermanfaat bagi pengguna Jasa Transportasi LRT (Light Rail Transit) Palembang sehingga dapat membantu para pengguna LRT untuk dapat menggunakan fasilitas yang tersedia di setiap stasiun LRT. Agar masyarakat kota Palembang mengetahui transportasi LRT sebagai transportasi yang aman, nyaman dan berkualitas Maka diperlukannya media *bellow the line* di setiap Stasiun LRT untuk membantu para pengguna jasa transportasi LRT mengetahui apa saja fasilitas yang ada di Transportasi LRT.

Dari hasil penelitian di lapangan peneliti menemukan media *bellow the line* dilihat dari berbagai aspek tidak lain untuk memberikan informasi sesuai dengan yang diharapkan. Seperti yang diutarakan oleh Ibu Anisa selaku Staf Humas Balai kereta api ringan bahwa:

“Media *bellow the Line* yang ada di stasiun itu bagi para pengguna LRT

Sebenarnya efektif bagi parapengguna jasa LRT, seperti misalnya pengguna jasa LRT melihat X-banner promosi yang ada dan tertarik dan, tapi bagi masyarakat yang belum menggunakan LRT sebenarnya itu kurang efektif. Dan untuk perlindungan kaum perempuan di LRT saya rasa sudah aman, dan nyaman mengingat di setiapstasiun tersedianya Kursi tunggu yang dikhususkan untuk ibu,wanita hamil serta lansia, dan di gerbong juga tersedianya tempat duduk yang dikhususkan untuk Ibu hamil,lansia dan disabilitas, dan di kereta juga ada security yang bertugas sehingga pengguna jasa LRT merasa aman.”

**a. Media Below The Line X-Banner**

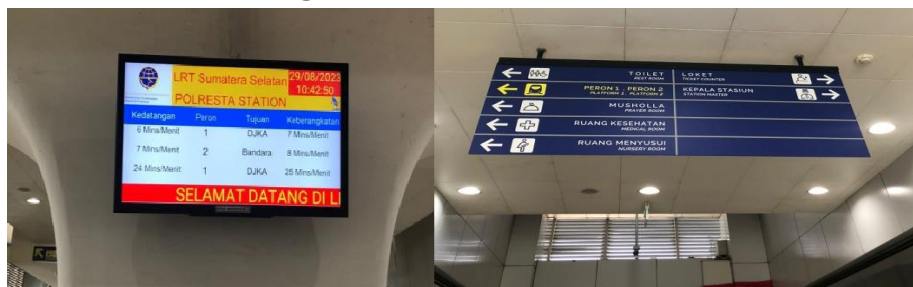


**Gambar 1. X-banner promo Kartu berlangganan LRT**

Sumber : Dokumen Pribadi

LRT melakukan Periklanan atas program LRT melalui media cetak *Below The Line Jenis X-Banner* yang diletakan di semua stasiun LRT Palembang, *banner* di atas menunjukkan salah satu Periklanan dengan mengintensi objek yaitu perangsang yang memiliki intensitas dalam lokasi penempatan, akan lebih menarik hingga timbul perhatian untuk dilihat dan dibaca oleh pengguna jasa LRT atau Masyarakat.

**b. Media Below The Line sebagai Media Komunikasi**



**Gambar 2. Information Display, Jenis Selftalker**

LRT melakukan media *information display* melalui media cetak *below the line* jenis *selftalker* yang dipasang atau digantung di stasiun LRT Palembang, guna memberikan informasi yang berkaitan dengan kedatangan kereta dan petunjuk arah untuk menggunakan fasilitas yang ada di LRT.

**c. Below The Line Dalam Upaya Melindungi Perempuan.**

Transportasi LRT Palembang Merupakan transportasi yang ramah *gender* pada stasiun LRT terdapat berbagai fasilitas yang menunjang untuk para pengguna jasa transportasi LRT. Khususnya lansia dan ibu menyusui, dan disabilitas dalam menggunakan LRT.



**Gambar 3. Kursi Tunggu di Stasiun LRT**



**Gambar 4. Ruang Menyusui Ibu dan Anak**

## KESIMPULAN DAN SARAN

Media *below the line* merupakan bagian penting dalam pengenalan sebuah produk barang atau jasa kepada pengguna dan konsumen, Optimalisasi media *below the line* dalam upaya melindungi perempuan pada LRT Palembang, Penggunaan media *below the line* di lingkungan stasiun LRT sudah Optimal bagi para pengguna jasa LRT Palembang namun untuk jangkauan yang lebih luas lagi maka diperlukan media lainnya guna membantu pengoptimalisasi media *below the line*, dan untuk keamanan di area LRT dipastikan aman mengingat di setiap stasiun selalu ada petugas yang siap membantu, dan *security* yang menjaga keamanan sekitar area stasiun LRT.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis terhadap optimalisasi media *below the line* dalam upaya perlindungan kaum Perempuan media *below the line* di stasiun LRT sudah cukup baik namun untuk menjangkau pengguna LRT yang lebih banyak lagi pengelola LRT bisa mempromosikan *event* atau promo yang ada melalui sosial media LRT sehingga masyarakat Palembang dapat mengetahui kegiatan apa saja yang ada di Stasiun LRT. Satu lagi Mengingat sekarang sudah meningkatnya jumlah penumpang di LRT penulis menyarankan kepada pihak pengelola LRT dapat menyediakan gerbong khusus Perempuan di LRT Palembang.

