

Langkah – Langkah Edan Sepur dalam Memilih Konten Edukasi di Instagram

Fasya Alfairuz Putra Nazar *, Raditya Putra Pratama

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

Fasyaalfairuz23@gmail.com, radityapratamaputra15@gmail.com

Abstract. This study aims to explain the steps taken by the Edan Sepur Bandung community in selecting safety campaign content on Instagram @edansepurbd, specifically to educate the public about the dangers at railway crossings. The research method used was a qualitative case study approach. Data collection techniques included in-depth interviews, direct observation, and documentation. The results showed that there were three main steps in the content selection process: field observation, use of references from data and incident reports, and internal coordination meetings. Each step was carried out collaboratively by the community's media and public relations teams, taking into account actual phenomena, information validity, and social media trends. This strategy proves that selecting content based on real events and involving direct situation analysis can increase the effectiveness of educational messages on social media.

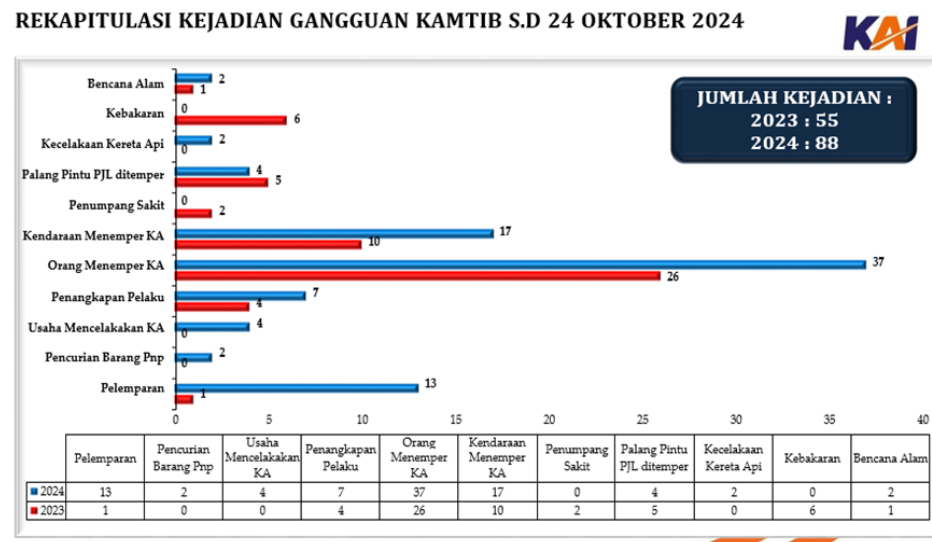
Keywords: *Edan Sepur, Instagram, Campaign.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan langkah-langkah yang dilakukan oleh komunitas Edan Sepur Bandung dalam memilih konten kampanye keselamatan di Instagram @edansepurbd, khususnya untuk mengedukasi masyarakat tentang bahaya di perlintasan kereta api. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga langkah utama dalam proses pemilihan konten, yaitu observasi lapangan, penggunaan referensi dari data dan laporan kejadian, serta rapat koordinasi internal. Setiap langkah dilakukan secara kolaboratif oleh tim media dan humas komunitas, dengan mempertimbangkan fenomena aktual, validitas informasi, dan tren media sosial. Strategi ini membuktikan bahwa pemilihan konten yang berbasis pada kejadian nyata dan melibatkan analisis situasi secara langsung dapat meningkatkan efektivitas pesan edukatif di media sosial.

Kata Kunci: *Edan Sepur, Instagram, Kampanye.*

A. Pendahuluan

Keselamatan di perlintasan kereta api masih menjadi isu penting di Indonesia, mengingat masih banyak terjadi pelanggaran dan kecelakaan fatal di lokasi tersebut. Data dari Unit Pengamanan Kepala Regu Stasiun Kiara Condong menunjukkan bahwa jumlah kecelakaan di perlintasan sebidang masih cukup tinggi setiap tahunnya.



