

## OPTIMALISASI MEDIA *BELOW THE LINE* PADA LRT PALEMBANG DALAM UPAYA PERLINDUNGAN KAUM PEREMPUAN

ECI MEILIANA, ISNAWIJAYANI  
UNIVERSITAS BINA DARMA  
[Ecimeiliana2000@gmail.com](mailto:Ecimeiliana2000@gmail.com)  
[isnawijayani@binadarma.ac.id](mailto: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. 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*

*And for the protection of women on the LRT, remember 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 the disabled, and on the trains there is also 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*

*Keywords: Below The Line Media, 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 . 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

Dan untuk perlindungan kaum perempuan di LRT, mengingat di setiap stasiun 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. Media Below The line merupakan bagian penting dalam pengenalan sebuah produk barang atau jasa kepada pengguna dan konsumen,

**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 pengolah yang sedang melakukan kegiatan promosi dalam beriklan tentunya harus relevan dengan prinsip efisiensi dan efektifitas yang dibandingkan dengan tingkat kemampuan pengolah atau perusahaan

Media promosi terbagai 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 kecil 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”

### **Landasan teori**

Pada bab ini akan dipaparkan landasan teori yang digunakan oleh penulis untuk melakukan penelitian ini. Landasan teori di sini termasuk penelitian terkait, definisi dan teori yang dimuat dalam buku ataupun makalah ilmiah

### **Pegertian Media**

Media merupakan saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan atau menyebarkan informasi atau pesan , berita, film, pendidikan, pesan promosi dan lain-lain, media dalam proses komunikasi, merupakan salah satu dari empat komponen yang harus ada yang harus ada, yaitu sumber informasi, informasi, dan penerima informasi, jika salah satu komponen tersebut tidak ada, maka akan terjadi hambatan dalam proses komunikasi tersebut( Prastati dan Irawan, 2005).

Menurut buku yang ditulis oleh Burnett(2005:163) media Komunikasi dapat dibagi menjadi beberapa kategori, antara lain:

1. Above The Line (ATL) merupakan media yang jangkauannya luas, dimana media dibuat agar seluruh orang dapat mengetahui pesan yang ingin disampaikan. Komunikasi ATL ini dilakukan dengan memanfaatkan media massa seperti televisi, radio, dan Billboard.
2. Below The Line (BTL) merupakan media yang jangkauan lebih khusus dimana media dibuat agar target yang dituju dapat mengetahui pesan atau informasi yang ingin disampaikan media yang digunakan dalam komunikasi BTL ini : event, Point of Sale (POS), In-Store Marketing.

### **Media Below The Line**

Media *Below The Line* sebagai segala aktifitas marketing atau promosi penjualan yang sifatnya jangka panjang dan bertujuan merangkul konsumen agar sadar (aware) terhadap suatu produk. Dalam memandang *Below The Line* hendaknya tidak menilai lebih interior atau minor iklan *above the Line*. Keduanya sama-sama bermanfaat dan memiliki kelebihan masing-masing para pemasang akan menarik banyak manfaat dari iklan *below the line*, BTL juga dapat mencakup penggunaan data dan teknologi untuk menyampaikan pesan kepada konsumen.

Menurut David Bestein "VIPS" merupakan kepanjangan dari *Visibility* (visibilitas), *Identity* (Identitas), *Promise* (Janji) Dan *Singlemindedness* (Pikiran Yang Terarah). jadi Periklanan Harus *Visible* yang artinya mudah untuk dilihat atau mudah memikat perhatian, identitas mengandung arti bahwa pengiklan produk barang dan jasanya harus dibuat sejelas mungkin dan tidak tertutup oleh pernak pernik hiasan ataupun rancangan yang serampangan. *Promise* mengandung janji sebuah perusahaan yang ditawarkan pun harus jelas dan terfokus pada yang benar benar dibutuhkan dalam pemasaran. *Singlemindedness* mengandung arti bawa kegiatan periklanan tersebut harus berkonsentrasi sepenuhnya pada tujuan utama dan tidak mengemukakan hal-hal yang tidak perlu. Jadi sebuah iklan harus terlihat secara jelas, identitas produk yang diiklankan harus kuat, janji dari produk atau jasa harus sejelas-jelasnya dan mempunyai pesan utama dari seluruh rangkaian pesan yang disusun.

