

**PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA
LAYANAN *CALL CENTER* 112 KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Guna Mencapai
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh :

**Siti Nurida Lestari
32802100091**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Nurida Lestari

NIM : 32802100091

Program Studi : S1 – Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

“Pengaruh Strategi Komunikasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Layanan *Call Center* 112 Kota Semarang”

Adalah hasil penelitian yang saya buat sendiri, bukan hasil jiplakan dari karya orang lain dan bukan hasil karya orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya agar dapat digunakan jika diperlukan.

Semarang, 27 Agustus 2025

Penulis,



Siti Nurida Lestari
32802100091

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Komunikasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Layanan *Call Center* 112 Kota Semarang

Nama : Siti Nurida Lestari

NIM : 32802100091

Program Studi : S1 – Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

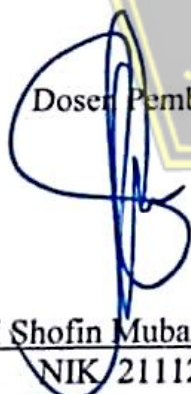
Telah diperiksa dan disetujui oleh Pembimbing

Semarang, 27 Agustus 2025

Penulis,


Siti Nurida Lestari
NIM : 32802100091

Mengetahui,


Dosen Pembimbing

Fikri Shofin Mubarak S.E, M.Si
NIK. 211121019


Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Triyana, S.Sos., M.Si
NIK. 211109008

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Komunikasi dan Kualitas Pelayanan
terhadap Kepuasan Pengguna Layanan *Call Center* 112
Kota Semarang

Nama : Siti Nurida Lestari

NIM : 32802100091

Telah diperiksa dan disetujui oleh Pembimbing

Dinyatakan sah dan telah lulus dalam ujian skripsi Pendidikan Strata-1

Dosen Penguji :

1. Made Dwi Adnjani S.Sos, M.Si, M.I.Kom

NIK. 211109006

2. Fikri Shofin Mubarak S.E, M.I.Kom

NIK. 211121019

3. Urip Mulyadi S.I.Kom, M.I.Kom

NIK. 211115018



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Timanah, S.Sos, M.Si

NIK. 211109008

ABSTRAK

“PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA LAYANAN *CALL CENTER* 112 KOTA SEMARANG”

Siti Nurida Lestari

32802100091

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya layanan publik *Call Center* 112 yang cepat dan responsif di tengah tingginya jumlah penduduk dan kerentanan terhadap bencana, khususnya di Kota Semarang yang berisiko tinggi terhadap situasi darurat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh strategi komunikasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan *Call Center* 112 di Kota Semarang. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif deskriptif dengan paradigma positivistik dan teori kepuasan (*expectancy disconfirmation theory*). Sampel penelitian ini adalah 100 responden di Kota Semarang dengan teknik pengambilan sampel secara *non-probability sampling*. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi komunikasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang, dibuktikan dengan nilai t hitung $3,259 > t$ tabel $1,984$ dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dengan nilai t hitung $8,5 > t$ tabel $1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Uji F menunjukkan strategi komunikasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 di Kota Semarang dengan nilai f hitung $231,290 > f$ tabel $3,09$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,827$, yang berarti $82,7\%$ kepuasan pengguna dipengaruhi oleh strategi komunikasi dan kualitas pelayanan. Temuan ini menegaskan pentingnya penerapan strategi komunikasi yang efektif dan peningkatan kualitas pelayanan dalam membentuk kepuasan pengguna terhadap layanan *Call Center* 112 Kota Semarang.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengguna, *Call Center* 112

ABSTRACT

“THE EFFECT OF COMMUNICATION STRATEGY AND SERVICE QUALITY ON USER SATISFACTION WITH THE 112 CALL CENTER SERVICE IN SEMARANG CITY”

Siti Nurida Lestari

32802100091

This research is motivated by the importance of fast and responsive Call Center 112 public services amidst the high population density and vulnerability to disasters, particularly in Semarang City, which is at high risk of emergencies. The purpose of this study is to determine the effect of communication strategy and service quality on user satisfaction with the 112 Call Center service in Semarang City. This study used a descriptive quantitative approach with a positivistic paradigm and expectancy disconfirmation theory. The sample for this study was 100 respondents in Semarang City, using a non-probability sampling technique. The data analysis technique used in this study was multiple linear regression analysis.

The results indicate that communication strategy has a positive effect on user satisfaction with the 112 Call Center service in Semarang City, as evidenced by a calculated t-value of $3.259 > t\text{-table } 1.984$ and a significance value of $0.002 < 0.05$. Service quality also has a positive effect, with a calculated t-value of $8.5 > t\text{-table } 1.984$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. The F-test indicates that communication strategy and service quality have a positive effect on user satisfaction with the 112 Call Center service in Semarang City, with a calculated f-value of $231.290 > f\text{-table } 3.09$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) is 0.827, indicating that 82.7% of user satisfaction is influenced by communication strategy and service quality. These findings underscore the importance of implementing effective communication strategies and improving service quality in shaping user satisfaction with the Semarang City 112 Call Center.

Keywords: Communication Strategy, Service Quality, User Satisfaction, Call Center 112

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Nurida Lestari

NIM : 32802100091

Program Studi : S1 – Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi dengan judul
“Pengaruh Strategi Komunikasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Layanan *Call Center* 112 Kota Semarang”

Dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila di kemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 27 Agustus 2025

Yang menyatakan,


11AMX400029470
Siti Nurida Lestari

MOTTO

“Keberhasilan bukanlah milik orang pintar. Keberhasilan milik mereka yang terus berusaha”.

-B. J. Habibie -



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang terkasih dan tersayang yaitu :

1. kepada kedua orang tua saya. Terima kasih karena telah senantiasa memberikan dukungan, semangat, serta doa kepada anaknya. Sehingga saya bisa menyelesaikan masa studi saya sampai dititik ini.
2. Kepada kakak saya, terima kasih atas semangat dan dukungannya karena telah memberikan semangat dan semoga kita semua menjadi anak yang membanggakan kedua orang tua.
3. Kepada jodohku kelak yang sudah tertulis Lauhul Mahfudz yang nantinya akan mendampingi hidupku, skripsi ini ku persembahkan untukmu dan calon anak kita nanti.
4. Kepada Dosen Pembimbing, yang telah memberikan bantuan, doa, dan dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya skripsi ini.
5. Kepada sahabat terdekat, yang selalu memberikan motivasi dan dukungan untuk saya dalam menyelesaikan skripsi.
6. Kepada teman-teman angkatan tahun 2021, yang telah menemani selama hampir empat tahun dan senantiasa memberikan motivasi untuk menjadi lebih baik.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala curahan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Strategi Komunikasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Layanan *Call Center* 112 Kota Semarang” ini tepat pada waktunya. Skripsi ini penulis tulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam proses menyelesaikan studi dan menulis skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Trimamah, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Fikri Shofin Mubarak, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing dari penulis yang sudah memberikan banyak arahan dan saran untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Para Dosen Ilmu Komunikasi dan para Staf yang sudah memberikan ilmu dan bantuan selama perkuliahan dan penyusunan skripsi.
5. Kepada kedua orangtua penulis yang telah memberikan dukungan, semangat, dan doa yang tiada pernah henti selama menyelesaikan skripsi ini.

6. Sahabat-sahabat penulis yang selalu memberikan semangat dan meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2021, terimakasih telah menemani selama masa perkuliahan dikampus tercinta ini.
8. Untuk para responden yang telah meluangkan waktunya untuk menanggapi kuesioner dari penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

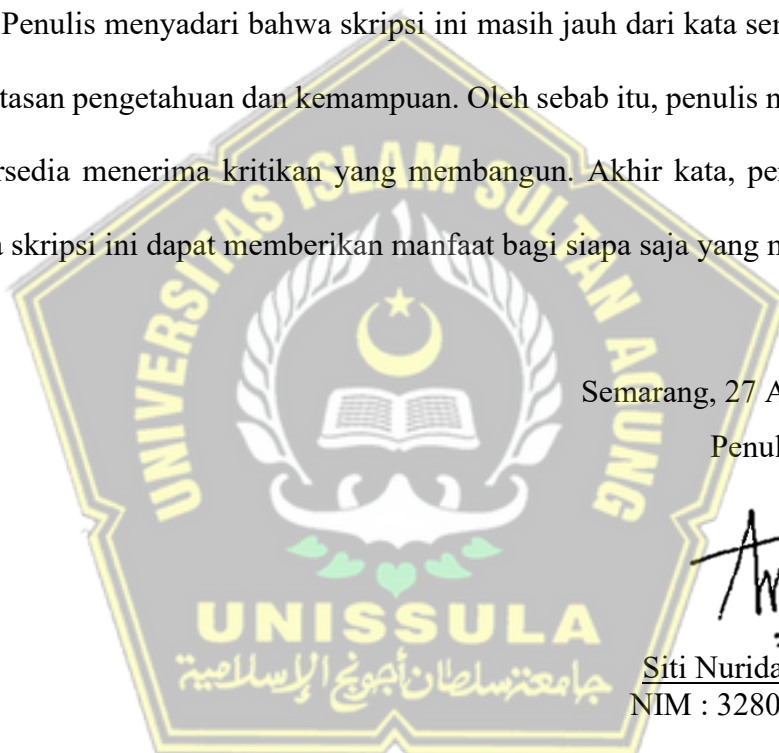
Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan. Oleh sebab itu, penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan yang membangun. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Semarang, 27 Agustus 2025

Penulis,



Siti Nurida Lestari
NIM : 32802100091



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Kerangka Teori.....	13
1.5.1 Paradigma Penelitian	13
1.5.2 State Of The Art.....	15
1.5.3 Teori Penelitian.....	18
1.6 Kerangka Pemikiran	21
1.7 Hipotesis Penelitian	22
1.8 Definisi Konseptual	23
1.8.1 Variabel Bebas (Variabel Independen).....	23

1.8.2	Variabel Terikat (Variabel Dependen)	25
1.9	Definisi Operasional	26
1.9.1	Variabel Bebas (Variabel Independen).....	27
1.9.2	Variabel Terikat (Variabel Dependen)	28
1.10	Metode Penelitian	30
1.10.1	Tipe Penelitian	30
1.10.2	Populasi dan Sampel.....	30
1.10.3	Teknik Pengambilan Sampel	32
1.10.4	Sumber Data	33
1.10.5	Teknik Pengumpulan Data	33
1.10.6	Analisis Data.....	34
1.10.7	Kualitas Data	36
1.10.8	Uji Hipotesis	39
1.10.9	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	40
BAB II	OBJEK PENELITIAN	41
2.1	Gambaran Umum Kota Semarang.....	41
2.1.1	Kondisi Geografis.....	41
2.1.2	Kondisi Klimatologi Kota Semarang.....	42
2.1.3	Visi dan Misi.....	43
2.2	Gambaran Umum Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang.....	45
2.2.1	Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang.....	45
2.2.2	Struktur Organisasi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang	47
2.2.3	Bidang Pengelolaan Informasi dan Saluran Komunikasi Publik.....	49
2.2.4	Subkoordinator Pengelolaan Aspirasi dan Informasi	52
2.3	Gambaran Umum Layanan <i>Call Center</i> 112 Kota Semarang	54
2.3.1	<i>Call Center</i> 112 Kota Semarang.....	54
2.3.2	Mekanisme Menghubungi <i>Call Center</i> 112 Kota Semarang	56
2.3.3	Media Promosi <i>Call Center</i> 112 Kota Semarang	57
BAB III	TEMUAN PENELITIAN.....	60

3.1	Karakteristik Responden.....	60
3.2	Strategi Komunikasi (X1).....	61
3.3	Kualitas Pelayanan (X2).....	67
3.4	Kepuasan Pengguna (Y)	73
BAB IV	PEMBAHASAN.....	80
4.1	Uji Validitas.....	80
4.2	Uji Reliabilitas.....	82
4.3	Uji Asumsi Klasik	83
4.3.1	Uji Normalitas	83
4.3.2	Uji Multikolinearitas.....	84
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas	85
4.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	87
4.5	Uji Hipotesis	88
4.5.1	Uji T.....	88
4.5.2	Uji F.....	90
4.6	Uji Koefisien Determinasi.....	91
4.7	Pembahasan	92
4.7.1	Pengaruh Strategi Komunikasi terhadap Kepuasan Pengguna dalam Menggunakan Layanan <i>Call Center</i> 112 Kota Semarang.....	92
4.7.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna dalam Menggunakan Layanan <i>Call Center</i> 112 Kota Semarang	93
4.7.3	Pengaruh Strategi Komunikasi dan Kepuasan Pengguna terhadap Kepuasan Pengguna dalam Menggunakan Layanan <i>Call Center</i> 112 Kota Semarang	95
4.7.4	Analisis Teori Kepuasan (<i>Expectancy Disconfirmation Theory</i>).....	96
BAB V	PENUTUP	99
5.1	Kesimpulan.....	99
5.2	Saran	100
5.3	Keterbatasan Penelitian	101
DAFTAR PUSTAKA		102
LAMPIRAN		106

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	State Of The Art.....	15
Tabel 1.2	Definisi Operasional	29
Tabel 1.3	Skala Likert.....	34
Tabel 3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 3.3	Persentase responden yang menyatakan petugas <i>Call Center</i> memperkenalkan diri saat awal percakapan	61
Tabel 3.4	Persentase responden yang menyatakan petugas <i>Call Center</i> 112 menyampaikan informasi dengan jelas mengenai langkah-langkah yang harus saya lakukan.....	62
Tabel 3.5	Persentase responden yang menyatakan intonasi suara petugas <i>Call Center</i> 112 saat memberikan informasi mudah saya pahami	63
Tabel 3.6	Persentase responden yang menyatakan layanan <i>Call Center</i> 112 mudah diakses melalui sambungan telepon.....	63
Tabel 3.7	Persentase responden yang menyatakan penyebaran informasi <i>Call Center</i> 112 menjangkau berbagai kalangan masyarakat.....	64
Tabel 3.8	Persentase responden yang menyatakan saya dapat mengikuti arahan petugas <i>Call Center</i> 112 tanpa perlu penjelasan ulang ...	65
Tabel 3.9	Persentase responden yang menyatakan saya tidak mengalami kesulitan saat mendengarkan penjelasan dari petugas.....	65
Tabel 3.10	Persentase responden yang menyatakan saya merasa lebih tenang setelah berkomunikasi dengan petugas <i>Call Center</i> 112	66
Tabel 3.11	Persentase responden yang menyatakan saya termotivasi untuk memberikan informasi <i>Call Center</i> 112 kepada orang lain.....	67
Tabel 3.12	Persentase responden yang menyatakan petugas <i>Call Center</i> 112 dapat diandalkan dalam memberikan solusi yang tepat untuk situasi darurat yang dilaporkan.....	67

Tabel 3.13	Persentase responden yang menyatakan layanan <i>Call center</i> 112 beroperasi sesuai dengan waktu yang telah diinformasikan sebelumnya	68
Tabel 3.14	Persentase responden yang menyatakan petugas <i>Call Center</i> 112 menjawab panggilan saya dengan cepat	69
Tabel 3.15	Persentase responden yang menyatakan petugas <i>Call Center</i> 112 dapat memberikan tanggapan yang baik tentang keluhan masyarakat	69
Tabel 3.16	Persentase responden yang menyatakan petugas <i>Call Center</i> 112 menjaga kerahasiaan data pelapor dengan baik	70
Tabel 3.17	Persentase responden yang menyatakan petugas <i>Call center</i> 112 memberikan keyakinan bahwa laporan saya akan ditindaklanjuti	70
Tabel 3.18	Persentase responden yang menyatakan petugas <i>Call Center</i> 112 mendengarkan laporan saya dengan penuh perhatian.....	71
Tabel 3.19	Persentase responden yang menyatakan petugas <i>Call Center</i> 112 memberikan waktu yang cukup saat saya menjelaskan.....	72
Tabel 3.20	Persentase responden yang menyatakan suara petugas <i>Call Center</i> 112 terdengar jelas saat saya menelepon	72
Tabel 3.21	Persentase responden yang menyatakan waktu tunggu saat menghubungi <i>Call Center</i> 112 tidak terlalu lama.....	73
Tabel 3.22	Persentase responden yang menyatakan petugas <i>Call Center</i> 112 memastikan kembali kebutuhan saya sebelum memproses laporan	73
Tabel 3.23	Persentase responden yang menyatakan petugas <i>Call Center</i> 112 memberikan informasi sesuai dengan jenis layanan yang saya butuhkan	74
Tabel 3.24	Persentase responden yang menyatakan respon petugas <i>Call Center</i> 112 tepat waktu dalam menangani laporan darurat saya	75
Tabel 3.25	Persentase responden yang menyatakan solusi yang ditawarkan oleh petugas <i>Call Center</i> 112 efektif dalam mengatasi masalah darurat saya	75
Tabel 3.26	Persentase responden yang menyatakan petugas <i>Call Center</i> 112 tetap bersikap sopan walau saya mengajukan pertanyaan berulang kali	76
Tabel 3.27	Persentase responden yang menyatakan petugas <i>Call Center</i> 112 selalu mengangkat telepon saat saya menghubungi	76
Tabel 3.28	Persentase responden yang menyatakan petugas <i>Call Center</i> 112 bersikap ramah saat saya menyampaikan keluhan	77

Tabel 3.29	Persentase responden yang menyatakan saya merasa nyaman saat berinteraksi dengan petugas <i>Call Center</i> 112.....	78
Tabel 3.30	Persentase responden yang menyatakan nada suara petugas terdengar sopan selama komunikasi berlangsung.....	78
Tabel 3.31	Persentase responden yang menyatakan saya tidak mengalami tekanan saat menjelaskan kondisi yang saya alami	79
Tabel 4.1	Uji validitas Variabel Strategi Komunikasi	80
Tabel 4.2	Uji validitas Variabel Kualitas Pelayanan	81
Tabel 4.3	Uji validitas Kepuasan Pengguna	81
Tabel 4.4	Uji Reliabilitas	82
Tabel 4.5	Uji Multikolinearitas.....	85
Tabel 4.6	Uji Heteroskedastisitas	86
Tabel 4.7	Analisis Regresi Linier Berganda.....	87
Tabel 4.8	Uji T Variabel Strategi Komunikasi	89
Tabel 4.9	Uji T Variabel Kualitas Pelayanan	89
Tabel 4.10	Uji F	90
Tabel 4.11	Uji Koefisien Determinasi	91



DAFTAR GAMBAR

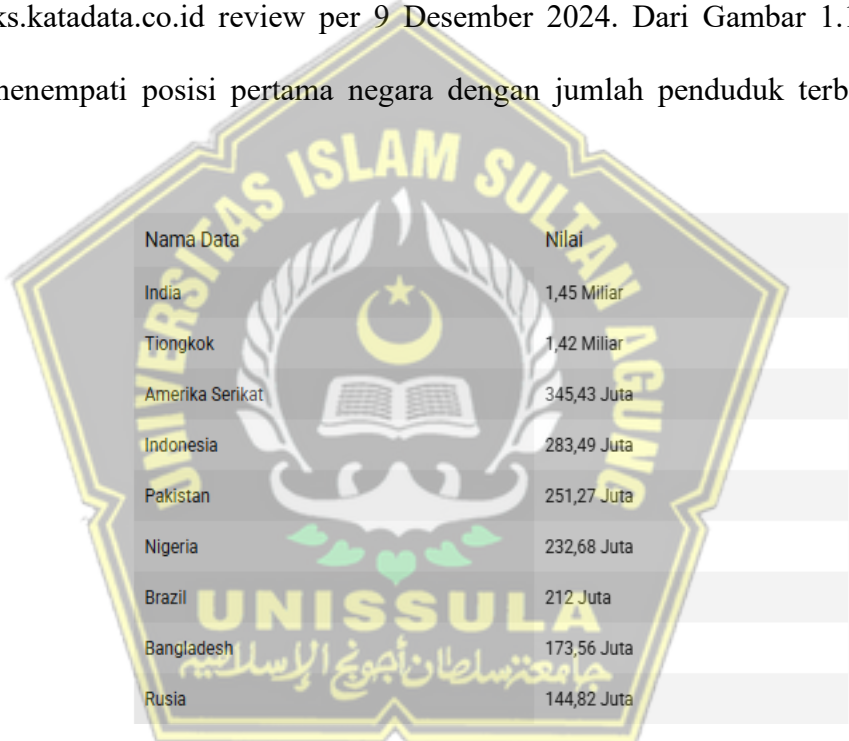
Gambar 1.1	Jumlah Penduduk Terbanyak di Dunia.....	1
Gambar 1.2	Data Panggilan Layanan Darurat 112.....	4
Gambar 1.3	Kategori Laporan Layanan Darurat 112.....	5
Gambar 1.4	Komentar Instagram @112semarang	8
Gambar 1.5	Komentar Instagram @112semarang	9
Gambar 1. 6	Komentar Instagram @112semarang	10
Gambar 1.7	Komentar Instagram @112semarang	10
Gambar 1.8	Kerangka pemikiran	22
Gambar 2.1	Balaikota Semarang.....	41
Gambar 2.2	Diskominfo Kota Semarang	45
Gambar 2.3	Struktur Organisasi Diskominfo Kota Semarang	49
Gambar 2.4	<i>Call Center</i> 112 Kota Semarang.....	54
Gambar 2.5	Aplikasi Seluler “ <i>Call Center</i> 112 Kota Semarang”	57
Gambar 2.6	Instagram <i>Call Center</i> 112 Kota Semarang.....	58
Gambar 2.7	Brosur <i>Call Center</i> 112 Kota Semarang.....	58
Gambar 2.8	Website PPID Kota Semarang.....	59
Gambar 4.1	Uji Normalitas dengan P – P Plot.....	83
Gambar 4.2	Uji Normalitas dengan Histogram.....	84

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia disebut sebagai negara berkembang dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia pada tahun 2024, berdasarkan data dari databoks.katadata.co.id review per 9 Desember 2024. Dari Gambar 1.1 terlihat India menempati posisi pertama negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia.