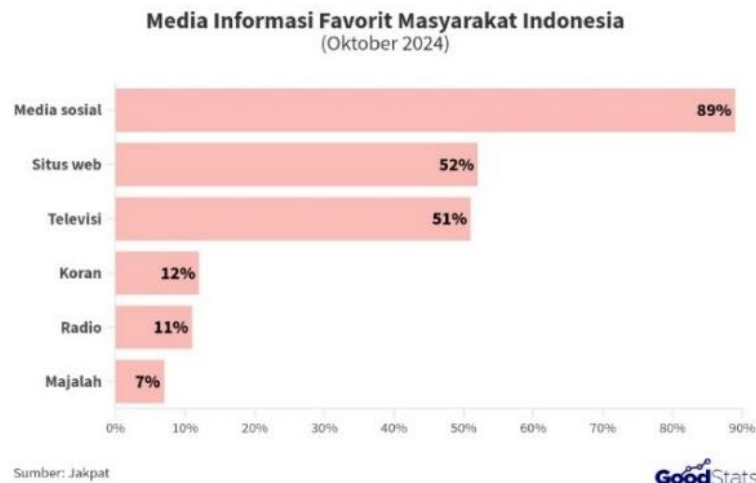
Gambar 1. Data Rekapitulasi Kejadian Gangguan Kamtib 2023 – 2024

Sumber : Unit Pengamanan Kepala Regu Stasiun Kiara Condong

Dari data di atas bisa dilihat terjadinya gangguan keamanan dan ketertiban (KAMTIB) tahun 2023 - 2024 Terdapat banyak kasus yang terjadi khususnya di perlintasan kereta stasiun kiara condong, pada kasus pertama yaitu palang pintu P/L (Penjaga Jalan Lintasan) di temper, pada tahun 2023 dengan total 5 kasus dan pada tahun 2024 menurun menjadi 4 kasus. Sedangkan pada kasus yang kedua kendaraan menemper KA pada tahun 2023 dengan total 10 kasus dan pada tahun 2024 meningkat menjadi 17 kasus. Kasus terakhir yang terjadi di perlintasan kereta yaitu orang menemper KA pada tahun 2023 dengan total kasus 26 kasus dan pada tahun 2024 meningkat menjadi 37 kasus.

Terdapat berbagai klasifikasi pelanggaran yang kerap dilakukan oleh masyarakat, khususnya di wilayah Kota Bandung. Pelanggaran-pelanggaran ini mencakup berbagai bentuk tindakan yang tidak sesuai dengan peraturan, baik yang bersifat disengaja maupun tidak disengaja. Terdapat analisis data mengenai klasifikasi pelanggaran pada perlintasan kereta api di kota bandung yang dilakukan oleh (Rizkitaliani, 2021) dalam analisis tersebut disimpulkan bahwa, pelanggaran lalu lintas yang sering terjadi di perlintasan kereta api antara lain bermain gadget pada saat di perlintasan kereta api yaitu sebesar 44%, melewati perlintasan dengan kecepatan tinggi sebesar 39.6%, dan sebesar 35,9% tidak menengok kanan-kiri pada saat melintasi perlintasan kereta api. Memaksa membuka palang pintu adalah pelanggaran yang paling jarang dilakukan yaitu sebesar 4%. Dengan meningkatnya kasus kecelakaan di perlintasan sebidang, PT KAI berupaya memperkuat sosialisasi keselamatan di perlintasan kereta api.

Upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya keselamatan di perlintasan kereta api dapat dilakukan melalui penerapan strategi komunikasi yang efektif, yang mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Salah satu pendekatan yang relevan dan adaptif terhadap perkembangan teknologi saat ini yaitu kampanye keselamatan berbasis media sosial. Melalui media sosial, pesan-pesan edukatif dapat disampaikan secara masif, interaktif, dan cepat, sekaligus menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang lebih akrab dengan platform digital seperti Instagram. Indonesia saat ini mengandalkan media sosial sebagai sumber utama untuk mendapatkan informasi. Dengan akses yang cepat dan mudah, media sosial telah menjadi saluran informasi yang paling populer, menggantikan media konvensional dalam banyak aspek. Bisa dilihat dari data dibawah ini :



Gambar 2. Media Informasi Favorit Masyarakat Indonesia

Sumber : GoodStats 2024

Survei terbaru menunjukkan bahwa media sosial menjadi sumber informasi utama bagi masyarakat Indonesia dengan persentase tertinggi, yakni 89%, mencerminkan pergeseran perilaku dalam mengakses informasi secara instan dan interaktif. Situs web (52%) menjadi alternatif untuk memperoleh informasi lebih mendalam, sementara televisi (51%) masih dipercaya karena kredibilitasnya. Koran (12%) dan radio (11%) tetap memiliki segmentasi khusus, meski kalah populer dibandingkan media digital, sedangkan majalah (7%) semakin tergantikan oleh platform digital yang lebih cepat dan interaktif.