Ada Begitu banyak kategori iklan *Below The Line* yang berkembang dari masa ke masa semakin kreatif dan inovatif dalam berpromosi mengingat ketatnya persaingan merebut hati konsumen.

berikut beberapa contoh Iklan *Below The Line* Berdasarkan kategori :

1. Literatur Penjualan Seperti Leaflet, folder, Brosur, Broadsheet, catalog, jadwal perjalanan, kartu pos berwarna, peralatan, sisipan/stuffer, agenda, kartu jaminan, kartu-ratu garansi daftar harga dan formulir pemesanan.
2. Benda pajangan di tempat Penjualan (*Point of Sales Display Material*) Seperti mobil atau alat peraga bergerak, poster, stiker. Contoh *Information Display*, Petunjuk Arah.
3. Transportasi, berupa iklan yang dipasang atau ditempelkan pada sarana transportasi umum seperti di bus, LRT, taksi dan kendaraan lainnya.

Media *Below The Line* merupakan media yang langsung pada Konsumen karena sifatnya yang memudahkan audiensi langsung menyerap satu produk atau pesan. Media *Below The Line* adalah proses komunikasi yang mempunyai kekuatan yang penting sebagai layanan dalam bentuk informasi yang persuasive.

### **Jenis-Jenis Media Below The Line**

- a. X – Banner cukup populer digunakan pada saat ini. media iklan ini biasanya berukuran 60cm x 160cm dan dibantu dengan penyangga ( Yang berbentuk Seperti X agar mudah berdiri.
- b. Flyer Sebutan lain Dari Brosur, Pamflet atau Booklet merupakan terbitan tidak
- c. Selftalker merupakan salah satu jenis dari *Point Of Purchase*, yaitu iklan yang dipasang, dan biasanya digantung.
- d. Floor Display biasanya digunakan untuk sebuah promosi yang ada, agar konsumen melihat dan tertarik dan mempunyai keputusan untuk membeli produk yang ada.

### **Kajian Literatur**

#### **Media Komunikasi**

Media Komunikasi adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media dominan dalam berkomunikasi adalah panca indera manusia seperti telinga dan mata. Media juga merupakan jendela yang memungkinkan kita untuk dapat melihat lingkungan yang lebih jauh, sebagai penafsir yang membantu memahami pengalaman, Sebagai landasan penyampai informasi, Sebagai komunikasi interaktif yang meliputi opini audiens, Sebagai penanda pemberi intruksi atau petunjuk. Media sebagai komunikasi Teori MC Luhan

merupakan cara pandang terhadap gagasan atau subjek untuk memahami suatu proses komunikasi secara lebih luas dan terarah. Media Komunikasi memberikan gambaran dalam penengaruh media.

Dalam buku yang berjudul "an Introduction to Information Design", coates dan Ellison (2014) membagi media informasi menjadi beberapa jenis diantaranya.

**a. Print Based Information Design**

Media informasi cetak bergantung pada tampilan visual dari media itu sendiri, berkaitan dengan gambar yang tidak hanya menggunakan diagram atau bagan. media ini menggunakan fotografi, ilustrasi dan teks untuk mengkomunikasikan isi pesan. Berbeda dengan media informasi interkaatif,

**b. Environmental Information Design**

Hal yang menjadi pertimbangan dalam media informasi lingkungan adalah visibilitas dan konteks dari media itu sendiri. media informasi lingkungan berkaitan dengan cara bagaimana desainer merancang suatu media untuk mengarahkan audiens menyadari keberadaan media tersebut. menganalisis dan merancang desain berdasarkan bagaimana masyarakat menggunakan ruangan atau fasilitas tersebut.

**Transportasi**

Transportasi dalam perkembangannya telah mengubah hampir seluruh wajah dunia. Sehingga perubahan dari banyak kota-kota tradisional menuju kepada kota-kota modern saat ini masih dapat ditarik hubungannya secara jelas dengan pengaruh teknologi transportasi. Maka transportasi sebagai jembatan perkembangan suatu wilayah hingga pada negara suatu bangsa sudah menjadi kebutuhan yang tidak dapat diabaikan lagi Menurut Miro (2005) transportasi dapat diartikan usaha memindahkan, menggerakkan mengangkut, atau mengalihkan suatu objek dari suatu tempat ke tempat lain, dimana di tempat lain ini objek tersebut lebih bermanfaat atau dapat berguna untuk tujuan-tujuan tertentu. Sedangkan menurut Nasution (2008) adalah sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Jadi pengertian transportasi berarti sebuah proses, yakni proses pemindahan, proses pergerakan, proses mengangkut, dan mengalihkan dimana proses ini tidak bisa dilepaskan dari keperluan akan alat pendukung untuk menjamin lancarnya proses perpindahan sesuai dengan waktu yang diinginkan

**Fungsi Transportasi**

Transportasi berfungsi sebagai penunjang pembangunan dan pemberi jasa bagi perkembangan ekonomi, kegiatan-kegiatan ekonomi dapat berjalan jika jasa transportasi terus tersedia dalam menunjang kegiatan tersebut. transportasi juga membantu tercapainya pengalokasian sumber-sumber ekonomi secara optimal untuk itu jasa transportasi harus cukup tersedia secara merata dan terjangkau oleh daya beli masyarakat. Menurut Andrianyah (2015) transportasi memiliki fungsi untuk menunjang perkembangan dengan membuat keseimbangan antara penyedia dan permintaan transportasi.