Nama Data	Nilai
India	1,45 Miliar
Tiongkok	1,42 Miliar
Amerika Serikat	345,43 Juta
Indonesia	283,49 Juta
Pakistan	251,27 Juta
Nigeria	232,68 Juta
Brazil	212 Juta
Bangladesh	173,56 Juta
Rusia	144,82 Juta

Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Terbanyak di Dunia

Sumber : <http://databoks.katadata.co.id/>

Jumlah penduduk di dunia pada tahun 2024 diperkirakan mencapai 8,16 miliar jiwa. Dalam hal ini, Indonesia menjadi negara dengan jumlah penduduk terbesar ke empat di dunia dengan jumlah penduduk sebesar 275 juta jiwa pada tahun 2022, yang meningkat sebesar 278 juta jiwa pada tahun 2023, dan meningkat mencapai 283 juta jiwa pada tahun 2024.

Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar dan beragam, menghadapi tantangan besar dalam menyediakan pelayanan publik yang baik, inovatif, dan efisien untuk dapat membangun kepercayaan masyarakat pada pemerintah dan dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Salah satu aspek yang penting dalam pengelolaan pelayanan publik adalah standar pelayanan, terutama dalam menangani situasi darurat.

Di samping jumlah penduduk terbesar keempat di dunia, Indonesia menghadapi tantangan sebagai negara yang rentan terhadap bencana alam. Berdasarkan data Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), Indonesia mengalami 2.107 kasus bencana alam pada tahun 2024 (Yoanes Litha, 2025). Selain itu, Indonesia juga rentan terhadap kecelakaan. Berdasarkan data kecelakaan lalu lintas dari Kepala Korps Lalu Lintas Kepolisian Republik Indonesia (Kakorlantas Polri) Inspektur Jenderal Aan Suhanan, Indonesia mengalami 1.150.000 kecelakaan yang menewaskan sekitar 27.000 jiwa (Rengganis, 2024).

Dalam hal ini, sebagai negara yang rentan terhadap bencana alam dan kecelakaan, kebutuhan akan layanan darurat yang responsif menjadi sangat penting untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Layanan call center darurat seperti Call Center 112 berperan penting dalam menyediakan saluran komunikasi yang dapat menghubungkan masyarakat dengan instansi terkait secara cepat dan tepat di daerah masing-masing, salah satunya Kota Semarang.

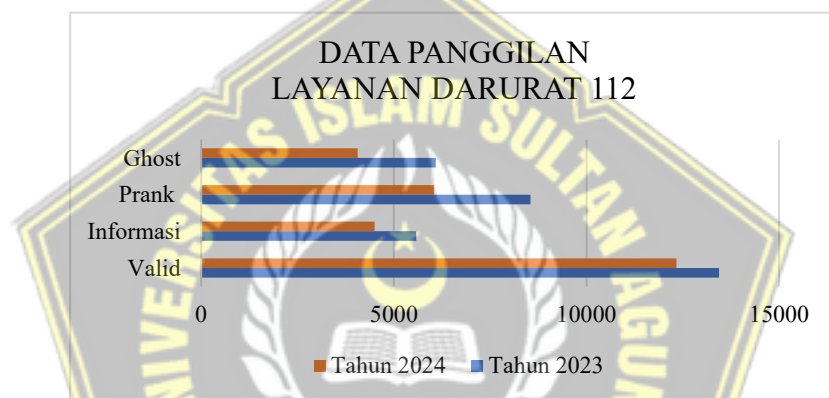
Kota Semarang merupakan pusat pemerintahan Provinsi Jawa Tengah, luasnya sekitar 373,70 km². Berbatasan dengan Kabupaten Kendal di barat,

Kabupaten Semarang di selatan, Kabupaten Demak di timur, dan Laut Jawa di utara, dengan garis pantai sepanjang 13,6 kilometer. Kota Semarang sebagai ibu kota Provinsi Jawa Tengah memiliki tingkat kepadatan penduduk yang tinggi, dengan berbagai tantangan dalam hal pengelolaan layanan publik dan komunikasi darurat. Kota Semarang juga menghadapi ancaman bencana alam, kecelakaan lalu lintas, dan situasi darurat lainnya yang memerlukan respons cepat. Oleh karena itu, keberadaan layanan panggilan darurat di Kota Semarang sangat penting untuk memastikan masyarakat dapat mendapatkan bantuan darurat dengan cepat.

Salah satu layanan panggilan darurat adalah *Call Center* 112, layanan yang dikembangkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk membantu masyarakat dalam situasi darurat. Layanan ini memungkinkan masyarakat terhubung dengan pihak lain seperti polisi, pemadam kebakaran, ambulans, tim medis, dan penanganan bencana alam. Layanan *Call Center* 112 Kota Semarang dikelola oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang, Bidang Pengelolaan Informasi dan Saluran Komunikasi Publik, yang merupakan inovasi dari Pemerintah Kota yang diresmikan oleh Walikota Hendrar Prihadi pada 2 Mei 2018.

Call Center 112 Kota Semarang memiliki total 10 petugas operator utama yang terdiri dari 6 laki-laki dan 4 perempuan. Selain itu, *Call Center* 112 juga memiliki 35 operator tambahan dari 4 komunitas yang ada di Kota Semarang yaitu Bankom Polrestabes Kota Semarang, Sriti Polrestabes Kota Semarang, MIK Semar Sigap, dan Kwarcab Kota Semarang. Layanan ini dibuat untuk mengatasi kebingungan masyarakat akibat banyaknya nomor telepon dari berbagai instansi pemerintah yang harus dihubungi saat menghadapi keadaan darurat.

Layanan *Call Center* 112 pertama kali diselenggarakan secara mandiri pada tahun 2016 oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dan Kota Surabaya. Selain itu, program ini juga dijadikan sebagai proyek percontohan di 10 kota lainnya, yaitu Batam, Tangerang, Depok, Bogor, Bandung, Surakarta, Balikpapan, Denpasar, Mataram, dan Makassar. Layanan ini bertujuan untuk mempercepat respons darurat serta meningkatkan koordinasi antara pemerintah daerah dan instansi terkait dalam penanganan keadaan darurat di masing-masing wilayah.



Gambar 1.2 Data Panggilan Layanan Darurat 112

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan data panggilan masuk *Call Center* 112 Kota Semarang dalam periode Januari–Desember 2023, tercatat total 33.657 panggilan. Dari jumlah tersebut, hanya 13.442 panggilan yang merupakan panggilan valid yang membutuhkan layanan darurat, sementara 5.582 panggilan adalah panggilan informasi. Namun, terdapat 8.545 panggilan yang tergolong prank call, dan 6.088 panggilan merupakan ghost call. Selain itu, data panggilan masuk *Call Center* 112 Kota Semarang dalam periode Januari–Desember 2024, tercatat total 26.938 panggilan. Dari jumlah tersebut, hanya 12.336 panggilan yang merupakan

panggilan valid yang membutuhkan layanan darurat, sementara 4.498 panggilan adalah panggilan informasi. Namun, terdapat 6.044 panggilan yang tergolong prank call, dan 4.060 panggilan merupakan ghost call.

Jika dibandingkan dengan jumlah panggilan valid, baik pada tahun 2023 maupun 2024, angka prank call dan ghost call masih tergolong tinggi. Pada tahun 2023, total prank call dan ghost call mencapai 14.633 panggilan atau lebih dari jumlah panggilan valid. Sedangkan pada tahun 2024, jumlah prank call dan ghost call tercatat sebanyak 10.104 panggilan, yang setara dengan sekitar 96% dari jumlah panggilan valid.



Gambar 1.3 Kategori Laporan Layanan Darurat 112
Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan data kategori laporan terbanyak yang masuk ke *Call Center* 112 Kota Semarang sepanjang tahun 2023 sampai dengan 2024 adalah darurat kesehatan dengan laporan tertinggi permintaan Ambulance Transportasi dengan 8.449 panggilan dan Pemeriksaan Kesehatan dengan 5.843 panggilan. Sementara itu, laporan kategori Home care mencapai 3.528 panggilan dan kategori Kecelakaan mencatat 3.706 panggilan.

Program Kerja yang telah dilaksanakan oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang untuk layanan *Call Center* 112 diantaranya *Campaign* CFD simpang lima, *Roadshow* sosialisasi kelurahan kecamatan, *Roadshow* sosialisasi perempuan dan difable, dan *Lapor Semarang goes to campus*. Layanan *Call Center* 112 Kota Semarang ini diharapkan dapat menjadi solusi yang efektif dalam menangani keadaan darurat dengan respons cepat dan prosedur yang efisien. Sebagai bagian dari upaya pemerintah dalam meningkatkan pelayanan publik, *Call Center* 112 diharapkan dapat memberikan rasa aman kepada masyarakat dengan pelayanan yang cepat, dan tepat sasaran.

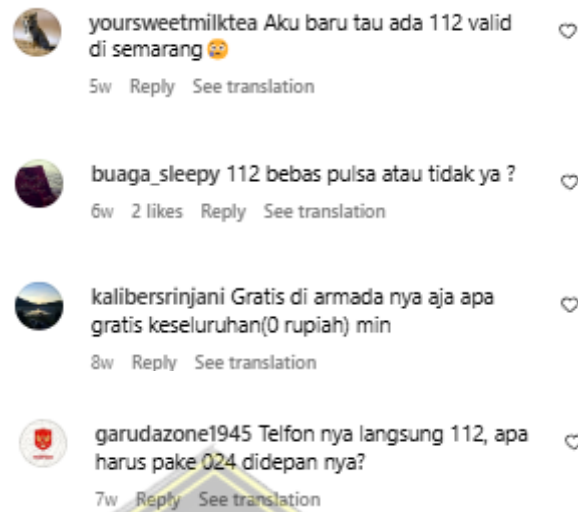
Untuk mencapai tujuan layanan dalam menangani situasi darurat, pemerintah Kota Semarang membutuhkan upaya dalam pelaksanaannya termasuk upaya komunikasi yang dilakukan. Komunikasi memiliki peran yang sangat penting bagi pemerintah dalam memastikan bahwa setiap layanan dapat dipahami dengan jelas dan dapat dilaksanakan dengan baik oleh masyarakat. Dalam pelaksanaan layanan, komunikasi digunakan sebagai strategi agar semua pihak dapat memahami layanan dan menggunakannya dengan baik. Strategi ini menekankan prinsip-prinsip komunikasi, sehingga disebut strategi komunikasi.

Strategi komunikasi adalah sebuah rencana dan cara yang digunakan oleh suatu kelompok atau organisasi untuk menyampaikan pesan secara efektif (Zamzami & Sahana, 2021). Dengan strategi komunikasi yang tepat, pesan dapat tersampaikan dengan jelas, memberikan dampak yang diharapkan, serta mendapatkan respons yang sesuai. Selain itu, komunikasi yang baik juga harus dibarengi dengan kualitas pelayanan yang baik.

Menurut Wyckof (Arief & Alfarizy, 2019), kualitas pelayanan adalah seberapa baik suatu layanan memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan harapan mereka. Kualitas Pelayanan adalah tindakan yang bersifat tidak selalu terlihat secara langsung, namun dapat dirasakan oleh konsumen. Pengukuran Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari sejauh mana layanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan mereka (Andi Riyanto, 2018). Kualitas pelayanan sangat berhubungan dengan kepuasan pengguna. Dimana semakin baik pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna.

Kepuasan pengguna adalah rasa senang atau kecewa yang dirasakan seseorang setelah membandingkan harapannya dengan kinerja atau hasil suatu layanan. Menurut Peter dan Olson, kepuasan atau ketidakpuasan terjadi ketika seseorang membandingkan harapan mereka sebelum membeli dengan pengalaman yang mereka rasakan setelah membeli produk tersebut. Ketidakpuasan terhadap produk atau layanan dapat muncul jika kualitas yang diterima tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Dengan kata lain, kepuasan adalah perasaan yang muncul setelah membandingkan kenyataan yang sedang dialami dengan harapan yang dimiliki (Putri Sekti Ari & Hanum, 2021).

Namun, dalam penerapannya masih terdapat berbagai permasalahan yang menghambat keberhasilan dari layanan ini. Salah satu masalah yang dihadapi adalah kurangnya strategi komunikasi yang digunakan oleh pemerintah dalam menyosialisasikan layanan *Call Center* 112 kepada masyarakat umum. Banyak warga yang belum mengetahui secara jelas bahwa layanan *Call Center* 112 Kota Semarang ini tersedia dan dapat digunakan secara gratis.

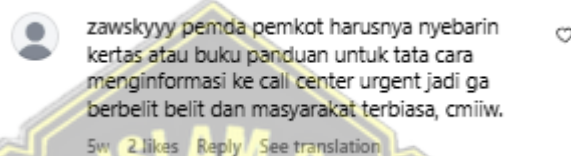


Gambar 1.4 Komentar Instagram @112semarang

Sumber : Dokumen Pribadi, 2025

Hal ini terlihat dari beberapa komentar di media sosial Instagram yang menggambarkan ketidaktahuan masyarakat terhadap *Call Center* 112 Kota Semarang. Beberapa pengguna mengungkapkan kebingungannya, seperti yang diungkapkan oleh @yoursweetmilktea, "Aku baru tau ada 112 valid di Semarang", yang menunjukkan bahwa informasi tentang keberadaan layanan ini belum tersebar luas di masyarakat. Selain itu, banyak pengguna yang masih ragu dengan biaya penggunaan layanan ini, seperti yang ditunjukkan oleh komentar @buaga_sleepy, "bebas pulsa atau tidak ya?" serta pertanyaan dari @kalibersrinjani, "gratis di armada nya aja apa gratis keseluruhan (0 rupiah) min?". Selain itu, sebagian pengguna masih bingung bagaimana cara menghubungi layanan ini dengan benar, seperti yang ditanyakan oleh @garudazone1945, "Telfonnnya langsung 112, apa harus pake 024 didepannya?".

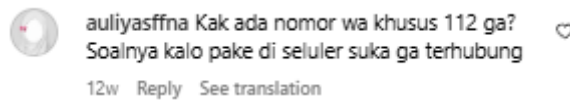
Tingginya angka *prank call* dan *ghost call* juga menunjukkan perlunya edukasi lebih lanjut kepada masyarakat agar tidak menyalahgunakan layanan ini, karena dapat menghambat respons terhadap keadaan darurat yang sebenarnya. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat belum sepenuhnya memahami fungsi layanan ini, kapan seharusnya layanan ini digunakan, dan tata cara yang benar dalam menggunakan layanan Call Center 112 Kota Semarang.



Gambar 1.5 Komentar Instagram @112semarang

Sumber : Dokumen Pribadi, 2025

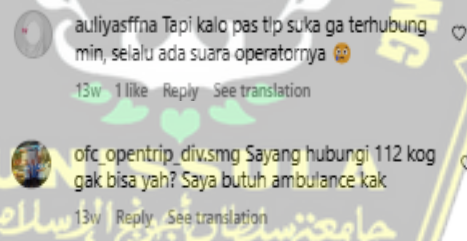
Selain itu, terdapat kritik mengenai kurangnya panduan teknis dalam mengakses layanan *Call Center* 112 Kota Semarang ini. Beberapa pengguna berpendapat bahwa pemerintah seharusnya menyediakan materi edukasi seperti buku panduan atau selebaran yang berisi tata cara melaporkan keadaan darurat dengan jelas dan ringkas. Kritik disampaikan oleh pengguna Instagram @zawskyyy, yang menuliskan, "Pemda/Pemkot harusnya nyebarin kertas atau buku panduan untuk tata cara menginformasikan ke *call center urgent*, jadi ga berbelit-belit dan masyarakat terbiasa, cmiiw". Kurangnya informasi ini dapat menghambat keberhasilan layanan, karena masyarakat mengalami kesulitan dalam menyampaikan laporan yang benar dan tepat, yang dimana pada akhirnya akan dapat memperlambat proses penanganan darurat.



Gambar 1.6 Komentar Instagram @112semarang

Sumber : Dokumen Pribadi, 2025

Kualitas pelayanan *Call Center* 112 Kota Semarang juga menjadi perhatian utama masyarakat. Beberapa pengguna layanan ini sering mengalami gangguan saat melakukan panggilan darurat. Salah satu keluhan yang muncul adalah kesulitan dalam menghubungi nomor 112 menggunakan telepon seluler. Akun Instagram @auliyasffna mengungkapkan keluhannya terkait layanan ini melalui sebuah komentar, “Kak ada nomor wa khusus 112 ga? Soalnya kalo pake di seluler suka ga terhubung” menunjukkan bahwa masyarakat sering mengalami panggilan yang tidak tersambung jika menghubungi nomor 112 menggunakan telepon seluler.



Gambar 1.7 Komentar Instagram @112semarang

Sumber : Dokumen Pribadi, 2025

Selain itu, terdapat juga pengguna Instagram yang menyampaikan keluhannya, seperti @auliyasffna yang mengatakan, “tapi kalo pas telfon suka ga terhubung, selalu ada suara operator”. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna mencoba menelepon 112 tidak langsung terhubung dengan petugas, melainkan hanya terdengar suara operator. Selain itu, pengguna lain, @ofc_opentrip_div.smg,

juga menyatakan, “saya hubungi 112 kok ga bisa ya? Saya butuh ambulance kak”. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna tidak bisa menghubungi layanan yang dapat menyebabkan keterlambatan dalam penanganan situasi darurat.

Dari berbagai permasalahan tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi dan kualitas pelayanan menjadi dua faktor penting yang memengaruhi kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang. Strategi komunikasi yang efektif sangat diperlukan agar masyarakat dapat memahami keberadaan dan tata cara menggunakan layanan ini secara lebih luas, sehingga pengguna dapat dengan mudah mengakses layanan *Call Center* 112 Kota Semarang saat dibutuhkan dalam situasi darurat. Sementara itu, kualitas pelayanan yang baik, termasuk dalam aspek kecepatan respon dalam menangani panggilan darurat dan kemampuan dalam menindaklanjuti setiap laporan yang diterima, menjadi salah satu hal yang penting dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan masyarakat terhadap layanan ini.

Berdasarkan uraian dari latar belakangnya, diangkatlah penelitian dengan judulnya yakni “Pengaruh Strategi Komunikasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Layanan *Call Center* 112 Kota Semarang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah strategi komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang?
3. Apakah strategi komunikasi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh strategi komunikasi terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang.
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi komunikasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat di berikan melalui penelitian ini :

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah referensi penelitian lain dan dapat menjadi sumber bacaan yang bermanfaat di lingkungan sekitar.