Menurut Effendy (2003), komunikasi kampanye merupakan kegiatan komunikasi yang bersifat persuasif dengan tujuan mengubah sikap atau perilaku khalayak dalam jangka waktu tertentu. Sementara itu, menurut Kotler dan Zaltman (2020), kampanye sosial efektif jika mampu mengidentifikasi pesan yang tepat, menggunakan saluran yang sesuai, dan melibatkan partisipasi publik. Media sosial menjadi salah satu saluran utama dalam menyampaikan pesan edukatif karena memiliki jangkauan luas dan dapat diakses secara cepat oleh masyarakat.

Komunitas Edan Sepur ini merupakan salah satu komunitas pecinta kereta api yang konsisten dalam edukasi di perlintasan kereta, hal tersebut menjadi nilai unik komunitas ini, seperti yang di sampaikan Abdullah Putra Gandhara selaku humas edan sepur bandung, fokus mereka memang lebih terhadap ketertiban dan keselamatan perkeretaapian dimana sesuai motto mereka yaitu “cinta, peduli, dan tertib berkereta api”. Kegiatan yang dilakukan oleh Komunitas Edan Sepur ini bukan hanya menyenangkan hal – hal yang berkaitan dengan kereta api, tetapi komunitas ini juga punya misi untuk berkontribusi dalam bidang perkeretaapian di Indonesia. Adapun kegiatan dari Komunitas Edan Sepur Indonesia Bandung yaitu mensosialisasikan disiplin perlintasan, yang merupakan serangkaian sosialisasi yang bersifat sukarela di jalanan sekitar perlintasan kereta api di Bandung, guna meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahaya kecelakaan di perlintasan kereta.

Namun, dengan berkembangnya teknologi dan semakin meningkatnya penggunaan media digital, sosialisasi ini tidak lagi terbatas hanya di lapangan. Kini, komunitas Edan Sepur juga memanfaatkan platform media sosial untuk memperluas jangkauan kampanye keselamatan mereka. Media sosial saat ini telah menjadi salah satu platform terbesar untuk mencari dan menyebarkan informasi. Pengertian informasi menurut (Lumbangaol, 2020) merupakan hasil yang relevan dari pemrosesan data dan bermanfaat bagi penggunaannya. Pengguna dapat menemukan informasi yang mereka butuhkan dengan cepat dan mudah dengan beberapa klik. Karena pesan dapat tersebar luas dalam waktu singkat, keberadaan media sosial sangat bermanfaat untuk edukasi dan sosialisasi. Menurut (Ardiansah dan Maharani, 2021 dalam Situmorang, 2023) media sosial merupakan alat yang dapat digunakan untuk memfasilitasi interaksi antar pengguna dan memiliki kemampuan komunikasi dua arah. Ini juga sering digunakan untuk membangun identitas atau profil online seseorang dan dapat dimanfaatkan oleh bisnis sebagai sumber berita dan informasi. Ini sangat relevan dengan kegiatan edukasi yang dilakukan oleh komunitas Edan Sepur.

Komunitas Edan Sepur Bandung menjadi salah satu aktor non-pemerintah yang aktif melakukan edukasi tentang keselamatan di perlintasan kereta, khususnya melalui akun Instagram @edansepurbd. Akun ini tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga konten berbasis kejadian nyata yang dirancang agar lebih dekat dengan keseharian masyarakat. Penelitian ini berfokus pada langkah-langkah strategis yang dilakukan oleh komunitas dalam memilih konten untuk kampanye keselamatan di Instagram.

Dalam menyusun pesan kampanye keselamatan di media sosial, Edan Sepur Bandung menerapkan langkah-langkah yang sistematis dan kontekstual. Proses dimulai dari kegiatan observasi lapangan, di mana komunitas ini secara langsung mengamati situasi di perlintasan kereta api guna menangkap isu-isu aktual seperti pelanggaran lalu lintas, interaksi masyarakat dengan petugas, hingga potensi kecelakaan. Observasi ini bukan hanya menjadi sumber data mentah, tetapi juga berperan dalam membentuk konten yang relevan dan menyentuh realitas sosial. Dokumentasi visual dari kejadian nyata tersebut digunakan untuk meningkatkan nilai autentik dalam konten kampanye yang disampaikan.

Langkah berikutnya melibatkan penggunaan referensi tambahan seperti data dari PT KAI, laporan relawan, serta fenomena yang sedang tren di media sosial. Referensi ini dimanfaatkan untuk memperkuat narasi dan memberikan validitas pada informasi yang disampaikan. Sebelum dipublikasikan, konten yang telah disusun akan melalui proses evaluasi dalam rapat koordinasi internal bersama tim media, humas, dan ketua komunitas. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tepat sasaran dan disesuaikan dengan momentum tertentu. Dengan strategi tersebut, komunitas Edan Sepur berhasil menghadirkan konten edukatif yang informatif, aktual, dan menarik perhatian publik, khususnya pengguna media sosial Instagram. Narasi ini menjadi dasar dalam pembahasan mengenai *Langkah-Langkah Edan Sepur Bandung dalam Memilih Konten* yang menjadi fokus utama artikel ini.

B. Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif, yang memungkinkan peneliti untuk menggali makna, pengalaman, dan fenomena yang terjadi dalam kampanye keselamatan yang dilakukan oleh komunitas Edan Sepur Bandung di Instagram. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan anggota komunitas dan pengikut Instagram @Edansepurbd untuk memahami perspektif mereka terhadap kampanye keselamatan. Selain itu, analisis konten dari unggahan di Instagram dilakukan untuk mengidentifikasi tema, pesan, dan strategi yang digunakan dalam kampanye. Metode ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana pesan keselamatan dikonstruksi dan diterima oleh audiens dalam konteks sosial yang spesifik.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi kasus, yang memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena yang spesifik dan mendalam dalam konteks yang nyata. Pendekatan ini sangat relevan dengan topik penelitian yang berfokus pada strategi kampanye keselamatan yang dilakukan oleh komunitas Edan Sepur Bandung di Instagram.

Jika seseorang ingin memahami latar belakang suatu permasalahan, interaksi individu dalam suatu unit sosial, atau mengenai suatu kelompok individu secara mendalam, utuh, holistik, intensif, dan naturalistik, maka penelitian kasus merupakan pilihan utama dibandingkan dengan jenis penelitian kualitatif lainnya. Dalam penelitian ini, dapat diungkapkan gambaran yang mendalam dan detail tentang situasi atau objek yang diteliti. Kasus yang akan diteliti dapat berupa individu, keluarga, peristiwa, atau kelompok yang terbatas, sehingga peneliti dapat merasakan, memahami, dan mengerti bagaimana objek tersebut beroperasi atau berfungsi dalam konteks nyata yang sebenarnya (Stake, dalam Denzin, 1994 dalam Nasution, M.Pd 2023).

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi kasus, yang memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena yang spesifik dan mendalam dalam konteks yang nyata. Pendekatan ini sangat relevan dengan topik penelitian yang berfokus pada strategi kampanye keselamatan yang dilakukan oleh komunitas Edan Sepur Bandung di Instagram.

Jika seseorang ingin memahami latar belakang suatu permasalahan, interaksi individu dalam suatu unit sosial, atau mengenai suatu kelompok individu secara mendalam, utuh, holistik, intensif, dan naturalistik, maka penelitian kasus merupakan pilihan utama dibandingkan dengan jenis

penelitian kualitatif lainnya. Dalam penelitian ini, dapat diungkapkan gambaran yang mendalam dan detail tentang situasi atau objek yang diteliti. Kasus yang akan diteliti dapat berupa individu, keluarga, peristiwa, atau kelompok yang terbatas, sehingga peneliti dapat merasakan, memahami, dan mengerti bagaimana objek tersebut beroperasi atau berfungsi dalam konteks nyata yang sebenarnya (Stake, dalam Denzin, 1994 dalam Nasution, M.Pd 2023).

Studi kasus dipilih sebagai pendekatan dalam penelitian ini karena kemampuannya untuk menggali fenomena secara mendalam dan menyeluruh dalam konteks yang spesifik. Dalam hal ini, penelitian ini berfokus pada strategi kampanye keselamatan yang dilakukan oleh komunitas Edan Sepur Bandung di Instagram, sebuah komunitas yang memiliki cara unik dalam menyampaikan pesan keselamatan kepada masyarakat.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam proses komunikasi kampanye keselamatan yang dilakukan melalui Instagram, Edan Sepur Bandung memiliki langkah-langkah tertentu dalam memilih dan menyajikan konten edukatif kepada masyarakat. Langkah pertama yang menjadi pertimbangan utama yaitu mengamati fenomena sosial yang terjadi di masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan keselamatan di perlintasan sebidang dan pelanggaran lalu lintas di sekitar jalur kereta api, dua isu ini menjadi perhatian utama karena dinilai sebagai faktor penyebab utama terjadinya kecelakaan.

Salah satu langkah penting yang dilakukan oleh Edan Sepur Bandung dalam memilih konten edukasi Instagram yaitu dengan melakukan observasi langsung di lapangan. Observasi ini menjadi bagian dari rutinitas mingguan yang dilakukan setiap hari Jumat di berbagai stasiun dan perlintasan kereta api di wilayah Bandung. Melalui kegiatan tersebut, komunitas tidak hanya menyebarkan pesan keselamatan secara langsung kepada masyarakat, tetapi juga mengamati perilaku pengguna jalan, mencatat pelanggaran, dan merekam situasi yang berpotensi dijadikan konten edukatif di media sosial.

