BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari pembahasan adalah sebagai berikut :

1. Kertalaya sendiri merupakan moda transportasi cepat massal yang menghubungkan stasiun Kertapati Palembang dengan stasiun Indralaya yang berada di Ogan Ilir. Bus rel ini memiliki rangkaian yang terdiri dari tiga set gerbong kereta penumpang dengan kapasitas angkut masing-masing 110 orang dalam setiap gerbong. Dapat menempuh kecepatan rata-rata 55km/jam. Yang berangkat setiap hari pada pukul 07:30 dari Palembang, dan pukul 14:20 dari Indralaya. Tujuan di operasikannya kertalaya salah satunya adalah untuk mengurangi beban jalan raya dan menekan tingkat kemacetan serta kecelakaan di jalan raya.
2. Strategi yang dilakukan oleh pihak humas PT. KAI divre III Palembang dalam mempromosikan kertalaya diantaranya adalah dengan melakukan sosialisasi langsung kepada masyarakat, contohnya melakukan kunjungan ke stasiun, sosialisasi ke sekolah, mengadakan lomba ataupun pemberian souvenir kepada masyarakat di acara *Car Free Day*. Cara ini dilakukan untuk menarik minat masyarakat untuk menggunakan kertalaya, dan dilakukan sosialisasi di sekolah dengan tujuan anak-anak nantinya yang akan menjadi generasi berikutnya, dapat lebih mengenal dan lebih mengetahui kertalaya dan dapat menggunakannya di masa yang akan datang.

3. Faktor yang mendukung dan menghambat terpromosinya kertatalaya :

Ada 2 Faktor yang mempengaruhi terpromosinya kertalaya, yakni faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung pertama dari pemerintah dengan pemberian subsidi terhadap tiket kereta kertalaya. Kedua dari media cetak berupa berita yang ditulis di Koran guna menunjang keberadaan kertalaya agar tetap dapat diketahui oleh masyarakat. Dan ketiga, dari meda online berupa media online baik di dunia maya maupun portal berita online yang menyajikan berita *Up to date*.

Jika ada faktor pendukung, pasti ada juga faktor penghambat yang di dapat oleh pihak humas dalam mempromosikan kereta kertalaya, diantaranya terhambatnya terpromosi kertalaya karena Transportasi yang kurang dikenal, sehingga masyarakat tidak mengetahui bahwa ada jenis transportasi cepat massal berupa kereta yang menghubungkan Kertapati dengan Indralaya. Dan Kurangnya fasilitas yang dibutuhkan pengguna. Karena walaupun sudah cukup banyak memiliki keunggulan dan dinilai aman dan nyaman, nyatanya masih ada fasilitas yang diinginkan oleh masyarakat berupa wc yang harusnya dimiliki oleh kertalaya. Serta kurangnya jadwal yang dimiliki oleh Kertalaya sehingga masyarakat merasa enggan untuk menggunakan transportasi ini

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut setelah dilaksanakannya penelitian mengenai kinerja humas PT Kereta Api Indonesia Divre III Palembang dalam mempromosikan Kertalaya peneliti mempunyai saran sebagai berikut :

1. Humas PT Kereta Api Indonesia Divre III Palembang semestinya sering melakukan promosinya yang tidak terfokus dengan satu tempat agar yang akan di promosikan bisa terjangkau masyarakat banyak.
2. Strategi komunikasi yang humas PT Kereta Api Indonesia perlu ditingkatkan lagi dan perbanyak promosi seperti ke media cetak dan online karena di sana masyarakat apalagi generasi millennial seperti sekarang lebih sering menggunakan media sosial agar mereka juga bisa mengetahui dan bisa mengenal Kertalaya.
3. Humas PT Kereta Api Indonesia Divre III Palembang saat melakukan promosi tidak hanya masyarakat kota akan tetapi masyarakat yang tidak tinggal di kota juga bisa mengetahui adanya Kertalaya ini.
4. Kepada masyarakat khusus nya kota Palembang yang akan melakukan perjalanan menuju Inderalaya dalam melakukan aktivitas nya gunakanlah transportasi umum seperti Kertalaya yang sudah nyaman dan aman agar bisa terhindar dari kemacetan yang ada.
5. Untuk peneliti selanjutnya perlu dilakukan dan ditingkatkan lagi penelitian mengenai Strategi Komunikasi Humas PT Kereta Api Indonesia Divre III Palembang dalam Mempromosikan Kertalaya