2. Secara Praktis

a) Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi kesempatan bagi penulis untuk mengetahui sejauh mana hasil penelitian ini dan untuk mengetahui pengaruhnya.

b) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa membantu perusahaan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112.

c) Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang dalam penulisan tugas akhir.

3. Secara Sosial

Penelitian ini dapat memiliki manfaat sosial dengan memberikan informasi kepada pengguna di Kota Semarang tentang pengaruh strategi komunikasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah sudut pandang atau perspektif yang digunakan oleh seseorang dalam melihat dan memahami dunia, lingkungan alam sekitarnya, atau

fenomena tertentu. Selain itu, paradigma sangat penting untuk memberikan pengetahuan yang menyeluruh tentang pedoman atau petunjuk penelitian di bidang ilmu pengetahuan. Menurut Guba (Irwan, 2018), paradigma adalah sebagai suatu alat atau kumpulan keyakinan yang digunakan sebagai dasar oleh individu atau kelompok dalam mendefinisikan dan menentukan suatu masalah penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan atau menggunakan metode penelitian paradigma positivistik. Paradigma positivistik tidak hanya mencakup pemahaman ilmu analitis saja, namun juga aliran sintesis yang bertujuan untuk menghubungkan fenomena-fenomena sosial yang sedang terjadi saat ini. Untuk memahami fenomena-fenomena sosial, paradigma positivisme memberikan keterlibatan yang penting terhadap analisis dan pemahaman dalam perubahan sosial. Paradigma positivistik menggambarkan suatu kejadian umum atau fenomena yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan menggunakan statistik untuk mengumpulkan data selama penelitian sedang berlangsung (Rimbani, 2017). Selain itu, paradigma positivistik juga memungkinkan untuk menyajikan gambaran berdasarkan penemuan yang faktual dan terukur, sehingga dapat meningkatkan kebenaran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma positivistik dikarenakan ingin melihat adanya hubungan antara strategi komunikasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan Call Center 112 Kota Semarang. Peneliti menggunakan paradigma positivistik untuk menghasilkan temuan yang dapat dipercaya dan sesuai dengan topik penelitian untuk mengetahui

penyebab utama suatu permasalahan. Paradigma positivistik juga mendorong penggunaan penelitian kuantitatif sebagai sarana pemecah masalah.

1.5.2 State Of The Art

Tabel 1.1 State Of The Art

No	Nama	Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian
1	Humala Sakti Purba	Strategi Komunikasi Pelayanan Publik di Kota Tanjungbalai	Kualitatif	Penelitian ini menemukan bahwa strategi komunikasi ASN di Kota Tanjungbalai mencakup komunikasi efektif, pesan jelas, dan penggunaan berbagai media. Namun, pemahaman masyarakat yang beragam dan opini negatif masih menjadi tantangan dalam pelayanan publik.
2	Johnny Chandra	Analisis Pengaruh Digital Marketing, Komunikasi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing, komunikasi pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan

		Konsumen Pengguna iPhone		bersignifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Iphone di Kota Medan.
3	Hendriawan Patadungan dan Ghina Suhaila	Pengaruh Strategi Komunikasi, Kualitas Pelayanan Teller Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mualamat Palopo	Kuantitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi dan kualitas pelayanan teller berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Mualamat Palopo. Untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, bank perlu mengoptimalkan strategi komunikasi dan keterampilan teller guna mempertahankan daya saing.

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian di atas. Pada penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Pelayanan Publik di Kota

Tanjungbalai”, yang diteliti oleh Humala Sakti Purba, menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian di atas. Pada penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh *Digital Marketing*, Komunikasi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna iPhone”, yang diteliti oleh Johnny Chandra, meneliti mengenai objek dengan variabel digital marketing, komunikasi pemasaran dan kualitas pelayanan. Sedangkan dalam penelitian ini, meneliti mengenai objek strategi komunikasi dan kualitas pelayanan.

Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian di atas. Pada penelitian dengan judul “Pengaruh Strategi Komunikasi, Kualitas Pelayanan Teller Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muallamat Palopo”, yang diteliti oleh Hendriawan Patadungan dan Ghina Suhaila, meneliti mengenai subjek nasabah Bank Muallamat Palopo dengan jumlah sampel sebanyak 30 orang, menggunakan teknik pengambilan sampel *Simple Random Sampling*. Sedangkan dalam penelitian ini, meneliti mengenai subjek pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang, menggunakan teknik pengambilan *sample Purposive Sampling*.

Jadi, kebaruan dari penelitian ini adalah berfokus pada layanan darurat *Call Center* 112 Kota Semarang dengan pendekatan kuantitatif menggunakan purposive sampling pada 100 responden. Variabel yang diteliti adalah strategi komunikasi dan kualitas pelayanan dalam kaitannya dengan kepuasan pengguna, sehingga

berbeda dari penelitian sebelumnya yang lebih menyoroti atau meneliti layanan publik umum, perbankan, maupun pada pemasaran produk.

1.5.3 Teori Penelitian

1.5.3.1 Strategi Komunikasi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu dari kata “*stratos*” yang mempunyai arti tentara dan kata “*agein*” yang mempunyai arti memimpin, sehingga strategi dapat diartikan sebagai cara memimpin pasukan. Sementara itu, komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu “*communicatio*” yang mempunyai arti pemberitahuan atau pertukaran pikiran. Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses penyampaian simbol atau tanda yang mempunyai makna agar dapat dipahami bersama oleh pihak-pihak yang terlibat. Strategi komunikasi adalah proses perencanaan dan pengelolaan komunikasi sebagai langkah yang terencana untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Adawiyah & Arif, 2022).

Menurut Robin Mehall, strategi komunikasi adalah kumpulan informasi tertulis yang menggambarkan proses-proses yang diperlukan untuk membangun hubungan komunikasi yang baik untuk mencapai suatu tujuan. Berbagai alat, program, dan prosedur digunakan selama proses ini untuk mengukur dan merumuskan hasil secara tepat. Sementara itu, Cangara mendefinisikan strategi komunikasi adalah sebagai bagian dari proses perencanaan yang dilakukan untuk mengubah perilaku manusia dan membangkitkan munculnya ide-ide baru (Reza, 2021).

Strategi komunikasi adalah suatu cara menyampaikan pesan secara terencana dengan tujuan untuk memberikan informasi serta mempengaruhi orang

lain agar memahami dan mendukung suatu ide, produk, atau layanan dari sebuah organisasi. Dalam strategi komunikasi, terdapat tujuan jangka pendek yang dapat dicapai melalui beberapa taktik, namun sebuah taktik tidak akan bermanfaat apabila tidak didukung oleh strategi (Dr. H. Ijang Faisal, 2016).

Menurut Lasswell, komunikasi dapat berjalan dengan baik jika melalui lima tahap utama. Kelima tahap itu adalah sebagai berikut (Yasmin & Priyanata, 2024) :

1. Who, siapa orang yang menyampaikan pesan atau komunikator.
2. Says What, pesan yang ingin disampaikan.
3. In Which Channel, melalui saluran atau media apa pesan itu disampaikan.
4. To Whom, siapa penerima pesan atau komunikan.
5. With what Effect, perubahan atau dampak apa yang muncul atau terjadi ketika komunikan menerima pesan komunikasi yang telah tersampaikan.

1.5.3.2 Teori Kepuasan (*Expectancy Disconfirmation Theory*)

Teori Kepuasan (*Expectancy Disconfirmation Theory*) adalah teori yang dikembangkan oleh Richard L. Oliver pada tahun 1980. Teori ini, yang sering disingkat menjadi EDT, digunakan untuk menjelaskan mengapa seseorang mungkin merasa puas atau tidak puas. Menurut teori ini, perasaan puas atau tidak puas muncul ketika seseorang membeli suatu produk atau menggunakan layanan dan membandingkan harapan awalnya dengan kinerja nyata produk atau layanan tersebut.

Teori Kepuasan (*Expectancy Disconfirmation Theory*), yang dikenal juga sebagai *The Expectancy Disconfirmation Model*, merupakan pengembangan dari

Cognitive Dissonance Theory (CDT). Leon Festinger pertama kali mengusulkan konsep CDT pada tahun 1957. Isi dari teori ini adalah membandingkan harapan seseorang tentang sesuatu dengan kenyataan yang sebenarnya dihadapi secara langsung.

Teori kepuasan menjelaskan bahwa rasa puas atau tidak puas yang dirasakan pengguna muncul karena adanya perbandingan antara harapan mereka sebelum menggunakan dengan kenyataan setelah menggunakan suatu layanan. Saat akan menggunakan layanan, pengguna biasanya sudah memiliki gambaran atau harapan mengenai bagaimana layanan itu akan bekerja (Purba, 2017). Model teori ini terdiri dari empat elemen yaitu :

1. Harapan, didefinisikan sebagai perkiraan atau dugaan pelanggan mengenai bagaimana sebuah layanan akan bekerja. *Expectation Disconfirmation Theory* (EDT) menjelaskan bagaimana perilaku pelanggan terbentuk saat membeli sesuatu. Pertama, pelanggan yang sudah pernah menggunakan produk atau layanan sebelumnya biasanya memiliki harapan yang didasarkan pada pengalaman mereka. Kedua, bagi pelanggan baru yang belum pernah mencoba produk atau layanan tersebut, harapan mereka dibentuk dari informasi yang didapat, seperti dari pendapat orang lain, iklan, atau pemberitaan di media.
2. Kinerja yang dirasakan, berkaitan dengan pengalaman pengguna saat menggunakan layanan, yang bisa lebih baik atau lebih buruk dari yang diharapkan. Pelanggan yang telah mencobanya secara langsung dan yang

belum akan terus menggunakan layanan tersebut selama jangka waktu tertentu untuk menentukan kualitas sebenarnya yang diberikan.

3. Diskonfirmasi, perbedaan antara harapan awal pelanggan dan kinerja aktual yang diamati.
4. Kepuasan, Pelanggan akan merasa puas jika layanan yang diterima sesuai bahkan lebih baik dari harapan (diskonfirmasi positif), dan merasa tidak puas jika hasilnya lebih buruk dari yang diharapkan (diskonfirmasi negatif). Jika hasilnya sama dengan harapan, maka terjadi konfirmasi.

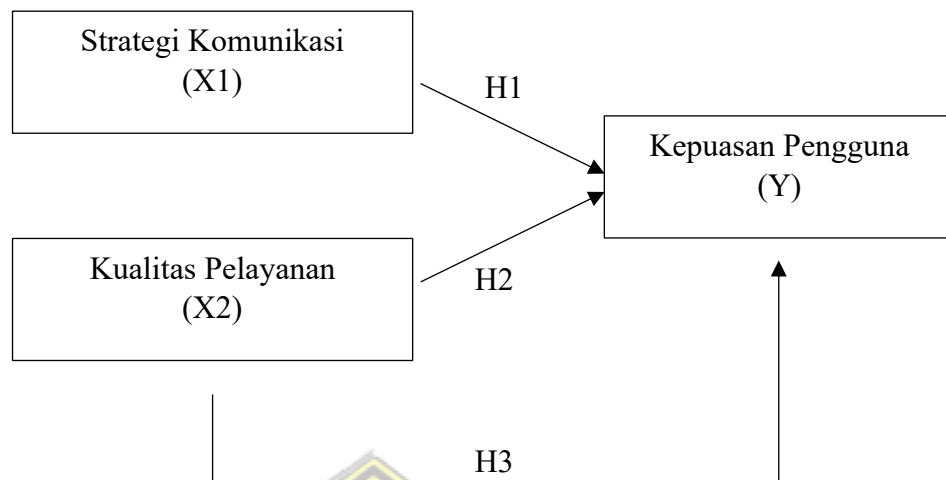
1.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah landasan dari pengetahuan mendalam yang membentuk persepsi dan dasar pengetahuan orang lain. Kerangka pemikiran berfungsi sebagai platform untuk mengembangkan ide-ide, yang kemudian disalurkan ke dalam penelitian. Kerangka pemikiran memerlukan pemahaman yang diperoleh peneliti dari hasil pencarian sumber lain sebelum diterapkan pada penelitian ini (Sabariah et al., 2021). Didalam penelitian ini digunakan variabel sebagai berikut :

Variabel Bebas : (X1) Strategi Komunikasi

: (X2) Kualitas Pelayanan

Variabel Terikat : (Y) Kepuasan Pengguna



Gambar 1.8 Kerangka pemikiran

1.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang dibuat untuk menjelaskan suatu peristiwa atau fenomena dan masih perlu dibuktikan melalui penelitian. Menurut Sugiyono (Aryanti, 2020), hipotesis merupakan suatu jawaban sementara yang dibuat untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah penelitian, yang dimana rumusan masalah tersebut sudah disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dalam penelitian ilmiah, hipotesis berfungsi sebagai kesimpulan awal yang mengarahkan proses penelitian dengan memfokuskan pengumpulan dan analisis data. Serta pengujian hipotesis sangat penting dilakukan karena menjadi landasan untuk menguji teori dalam kerangka teori yang lebih luas.

Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1 : Terdapat pengaruh strategi komunikasi terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang

H2 : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang

H3 : Terdapat pengaruh strategi komunikasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang

1.8 Definisi Konseptual

Definisi konseptual penjelasan suatu konsep dalam bentuk kata-kata berfungsi untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang topik yang diteliti. Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan sebelumnya, definisi konseptual dari setiap variabel dapat dijabarkan sebagai berikut :

1.8.1 Variabel Bebas (Variabel Independen)

1.8.1.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah metode atau cara penyampaian komunikasi dalam menyampaikan pesan sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai dengan cara yang terencana dan sesuai dengan standar, memastikan bahwa pesan sampai ke orang yang tepat dan dilaksanakan secara profesional. Komunikasi yang baik biasanya menjadi dasar keberhasilan strategi komunikasi, sedangkan pendekatan strategi komunikasi yang tidak efektif dapat berdampak negatif (Sahrin, 2022).

Menurut Harold D. Lasswell, strategi komunikasi dapat dipahami sebagai suatu proses komunikasi yang menjawab pertanyaan “*Who, says what, in which channel, to whom, with what effect?*” (Siapa, Mengatakan Apa, Melalui Saluran Apa, Kepada Siapa, Dengan Efek Apa?). Setiap elemen mempunyai peran penting

dalam mempengaruhi keberhasilan komunikasi. Misalnya, Latar belakang komunikator dan komunikan sangat mempengaruhi bagaimana pesan disampaikan dan diterima. Dari sisi pesan, pesan yang tepat atau sesuai lebih mudah dipahami oleh komunikan. Dari sisi media, komunikasi bisa berlangsung secara langsung melalui tatap muka maupun tidak langsung melalui media. Terakhir yaitu efek yang ditimbulkan. Jika tujuannya adalah agar proses komunikasi dapat berjalan dengan lancar dan dapat menghasilkan efek serta respon yang diinginkan, maka komunikasi dapat dikatakan berhasil (Vardhani et al., 2018).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah proses perencanaan yang terstruktur dan terarah untuk menyampaikan pesan dengan tujuan mencapai hasil komunikasi yang efektif. Strategi ini melibatkan penggunaan metode, alat, dan pendekatan yang tepat untuk memastikan bahwa pesan disampaikan sudah tepat dan dapat menghasilkan perubahan dalam sikap, perilaku, atau pemahaman sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

1.8.1.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan adalah perbedaan antara layanan yang diterima pengguna dengan layanan yang mereka harapkan. Jika pelayanan melebihi harapan, maka pelayanan tersebut dapat dianggap baik. Namun, jika pelayanan tidak memenuhi harapan, layanan tersebut akan dianggap tidak memadai atau kurang baik (Sugiarsih Duki Saputri, 2019).

Menurut Lovelock dan Wright, kualitas pelayanan adalah kemampuan suatu produk atau layanan untuk memenuhi harapan dan keinginan konsumen (Rohaeni

& Marwa, 2018). Sementara itu, Kotler mendefinisikan kualitas layanan adalah segala bentuk tindakan atau kegiatan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain tanpa melibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Menurut Kotler, kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima indikator yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles. Indikator ini digunakan untuk mengetahui apakah layanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan pengguna dan berperan pada kepuasan pengguna (Mariansyah, 2020).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat kemampuan suatu layanan dalam memenuhi atau bahkan melebihi harapan dan keinginan pengguna. Kepuasan konsumen dan pengguna dapat membedakan kualitas pelayanan yang baik, yang dapat dicapai melalui kegiatan atau upaya dari individu dan organisasi untuk memberikan layanan yang baik dan optimal.

1.8.2 Variabel Terikat (Variabel Dependen)

1.8.2.1 Kepuasan Pengguna

Suatu perusahaan atau organisasi sering kali didirikan dengan tujuan utama memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumennya. Kepuasan pengguna merupakan salah satu hal terpenting tentang seberapa baik suatu bisnis atau organisasi dapat melayani penggunanya (Istianah & Yustanti, 2022). Kepuasan ini terjadi ketika pengguna yakin bahwa mereka telah menerima apa yang mereka harapkan dalam hal produk, layanan, atau pengalaman secara keseluruhan. Jika kualitas layanan yang diperoleh pengguna memenuhi atau melampaui harapan mereka, perusahaan atau organisasi tersebut telah memberikan kepuasan yang diperlukan.

Menurut Irwan, kepuasan pengguna adalah dapat dilihat dari tiga indikator utama yaitu kesesuaian dengan kebutuhan, totalitas dalam layanan, dan kesenangan dan kenyamanan. Kepuasan atau ketidakpuasan muncul dari perbandingan antara harapan pengguna dengan kinerja layanan yang dirasakan. Dengan kata lain, pengguna akan merasa puas apabila suatu layanan dapat memenuhi kebutuhan, diberikan dengan baik, dan memberikan pengalaman yang menyenangkan. Sementara itu, menurut Tjiptono kepuasan pengguna adalah penilaian seseorang terhadap layanan yang dipilih dapat memenuhi dan melebihi harapan (Putra, 2021).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengguna adalah perasaan yang muncul ketika seseorang yakin layanan yang diterimanya memenuhi atau melebihi ekspektasinya. Kepuasan ini mengukur seberapa baik perusahaan atau organisasi bisa memberikan apa yang dibutuhkan dan diinginkan penggunanya, yang dapat memengaruhi loyalitas dan keberlanjutan jangka panjang hubungan antara pengguna dan penyedia layanan.

1.9 Definisi Operasional

Operasional adalah konsep yang bersifat abstrak yang digunakan untuk memudahkan pengukuran variabel. Definisi operasional salah satu sumber informasi yang baik bagi peneliti yang ingin mempelajari variabel-variabel yang dapat dipercaya. Penjelasan dari definisi operasional dari variabel-variabel penelitian ini sebagai berikut :

1.9.1 Variabel Bebas (Variabel Independen)

1.9.1.1 Strategi Komunikasi

Menurut Harold. D. Lasswell, indikator strategi komunikasi adalah sebagai berikut :

1. *Who* (komunikator)

Komunikator adalah pihak yang memiliki peran penting untuk menyampaikan pesan dalam komunikasi. Komunikator bisa berasal dari individu, kelompok, negara, organisasi, maupun perusahaan.

2. *Says what* (pesan)

Pesan adalah sumber komunikasi yang diterima oleh orang lain. Pesan dapat disampaikan melalui lisan atau fisik untuk menunjukkan perasaan, nilai, dan ide.

3. *In which channel* (media)

Media adalah alat untuk menyampaikan pesan dari pengirim pesan (komunikator) kepada masyarakat. Menurut ahli psikologi media, indera yang paling berperan penting dalam proses komunikasi adalah mata dan telinga.

4. *To whom* (penerima)

Komunikator adalah orang yang menerima komunikasi dari pengirimnya. Untuk menjamin bahwa pesan dipahami dengan baik, komunikator harus menggunakan bahasa atau isyarat yang dipahaminya.

5. *With what effect* (efek)

Efek adalah reaksi atau respons yang terjadi ketika seseorang mendengar pesan, seperti peningkatan informasi, hiburan, atau perubahan sikap dan perilaku.