Observasi ini melibatkan tim media dan dokumentasi yang bertugas mengidentifikasi isu aktual yang relevan, baik berupa tindakan berbahaya, kesalahan pengguna jalan, maupun kondisi perlintasan yang tidak aman. Hasil dari observasi kemudian dibahas secara internal untuk dijadikan dasar dalam memilih tema konten yang akan dipublikasikan di Instagram @edansepurbd. Dengan demikian, proses observasi ini berperan sebagai fondasi awal dari proses produksi konten yang bersifat faktual dan kontekstual.



Gambar 3. Observasi Langsung Di Lapangan Yang Dilakukan Oleh Edan Sepur Bandung

Sumber: hasil temuan peneliti 2025

Pentingnya observasi sebagai bagian dari strategi kampanye ditegaskan oleh Luttrell dan Wallace dalam bukunya *Social Media and Strategic Communications* (2021) yang menyatakan bahwa perencanaan kampanye komunikasi yang efektif harus diawali dengan pengumpulan data berbasis bukti (evidence-based data) yang diperoleh langsung dari lingkungan target audiens. Observasi lapangan memungkinkan pelaku kampanye memahami realitas sosial dan pola perilaku secara lebih konkret, sehingga pesan yang disusun menjadi lebih relevan dan terarah.

Mereka menekankan bahwa kampanye yang baik harus mampu “berbicara” berdasarkan kondisi nyata, bukan asumsi, agar mampu menciptakan keterlibatan emosional dan perubahan sikap secara bertahap. Dengan menerapkan observasi lapangan secara konsisten, Edan Sepur Bandung mampu memastikan bahwa konten yang mereka buat tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki bobot edukatif yang kuat karena lahir dari data dan pengalaman langsung di lapangan. Hal ini menunjukkan bahwa kampanye keselamatan yang dijalankan melalui media sosial mereka tidak terlepas dari proses riset mikro yang berbasis realitas.

Setelah melakukan observasi langsung di lapangan, langkah lanjutan yang dilakukan oleh Edan Sepur Bandung dalam menyusun konten edukasi keselamatan yaitu merujuk pada berbagai sumber data dan referensi pendukung. Referensi ini digunakan untuk memperkuat pesan yang akan disampaikan kepada audiens, sekaligus memastikan bahwa informasi yang dipublikasikan bersifat valid dan relevan dengan situasi yang terjadi. Sumber referensi utama berasal dari data internal maupun eksternal. Untuk data kecelakaan atau pelanggaran lalu lintas di perlintasan kereta api, Edan Sepur menjalin komunikasi langsung dengan PT Kereta Api Indonesia (PT KAI), Dinas Perhubungan, serta instansi kepolisian yang memiliki kewenangan dalam hal keselamatan transportasi. Kerja sama ini memungkinkan Edan Sepur mendapatkan informasi yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Dengan mengutip data dari institusi resmi, kredibilitas konten mereka meningkat dan pesan edukatif menjadi lebih meyakinkan di mata publik.