**Pengertian LRT (Light Rail Transit)**

Light Rail Transit atau yang biasa dikenal LRT adalah salah satu sistem kereta api ringan yang beroperasi dikawasan perkotaan yang konstruksinya ringan dan bisa .LRT atau Kereta Api ringan merupakan suatu moda layanan transportasi penumpang yang beroperasi diatas rel ringan. Dikatakan Kereta Api Ringan karena LRT memiliki sistem konstruksi yang ringan. Ringan dalam konteks yang di gunakan pada LRT adalah "diperuntukkan bagi beban ringan dan gerakan cepat," sehingga tidak mengacu pada berat fisik. LRT banyak digunakan diberbagai negara dan telah mengalami modernisasi. Kendaraan rel ringan ini umumnya di gerakan secara elektrik dengan daya yang diambil dari atas melalui Overhead line ( listrik aliran Atas) Third Rail ( Listrik Lairan Bawah) . LRT bisa beroperasi bersamaan dengan lalu lintas lain dan bisa juga beroperasi didalam trem . Namunn daya angkut dan kecepatan perjalanan tentu lebih unggul didalam trem.

## 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 dilapangan 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 kemacetatan, 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 FixedBlock 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.

### a. Strategi media below the line sebagai media informasi

Media atau alat penyampaian pesan informasi yang disampaikan media Komunikasi adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalyak. Media dominan dalam berkomunikasi adalah panca indera manusia seperti telinga dan mata. oleh karena itu pengelola LRT menggunakan jenis media Below The Line merupakan media secara langsung yang mengena pada audiens karena sifatnya yang memudahkan audiens menyerap pesan yang disampaikan. Menurut teori David Bestein media Below The Line merupakan media yang Visibilitas ( Visibility ) mengandung arti bahwa iklan harus mudah memikat perhatian publik Salah satu strategi media Below The Line Pengelola LRT Palembang memposisikan media Below The line jenis Selftalker yang dipasang di dinding lift sebelah Kiri pintu masuk Lift,



Gambar 1. Print based Information Display ( Prioritas)

**b. Media Sebagai Informasi Desain**

*Information design* atau Desain informasi berkaitan dengan penyajian informasi dengan sebuah cara yang mudah untuk dimengerti. Ini merupakan sebuah bagian dari desain grafis yang berfokus untuk menampilkan informasi dengan efektif dan tujuan utama dari desain grafis informasi adalah mencapai kejelasan komunikasi. Menurut David Bestein Media Below The Line mempunyai identitas yang jelas dan tidak tertutup oleh hiasan atau rancangan, dengan menggunakan identitas yang jelas dan terarah merupakan proses yang baik bagi pengguna jasa LRT untuk mengetahui informasi fasilitas yang tersedia dan informasi lainnya yang berkaitan dengan LRT salah satu identitas media yang jelas dan dapat dilihat adalah print based Information Design seperti yang ada di dinding stasiun LRT guna memberikan informasi tentang keberadaan fasilitas yang tersedia di stasiun LRT maka pihak pengelola LRT menggunakan media Below The Line jenis Selftalker sebagai media Informasi agar penumpang dapat menikmati fasilitas yang tersedia di LRT media Information Design tersebut merupakan salah satu identitas media yang jelas dan dapat dilihat dan disentuh dengan mudah bagi para pengguna fasilitas jasa LRT.



Gambar. Kursi Prioritas di Gerbong LRT

**c. Below the Line Dalam upaya melindungi perempuan.**

Transportasi LRT Palembang Merupakan transportasi yang ramah gender strategi pengelola LRT dalam upaya perlindungan perempuan yang ditujukan pengelola LRT untuk melindungi perempuan dan memberikan rasa aman dalam menggunakan transportasi LRT. Perempuan secara eksplisit dan khusus dijamin hak asasinya, karena perempuan dalam kajian dan pengaturan beberapa konvensi internasional dimasukkan ke dalam kelompok yang rentan bersama dengan kelompok anak, kelompok minoritas serta kelompok rentan lainnya. Maka disediakan fasilitas berupa ruangan khusus ibu yang sedang menyusui (Nursery Room) dengan tempat yang aman dan nyaman, dan terdapat kursi tunggu prioritas untuk ibu hamil, lansia serta terdapat berbagai fasilitas lainnya untuk para pengguna jasa transportasi LRT. Merupakan transportasi yang ramah gender pada stasiun LRT terdapat berbagai fasilitas yang menunjang untuk para pengguna jasa transportasi LRT Sesuai dengan visi LRT menginginkan transportasi yang aman dan nyaman transportasi LRT dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat, Pengelola LRT sangat memperhatikan

keamanan dan kenyamanan para pengguna jasa LRT .