1.9.1.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler, kualitas pelayanan dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu (Gumilang, 2017) :

1. *Reliability*, kemampuan memberikan layanan secara konsisten dan tepat.
2. *Responsiveness*, kesediaan petugas untuk membantu pengguna dalam memberikan layanan yang cepat.
3. *Assurances*, pengetahuan dan kesopanan serta kemampuan petugas dalam memberikan menjamin mutu sehingga pengguna percaya dan yakin.
4. *Empathy*, perhatian yang diberikan secara pribadi kepada setiap pengguna.
5. *Tangibles*, kondisi fisik layanan yang terlihat dari fasilitas, peralatan, serta sarana dan prasarana yang digunakan.

1.9.2 Variabel Terikat (Variabel Dependen)

1.9.2.1 Kepuasan Pengguna

Menurut Irwan (Munthe, 2019), kepuasan pengguna memiliki indikator-indikator yaitu antara lain :

1. Kesesuaian dengan kebutuhan pengguna

Pelayanan harus diberikan dengan sepenuh hati karena kepuasan pengguna bersumber dari ketulusan dalam melayani. Pengguna akan menghargai suatu sistem informasi yang memberikan pelayanan cepat dan akurat.

2. Totalitas memberikan layanan

Petugas harus memberikan layanan dengan sepenuh hati. Mereka harus melakukan segala yang mungkin untuk memenuhi kebutuhan

pengguna, menyediakan informasi yang lengkap, dan menjamin bahwa sistem informasi yang dapat diakses sesuai dan mudah digunakan.

3. Kesenangan dan kenyamanan

Tingkat kenyamanan dan kesenangan yang dirasakan pengguna saat dilayani oleh petugas menunjukkan peningkatan kualitas layanan. Ketika pengguna dapat mengakses dengan mudah, mereka merasa lebih nyaman dan menikmati pengalaman mereka.

Tabel 1.2 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Skala
Strategi Komunikasi (X1)	Who (komunikator)	Likert
	Says what (pesan)	
	In which channel (media)	
	To whom (penerima)	
	With what effect (efek)	
Kualitas Pelayanan (X2)	Reliability	Likert
	Responsiveness	
	Assurances	
	Empathy	
	Tangibles	
Kepuasan Pengguna (Y)	Kesesuaian dengan kebutuhan pengguna	Likert
	Totalitas memberikan layanan	
	Kesenangan dan kenyamanan	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

1.10 Metode Penelitian

1.10.1 Tipe Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Kasiram, penelitian kuantitatif adalah metode untuk memperoleh pengetahuan dengan menggunakan angka sebagai alat analisis. Sedangkan Metode deskriptif adalah salah satu bentuk penelitian kuantitatif yang menggunakan rumusan masalah untuk menganalisis situasi sosial secara menyeluruh, luas, dan mendalam (adiputra, 2022). Tujuan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif adalah untuk menggambarkan keadaan secara mendalam dan didukung dengan studi kepustakaan secara menyeluruh untuk mengambil kesimpulan secara pasti. Serta memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui dan melihat apakah variabel bebas pada penelitian ini dipengaruhi oleh X1 dan X2 yaitu strategi komunikasi dan kualitas pelayanan yang berpengaruh pada variabel Y dependen yaitu kepuasan pengguna.

1.10.2 Populasi dan Sampel

1.10.2.1 Populasi

Populasi adalah sekumpulan objek atau subjek yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian hasilnya digunakan untuk menarik kesimpulan. Memilih populasi yang tepat merupakan langkah yang penting dalam menggambarkan fenomena yang diamati secara akurat. Serta pemahaman yang menyeluruh juga dapat memudahkan perolehan data yang relevan dan valid untuk

penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk Kota Semarang yang berusia di atas 17 tahun sebanyak 1.339.051 orang, dari total jumlah penduduk Kota Semarang yang mencapai 1.708.830 jiwa (BPS, 2024). Alasannya adalah karena pada usia 17 tahun seseorang dianggap sudah cukup dewasa untuk membuat keputusan sendiri. Pada usia ini, umumnya seseorang sudah bisa berpikir dengan lebih matang dan memahami konsekuensi dari keputusan yang diambil.

1.10.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari suatu kelompok yang lebih besar yang dipilih untuk diteliti, dengan tujuan agar hasil dari sampel tersebut dapat memberikan informasi penting tentang sebuah kelompok besar (populasi).

Adapun jumlah sampel yang digunakan sebagai responden dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus slovin (Marbun, 2021) :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Total Populasi

E = Nilai kritis atau batas toleransi kesalahan

Dalam rumus slovin terdapat dua ketentuan untuk menentukan nilai kritis atau batas toleransi kesalahan, yaitu :

1. Nilai $e = 10\%$ (0,1) apabila populasi dalam jumlah besar
2. Nilai $e = 20\%$ (0,2) apabila populasi dalam jumlah kecil

Jumlah penduduk berdasarkan umur di Kota Semarang yang berusia di atas 17 tahun sebanyak 1.339.051 orang dan merupakan populasi dalam jumlah besar.

Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan toleransi kesalahan sebesar 10% (0,1). Ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{1.339.051}{1 + 1.339.051 (0,1)^2} = 99,99 = 100$$

Hasil perhitungan rumus Slovin menunjukkan bahwa penelitian ini membutuhkan 100 sampel, sehingga jumlah responden yang dibutuhkan sebanyak 100 responden.

1.10.3 Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel adalah langkah pertama dan bagian penting dalam proses analisis penelitian. Dalam penelitian ini digunakan teknik *Non-Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap anggota populasi yang dipilih. Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan *purposive sampling*, adalah cara menentukan sampel berdasarkan pertimbangan peneliti tentang sampel mana yang paling bermanfaat dan efektif untuk penelitian (Heri Retnawati, 2015). Keputusan menggunakan *purposive sampling* didasarkan pada pengetahuan bahwa tidak semua sampel memenuhi kriteria untuk penelitian ini, peneliti harus menentukan kriteria apa saja yang harus dipenuhi oleh sampel yang dipilih. Dalam penelitian ini peneliti memilih responden yang memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Masyarakat Kota Semarang yang berusia di atas 17 tahun
2. Pernah menghubungi layanan *Call Center* 112 Kota Semarang

1.10.4 Sumber Data

Sumber data adalah segala hal yang bisa memberikan informasi untuk penelitian. Sumber data sangat penting agar hasil penelitian dapat dipercaya. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder (Abdullah et al., 2022).

1.10.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data oleh suatu organisasi, lembaga, atau individu untuk menjawab permasalahan tertentu. Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Kriterianya yaitu masyarakat Kota Semarang yang berusia di atas 17 tahun dan pernah menghubungi layanan Call Center 112 Kota Semarang.

1.10.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan dengan maksud lain selain menyelesaikan masalah, yang diperoleh dari berbagai sumber yaitu organisasi, lembaga, badan, atau institusi yang telah menyediakan data untuk tujuan tertentu. Dalam penelitian ini adalah literatur, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

1.10.5 Teknik Pengumpulan Data

1.10.5.1 Kuesioner

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner adalah kumpulan pertanyaan yang diajukan secara langsung atau tidak langsung kepada responden dan dipilih karena dianggap efisien, cepat, dan hemat

biaya (Alifa, Islah, Normansyah, 2020). Tujuan dari kuesioner ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi komunikasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang.

Dalam kuesioner yang telah diberikan kepada responden menggunakan skala likert, yang berguna untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu hal. Masing-masing jawaban dari 5 alternatif jawaban yang tersedia diberi bobot nilai atau skor sebagai berikut :

Tabel 1.3 Skala Likert

No	Sikap	Skala
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Ragu-ragu	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Santoso & Juwita, 2025)

1.10.5.2 Studi Pustaka

Dalam metode kepustakaan, penulis mengumpulkan informasi dari jurnal, literatur, dan penelitian sejenisnya. Penggunaan metode ini mempermudah penulis untuk mengumpulkan informasi yang luas yang diperlukan untuk analisis penelitian ini.

1.10.6 Analisis Data

Menurut Noeng Muhadjir (Rijali, 2018), proses menelaah secara teratur informasi yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan sumber-sumber

lain, agar peneliti lebih memahami suatu fenomena dan dapat menyampaikan temuan baru kepada orang lain.

Analisis data dilakukan dengan cara mengumpulkan jawaban dari responden untuk membuktikan dan menguji hipotesis yang telah ditentukan. Selanjutnya, analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda melalui aplikasi SPSS.

Analisis regresi linier berganda adalah alat yang digunakan untuk melihat pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap suatu variabel terikat. Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan fungsional antara variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Strategi Komunikasi (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2). Variabel terikatnya yaitu Kepuasan Pengguna (Y). Adapun rumus persamaannya sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pengguna

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Strategi Komunikasi

X_2 = Kualitas Pelayanan

e = Error

1.10.7 Kualitas Data

1.10.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah seberapa baik suatu alat ukur mampu mengukur hal yang ingin diukur dengan tepat. Semakin tinggi tingkat validitasnya, maka semakin akurat instrumen tersebut dalam mengukur hal yang seharusnya diukur. Suatu kuesioner dianggap sah atau valid jika pertanyaannya benar-benar mencerminkan hal yang ingin diukur. Bilamana seluruhnya ada di tingkat signifikansi 5% atau 0,05 (Sanaky, 2021), sehingga :

1. Bilamana $r_{hitung} > r_{table}$, sehingga bisa dinyatakan butir kuesioner tersebut valid.
2. Bilamana $r_{hitung} < r_{table}$, sehingga bisa dinyatakan butir kuesioner tersebut tidak valid.

1.10.7.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah evaluasi terhadap kestabilan suatu hasil. Jika data tidak reliabel maka tidak dapat dilanjutkan dan dapat mengakibatkan kesimpulan yang tidak tepat selama pemrosesan. Sebuah alat ukur yang dinilai reliabel adalah alat ukur yang menunjukkan hasil yang konsisten dari waktu ke waktu (Fahira Muhammad, 2021).

Setelah dilakukan uji validitas, yaitu melakukan uji reliabilitas pada pernyataan atau pertanyaan yang sudah dinyatakan valid. Untuk mengukur reliabilitas, digunakan *Cronbach's alpha* dengan kisaran 0,50 – 0,60. Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan 0,60 sebagai koefisien reliabilitasnya. Adapun kriteria pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai cronbach's alpha $\alpha > 0,60$, berarti instrumen tersebut reliabel atau terpercaya.
2. Jika nilai cronbach's alpha $\alpha < 0,60$, berarti instrumen tersebut tidak reliabel atau tidak terpercaya.

1.10.7.3 Uji Asumsi Klasik

Asumsi Klasik adalah persyaratan yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda. Beberapa uji yang biasa digunakan untuk memeriksa asumsi ini antara lain uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas (M Mariani, 2022). Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dari variabel independen maupun variabel dependen mengikuti pola distribusi normal atau tidak. Jika asumsi ini tidak terpenuhi, maka temuan uji statistik yaitu uji t dan F mungkin tidak valid. Untuk menghasilkan hasil analisis regresi yang akurat dan dapat diandalkan, maka harus menjaga keabsahan asumsi normalitas. Model yang digunakan untuk uji normalitas dalam penelitian ini adalah normal probability plot dan grafik histogram. Uji normalitas data menggunakan grafik normal probability plot adalah apabila titik (data) masih ada disekitar garis maka data tersebut menunjukkan distribusi normal. Adapun kriteria pengujian uji normalitas dengan menggunakan grafik histogram adalah ketika bentuk grafik histogram menyerupai lonceng dan tidak miring ke kanan atau ke kiri.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah sebuah uji yang menegaskan bahwa variabel independen tidak boleh menunjukkan tanda-tanda multikolinearitas yang ditandai dengan adanya keterkaitan yang kuat antar variabel independen.

- a) Apabila nilai $VIF > 10$ atau jika tolerance value $< 0,1$ artinya terjadi gejala multikolinearitas.
- b) Apabila nilai $VIF < 10$ atau jika tolerance value $> 0,1$ artinya tidak terjadi multikolinearitas.

Pada model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi antar variabel independen yang dimana menunjukkan adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pemeriksaan untuk mengetahui apakah antar data dalam model regresi berbeda-beda atau sama. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan Uji Glejser. Uji Glejser melibatkan regresi variabel bebas atau independen terhadap nilai absolut residualnya.

- a) Jika nilai signifikan variabel independen $< 0,05$ artinya terjadi gejala Heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai signifikan variabel independen $> 0,05$ artinya tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

1.10.8 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah pernyataan yang menjelaskan bagaimana dua variabel saling terkait dalam situasi tertentu. Pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah suatu variabel independen (variabel bebas) mempengaruhi variabel dependen (variabel terikat) (Pattisahusiwa, 2018). Adapun pengujiannya adalah sebagai berikut :

1.10.8.1 Uji f (Uji Simultan)

Uji Simultan (uji f) adalah uji yang digunakan untuk membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen (variabel bebas) berpengaruh terhadap variabel dependen (variabel terikat). Kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$, artinya secara bersama-sama variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$, artinya secara bersama-sama variabel independen tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

1.10.8.2 Uji t (Uji Parsial)

Uji Parsial (uji t) adalah uji yang digunakan untuk membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} untuk melihat apakah suatu variabel independen (variabel bebas) mempunyai pengaruh atau tidak terhadap variabel dependen (variabel terikat). Kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

1.10.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk menilai sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan atau menerangkan perubahan pada variabel yang kita teliti (variabel dependen). Nilai koefisien determinasi adalah selalu berkisar antara 0 sampai 1. Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar pengaruh variable bebas terhadap variable terikat, di mana koefisien determinasi ini dijelaskan dalam bentuk persentase. Semakin tinggi persentasenya, berarti variabel bebas (X) memiliki pengaruh yang besar terhadap variable terikat (Y). Sebaliknya jika persentasenya kecil maka semakin kecil juga pengaruh variable bebas (X) terhadap variable terikat (Y) (Sehangunaung et al., 2023).



BAB II

OBJEK PENELITIAN

2.1 Gambaran Umum Kota Semarang



Gambar 2.1 Balaikota Semarang
Sumber : <https://www.jatengnetwork.com>

2.1.1 Kondisi Geografis

Semarang adalah ibu kota Provinsi Jawa Tengah yang berada di bagian utara Pulau Jawa. Kota ini termasuk salah satu kota terbesar dan terpenting di Indonesia. Kota Semarang dikenal sebagai pusat perdagangan, industri, dan pariwisata di Jawa Tengah karena sejarahnya yang panjang dan lokasinya yang strategis. Dengan batasan wilayah pada Kota Semarang antara lain :

1. Sebelah Selatan : Kabupaten Semarang
2. Sebelah Timur : Kabupaten Demak
3. Sebelah Utara : Laut Jawa
4. Sebelah Barat : Kabupaten Kendal

Secara geografisnya, Kota Semarang berada pada posisi antara $6^{\circ} 50'$ - $7^{\circ} 10'$ Lintang Selatan dan $109^{\circ} 35'$ - $110^{\circ} 50'$ Bujur Timur. Luas wilayah Kota Semarang mencapai $373,78 \text{ km}^2$ dan terletak pada ketinggian 348 meter di atas laut. Dari keseluruhan luas tersebut, sekitar 10,14% atau $37,90 \text{ km}^2$ merupakan lahan sawah, sedangkan sisanya, yaitu 89,86% atau $335,81 \text{ km}^2$ merupakan lahan non-sawah. Kota Semarang terdiri dari 16 kecamatan dan 177 kelurahan.

2.1.2 Kondisi Klimatologi Kota Semarang

Kota Semarang mempunyai dua musim utama seperti daerah tropis lainnya yaitu musim hujan dan musim kemarau. Menurut ahli iklim, jenis iklim di Semarang termasuk dalam tipe tropis monsunial. Artinya, perubahan musim di Semarang ini terjadi karena adanya iklim monsunial yang berganti arah setiap beberapa bulan sekali. Iklim monsunial ini muncul karena posisi matahari yang berubah-ubah sepanjang tahun, dan perubahan posisi ini dapat membuat tekanan udara di bumi menjadi berubah.

Musim hujan di Kota Semarang berlangsung sekitar enam bulan, dari Oktober hingga Maret, meskipun waktunya mungkin sedikit berbeda. Januari sering kali menjadi bulan terbasah, dengan curah hujan rata-rata 430 milimeter dan suhu udara sekitar 27 derajat Celsius. Musim hujan di Semarang ditandai dengan suhu yang hangat namun lembab. Kondisi ini terjadi ketika udara dingin dari benua Asia bertemu dengan udara hangat di dekat khatulistiwa, sehingga terbentuklah banyak awan dengan kadar air yang tinggi di daerah tersebut. Anehnya, musim hujan memiliki periode sinar matahari yang lebih panjang daripada musim kemarau.

Musim kemarau di Kota Semarang berlangsung sekitar enam bulan, dari bulan April hingga September, dengan tanggal dimulainya dan kondisi yang sedikit berubah setiap tahunnya. Musim kemarau sering mencapai puncaknya pada bulan Agustus, saat curah hujan rata-rata hanya 60 milimeter dan suhu rata-rata 28 derajat Celsius. Karakteristik utama musim kemarau ini adalah udara kering dan panas yang menyengat. Namun, ada satu kejadian tidak biasa yang sering terjadi di Semarang selama musim kemarau yaitu penurunan suhu udara. Penurunan suhu ini disebabkan oleh pergerakan massa udara dingin dari Australia ke Asia.

Musim peralihan adalah masa antara musim hujan dan musim kemarau, yang biasanya terjadi pada bulan Maret-April dan September-Oktober. Periode ini ditandai oleh tingkat kelembapan dan curah hujan yang sedang, yang berkisar antara 100 hingga 200 mm setiap bulannya. Semarang mengalami iklim hujan, dengan curah hujan tahunan rata-rata 2.780 mm. Namun, curah hujan di Semarang tidak merata yaitu wilayah yang lebih rendah sering kali lebih kering (sekitar 2.500 mm) daripada wilayah atas yang lebih basah (sekitar 3.000 mm). Ketidaksesuaian ini disebabkan oleh karakteristik geografis Semarang, yang mengakibatkan terjadinya hujan konveksi.

2.1.3 Visi dan Misi

2.1.3.1 Visi

Visi dari Kota Semarang periode tahun 2021-2026 adalah **“Terwujudnya Kota Semarang yang Semakin Hebat yang berlandaskan Pancasila, dalam bingkai NKRI ber-Bhineka Tunggal Ika”**.

2.1.3.2 Misi

Dalam merealisasikan Visi Kota Semarang terdapat 5 Misi Kota Semarang sebagai berikut :

1. Meningkatkan kualitas dan kapasitas sumber daya manusia yang unggul dan produktif untuk mencapai kesejahteraan dan keadilan
2. Meningkatkan potensi ekonomi lokal yang berdaya saing dan stimulasi pembangunan industri, berlandaskan riset dan inovasi berdasar prinsip demokrasi ekonomi Pancasila
3. Menjamin kemerdekaan masyarakat menjalankan ibadah, pemenuhan hak dasar dan perlindungan kesejahteraan sosial serta hak asasi manusia bagi masyarakat secara berkeadilan
4. Mewujudkan infrastruktur berkualitas yang berwawasan lingkungan untuk mendukung kemajuan kota
5. Menjalankan reformasi birokrasi pemerintah secara dinamis dan menyusun produk hukum yang sesuai nilai-nilai Pancasila dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia.

2.2 Gambaran Umum Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang

2.2.1 Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang



Gambar 2.2 Diskominfo Kota Semarang

Sumber : <https://awall.id>

Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang merupakan salah satu instansi pemerintah dari 25 dinas yang ada di Kota Semarang. Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang merupakan instansi yang bertanggung jawab atas pengelolaan informasi dalam lingkungan pemerintah (Sulistyani & Febrian Murti Dewanto, 2023).

Berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 107 Tahun 2021, Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang merupakan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang dipimpin oleh Kepala Dinas yang bertugas untuk membantu Walikota melakukan urusan Pemerintahan Bidang Komunikasi dan Informatika, Statistik, dan Persandian yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan yang ditugaskan kepala daerah. Dalam

menyelenggarakan tugasnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang menyelenggarakan fungsi :

1. perumusan kebijakan Bidang Pengembangan Komunikasi Publik, Bidang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik, Bidang Pengelolaan Informasi dan Saluran Komunikasi Publik, Bidang Pengelolaan Infrastruktur, dan Bidang Statistik;
2. perumusan rencana strategis sesuai dengan visi dan misi Walikota;
3. pengkoordinasian tugas-tugas dalam rangka pelaksanaan program dan kegiatan Kesekretariatan, Bidang Pengembangan Komunikasi Publik, Bidang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik, Bidang Pengelolaan Informasi dan Saluran Komunikasi Publik, Bidang Pengelolaan Infrastruktur, Bidang Statistik dan UPTD;
4. penyelenggaraan manajemen kinerja pegawai Dinas;
5. penyelenggaraan kerjasama Bidang Pengembangan Komunikasi Publik, Bidang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik, Bidang Pengelolaan Informasi dan Saluran Komunikasi Publik, Bidang Pengelolaan Infrastruktur, dan Bidang Statistik;
6. penyelenggaraan kesekretariatan Dinas;
7. penyelenggaraan program dan kegiatan Bidang Pengembangan Komunikasi Publik, Bidang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik, Bidang Pengelolaan Informasi dan Saluran Komunikasi Publik, Bidang Pengelolaan Infrastruktur, Bidang Statistik dan UPTD;
8. penyelenggaraan monitoring dan evaluasi program dan kegiatan Bidang Pengembangan Komunikasi Publik, Bidang Sistem Pemerintahan Berbasis

Elektronik, Bidang Pengelolaan Informasi dan Saluran Komunikasi Publik, Bidang Pengelolaan Infrastruktur, Bidang Statistik, dan UPTD;

9. penyelenggaraan laporan pelaksanaan program dan kegiatan; dan
10. pelaksanaan fungsi kedinasan lain yang diberikan oleh Walikota terkait dengan tugas dan fungsinya.

2.2.2 Struktur Organisasi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang

Struktur Organisasi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang diantaranya adalah sebagai berikut :

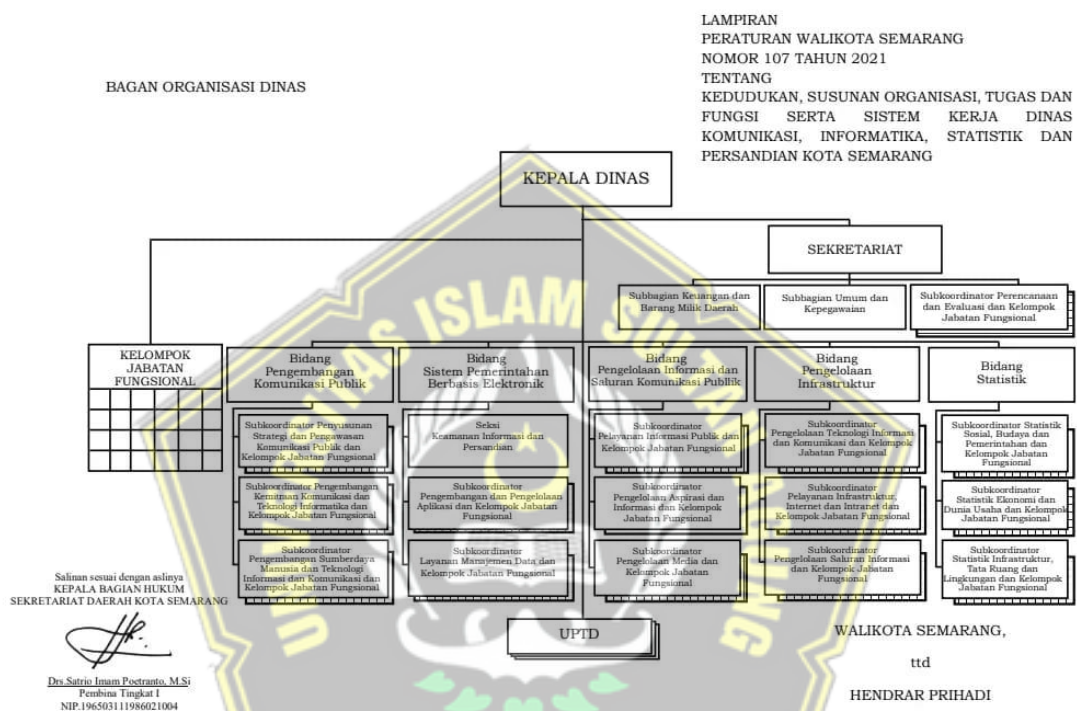
1. Kepala Dinas
2. Sekretariat, terdiri atas :
 - a. Subbagian Keuangan dan Barang Milik daerah
 - b. Subbagian Umum dan Kepegawaian
 - c. Subkoordinator Perencanaan dan Evaluasi dan Kelompok Jabatan Fungsional
3. Bidang Pengembangan Komunikasi Publik, terdiri atas :
 - a. Subkoordinator Penyusunan Strategi dan Pengawasan Komunikasi Publik dan Kelompok Jabatan Fungsional
 - b. Subkoordinator Pengembangan Kemitraan Komunikasi dan Teknologi Informatika dan Kelompok Jabatan Fungsional
 - c. Subkoordinator Pengembangan Sumberdaya Manusia dan Teknologi Informasi dan Komunikasi dan Kelompok Jabatan Fungsional
4. Bidang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik, terdiri atas :
 - a. Seksi Keamanan Informasi dan Persandian

- b. Subkoordinator Pengembangan dan Pengelolaan Aplikasi dan Kelompok Jabatan Fungsional
 - c. Subkoordinator Layanan Manajemen Data dan Kelompok Jabatan Fungsional
5. Bidang Pengelolaan Informasi dan Saluran Komunikasi Publik, terdiri atas:
- a. Subkoordinator Pelayanan Informasi Publik dan Kelompok Jabatan Fungsional
 - b. Subkoordinator Pengelolaan Aspirasi dan Informasi dan Kelompok Jabatan Fungsional
 - c. Subkoordinator Pengelolaan Media dan Kelompok Jabatan Fungsional
6. Bidang Pengelolaan Infrastruktur, terdiri atas :
- a. Subkoordinator Pengelolaan Teknologi Informasi dan Komunikasi dan Kelompok Jabatan Fungsional
 - b. Subkoordinator Pelayanan Infrastruktur, Internet dan Intranet dan Kelompok Jabatan Fungsional
 - c. Subkoordinator Pengelolaan Saluran Informasi dan Kelompok Jabatan Fungsional
7. Bidang Statistik, terdiri atas :
- a. Subkoordinator Statistik Sosial, Budaya dan Pemerintahan dan Kelompok Jabatan Fungsional
 - b. Subkoordinator Statistik Ekonomi dan Dunia Usaha dan Kelompok Jabatan Fungsional

c. Subkoordinator Statistik Infrastruktur, Tata Ruang dan Lingkungan dan Kelompok Jabatan Fungsional

8. UPTD

9. Jabatan Fungsional



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Diskominfo Kota Semarang
Sumber : Dokumen Pribadi, 2025

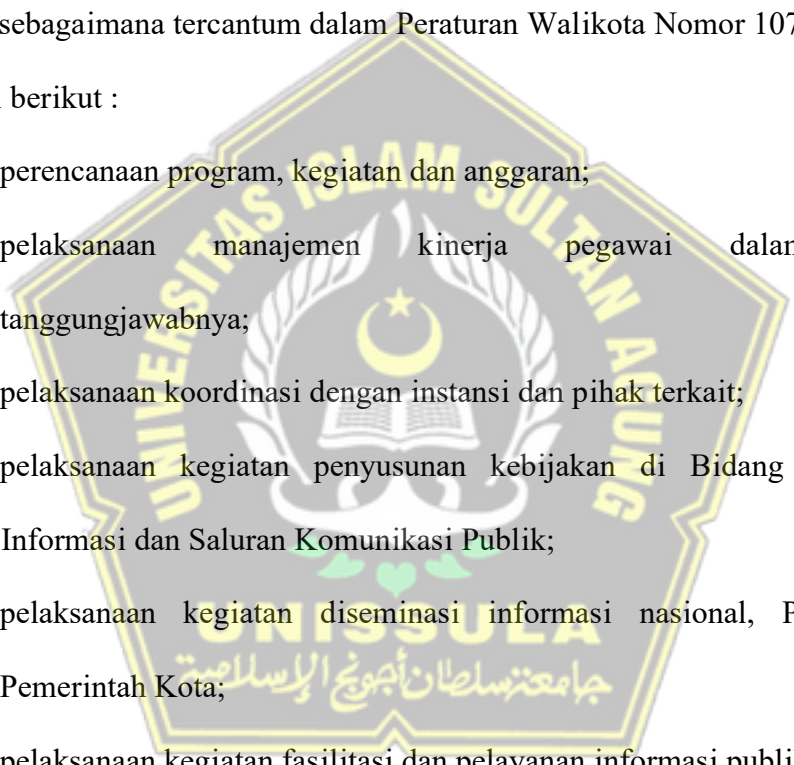
2.2.3 Bidang Pengelolaan Informasi dan Saluran Komunikasi Publik

Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik memiliki peran penting dalam penyelenggaraan pemerintahan. Pengelolaan informasi dan komunikasi publik pada instansi-instansi pemerintah telah diatur dalam instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang pengelolaan Komunikasi Publik.

Setelah Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian dibentuk, maka dibentuklah Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik karena mengacu pada Permen Kominfo mengenai struktur kedinasan, dengan tujuan untuk

menyamakan struktur maupun nama instansi. Sesuai dengan Peraturan Walikota Nomor 107 Tahun 2021 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, serta Sistem Kerja Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang dibuatlah struktur organisasi beserta bidang-bidangnya di tersebut.

Adapun tugas dan fungsi Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik sebagaimana tercantum dalam Peraturan Walikota Nomor 107 Tahun 2021 sebagai berikut :

- 
- a. perencanaan program, kegiatan dan anggaran;
 - b. pelaksanaan manajemen kinerja pegawai dalam lingkup tanggungjawabnya;
 - c. pelaksanaan koordinasi dengan instansi dan pihak terkait;
 - d. pelaksanaan kegiatan penyusunan kebijakan di Bidang Pengelolaan Informasi dan Saluran Komunikasi Publik;
 - e. pelaksanaan kegiatan diseminasi informasi nasional, Provinsi dan Pemerintah Kota;
 - f. pelaksanaan kegiatan fasilitasi dan pelayanan informasi publik;
 - g. pelaksanaan kegiatan pelayanan administratif informasi publik;
 - h. pelaksanaan kegiatan koordinasi pelayanan informasi seluruh perangkat daerah;
 - i. pelaksanaan kegiatan pembuatan paket informasi;
 - j. pelaksanaan kegiatan fasilitasi pengembangan pusat informasi publik;
 - k. pelaksanaan kegiatan penyelenggaraan pusat informasi publik;

- l. pelaksanaan kegiatan fasilitasi sengketa informasi publik;
- m. pelaksanaan kegiatan fasilitasi pemberdayaan komunitas komunikasi strategis yang berkembang di masyarakat;
- n. pelaksanaan kegiatan koordinasi di bidang pemberdayaan jaringan komunikasi pemerintahan, masyarakat dan pengembangan pelayanan publik bidang informasi;
- o. pelaksanaan kegiatan iklan layanan masyarakat;
- p. pelaksanaan kegiatan penyerapan aspirasi dan informasi melalui kegiatan dialog publik;
- q. pelaksanaan kegiatan fasilitasi komunikasi publik;
- r. pelaksanaan kegiatan penyusunan pedoman dan petunjuk pelaksanaan penanganan pengaduan;
- s. pelaksanaan kegiatan fasilitasi dengan lembaga pengawas;
- t. pelaksanaan kegiatan implementasi Open Government;
- u. pelaksanaan kegiatan pengkoordinasian pengelolaan pengaduan masyarakat;
- v. pelaksanaan kegiatan pengembangan prasarana dan sarana pengaduan masyarakat;
- w. pelaksanaan kegiatan penyusunan analisa pengaduan masyarakat;
- x. pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan publikasi penanganan pengaduan;
- y. pelaksanaan kegiatan fasilitasi asistensi, bimbingan teknis, workshop dan/atau seminar penanganan pengaduan;

- z. pelaksanaan kegiatan koordinasi, fasilitasi dan pengembangan kemitraan media massa.

Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik sesuai Pasal 28 ayat (1) terbagi menjadi tiga bagian yaitu Subkoordinator Pelayanan Informasi Publik, Subkoordinator Pengelolaan Aspirasi dan Informasi, dan Subkoordinator Pengelolaan Media.

Pemerintah Kota Semarang mempunyai 3 kanal layanan komunikasi, yaitu Sapa Mbak Ita untuk pengaduan, Call Center 112 untuk kegawat darurat, dan PPID untuk pusat informasi Kota Semarang. Dalam prosesnya, kanal layanan komunikasi Call Center 112 diproses oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang melalui Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik, khususnya di bawah koordinasi Subkoordinator Pengelolaan Aspirasi dan Informasi.

2.2.4 Subkoordinator Pengelolaan Aspirasi dan Informasi

Pengelolaan Aspirasi dan Informasi Publik adalah proses untuk menggali, menampung, dan menyalurkan aspirasi masyarakat, serta menyediakan informasi untuk mendukung kebijakan pemerintah.

Adapun tugas Subkoordinator Pengelolaan Aspirasi dan Informasi sebagaimana tercantum dalam Peraturan Walikota Nomor 107 Tahun 2021 sebagai berikut :

- a. menyiapkan kegiatan penyusunan Rencana Kerja dan Anggaran Pengelolaan Aspirasi dan Informasi;

- b. menyiapkan kegiatan manajemen kinerja pegawai dalam lingkup tanggung jawabnya;
- c. menyiapkan pelaksanaan koordinasi dengan instansi dan pihak terkait;
- d. menyiapkan kegiatan penyusunan kebijakan Pengelolaan Aspirasi dan Informasi;
- e. menyiapkan kegiatan penyerapan aspirasi dan informasi melalui kegiatan dialog publik;
- f. menyiapkan kegiatan fasilitasi komunikasi publik;
- g. menyiapkan kegiatan penyusunan pedoman dan petunjuk pelaksanaan penanganan pengaduan;
- h. menyiapkan kegiatan fasilitasi dengan lembaga pengawas;
- i. menyiapkan kegiatan implementasi Open Government;
- j. menyiapkan kegiatan pengkoordinasian pengelolaan pengaduan masyarakat;
- k. menyiapkan kegiatan pengembangan prasarana dan sarana pengaduan masyarakat;
- l. menyiapkan kegiatan penyusunan analisa pengaduan masyarakat;
- m. menyiapkan kegiatan sosialisasi dan publikasi penanganan pengaduan;
- n. menyiapkan kegiatan fasilitasi asistensi, bimbingan teknis, workshop dan/atau seminar penanganan pengaduan;
- o. menyiapkan kegiatan penyusunan data dan informasi Pengelolaan Aspirasi dan Informasi;

- p. menyiapkan kegiatan pengelolaan dan pertanggungjawaban teknis keuangan Pengelolaan Aspirasi dan Informasi;
- q. menyiapkan kegiatan monitoring dan evaluasi serta penyusunan laporan pelaksanaan kegiatan Pengelolaan Aspirasi dan Informasi;
- r. melaksanakan butir-butir kegiatan jabatan fungsional yang bersangkutan; dan
- s. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai tugas dan fungsinya.

2.3 Gambaran Umum Layanan *Call Center* 112 Kota Semarang

2.3.1 *Call Center* 112 Kota Semarang



Gambar 2.4 *Call Center* 112 Kota Semarang
 Sumber : <https://callcenter112.semarangkota.go.id/>

Call Center 112 merupakan layanan yang dibuat oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk digunakan masyarakat dalam keadaan darurat. Layanan ini menghubungkan masyarakat dengan pihak lain seperti polisi,

pemadam kebakaran, ambulans, atau tim medis, serta membantu penanganan bencana alam.

Layanan Nomor Tunggal Darurat 112 merupakan pusat pengaduan masyarakat yang dapat dihubungi melalui nomor telepon 112. Layanan ini memungkinkan penelepon untuk meminta bantuan atau berbagi informasi mengenai situasi darurat tanpa dikenakan biaya telepon. Permintaan ambulans, pemadam kebakaran, penanganan kecelakaan, dan bantuan bencana semuanya diberikan sebagai layanan darurat yang dilayani oleh Layanan Tunggal Darurat 112.

Pada tahun 2018, Pemerintah Kota Semarang resmi mendirikan Layanan *Call Center* 112. Layanan ini diatur melalui Peraturan Wali Kota Semarang Nomor 20 Tahun 2018 yang menetapkan Layanan Panggilan Darurat Nomor Tunggal 112. Layanan *Call Center* 112 dikembangkan untuk membantu masyarakat menghindari kebingungan saat menghubungi nomor darurat yang berbeda dari berbagai otoritas. Layanan ini memungkinkan masyarakat melaporkan situasi darurat hanya dengan satu telepon.

Layanan *Call Center* 112 Kota Semarang hadir sebagai sebuah solusi bagi masyarakat yang sedang mengalami situasi darurat, layanan ini beroperasi di bawah pengelolaan Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang. Masyarakat tidak perlu lagi untuk menghafal berbagai nomor darurat, cukup menghubungi satu nomor tunggal, yaitu 112.

Layanan *Call Center* 112 tersedia 24 jam, tujuh hari seminggu, dan memiliki prosedur pergantian shift untuk memastikan bahwa setiap kontak darurat dijawab dengan cepat dan dialihkan ke perangkat daerah terkait (Citradewi & Rotzami, 2024). Selain itu, layanan ini sepenuhnya gratis dan bebas biaya pulsa

bagi penelepon yang dapat menghilangkan kekhawatiran masyarakat terkait biaya saat menghubungi bantuan dalam konsidi darurat. Kondisi gawat darurat yang dimaksud antara lain adalah :

1. Kesehatan : Ambulance transportasi, ambulance gawat darurat, ambulance home care, ambulance jenazah
2. Bencana Alam : Tanah longsor, pohon tumbang, gempa bumi, banjir, rumah roboh
3. Penyelamatan : Kebakaran, evakuasi hewan buas-non buas, penanganan bencana, penyelamatan dan pertolongan
4. Kamtibmas : Kerusuhan, balap liar, tindak kriminal, gangguan Kamtibmas, ODGJ, kekerasan pada perempuan dan anak, gangguan lalu lintas, pelanggaran perda
5. Darurat lainnya : Pipa bocor, jalan rusak, tiang roboh, konsleting listrik, lampu PJU, kabel menjuntai, permohonan air bersih.

2.3.2 Mekanisme Menghubungi *Call Center* 112 Kota Semarang

Mekanisme menghubungi *Call Center* 112 Kota Semarang adalah sebagai berikut :

1. Pelapor menghubungi *Call Center* 112 : masyarakat dapat menghubungi *Call Center* 112 melalui telepon seluler atau telepon rumah.
2. *Call Center* 112 mencatat informasi : operator akan mencatat identitas pelapor, alamat dan informasi kejadian.
3. Meneruskan ke Dispatcher : informasi selanjutnya diberikan kepada petugas pengarah (dispatcher).
4. Dispatcher menetapkan jenis darurat : Dispatcher akan memutuskan jenis keadaan darurat yang sedang terjadi.

5. Meneruskan ke OPD terkait : Dispatcher akan melanjutkan informasi ke OPD yang relevan, seperti polisi, pemadam kebakaran, atau ambulans.
6. OPD bertindak : OPD akan menindaklanjuti laporan dan mengirimkan tim lapangan ke lokasi kejadian.
7. Laporan ditutup : setelah konfirmasi, *Call Center* 112 akan menutup laporan.