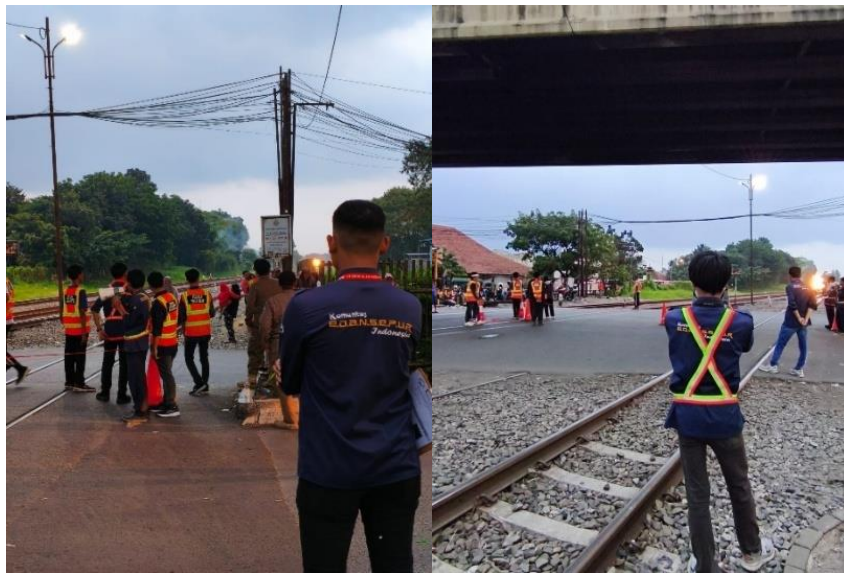
Selain dari instansi resmi, Edan Sepur juga mendapatkan informasi langsung dari lokasi kejadian serta laporan dari para relawan yang aktif di lapangan. Relawan ini berperan sebagai mata dan telinga komunitas, memberikan update mengenai kondisi perlintasan, jenis pelanggaran yang terjadi, hingga situasi masyarakat sekitar. Laporan ini menjadi pelengkap dari observasi lapangan dan sering kali digunakan sebagai dasar dalam membuat konten yang bersifat naratif maupun visual. Referensi yang bersumber dari media sosial juga turut dipertimbangkan, terutama dalam hal tren dan gaya komunikasi yang sedang digemari oleh masyarakat. Tren yang viral atau populer di platform seperti Instagram dan TikTok kadang digunakan oleh Edan Sepur sebagai elemen pendukung dalam kemasan konten, seperti dalam bentuk humor visual atau audio yang sedang digandrungi. Meskipun demikian, Edan Sepur tetap menjaga agar substansi pesan yang disampaikan tidak kehilangan nilai edukatif. Tren hanya digunakan sebagai pendekatan kreatif agar konten terasa ringan dan mudah diterima, terutama oleh audiens muda. Penggunaan referensi yang beragam ini mencerminkan pendekatan kampanye yang berbasis pada data dan konteks sosial.

Dengan memadukan data dari instansi resmi, laporan para relawan, serta tren komunikasi di media sosial, Edan Sepur menunjukkan kemampuan adaptif dalam merancang konten kampanye yang bersifat edukatif namun tetap mengikuti gaya komunikasi populer. Pendekatan ini tidak hanya memperkaya materi konten yang diproduksi, tetapi juga meningkatkan peluang pesan untuk diterima dan dipahami oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda. Dengan tetap menjaga keseimbangan antara nilai informasi dan kreativitas penyajian, Edan Sepur mampu mengubah isu keselamatan yang serius menjadi sajian yang menarik dan mudah dicerna tanpa mengurangi urgensi pesan yang ingin disampaikan. Keberhasilan ini juga menunjukkan bahwa pemilihan referensi yang tepat berperan penting dalam efektivitas strategi komunikasi kampanye keselamatan yang dijalankan.

Lebih dari itu, pendekatan yang beragam ini menunjukkan bahwa strategi kampanye keselamatan yang dijalankan tidak bersifat kaku, tetapi kontekstual dan dinamis mengikuti perubahan sosial di masyarakat. Kepekaan terhadap situasi aktual di lapangan dan tren digital menjadi landasan penting dalam menentukan arah dan gaya komunikasi yang digunakan. Proses pemilihan referensi pun bukan hanya soal kelengkapan data, melainkan juga bagaimana informasi tersebut dapat dikemas dan disampaikan secara tepat sasaran.

Dengan demikian, referensi yang digunakan oleh Edan Sepur tidak hanya memperkuat isi konten secara faktual, tetapi juga menjadi jembatan yang mempertemukan kepentingan edukasi dengan kebutuhan komunikasi yang sesuai dengan karakteristik platform dan audiens saat ini. Strategi

ini menjadikan Edan Sepur sebagai contoh praktik kampanye keselamatan berbasis komunitas yang relevan, partisipatif, dan berkelanjutan di era digital.



Gambar 4. Konten Humor Yang Masi Mengisipkan Pesan Edukasi Di Instagram @Edanspurbd

Sumber : Hasil Temuan Peneliti 2025

Menurut Tuten dan Solomon (2020), kampanye digital yang berhasil yaitu yang mampu menyajikan pesan berbasis data faktual, dikombinasikan dengan gaya komunikasi yang sesuai dengan karakteristik platform dan audiens. Dengan demikian, Edan Sepur menunjukkan kemampuannya dalam menyelaraskan antara isi yang kuat dan bentuk penyampaian yang menarik. Secara keseluruhan, pemanfaatan referensi yang dilakukan oleh Edan Sepur tidak hanya memperkuat kualitas konten, tetapi juga menjadi bagian dari upaya menjaga kepercayaan publik terhadap pesan yang mereka bawa. Strategi ini memperlihatkan bahwa kampanye keselamatan yang dijalankan tidak bersifat spekulatif, melainkan disusun secara terencana berdasarkan informasi yang benar dan terverifikasi.