Seperti tersedianya kursi roda untuk pengguna LRT yang lansia atau disabilitas, adanya Nursery room dengan fasilitas yang baik, tersedianya kursi tunggu yang diprioritas untuk lansia/ibu hamil di gerbong LRT,



#### d. Pengadaan gerbong Khusus Perempuan (GKP)

Budaya patriaki menimbulkan perspektif masyarakat mengenai kebijakan GKP yang seolah meneguhkan streatip bahwa perempuan lebih diprioritaskan, perempuan lemah, laki-laki melindungi da lain sebagainya menurut Caplan gender merupakan perbedaan perilaku antara lak-laki dan perempuan selaiin dari struktur biologis sebagian besar justru terbentuk melalui proses sosial , gerbong Khusus Perempuan bukan sebagai fasilitas untuk mempriortaskan para perempuan, melainkan karena pelecahan seksual yang masih terjadi di dalam transportasi umum.



## 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

### Pustaka yang berupa jurnal ilmiah:

- Baksono, K. A. (2016). Studi penghematan biaya transportasi dengan konsep pengalihan kendaraan pribadi ke kendaraan umum (bus trans kediri) di kotakediri (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).
- Magdalena, M., & Dananjojo, I. (2017). *Pengaruh Gender terhadap Persepsi Mengenai Fasilitas Jarak Berjalan di Lokasi Penentuan Titik Simpul Kereta Apidan BRT di Bandar Udara Banjarbaru*. *Jurnal Transportasi Multimoda*, 14(3), 121-128.
- Moleong, L.J (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung PT. Remaja Rosdakarya.
- Rudi Azis, S. T., & Asrul, S. T. (2014). *Pengantar Sistem dan Perencanaan Transportasi*. Deepublish.
- 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).
- Siti Fatimah (2019), *Pengantar Transportasi, Myria Publisher small firms: A comparative approach, International Journal of Commerce and Management*. 14 (3-4) :69-8
- Tangkudung, C. M., Rompis, S. Y., & Timboeleng, J. A. (2019). *Pengaruh Gender Terhadap Pemilihan Moda Transportasi Di Kota Manado*. *Jurnal Sipil Statik*, 7(7).
- Octaviani, V. (2015). *EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA PERIKLANAN PADA UNIVERSITAS DEHASEN BENGKULU* (Studi Komparatif Iklan Media Lini

Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal  
Volume 3 Nomor 1 (2021) x-xx P-[ISSN 2656-274x](#) E-[ISSN 2656-4691](#)  
DOI: [10.47476/as.v3i1.xxx](#)  
*Atas dan Iklan Media Lini Bawah*. Professional: *Jurnal Komunikasi dan  
Administrasi Publik*, 2(2).

**Pustaka berbentuk buku:**

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

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

*Gelir Nyoman, Dkk Media Komunikasi dalam Penyuluha Kesehatan, Penerbit Andi. Hendro  
Aryanto, 2022 DIGITAL MEDIA.. (n.p.): Penerbit Lakeisha.*

*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. Pustaka Seminar Prosiding:*



# Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 6 No 4 (2024) 1202-1211 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691  
DOI: 10.47476/reslaj.v6i4.5205

Jalan Raya Pemda Pajeleran No 41 Sukahati, Cibinong, Bogor 15816

Letter of Acceptance  
No: 732/LOA-Reslaj/IX/2023

Manajemen Jurnal  
Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal  
Dengan ini menyatakan bahwa naskah berjudul:

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

Eci Meiliana, Isnawijayani  
Universitas Bina Darma  
ecimeiliana2000@gmail.com, isnawijayani@binadarma.ac.id

Berdasarkan hasil review, artikel tersebut dinyatakan DITERIMA untuk dipublikasikan di  
Jurnal RESLAJ (Sinta 4) untuk Volume 6 Nomor 4 2024 Artikel tersebut tersedia secara online  
mulai 15 April 2024 di <http://journal.laaroiba.ac.id/index.php/reslaj>

Demikian informasi ini disampaikan, dan atas perhatiannya, diucapkan terima kasih.

Bogor, 14 September 2023  
Hormat kami,



**Ir. H. Dedi Junaedi M.Si**  
**Editor in Chief Reslaj**