2.3.3 Media Promosi *Call Center* 112 Kota Semarang

Media promosi yang digunakan oleh *Call Center* 112 Kota Semarang adalah sebagai berikut :

1. Aplikasi Seluler “*Call Center* 112 Kota Semarang”



Gambar 2.5 Aplikasi Seluler “*Call Center* 112 Kota Semarang”

Sumber : <https://play.google.com>

Pemerintah Kota Semarang menghadirkan Aplikasi Seluler " *Call Center* 112 Kota Semarang" sebagai solusi bagi kebutuhan masyarakat saat terjadi situasi darurat. Aplikasi ini dirancang untuk memudahkan warga melaporkan berbagai situasi darurat langsung dari ponsel mereka. Selain itu,

fitur aplikasi yang ada memungkinkan pelapor untuk melacak pergerakan petugas dari instansi terkait saat mereka tiba di lokasi kejadian.

2. Media Sosial (Instagram dan Tiktok)



Gambar 2.6 Instagram Call Center 112 Kota Semarang

Sumber : Dokumen Pribadi, 2025

Instagram dan Tiktok menjadi platform pilihan untuk berbagi informasi penting tentang *Call Center* 112 Kota Semarang kepada masyarakat. Media sosial seperti Instagram dan Tiktok menginformasikan panduan praktis tentang cara melakukan panggilan darurat, serta laporan mingguan tentang jumlah dan jenis panggilan yang diterima oleh layanan.

3. Media Massa



Gambar 2.7 Brosur Call Center 112 Kota Semarang

Sumber : Dokumen Pribadi, 2025

Pemerintah Kota Semarang juga memanfaatkan media populer seperti brosur. Hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang keberadaan dan manfaat layanan panggilan darurat 112.

4. Informasi di Website



Gambar 2.8 Website PPID Kota Semarang
Sumber : Dokumen Pribadi, 2025

Masyarakat Kota Semarang dapat memperoleh informasi lebih lanjut mengenai layanan panggilan darurat 112 dengan mengunjungi situs web resmi Pemerintah Kota Semarang. Situs web yang memuat laman PPID Kota Semarang ini menyediakan informasi penting mengenai cara penggunaan layanan 112, jenis darurat yang dapat ditangani, serta informasi kontak yang relevan.

BAB III

TEMUAN PENELITIAN

Dalam Bab III ini dipaparkan data dan temuan penelitian dari pengaruh strategi komunikasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna Call Center 112 Kota Semarang. Hasil analisis ini akan menyajikan respons karakteristik responden dan rate kuesioner, untuk selanjutnya data akan diolah kembali.

3.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Semarang yang berusia lebih dari 17 tahun, baik laki-laki maupun perempuan. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Karakteristik yang diamati pada responden meliputi jenis kelamin dan usia.

Tabel 3. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	81	81%
Laki-laki	19	19%
Total	100	100%

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Dari data yang dikumpulkan, terlihat bahwa responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 81 dengan persentase 81% sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 19%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini didominasi oleh jenis kelamin perempuan.

Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
17-21 tahun	20	20%
22-26 tahun	52	52%
27-31 tahun	23	23%
32-36 tahun	4	4%
37-41 tahun	0	0%
42-46 tahun	0	0%
47-51 tahun	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Dari data yang dikumpulkan, terlihat bahwa responden yang berusia 17-21 tahun sebanyak 20 orang dengan persentase 20% sedangkan responden yang berusia 22-26 tahun sebanyak 52 orang dengan persentase 52%, usia 27-31 sebanyak 23 orang dengan persentase 23%, usia 32-36 sebanyak 4 orang dengan persentase 4%, dan usia 47-51 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 1%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 22-26 tahun.

3.2 Strategi Komunikasi (X1)

Tabel 3.3 Persentase responden yang menyatakan petugas *Call Center* memperkenalkan diri saat awal percakapan

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	2	2%	Setuju
Tidak Setuju	1	1%	
Ragu-ragu	3	3%	
Setuju	57	57%	
Sangat Setuju	37	37%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 57 % responden mengemukakan setuju dan 37% responden mengemukakan sangat setuju bahwasanya petugas *Call Center* 112 Kota Semarang memperkenalkan diri saat awal percakapan sedangkan sebanyak 3% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 2% mengungkapkan sangat tidak setuju dan 1% tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden setuju bahwa petugas *Call Center* 112 Kota Semarang memperkenalkan diri saat awal percakapan.

Tabel 3.4 Persentase responden yang menyatakan petugas *Call Center* 112 menyampaikan informasi dengan jelas mengenai langkah-langkah yang harus saya lakukan

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Sangat Setuju
Tidak Setuju	5	5%	
Ragu-ragu	4	4%	
Setuju	44	44%	
Sangat Setuju	47	47%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 47 % responden mengemukakan sangat setuju dan 44% responden mengemukakan setuju bahwasanya petugas *Call Center* 112 menyampaikan informasi dengan jelas mengenai langkah-langkah yang harus saya lakukan sedangkan sebanyak 5% responden menyatakan tidak setuju. Adapun sebanyak 4% mengungkapkan ragu-ragu. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden sangat setuju bahwa petugas *Call Center* 112 menyampaikan informasi dengan jelas mengenai langkah-langkah yang harus saya lakukan.

Tabel 3.5 Persentase responden yang menyatakan intonasi suara petugas *Call Center* 112 saat memberikan informasi mudah saya pahami

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	1	1%	Sangat Setuju
Tidak Setuju	4	4%	
Ragu-ragu	8	8%	
Setuju	43	43%	
Sangat Setuju	44	44%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 44 % responden mengemukakan sangat setuju dan 43% responden mengemukakan setuju bahwasanya intonasi suara petugas *Call Center* 112 saat memberikan informasi mudah saya pahami sedangkan sebanyak 8% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 4% mengungkapkan tidak setuju dan 1% sangat tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden sangat setuju bahwa intonasi suara petugas *Call Center* 112 saat memberikan informasi mudah saya pahami.

Tabel 3.6 Persentase responden yang menyatakan layanan *Call Center* 112 mudah diakses melalui sambungan telepon

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Sangat Setuju
Tidak Setuju	6	6%	
Ragu-ragu	12	12%	
Setuju	39	39%	
Sangat Setuju	43	43%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 43 % responden mengemukakan sangat setuju dan 39% responden mengemukakan setuju bahwasanya layanan *Call Center* 112 mudah diakses melalui sambungan telepon sedangkan sebanyak 12% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 6% mengungkapkan tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden sangat setuju bahwa layanan *Call Center* 112 mudah diakses melalui sambungan telepon.

Tabel 3.7 Persentase responden yang menyatakan penyebaran informasi *Call Center* 112 menjangkau berbagai kalangan masyarakat

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	4	4%	Setuju
Tidak Setuju	9	9%	
Ragu-ragu	16	16%	
Setuju	38	38%	
Sangat Setuju	33	33%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 38% responden mengemukakan setuju dan 33% responden mengemukakan sangat setuju bahwasanya penyebaran informasi *Call Center* 112 menjangkau berbagai kalangan masyarakat sedangkan sebanyak 16% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 9% mengungkapkan tidak setuju dan 4% sangat tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden setuju bahwa penyebaran informasi *Call Center* 112 menjangkau berbagai kalangan masyarakat.

Tabel 3.8 Persentase responden yang menyatakan saya dapat mengikuti arahan petugas *Call Center* 112 tanpa perlu penjelasan ulang

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	3	3%	Setuju
Tidak Setuju	8	8%	
Ragu-ragu	14	14%	
Setuju	46	46%	
Sangat Setuju	29	29%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 46% responden mengemukakan setuju dan 29% responden mengemukakan sangat setuju bahwasanya dapat mengikuti arahan petugas *Call Center* 112 tanpa perlu penjelasan ulang sedangkan sebanyak 14% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 8% mengungkapkan tidak setuju dan 3% sangat tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden setuju bahwa dapat mengikuti arahan petugas *Call Center* 112 tanpa perlu penjelasan ulang.

Tabel 3.9 Persentase responden yang menyatakan saya tidak mengalami kesulitan saat mendengarkan penjelasan dari petugas

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	1	1%	Setuju
Tidak Setuju	12	12%	
Ragu-ragu	8	8%	
Setuju	45	45%	
Sangat Setuju	34	34%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 45% responden mengemukakan setuju dan 34% responden mengemukakan sangat setuju bahwasanya tidak mengalami

kesulitan saat mendengarkan penjelasan dari petugas sedangkan sebanyak 12% responden menyatakan tidak setuju. Adapun sebanyak 8% mengungkapkan ragu-ragu dan 1% sangat tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden setuju bahwa tidak mengalami kesulitan saat mendengarkan penjelasan dari petugas.

Tabel 3.10 Persentase responden yang menyatakan saya merasa lebih tenang setelah berkomunikasi dengan petugas *Call Center* 112

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	2	2%	Sangat Setuju
Tidak Setuju	5	5%	
Ragu-ragu	11	11%	
Setuju	40	40%	
Sangat Setuju	42	42%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 42% responden mengemukakan sangat setuju dan 40% responden mengemukakan setuju bahwasanya merasa lebih tenang setelah berkomunikasi dengan petugas *Call Center* 112 sedangkan sebanyak 11% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 5% mengungkapkan tidak setuju dan 2% sangat tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden sangat setuju bahwa merasa lebih tenang setelah berkomunikasi dengan petugas *Call Center* 112.

Tabel 3.11 Persentase responden yang menyatakan saya termotivasi untuk memberikan informasi *Call Center* 112 kepada orang lain

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	3	3%	Setuju
Tidak Setuju	4	4%	
Ragu-ragu	12	12%	
Setuju	41	41%	
Sangat Setuju	40	40%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 41% responden mengemukakan setuju dan 40% responden mengemukakan sangat setuju bahwasanya mereka termotivasi untuk memberikan informasi *Call Center* 112 kepada orang lain sedangkan sebanyak 12% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 4% mengungkapkan tidak setuju dan 3% sangat tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden setuju bahwa mereka termotivasi untuk memberikan informasi *Call Center* 112 kepada orang lain.

3.3 Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel 3.12 Persentase responden yang menyatakan petugas *Call Center* 112 dapat diandalkan dalam memberikan solusi yang tepat untuk situasi darurat yang dilaporkan

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	3	3%	
Ragu-ragu	12	12%	
Setuju	51	51%	
Sangat Setuju	34	34%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 51 % responden mengemukakan setuju dan 34% responden mengemukakan sangat setuju bahwasanya petugas *Call Center* 112 dapat diandalkan dalam memberikan solusi yang tepat untuk situasi darurat yang dilaporkan sedangkan sebanyak 12% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 3% mengungkapkan tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden setuju bahwa petugas *Call Center* 112 dapat diandalkan dalam memberikan solusi yang tepat untuk situasi darurat yang dilaporkan.

Tabel 3.13 Persentase responden yang menyatakan layanan *Call Center* 112 beroperasi sesuai dengan waktu yang telah diinformasikan sebelumnya

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	6	6%	
Ragu-ragu	13	13%	
Setuju	44	44%	
Sangat Setuju	37	37%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 44 % responden mengemukakan setuju dan 37% responden mengemukakan sangat setuju bahwasanya layanan *Call center* 112 beroperasi sesuai dengan waktu yang telah diinformasikan sebelumnya sedangkan sebanyak 13% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 6% mengungkapkan tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden setuju bahwa layanan *Call center* 112 beroperasi sesuai dengan waktu yang telah diinformasikan sebelumnya.

Tabel 3.14 Persentase responden yang menyatakan petugas *Call Center* 112 menjawab panggilan saya dengan cepat

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	2	2%	Setuju
Tidak Setuju	6	6%	
Ragu-ragu	13	13%	
Setuju	43	43%	
Sangat Setuju	36	36%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 43 % responden mengemukakan setuju dan 36% responden mengemukakan sangat setuju bahwasanya petugas *Call Center* 112 menjawab panggilan dengan cepat sedangkan sebanyak 13% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 6% mengungkapkan tidak setuju dan 2% sangat tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden setuju bahwa petugas *Call Center* 112 menjawab panggilan dengan cepat.

Tabel 3.15 Persentase responden yang menyatakan petugas *Call Center* 112 dapat memberikan tanggapan yang baik tentang keluhan masyarakat

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	2	2%	Sangat Setuju
Tidak Setuju	4	4%	
Ragu-ragu	9	9%	
Setuju	38	38%	
Sangat Setuju	47	47%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 47 % responden mengemukakan sangat setuju dan 38% responden mengemukakan setuju bahwasanya petugas *Call Center* 112 dapat memberikan tanggapan yang baik tentang keluhan masyarakat sedangkan

sebanyak 9% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 4% mengungkapkan tidak setuju dan 2% sangat tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden sangat setuju bahwa petugas *Call Center* 112 dapat memberikan tanggapan yang baik tentang keluhan masyarakat.

Tabel 3.16 Persentase responden yang menyatakan petugas *Call Center* 112 menjaga kerahasiaan data pelapor dengan baik

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	4	4%	
Ragu-ragu	5	5%	
Setuju	51	51%	
Sangat Setuju	40	40%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 51 % responden mengemukakan setuju dan 40% responden mengemukakan sangat setuju bahwasanya petugas *Call Center* 112 menjaga kerahasiaan data pelapor dengan baik sedangkan sebanyak 5% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 4% mengungkapkan tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden setuju bahwa petugas *Call Center* 112 menjaga kerahasiaan data pelapor dengan baik.

Tabel 3.17 Persentase responden yang menyatakan petugas *Call Center* 112 memberikan keyakinan bahwa laporan saya akan ditindaklanjuti

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Sangat Setuju
Tidak Setuju	6	6%	
Ragu-ragu	9	9%	
Setuju	39	39%	
Sangat Setuju	46	46%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 46 % responden mengemukakan sangat setuju dan 39% responden mengemukakan setuju bahwasanya petugas *Call Center* 112 memberikan keyakinan bahwa laporan saya akan ditindaklanjuti sedangkan sebanyak 9% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 6% mengungkapkan tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden sangat setuju bahwa petugas *Call Center* 112 memberikan keyakinan bahwa laporan saya akan ditindaklanjuti.

Tabel 3.18 Persentase responden yang menyatakan petugas *Call Center* 112 mendengarkan laporan saya dengan penuh perhatian

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	1	1%	Sangat Setuju
Tidak Setuju	1	1%	
Ragu-ragu	12	12%	
Setuju	41	41%	
Sangat Setuju	45	45%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 45 % responden mengemukakan sangat setuju dan 41% responden mengemukakan setuju bahwasanya petugas *Call Center* 112 mendengarkan laporan dengan penuh perhatian sedangkan sebanyak 12% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 1% mengungkapkan sangat tidak setuju dan 1% tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden sangat setuju bahwa petugas *Call Center* 112 mendengarkan laporan dengan penuh perhatian.

Tabel 3.19 Persentase responden yang menyatakan petugas *Call Center* 112 memberikan waktu yang cukup saat saya menjelaskan

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	6	6%	
Ragu-ragu	7	7%	
Setuju	44	44%	
Sangat Setuju	43	43%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 44 % responden mengemukakan setuju dan 43% responden mengemukakan sangat setuju bahwasanya petugas *Call Center* 112 memberikan waktu yang cukup saat menjelaskan sedangkan sebanyak 7% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 6% mengungkapkan tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden setuju bahwa petugas *Call Center* 112 memberikan waktu yang cukup saat menjelaskan.

Tabel 3.20 Persentase responden yang menyatakan suara petugas *Call Center* 112 terdengar jelas saat saya menelepon

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	1	1%	Setuju
Tidak Setuju	6	6%	
Ragu-ragu	15	15%	
Setuju	43	43%	
Sangat Setuju	35	35%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 43% responden mengemukakan setuju dan 35% responden mengemukakan sangat setuju bahwasanya suara petugas *Call Center* 112 terdengar jelas saat menelepon sedangkan sebanyak 15% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 6% mengungkapkan tidak setuju dan 1%

sangat tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden setuju bahwa suara petugas *Call Center* 112 terdengar jelas saat menelepon.

Tabel 3.21 Persentase responden yang menyatakan waktu tunggu saat menghubungi *Call Center* 112 tidak terlalu lama

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	2	2%	Setuju
Tidak Setuju	9	9%	
Ragu-ragu	18	18%	
Setuju	39	39%	
Sangat Setuju	32	32%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 39% responden mengemukakan setuju dan 32% responden mengemukakan sangat setuju bahwasanya waktu tunggu saat menghubungi *Call Center* 112 tidak terlalu lama sedangkan sebanyak 18% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 9% mengungkapkan tidak setuju dan 2% sangat tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden setuju bahwa waktu tunggu saat menghubungi *Call Center* 112 tidak terlalu lama.

3.4 Kepuasan Pengguna (Y)

Tabel 3.22 Persentase responden yang menyatakan petugas *Call Center* 112 memastikan kembali kebutuhan saya sebelum memproses laporan

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	1	1%	Setuju
Tidak Setuju	3	3%	
Ragu-ragu	9	9%	
Setuju	52	52%	
Sangat Setuju	35	35%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 52% responden mengemukakan setuju dan 35% responden mengemukakan sangat setuju bahwasanya petugas *Call Center* 112 memastikan kembali kebutuhan sebelum memproses laporan sedangkan sebanyak 9% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 3% mengungkapkan tidak setuju dan 1% sangat tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden setuju bahwa petugas *Call Center* 112 memastikan kembali kebutuhan sebelum memproses laporan.

Tabel 3.23 Persentase responden yang menyatakan petugas Call Center 112 memberikan informasi sesuai dengan jenis layanan yang saya butuhkan

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	3	3%	
Ragu-ragu	8	8%	
Setuju	48	48%	
Sangat Setuju	41	41%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 48 % responden mengemukakan setuju dan 41% responden mengemukakan sangat setuju bahwasanya petugas *Call Center* 112 memberikan informasi sesuai dengan jenis layanan yang dibutuhkan sedangkan sebanyak 8% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 3% mengungkapkan tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden setuju bahwa petugas *Call Center* 112 memberikan informasi sesuai dengan jenis layanan yang dibutuhkan.

Tabel 3.24 Persentase responden yang menyatakan respon petugas *Call Center* 112 tepat waktu dalam menangani laporan darurat saya

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	6	6%	
Ragu-ragu	12	12%	
Setuju	45	45%	
Sangat Setuju	37	37%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 45% responden mengemukakan setuju dan 37% responden mengemukakan sangat setuju bahwasanya respon petugas *Call Center* 112 tepat waktu dalam menangani laporan darurat sedangkan sebanyak 12% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 6% mengungkapkan tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden setuju bahwa respon petugas *Call Center* 112 tepat waktu dalam menangani laporan darurat.

Tabel 3.25 Persentase responden yang menyatakan solusi yang ditawarkan oleh petugas *Call Center* 112 efektif dalam mengatasi masalah darurat saya

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	1	1%	Setuju
Tidak Setuju	5	5%	
Ragu-ragu	11	11%	
Setuju	46	46%	
Sangat Setuju	37	37%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 46% responden mengemukakan setuju dan 37% responden mengemukakan sangat setuju bahwasanya solusi yang ditawarkan oleh petugas *Call Center* 112 efektif dalam mengatasi masalah darurat

sedangkan sebanyak 11% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 5% mengungkapkan tidak setuju dan 1% sangat tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden setuju bahwa solusi yang ditawarkan oleh petugas *Call Center* 112 efektif dalam mengatasi masalah darurat.

Tabel 3.26 Persentase responden yang menyatakan petugas *Call Center* 112 tetap bersikap sopan walau saya mengajukan pertanyaan berulang kali

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	1	1%	Setuju
Tidak Setuju	3	3%	
Ragu-ragu	9	9%	
Setuju	49	49%	
Sangat Setuju	38	38%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 49 % responden mengemukakan setuju dan 38% responden mengemukakan sangat setuju bahwasanya petugas *Call Center* 112 tetap bersikap sopan walau mengajukan pertanyaan berulang kali sedangkan sebanyak 9% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 3% mengungkapkan tidak setuju dan 1% sangat tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden setuju bahwa petugas *Call Center* 112 tetap bersikap sopan walaupun mengajukan pertanyaan berulang kali.

Tabel 3.27 Persentase responden yang menyatakan petugas *Call Center* 112 selalu mengangkat telepon saat saya menghubungi

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	12	12%	
Ragu-ragu	11	11%	
Setuju	43	43%	

Sangat Setuju	34	34%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 43% responden mengemukakan setuju dan 34% responden mengemukakan sangat setuju bahwasanya petugas *Call Center* 112 selalu mengangkat telepon saat menghubungi sedangkan sebanyak 12% responden menyatakan tidak setuju. Adapun sebanyak 11% mengungkapkan ragu-ragu. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden setuju bahwa petugas *Call Center* 112 selalu mengangkat telepon saat menghubungi.