Setelah melalui tahap observasi dan pengumpulan referensi, Edan Sepur Bandung melanjutkan proses produksi konten dengan mengadakan rapat koordinasi internal untuk menentukan kelayakan konten yang akan dipublikasikan. Rapat ini melibatkan dua pihak utama, yaitu tim media-humas dan Ketua Edan Sepur, dan menjadi ruang penting untuk menyatukan pandangan serta menyelaraskan strategi komunikasi yang akan dijalankan melalui Instagram. Fungsi utama dari forum ini adalah mengevaluasi apakah suatu konten layak untuk diunggah atau perlu diperbaiki, baik dari sisi substansi edukasi, kesesuaian dengan fenomena sosial, hingga aspek visual dan bahasa penyampaian yang digunakan. Proses kurasi ini menunjukkan bahwa setiap konten yang diposting bukan hasil kerja individu, melainkan hasil kesepakatan bersama berdasarkan pertimbangan yang menyeluruh.

Rapat ini tidak hanya berfungsi sebagai forum validasi konten yang sudah ada, tetapi juga menjadi ruang strategis untuk menyusun rencana konten mendatang. Salah satu hal yang dibahas dalam forum ini adalah penyesuaian konten dengan momentum atau peristiwa besar yang sedang berlangsung, seperti Tahun Baru, Idulfitri, Hari Kemerdekaan, dan sebagainya. Dalam momen-momen tersebut, Edan Sepur cenderung memperbaharui pesan kampanyenya agar tetap kontekstual dan dekat dengan situasi sosial masyarakat, namun tetap tidak keluar dari fokus utama yaitu edukasi bahaya di perlintasan kereta. Melalui penyesuaian semacam ini, komunitas menunjukkan fleksibilitas dan kepekaan terhadap dinamika publik, yang menjadi nilai penting dalam keberhasilan kampanye digital.

Selain menentukan isi pesan dan waktu publikasi, rapat koordinasi ini juga membahas secara teknis konsep konten yang akan dibuat, termasuk pemilihan gaya visual, tone warna, format caption, dan teknik editing. Tim media biasanya mengusulkan beberapa alternatif desain dan pendekatan narasi, yang kemudian didiskusikan bersama hingga diperoleh satu bentuk final yang dianggap paling

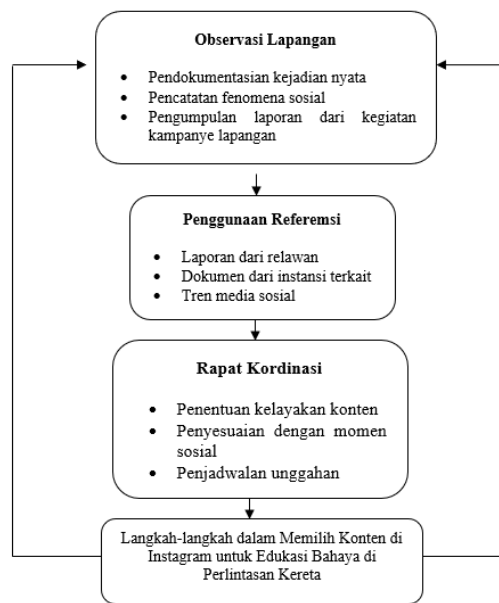
efektif untuk menyampaikan pesan. Melalui tahapan ini, Edan Sepur menunjukkan bahwa konten yang mereka unggah tidak hanya estetik secara tampilan, tetapi juga sudah melalui pemikiran mendalam dari segi makna, tujuan, dan dampak komunikatifnya terhadap audiens.

Dari sudut pandang teori komunikasi kampanye, proses ini mencerminkan penerapan prinsip koordinasi internal dalam perencanaan pesan, di mana pesan publik tidak langsung diproduksi dan disebarkan tanpa evaluasi, tetapi melalui dialog dan pertimbangan lintas fungsi dalam organisasi. Cangara, H. (2020). menyatakan bahwa kampanye yang dijalankan berdasarkan diskusi internal yang terstruktur akan menghasilkan pesan yang lebih kuat secara substansi, serta dapat dipertanggungjawabkan secara etika komunikasi. Melalui mekanisme rapat ini pula, Edan Sepur memastikan bahwa semua konten yang muncul di akun Instagram mereka telah melalui proses seleksi yang tidak hanya mempertimbangkan daya tarik visual, tetapi juga keakuratan informasi, konteks sosial, dan kekuatan pesan edukatifnya.