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal Ilmiah

- Baksono, K. A. (2016). *Studi Penghematan Biaya Transportasi dengan Konsep Pengalihan Kendaraan Pribadi ke Kendaraan Umum (Bus Transkendiri) di Kota Kediri (Doctoral dissertation, ITN Malang)*.
- Da Cruz, A. (2018). *ANALISIS BIAYA PEMILIHAN MODA TRANSPORTASI UNTUK PERJALANAN MENUJU KAMPUS (Study Kasus: Kota Dili, Timor-Leste) (Doctoral dissertation, UAJY)*.
- Fatimah, Siti. (2019). Pengantar Transportasi, Myria Publisher Small Firms: A Comparative Approach. *International Journal of Commerce and Management*, 14 (3-4): 69-8.
- Magdalena, M., & Dananjojo, I. (2017). Pengaruh Gender terhadap Persepsi Mengenai Fasilitas Jarak Berjalan di Lokasi Penentuan Titik Simpul Kereta Api dan BRT di Bandar Udara Banjarbaru. *Jurnal Transportasi Multimoda*, 14(3), 121-128.
- Moleong, L.J (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung PT. Remaja Rosdakarya.
- Nomor, I. P. (9). Tahun 2000 Tentang Pengarusutamaan Gender Dalam Pembangunan Nasional. Republik Indonesia.

Octaviani, V. (2015). *EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA PERIKLANAN PADA UNIVERSITAS DEHASEN BENGKULU* (Studi Komparatif Iklan Media Lini Atas dan Iklan Media Lini Bawah). *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 2(2).

Onong Uchjana Effendy. (1993), *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya.

Prof. Dr. Sri Mulyani, Ak. CA . (2017). *Metode Analisis dan Perancangan Sistem*. (n.p.): Abdi Sistematika.

Rudi Azis, S. T., & Asrul, S. T. (2014). *Pengantar Sistem dan Perencanaan Transportasi*. Deepublish.

Saliman, J., & Putranto, L. S. (2020). *KAJIAN MANFAAT GERBONG KHUSUS WANITA DI KRL COMMUTER LINE JABODTABEK*. *JMTS: Jurnal Mitra Teknik Sipil*, 3(4).

Sari, N. (2013). *Pelaksanaan Fungsi Rekreatif pada Layanan RBM (Ruang Belajar Modern) dalam Meningkatkan Minat Kunjung Pemustaka di Perpustakaan Daerah Provinsi Jawa Tengah (Doctoral dissertation, Ilmu Perpustakaan)*.

Tangkudung, C. M., Rompis, S. Y., & Timboeleng, J. A. (2019). Pengaruh Gender terhadap Pemilihan Moda Transportasi di Kota Manado. *Jurnal Sipil Statik*, 7(7).

### **Buku**

Aryanto, Hendro. (2022). *DIGITAL MEDIA*. (n.p.): Penerbit Lakeisha.

Dendy Triadi, Addy Sukma Bharata. (n.d.). *Ayo Bikin Iklan: Memahami Teori & Praktek Iklan MediaLini Bawah*. (n.p.): Elex Media Komputindo.

Dr. H. Abdul Karim, SE., MM, dkk. (2023). *Manajemen Transportasi*. Cendikia Mulia Mandiri.

Gelir Nyoman, dkk. (n.d.). *Media Komunikasi dalam Penyuluhan Kesehatan*. Penerbit Andi.

Jefkins, Frank. (1996). *Periklanan*, Edisi ke-3. Jakarta: Erlangga.

Karim, H. A., Lis Lesmini, S. H., Sunarta, D. A., SH, M., Suparman, A., SI, S., ... & Bus, M. (2023). *Manajemen transportasi*. Cendikia Mulia Mandiri.

### **Seminar Prosiding**

Fang, Q., Zhao, F., & Guibas, L. 2020. Penginderaan Ringan dan Protokol Komunikasi untuk Penghitungan dan Agregasi Target. Dalam M. Gerla, A. Ephremides, & M. Srivastava (Eds.), *MobiHoc '03 Simposium ACM IV 2020*.