Tabel 3.28 Persentase responden yang menyatakan petugas *Call Center* 112 bersikap ramah saat saya menyampaikan keluhan

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	1	1%	Sangat Setuju
Tidak Setuju	5	5%	
Ragu-ragu	5	5%	
Setuju	41	41%	
Sangat Setuju	48	48%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 48% responden mengemukakan sangat setuju dan 41% responden mengemukakan setuju bahwasanya petugas *Call Center* 112 bersikap ramah saat sedang menyampaikan keluhan sedangkan sebanyak 5% responden menyatakan ragu-ragu dan 5% menyatakan tidak setuju. Adapun sebanyak 1% mengungkapkan sangat tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden sangat setuju bahwa petugas *Call Center* 112 bersikap ramah saat sedang menyampaikan keluhan.

Tabel 3.29 Persentase responden yang menyatakan saya merasa nyaman saat berinteraksi dengan petugas *Call Center* 112

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	2	2%	Sangat Setuju
Tidak Setuju	3	3%	
Ragu-ragu	20	20%	
Setuju	35	35%	
Sangat Setuju	40	40%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 40% responden mengemukakan sangat setuju dan 35% responden mengemukakan setuju bahwasanya mereka merasa nyaman saat berinteraksi dengan petugas *Call Center* 112 sedangkan sebanyak 20% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 3% mengungkapkan tidak setuju dan 2% sangat tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden sangat setuju bahwa mereka merasa nyaman saat berinteraksi dengan petugas *Call Center* 112.

Tabel 3. 30 Persentase responden yang menyatakan nada suara petugas terdengar sopan selama komunikasi berlangsung

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	2	2%	
Ragu-ragu	9	9%	
Setuju	47	47%	
Sangat Setuju	42	42%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 47 % responden mengemukakan setuju dan 42% responden mengemukakan sangat setuju bahwasanya nada suara petugas terdengar sopan selama komunikasi berlangsung sedangkan sebanyak 9%

responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 2% mengungkapkan tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden setuju bahwa nada suara petugas terdengar sopan selama komunikasi berlangsung.

Tabel 3.31 Persentase responden yang menyatakan saya tidak mengalami tekanan saat menjelaskan kondisi yang saya alami

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Sangat Setuju
Tidak Setuju	5	5%	
Ragu-ragu	10	10%	
Setuju	40	40%	
Sangat Setuju	45	45%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel diatas sebanyak 45% responden mengemukakan sangat setuju dan 40% responden mengemukakan setuju bahwasanya tidak mengalami tekanan saat menjelaskan kondisi yang di alami sedangkan sebanyak 10% responden menyatakan ragu-ragu. Adapun sebanyak 5% mengungkapkan tidak setuju. Hal ini mengungkapkan kebanyakan responden sangat setuju bahwa tidak mengalami tekanan saat menjelaskan kondisi yang di alami.

BAB IV

PEMBAHASAN

Bab ini peneliti akan memeriksa data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, kemudian menganalisisnya menggunakan analisis regresi linier berganda serta mengaitkannya dengan teori.

4.1 Uji Validitas

Uji validitas ukuran kemampuan sebuah instrumen dalam mengukur sesuatu secara akurat. Suatu kuesioner dianggap sah atau valid jika pertanyaannya mencerminkan hal yang akan dinilai melalui kuesioner dengan tepat. Jika semuanya berada pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 maka apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, dengan kata lain dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid dan apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, dengan kata lain dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid. Dibawah ini adalah hasil pengujian validitas antar variabel dengan $r \text{ tabel}$ 0,196 menggunakan spss 27.

Tabel 4.1 Uji validitas Variabel Strategi Komunikasi

Strategi Komunikasi			
Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
X1.1	0,514	0,196	Valid
X1.2	0,646	0,196	Valid
X1.3	0,621	0,196	Valid
X1.4	0,556	0,196	Valid
X1.5	0,634	0,196	Valid
X1.6	0,657	0,196	Valid
X1.7	0,722	0,196	Valid
X1.8	0,736	0,196	Valid

X1.9	0,646	0,196	Valid
------	-------	-------	-------

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Tabel 4. 2 Uji validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan			
Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
X2.1	0,688	0,196	Valid
X2.2	0,591	0,196	Valid
X2.3	0,649	0,196	Valid
X2.4	0,677	0,196	Valid
X2.5	0,463	0,196	Valid
X2.6	0,639	0,196	Valid
X2.7	0,697	0,196	Valid
X2.8	0,585	0,196	Valid
X2.9	0,632	0,196	Valid
X2.10	0,693	0,196	Valid

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Tabel 4. 3 Uji validitas Kepuasan Pengguna

Kepuasan Pengguna			
Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
Y1	0,688	0,196	Valid
Y2	0,567	0,196	Valid
Y3	0,568	0,196	Valid
Y4	0,643	0,196	Valid
Y5	0,501	0,196	Valid
Y6	0,667	0,196	Valid
Y7	0,622	0,196	Valid
Y8	0,739	0,196	Valid
Y9	0,652	0,196	Valid
Y10	0,569	0,196	Valid

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan Tabel 4.1, 4.2, 4.3, nilai r hitung pada kolom *corrected item-total correlation* untuk setiap butir dengan r hitung $> r$ tabel untuk alfa 5% atau 0,05 dengan pengujian kedua sisi didapatkan r tabel yaitu 0,196. Dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan kuesioner dinyatakan valid.

4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah evaluasi terhadap kestabilan data atau hasil. Dalam penelitian ini, peneliti menguji reliabilitas kuesioner dengan menggunakan Rumus Koefisien Alpha Cronbach. Adapun kriteria pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik dengan kata lain instrumen adalah reliabel atau terpercaya.
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$, maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliabel atau tidak terpercaya.

Tabel 4.4 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Alpha	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Strategi Komunikasi	0,817	0,60	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	0,832	0,60	Reliabel
3	Kepuasan Pengguna	0,824	0,60	Reliabel

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

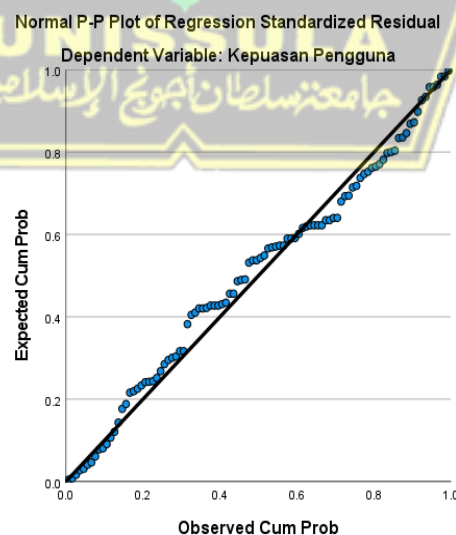
Sesuai tabel 4.4 didapatkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel adalah lebih tinggi dari Koefisien Alpha yaitu 0,60. Dapat

disimpulkan bahwa semua pernyataan kuesioner dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

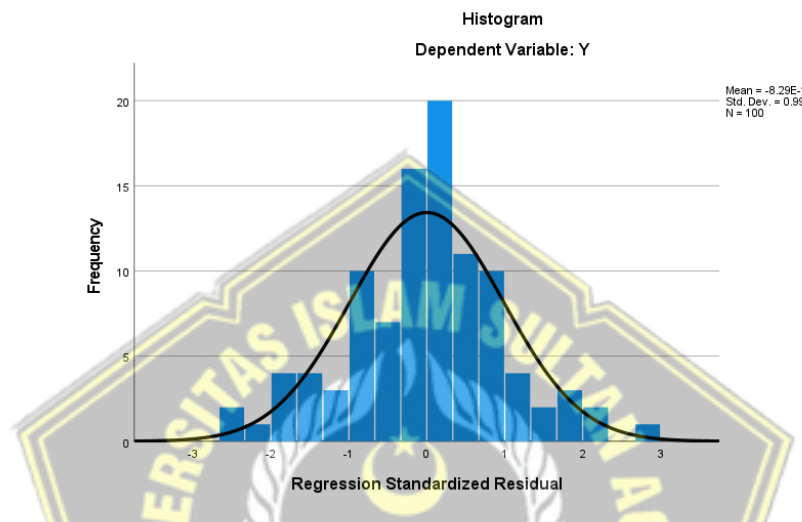
Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah variabel independen maupun variabel dependen berdistribusi normal atau tidak. Untuk melihat apakah residual mengikuti distribusi normal yaitu dengan melihat *normal probability plot* dan *one sample kolmogrofsmirnov* yang membandingkan distribusi kumulatif data dengan distribusi normal. Uji normalitas data menggunakan grafik normal probability plot adalah apabila titik (data) masih ada disekitar garis artinya data tersebut mengikuti pola berdistribusi normal. Adapun kriteria pengujian uji normalitas menggunakan grafik histogram adalah grafik histogram membentuk seperti lonceng dan tidak miring ke kanan atau ke kiri.



Gambar 4.1 Uji Normalitas dengan P – P Plot

Sumber : Hasil uji asumsi klasik

Berdasarkan pada gambar tersebut merupakan gambar grafik normal probability plot, dapat dilihat bahwa data menyebar sekitar diagram dan mengikuti model regresi. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang penulis gunakan berdistribusi normal dan sesuai dengan asumsi normalitas.



Gambar 4.2 Uji Normalitas dengan Histogram
Sumber : Hasil uji asumsi klasik

Berdasarkan gambar tersebut merupakan gambar grafik histogram, dapat dilihat bahwa grafik histogram di atas membentuk lonceng dan tidak miring ke kanan atau ke kiri. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang penulis gunakan berdistribusi normal dan sesuai dengan asumsi normalitas.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian yang digunakan untuk memahami tingkat keeratan hubungan antar variabel independent pada sebuah penelitian. Pada model hubungan variabel yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas, yang dimana menunjukkan adanya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Adapun kriteria uji multikolinearitas adalah sebagai berikut :

1. Apabila nilai VIF > 10 atau jika tolerance value $< 0,1$ maka terjadi multikolinearitas.
2. Apabila nilai VIF < 10 atau jika tolerance value $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

Berikut adalah hasil uji multikolinearitas menggunakan software SPSS versi 27 for windows :

Tabel 4.5 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.394	1.708		3.158	.002		
	Strategi Komunikasi	.256	.079	.260	3.259	.002	.281	3.562
	Kualitas Pelayanan	.648	.076	.678	8.500	.000	.281	3.562
a. Dependent Variable : Kepuasan Pengguna								

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, diketahui variabel dalam penelitian ini nilai variabel Strategi Komunikasi dan Kualitas Pelayanan memiliki nilai VIF 3,562 yang artinya nilai VIF kurang dari 10, sedangkan nilai tolerance 0,281 yang berarti nilai tolerance lebih dari 0,1. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari gejala multikolinearitas.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk menentukan apakah terdapat ketidaksamaan varian antar pengamatan dalam model regresi. Pengujian

heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan Uji Glejser. Uji Glejser mempunyai kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan variabel independen $< 0,05$ maka terjadi Heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikan variabel independen $> 0,05$ maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas menggunakan software SPSS versi 27 for windows :

Tabel 4.6 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.758	1.058		4.498	.000
	Strategi Komunikasi	-.063	.049	-.235	-1.287	.201
	Kualitas Pelayanan	-.019	.047	-.073	-.400	.690
a. Dependent Variable : Abs_RES						

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel 4.6, diketahui nilai signifikansi (Sig.) untuk kedua variabel yaitu untuk variabel Strategi Komunikasi bernilai 0,201 dan untuk variabel Kualitas Pelayanan bernilai 0,690 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari gejala heteroskedastisitas.

4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah alat untuk memprediksi pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap suatu variabel terikat. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menentukan apakah terdapat hubungan fungsional antara variabel bebas dan variabel terikat.

Berikut adalah hasil uji analisis regresi linier berganda menggunakan software SPSS versi 27 for windows :

Tabel 4.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.394	1.708		3.158	.002
	Strategi Komunikasi	.256	.079	.260	3.259	.002
	Kualitas Pelayanan	.648	.076	.678	8.500	.000
a. Dependent Variable : Kepuasan Pengguna						

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Hasil tersebut jika ditulis dalam bentuk persamaan regresi dengan *standardized coefficient* adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 5.394 + 0.256X_1 + 0.648X_2 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa :

1. Nilai konstanta sebesar 5,394 mengindikasikan bahwa jika variabel independen (strategi komunikasi dan kualitas pelayanan) adalah nol, maka nilai kepuasan pengguna (Y) adalah sebesar 5,394 atau 1.269%.
2. Koefisien regresi variabel strategi komunikasi (X1) diperoleh sebesar 0,256 dengan tanda koefisien positif. Hal ini berarti bahwa jika variabel strategi komunikasi ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 0,256 atau 25,6%. Begitu pula sebaliknya jika variabel strategi komunikasi diturunkan sebesar 1 satuan, maka kepuasan pengguna akan menurun sebesar 0,256 atau 25,6%.
3. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X2) diperoleh sebesar 0,648 dengan tanda koefisien positif. Hal ini berarti bahwa jika variabel kualitas pelayanan ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 0,648 atau 64,8%. Begitu pula sebaliknya jika variabel kualitas pelayanan diturunkan sebesar 1 satuan, maka kepuasan pengguna akan menurun sebesar 0,648 atau 64,8%.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji T

Uji hipotesis menggunakan uji t untuk melihat apakah suatu variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen dengan ketentuan taraf signifikannya $< \alpha = 0,05$, bilamana $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka variabel tersebut

berpengaruh terhadap variabel dependen dan bilamana t hitung $< t$ tabel maka variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.8 Uji T Variabel Strategi Komunikasi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.394	1.708		3.158	.002
	Strategi Komunikasi	.256	.079	.260	3.259	.002
a. Dependent Variable : Kepuasan Pengguna						

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Hasil dari perhitungan yang didapat nilai t hitung adalah 3,259 dan nilai t tabel adalah 1,984 dan nilai signifikansi $0,002 < 0,005$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara strategi komunikasi dengan kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 di Kota Semarang. Bahwasanya hipotesis 1 (H1) diterima, yang mengatakan “terdapat pengaruh strategi komunikasi terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang”.

Tabel 4.9 Uji T Variabel Kualitas Pelayanan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.394	1.708		3.158	.002
	Kualitas Pelayanan	.648	.076	.678	8.500	.000
a. Dependent Variable : Kepuasan Pengguna						

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Hasil dari perhitungan yang didapat nilai t hitung adalah 8,500 dan nilai t tabel adalah 1,984 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 di Kota Semarang. Bahwasanya hipotesis 2 (H2) diterima, yang mengatakan “terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang”.

4.5.2 Uji F

Uji hipotesis menggunakan uji f untuk melihat apakah seluruh variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen dengan ketentuan taraf signifikannya $< \alpha = 0,05$, bilamana f hitung $> f$ tabel maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen dan bilamana f hitung $< f$ tabel maka variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 10 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2239.732	2	1119.866	231.290	.000
	Residual	469.658	97	4.842		
	Total	2709.390	99			

a. Dependent Variable : Kepuasan Pengguna

b. Predictors (Constant), Kualitas Pelayanan, Strategi Komunikasi

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Hasil dari tabel tersebut, menunjukkan bahwasanya dari uji strategi komunikasi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y) menghasilkan f hitung $> f$ tabel yaitu 231,290 lebih besar dari 3,09 yang berarti

model regresinya diterima. Dan $\text{Sig} < \alpha$ adalah 0,000 lebih rendah dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan, bahwa terdapat pengaruh antara strategi komunikasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 di Kota Semarang. Bahwasanya hipotesis 3 (H3) diterima, yang mengatakan “terdapat pengaruh strategi komunikasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang”.

4.6 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model menjelaskan perubahan atau variasi pada variabel dependen. Berikut peneliti paparkan hasil dari koefisien determinasi.

Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.909 ^a	.827	.823	2.200
a. Predictors : (Constant), Kualitas Pelayanan, Strategi Komunikasi				

Sumber : diolah dari hasil penelitian, 2025

Hasil dari tabel tersebut, menunjukkan bahwa nilai *R Square* adalah sebesar 0,827. Hal ini berarti bahwa variabel strategi komunikasi dan kualitas pelayanan memiliki kontribusi atau peran sebesar 82,7% dalam menerangkan kepuasan pengguna (Y). Sedangkan faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang berpengaruh kepada kepuasan pengguna memiliki kontribusi atau peran sebesar $(100\% - 82,7\%) = 17,3\%$.

4.7 Pembahasan

4.7.1 Pengaruh Strategi Komunikasi terhadap Kepuasan Pengguna dalam Menggunakan Layanan *Call Center* 112 Kota Semarang

Sebagaimana hasil penelitiannya dengan menggunakan uji regresi linear diketahui bahwa nilai t hitung adalah 3,259 lebih tinggi dari t tabel 1,984 dan nilai sig. a adalah 0,002 lebih rendah dari 0,05 yang mengungkapkan bahwasanya terdapat pengaruh signifikan antara strategi komunikasi dengan kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 di Kota Semarang.

Berdasarkan hasil persamaan regresi, diketahui juga bahwa strategi komunikasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan *Call Center* 112 Kota Semarang yang ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,256. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan strategi komunikasi sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan pengguna sebesar 25,6%, sedangkan penurunan strategi komunikasi sebesar satu satuan akan menurunkan kepuasan pengguna sebesar 25,6%.

Strategi komunikasi adalah proses perencanaan dan pengelolaan komunikasi sebagai langkah yang terencana untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Tujuannya adalah agar proses komunikasi dapat berjalan dengan lancar dan dapat menghasilkan efek serta respons yang diinginkan. Dapat diidentifikasi bahwa *Call Center* 112 Kota Semarang telah melakukan perencanaan dan pengelolaan komunikasi secara sistematis, seperti dapat dilihat dari petugas memperkenalkan diri dan menyampaikan informasi secara jelas, menggunakan intonasi yang mudah dipahami, dan kemudahan akses media menggunakan telepon. Serta perasaan aman

dan nyaman yang dirasakan oleh pengguna, sehingga dapat menghasilkan efek penyebaran informasi yang lebih luas dan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya layanan *Call Center* 112 Kota Semarang.

Temuan penelitian berdasarkan teori Kepuasan (*Expectancy Disconfirmation Theory*) menunjukkan bahwa kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang secara signifikan dipengaruhi oleh perbandingan antara harapan awal pengguna dan kenyataan yang dialami setelah menggunakan layanan. Pengguna umumnya memiliki harapan bahwa akan mendapatkan respon yang cepat dan solutif pada saat menghubungi layanan. Dalam hal ini, petugas *Call Center* 112 Kota Semarang telah memberikan arahan yang mudah diikuti dengan menggunakan nada yang menenangkan sehingga pengguna tidak mengalami kesulitan dalam menghubungi layanan. Dengan demikian, yang secara keseluruhan akan membentuk harapan positif di pikiran pengguna yang akan mendorong rasa puas terhadap layanan *Call Center* 112 Kota Semarang.

4.7.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna dalam Menggunakan Layanan *Call Center* 112 Kota Semarang

Sebagaimana hasil penelitiannya dengan menggunakan uji regresi linear diketahui bahwa nilai t hitung adalah 8,5 lebih tinggi dari t tabel 1,984 dan nilai $sig.$ adalah 0,000 lebih rendah dari 0,05 yang mengungkapkan bahwasanya terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 di Kota Semarang.

Berdasarkan hasil persamaan regresi, diketahui juga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan

layanan *Call Center* 112 Kota Semarang yang ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,648. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan pengguna sebesar 64,8%, sedangkan penurunan kualitas pelayanan sebesar satu satuan akan menurunkan kepuasan pengguna sebesar 64,8%.