Langkah-langkah strategis yang dilakukan oleh Edan Sepur Bandung dimulai dari observasi langsung di lapangan, yang menjadi fondasi utama dalam mengidentifikasi permasalahan aktual di perlintasan kereta api. Melalui pendekatan ini, mereka dapat menangkap fenomena-fenomena nyata yang terjadi di masyarakat dan menjadikannya sebagai bahan dasar konten edukasi. Tahap selanjutnya adalah mengumpulkan referensi pendukung dari PT KAI, instansi terkait, hingga laporan relawan, guna memastikan bahwa setiap informasi yang disampaikan memiliki akurasi dan kredibilitas tinggi. Langkah-langkah ini menunjukkan bahwa Edan Sepur tidak hanya bergerak secara intuitif, tetapi berdasarkan data dan kondisi nyata yang terjadi di lapangan.

Setelah data dan referensi dikumpulkan, Edan Sepur mengadakan rapat koordinasi internal yang melibatkan berbagai pihak, termasuk tim media dan ketua komunitas, untuk menentukan konten mana yang layak dipublikasikan. Rapat ini menjadi ruang diskusi sekaligus pengambilan keputusan agar konten yang disajikan tidak hanya informatif tetapi juga menarik dan sesuai dengan momen yang tepat. Dengan ketiga langkah utama ini, Edan Sepur Bandung telah membuktikan bahwa penyusunan konten edukasi keselamatan memerlukan tahapan yang matang dan kolaboratif untuk mencapai hasil kampanye yang efektif di media sosial.

Dengan demikian, rapat koordinasi menjadi elemen penting dalam sistem kerja kampanye keselamatan Edan Sepur Bandung, yang menjaga kualitas, konsistensi, serta kesesuaian pesan kampanye dengan situasi yang berkembang. Forum ini menjadi penghubung antara hasil observasi lapangan, referensi yang dimiliki, dan realisasi konten di media sosial, sehingga kampanye yang dijalankan tidak hanya reaktif terhadap kejadian, tetapi juga proaktif dalam merancang komunikasi yang strategis dan berdampak. Peneliti juga menemukan model gambar dalam langkah pemilihan konten yang dilakukan oleh Edan Sepur Bandung sebagai berikut:



Gambar 5. Model langkah-langkah dalam pemilihan konten edukasi di Instagram @edansepurbd

Sumber: Hasil olah peneliti 2025

D. Kesimpulan

Langkah-langkah Edan Sepur Bandung dalam memilih konten kampanye keselamatan di Instagram dilakukan melalui proses yang terstruktur dan kolaboratif. Dimulai dari observasi lapangan untuk menangkap fenomena nyata yang terjadi di perlintasan kereta, komunitas ini juga aktif mengumpulkan referensi sebagai penguat data agar informasi yang disampaikan akurat dan kredibel. Selain itu, melalui rapat koordinasi internal, setiap konten dirancang dan dievaluasi secara matang dengan mempertimbangkan momen dan tren sosial yang sedang berkembang.

Kombinasi antara konten berbasis kejadian aktual, pemanfaatan format yang menarik, dan keterlibatan aktif tim internal membuat kampanye keselamatan yang dijalankan menjadi lebih efektif dan relevan bagi audiens digital. Temuan ini tidak hanya memperlihatkan pentingnya strategi komunikasi kampanye yang tepat, tetapi juga dapat menjadi model yang dapat diterapkan oleh komunitas lain dalam mengembangkan konten edukatif di media sosial secara konsisten dan berdampak.

Ucapan Terimakasih

Selama proses menyusun artikel ini, penulis mendapatkan dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian penelitian ini.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Islam Bandung yang telah memberikan ilmu, kesempatan, fasilitas, serta bimbingan akademik yang sangat berharga selama proses penulisan ini dan Komunitas Edan Sepur Bandung yang telah memberikan izin, data, serta kesempatan untuk melakukan observasi dan wawancara guna mendukung artikel ini.

Daftar Pustaka

Effendy, O. U. (2023). Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Effendy, O. U. (2021). *Komunikasi: Teori dan praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nasution, M. P. (2023). *Metodologi Penelitian Komunikasi Kontemporer*. Jakarta: Penerbit Akademika Press.

Kotler, P., & Zaltman, G. (2020). *Social Marketing: An Approach to Planned Social Change*.

Journal of Marketing. Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014).

Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. California: SAGE Publications.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2020). *Social Media Marketing*. London: Sage Publications.

Cangara, H. (2020). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Regina Luttrell and Luke W. Capizzani Wallace, (New York: Routledge, 2021).