

BAB V

KESIMPULAN DAN SARA

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah saya lakukan mengenai pemrosesan pesan dan penerimaan pesan pada sosialisasi kampanye keselamatan perlintasan sebidang Daop 5 Purwokerto, pada masyarakat pasirmuncang. Dapat disimpulkan bahwa dimensi *peripheral route* memiliki nilai mean yang lebih tinggi sebesar 14,79%, dibandingkan *central route* 13,97%. Dalam hal ini, tentu saja menunjukkan bahwa masyarakat pasir muncang lebih cenderung menerima pesan kampanye melalui jalur pemrosesan informasi yang dikemas dengan menarik menggunakan daya tarik visual dan emosi.

Dengan melalui pendekatan *periferal* ini, pesan kampanye menjadi lebih mudah diterima, diingat dan diinternalisasi sebagian dari perilaku sehari-hari ketika masyarakat melintasi perlintasan sebidang KA. Selain itu, hasil penelitian ini juga mengindikasikan bahwa, efektivitas pada pesan kampanye keselamatan tidak hanya bergantung pada isi pesan yang disampaikan, tetapi juga pada cara pesan tersebut dikemas secara menarik dan disebarkan kepada masyarakat.

Dengan menerapkan *peripheral route* ini, tentunya dapat menonjolkan unsur *visual pesan*, *humor appeal* dan *fear appeal* yang terbukti mampu menarik perhatian serta kesadaran masyarakat. Jalur *peripheral*, menjadi alternatif yang efektif dan relevan untuk meningkatkan keselamatan dan menurunkan angka kecelakaan di kawasan perkeretaapian. Sesuai dengan berita kabar, bahwa pada tahun 2025 jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, tentunya telah mengalami penurunan kecelakaan. Hal ini dapat disimpulkan, bahwa sosialisasi kampanye ini dapat diterima oleh masyarakat.

B. Saran

1. Saran Teoritis

- a. Secara teoritis, hasil penelitian ini tentu saja dapat menjadi acuan dan memperkaya kajian komunikasi persuasi, khususnya dalam teori *Elaboration Likelihood Model (ELM)*. Temuan bahwa ternyata masyarakat lebih cenderung responsif terhadap pesan yang dikemas dengan *peripheral route*, yang mana bahwa pesan visualisasi dapat menarik perhatian audiens.
- b. Peneliti menyarankan agar, memperdalam lagi faktor-faktor psikologis dan sosial yang dapat mempengaruhi kecenderungan audiens dalam memilih jalur penerimaan pesan. Setelah itu, diharapkan memberikan kontribusi lain dalam konteks wilayah dan kampanye yang berbeda untuk melihat konsistensi fenomena yang ada di masyarakat.

2. Saran Praktis

- a. Hasil penelitian ini, dapat menjadi bahan acuan dan masukan khususnya bagi instansi terkait seperti PT. KAI (Persero) ataupun instansi yang menangani masalah transportasi, untuk merancang strategi kampanye yang tepat. Seperti mengemas isi pesan kampanye yang lebih menonjolkan *peripheral route*. Dengan penerapan strategi komunikasi yang baik dalam pelaksanaan komunikasi persuasif, tentunya dapat membentuk pemahaman mendalam dan perilaku disiplin agar masyarakat dapat menjaga keselamatan, khususnya di area perlintasan sebidang.