Kualitas layanan adalah perbedaan antara sesuatu yang diterima oleh pengguna dan sesuatu yang mereka harapkan. Jika pelayanan melebihi harapan, maka pelayanan tersebut dapat dianggap baik. Namun, jika pelayanan tidak memenuhi harapan, layanan tersebut akan dianggap tidak memadai atau kurang baik. Dapat diidentifikasi bahwa *Call Center* 112 Kota Semarang telah membentuk pengalaman pengguna selama berinteraksi dengan petugas layanan, seperti dapat dilihat bahwa pengguna merasa puas terhadap solusi yang ditawarkan oleh petugas, cepatnya tanggapan terhadap panggilan darurat, jaminan atas kerahasiaan data, menunjukkan sikap penuh perhatian dan mendengarkan, serta kejelasan suara yang jelas. Sehingga hal ini menghasilkan kepuasan pengguna terhadap layanan yang diterima.

Temuan penelitian berdasarkan teori Kepuasan (*Expectancy Disconfirmation Theory*) menunjukkan pengguna memiliki harapan yang tinggi karena sifat layanan ini bersifat darurat. Hal ini terlihat dari kemampuan layanan yang akurat, kecepatan petugas dalam merespons, serta penyampaian informasi dengan penuh empati. Dengan demikian, jika pengguna menemukan bahwa layanan *Call Center* 112 Kota Semarang lebih cepat dan responsif dari yang mereka harapkan maka akan berdampak pada meningkatnya kepuasan pengguna terhadap layanan *Call Center* 112 Kota Semarang.

4.7.3 Pengaruh Strategi Komunikasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna dalam Menggunakan Layanan *Call Center* 112 Kota Semarang

Sebagaimana hasil penelitiannya dengan menggunakan uji regresi linear diketahui bahwa nilai f hitung adalah 231,290 lebih tinggi dari f tabel 3,09 dan nilai sig. a adalah 0,000 lebih rendah dari 0,05 yang mengungkapkan bahwasanya terdapat pengaruh signifikan antara strategi komunikasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 di Kota Semarang.

Melalui nilai koefisien determinasi analisis regresi linier berganda, berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai sebesar 0,827. Strategi komunikasi dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 82,7% terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang. Sedangkan sisanya 17,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Temuan penelitian berdasarkan teori Kepuasan (*Expectancy Disconfirmation Theory*) menunjukkan bahwa strategi komunikasi dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap terbentuknya kepuasan pengguna. Strategi komunikasi yang mencakup kejelasan identitas komunikator, penyampaian pesan yang mudah dipahami, kemudahan akses media, kemampuan penerima yang baik, serta ketenangan emosional yang dirasakan setelah berinteraksi. Di sisi lain, kualitas pelayanan ditujukan melalui kemampuan layanan yang akurat, kecepatan petugas dalam merespons, menjaga kerahasiaan data, empati yang diberikan, serta sarana dan prasarana yang memadai. Ketika harapan pengguna terpenuhi seperti apa yang mereka harapkan, maka harapan positif terjadi dan akan berdampak pada meningkatnya kepuasan terhadap layanan.

Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna bukan hanya dipengaruhi oleh salah satu bagian saja, tetapi dipengaruhi oleh kombinasi antara strategi komunikasi melalui cara menyampaikan pesan yang mudah dipahami dan kualitas pelayanan yang diberikan secara tepat.

4.7.4 Analisis Teori Kepuasan (*Expectancy Disconfirmation Theory*)

Teori Kepuasan (*Expectancy Disconfirmation Theory*) adalah sebuah teori yang dikembangkan oleh Richard L. Oliver pada tahun 1980. Teori ini, yang sering disingkat menjadi EDT, digunakan untuk menjelaskan mengapa seseorang mungkin merasa puas atau tidak puas. Menurut teori ini, perasaan puas atau tidak puas muncul ketika seseorang membeli suatu produk atau menggunakan layanan dan membandingkan harapan awalnya dengan kinerja nyata produk atau layanan tersebut.

Dalam penelitian ini, Teori Kepuasan (*Expectancy Disconfirmation Theory*) digunakan untuk menjelaskan bagaimana masyarakat Kota Semarang mengevaluasi layanan *Call Center* 112 yang mempengaruhi kepuasan mereka terhadap strategi komunikasi dan kualitas pelayanan yang diberikan berdasarkan pengalaman nyata dibandingkan dengan harapan awal yang telah dibentuk sebelumnya..

Sebagai teori yang menekankan perbandingan antara harapan dan kenyataan, Teori Kepuasan (*Expectancy Disconfirmation Theory*) memiliki empat elemen utama, yaitu harapan, kinerja yang dirasakan, diskonfirmasi, dan kepuasan. Keempat elemen ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengalaman pengguna terhadap layanan *Call Center* 112 mempengaruhi tingkat kepuasan mereka.

Elemen pertama adalah Harapan, didefinisikan sebagai perkiraan atau dugaan pengguna tentang bagaimana suatu layanan akan bekerja. Harapan ini dibentuk dari beragam sumber, berdasarkan pengalaman pribadi sebelumnya beserta informasi yang diperoleh dari media massa mengenai layanan darurat. Sebagian besar masyarakat Kota Semarang memiliki harapan akan mendapatkan respon yang cepat, informasi yang jelas dan solusi atau situasi darurat yang dihadapi.

Elemen kedua adalah Kinerja yang dirasakan, berkaitan dengan pengalaman pengguna terhadap suatu produk atau layanan, yang bisa sesuai atau tidak sesuai dengan harapan. Dalam hal ini, kinerja yang dirasakan pengguna layanan terlihat positif. Seperti dapat dilihat dari kecepatan menjawab panggilan, kejelasan suara, kemampuan memberi solusi yang tepat, serta kemampuan memberikan arahan yang jelas dan mudah diikuti.

Elemen ketiga adalah Diskonfirmasi, perbedaan antara harapan awal pengguna dan kinerja aktual yang diamati. Dalam hal ini, kinerja yang dirasakan terbukti lebih dari harapan awal pengguna. Seperti respon cepat dan penyampaian informasi yang jelas membuat pengguna merasa ditangani dengan sigap atau tepat.

Elemen keempat adalah Kepuasan, Pelanggan akan merasa puas jika layanan sesuai atau melebihi harapan (diskonfirmasi positif), dan merasa tidak puas jika hasilnya di bawah harapan (diskonfirmasi negatif). Jika hasilnya sama dengan harapan, maka terjadi konfirmasi. Perbandingan antara harapan awal dan pengalaman atau kinerja yang dirasakan menimbulkan diskonfirmasi positif, pengguna merasa puas terhadap layanan *Call Center* 112 Kota Semarang. Hal ini

terbukti dari kenyamanan yang dirasakan selama proses komunikasi dan juga dapat diketahui dari hasil uji regresi linear yang menunjukkan bahwa strategi komunikasi dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengguna.

Gabungan antara strategi komunikasi dan kualitas pelayanan menjadi dua hal yang saling melengkapi dalam membentuk kepuasan pengguna. Strategi komunikasi membentuk harapan dan persepsi awal pengguna melalui interaksi, sementara kualitas pelayanan memperkuat pengalaman nyata saat memanfaatkan layanan. Kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang terbentuk bukan hanya dari kualitas pelayanan yang baik, melainkan juga dari bagaimana layanan tersebut dapat melebihi harapan pengguna sebelumnya. Jika kedua hal ini berjalan sesuai dengan harapan, maka akan menciptakan rasa puas yang kuat.

Jika dikaitkan dengan variabel strategi komunikasi, kualitas pelayanan, dan kepuasan pengguna. Teori Kepuasan (*Expectancy Disconfirmation Theory*) menjelaskan bahwa semakin tinggi kesesuaian antara harapan pengguna dan kenyataan pelayanan yang diterima, maka semakin besar kemungkinan pengguna merasa puas terhadap layanan *Call Center* 112 Kota Semarang. Jadi dapat disimpulkan bahwa Teori Kepuasan (*Expectancy Disconfirmation Theory*) relevan digunakan dalam penelitian ini karena mampu menjelaskan bagaimana perbandingan antara harapan awal dan pengalaman nyata pengguna terhadap strategi komunikasi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan mereka.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh penulis, menunjukkan bahwa penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Strategi komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 di Kota Semarang. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung 3,259 lebih tinggi dari t tabel 1,984 dan nilai signifikansinya 0,002 lebih rendah dari 0,05.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 di Kota Semarang. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung 8,5 lebih tinggi dari t tabel 1,984 dan nilai signifikansinya 0,000 lebih rendah dari 0,05.
3. Strategi komunikasi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 di Kota Semarang. Hal ini dibuktikan dari nilai f hitung 231,290 lebih tinggi dari f tabel 3,09 dan nilai signifikansinya 0,000 lebih rendah dari 0,05.
4. Hasil koefisien determinasi (R^2) pada penelitian diperoleh nilai R Square adalah 0,827 atau 82,7%, Hasil koefisien determinasi (R^2) pada penelitian diperoleh nilai R Square adalah 0,827 atau 82,7%, sehingga ditarik kesimpulan bahwa variabel strategi komunikasi dan kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 0,827 atau 82,7% pada variabel kepuasan

pengguna dan menunjukkan bahwa kedua variabel independen secara bersama-sama memiliki kontribusi dalam menjelaskan variasi kepuasan pengguna.

5. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Teori Kepuasan (*Expectancy Disconfirmation Theory*) terbukti relevan dalam penelitian ini karena mampu menjelaskan bahwa semakin tinggi kesesuaian antara harapan pengguna dengan kenyataan pelayanan yang diterima, maka semakin besar tingkat kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan *Call Center* 112 di Kota Semarang, yang dipengaruhi oleh strategi komunikasi dan kualitas pelayanan yang diberikan.

5.2 Saran

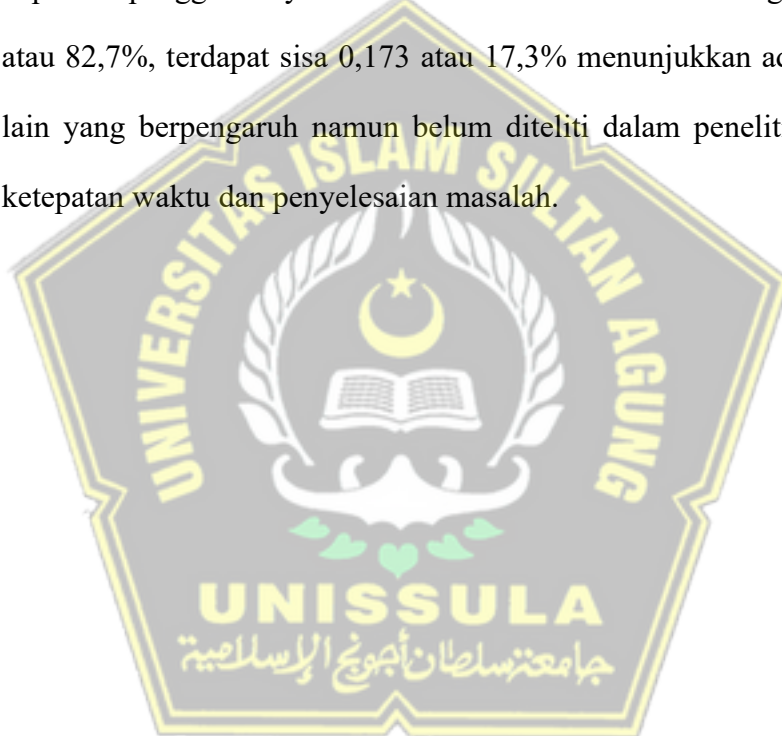
Berdasarkan kesimpulan tersebut, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini bisa dijadikan dasar acuan penelitian selanjutnya untuk menganalisis variabel lain yang berpotensi mempengaruhi kepuasan pengguna, mengingat masih terdapat 17,3% variabel lain yang belum dibahas atau diteliti dalam penelitian ini.
2. Layanan *Call Center* 112 Kota Semarang diharapkan terus meningkatkan strategi komunikasi yang jelas dan empatik serta kualitas pelayanan yang cepat dan solutif. Selain itu, diharapkan juga untuk mengoptimalkan sosialisasi mengenai keberadaan dan manfaat layanan *Call Center* 112 Kota Semarang.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Responden dalam penelitian ini hanya difokuskan pada pengguna yang berada di Kota Semarang yang menggunakan layanan *Call Center* 112 dengan jumlah sampelnya hanya 100 orang.
2. Terdapat pengaruh strategi komunikasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan *Call Center* 112 Kota Semarang sebesar 0,827 atau 82,7%, terdapat sisa 0,173 atau 17,3% menunjukkan adanya variabel lain yang berpengaruh namun belum diteliti dalam penelitian ini seperti ketepatan waktu dan penyelesaian masalah.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, & Ardiawan, K. ngurah. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (N. Saputra (ed.)). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Adawiyah, D. P. R., & Arif, M. C. (2022). Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Sampang dalam Merukunkan Penganut Sunni-Syiah. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 131–144. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v15i2.11477>
- adiputra. (2022). Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah, Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Guru Dan Staf Tata usaha (Studi Kasus pada MTsN 10 Tanah Datar Kecamatan Sungayang). *Skripsi STIE Inonesia Jakarta*, 2018, 1–23.
- Alifa, Islah, Normansyah, I. (2020). Pengaruh Sharia Compliance, Good Corporate Governance Dan Kompetensi Amil Zakat Terhadap Pengelolaan Dana Zakat (Studi Kasus Pada Baznas (BAZIS) DKI Jakarta). *Metode Penelitian*, 32–41. <http://repository.stei.ac.id/2118/>
- Andi Riyanto. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Kepuasan Pelanggan*, 19.
- Arief, Y. S., & Alfarizy, M. Y. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Islamic Economics and Philanthropy*, 2(03), 403. <https://doi.org/10.21111/jiep.v2i03.3779>
- Aryanti, R. N. (2020). *Pengaruh Intensitas Waktu dan Isi Pesan Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan Serta Penggunaan media informasi internal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Kognitif Dan Kebutuhan Afektif Karyawan PT. Dirgantara Indonesia (Persero)*. 26–28.
- Citradewi, R. A., & Rotzami, R. (2024). Kualitas Pelayanan Aduan Darurat Melalui Call Center 112. *Jurnal Teknologi Dan Komunikasi Pemerintahan*, 6(1), 50–75. <https://doi.org/10.33701/jtkp.v6i1.4458>
- Dr. H. Ijang Faisal, M. S. (2016). *Komunikasi Strategis dan Strategi Komunikasi Organisasi*. 1–23.
- Fahira Muhammad, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care Pada Klinik Kecantikan Ms Glow Bekasi. *Metode Penelitian*, 32–41. <http://repository.stei.ac.id/5410/>
- Gumilang, A. (2017). Pelayanan Kualitas Produk Dan Jasa. *Unikom*, 15(2), 1–23. <https://elibrary.unikom.ac.id/>

- Heri Retnawati. (2015). Teknik Pengambilan Sampel. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Irwan, I. (2018). the Positivistic Paradigm Relevant in Research Rural Sociology. *Jurnal Ilmu Sosial*, 17(1), 21. <https://doi.org/10.14710/jis.17.1.2018.21-38>
- Istianah, E., & Yustanti, W. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Jenius dengan Menggunakan Metode EUCS (End-User Computing Satisfaction) berdasarkan Perspektif Pengguna. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 3(4), 36–44. <https://doi.org/10.26740/jeisbi.v3i4.47882>
- M Mariani. (2022). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Marbun, R. K. (2021). *PENGARUH PENGGUNAAN CELEBRITY ENDORSER DALAM SOSIAL MEDIA INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE OPPO (Studi Kasus Pada Followers Selebgram Chelsea Islan)*. 44–59.
- Mariansyah, A. . & S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134–146. www.investor.iddi
- Munthe, N. S. (2019). *TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA OPAC DENGAN METODE END USER COMPUTING STATISPACTION (EUCS) DI PERPUSTAKAAN SEKOLAH TINGGI KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN BINA BANGSA GETSEMPENA BANDA ACEH*. 8(5), 55.
- Pattisahusiwa, S. (2018). Modul Processing Data Penelitian Kuantitatif Menggunakan Eviews. In *Processing Data Penelitian Kuantitatif Menggunakan EIEWS*.
- Purba. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Jasa Gojek. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area*, 6–25. http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/1371/5/138320127_file5.pdf
- Putra, I. P. (2021). *Analisis Kepuasan Pengguna Software Online Public Access (OPAC) dengan Metode EUCS di Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah Banyuasin*. 19(5), 1–23. <http://repository.radenfatah.ac.id/id/eprint/19436>
- Putri Sekti Ari, D., & Hanum, L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Website Djip Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Modifikasi E Govqual. *Profit*, 15(01), 104–111. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2021.015.01.11>
- Reza, V. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI RADIO AL-FATIH DALAM*

MENARIK MINAT PENDENGAR (STUDI PADA RADIO 107.3 FM). 6.

- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin*. 17(33), 81–95.
- Rimbani, R. M. (2017). *Bab Iii Metodologi Penelitian [Pdf]*. 20–32. [http://repository.unpas.ac.id/32645/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/32645/5/BAB%20III.pdf)
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan. *FOKUS : Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, 16(1), 312–318. <https://doi.org/10.51826/fokus.v16i1.136>
- Sabariah, H., Ramadhani, I. S., Pramita, S., & Hanim, M. (2021). Peranan Guru Fiqih Terhadap Pembinaan Sholat Berjama'ah Siswa Kelas IX MTs Jam'iyah Mahmudiyah Desa Batu Melenggang. *Tarbiatuna: Journal of Islamic Education Studies*, 1(2), 209–220. <https://doi.org/10.47467/tarbiatuna.v1i2.608>
- Sahrin, A. (2022). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Danau Laut Tawar Kota Takengon. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 6(1), 21. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v6i1.12244>
- Sanaky, M. M. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KETERLAMBATAN PADA PROYEK PEMBANGUNAN GEDUNG ASRAMA MAN 1 TULEHU MALUKU TENGAH. *JURNAL SIMETRIK*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Santoso, D. F., & Juwita, R. (2025). Pengaruh DER, PBV, dan EPS Terhadap Harga Saham pada Sektor Properti. *MDP Student Conference*, 4(2), 863–868. <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v4i1.11164>
- Sehangunaung, G. A., Mandey, S. L., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Lazada Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 1–11. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Sugiarsih Duki Saputri, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46–53. <https://doi.org/10.35814/coverage.v10i1.1232>
- Sulistiyani, K., & Febrian Murti Dewanto. (2023). *APLIKASI INFORMASI MANAJEMEN KEPEGAWAIAN BERBASIS WEB DI DISKOMINFO KOTA SEMARANG*. 2023, 990–996.

- Vardhani, N. K., Siwi, A., & Tyas, P. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI DALAM INTERAKSI DENGAN MAHASISWA. *Jurnal Gama Societa*, 2(Strategi komunikasi), 9–16. <https://journal.ugm.ac.id/jgs/article/view/40424/23561>
- Yasmin, A. F., & Priyanata, A. B. (2024). Komunikasi Model Lasswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan Kelas 3 Sd. *Jurnal Pena Karakter*, 6(2), 60–66. <https://doi.org/10.62426/zg47qh20>
- Zamzami, & Sahana, W. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Journal Educational Research and Social Studies*, Volume 2 N, 27.

Website

- BPS. (2024). *Sensus Penduduk dan Proyeksi Penduduk*. Badan Pusat Statistik Kota Semarang. Diakses pada 12 Juli 2025 dari <https://semarangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzgjMg==/jumlah-penduduk-menurut-jenis-kelamin.html>
- Yoanes Litha. (2025). *BNPB: 489 Orang Tewas dalam 2.107 Bencana Sepanjang 2024*. VOA Indonesia. Diakses pada 12 Juli 2025 dari <https://www.voaindonesia.com/a/bnpb-489-orang-tewas-dalam-2-107-bencana-sepanjang-2024/7933140.html>
- Rengganis, M. T. (2024). *Korlantas Rilis Data Kecelakaan Lalu Lintas 2024: Naik Nyaris 8 Kali Lipat, Korban Jiwa 27 Ribu*. Tempo.Co. diakses pada 12 Juli 2025. <https://www.tempo.co/hukum/korlantas-rilis-data-kecelakaan-lalu-lintas-2024-naik-nyaris-8-kali-lipat-korban-jiwa-27-ribu-1181721>