

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Masalah

Nomor darurat merupakan layanan yang memfasilitasi masyarakat untuk mendapatkan penanganan kondisi kegawatdarurat secara cepat dan tepat oleh profesional terkait. Nomor 112 hadir dari Kajian Teknis berupa Desain dan Topologi Jaringan serta *Probit Audit* oleh BPKP pada tahun 2015 yang menghasilkan bahwa diperlukannya nomor darurat khusus yang mudah untuk diingat. Sehingga nomor 112 hadir sebagai nomor terpadu yang memungkinkan panggilan kedaruratan dengan satu nomor.

Kemudahan akses nomor 112 serta layanan yang dapat digunakan tanpa biaya atau gratis menimbulkan permasalahan yakni banyaknya panggilan palsu (*ghost*) dan *prank* disamping panggilan kedaruratan yang semestinya. Laporan Layanan Panggilan Darurat Kabupaten Purworejo tahun 2024 menunjukkan sebanyak 16 informasi, 2 normal, 679 panggilan *ghost*, dan 613 *prank* yang tercatat ke dalam sistem. Terdapat kenaikan jumlah panggilan *ghost* dan *prank* yang masuk di tahun 2024 dari tahun sebelumnya, dimana pada tahun 2023 panggilan *ghost* sebanyak 575 dan *prank* sebanyak 606 panggilan sedangkan informasi 232 panggilan dan 15 panggilan normal. Data tersebut memberikan peluang akan adanya kemungkinan panggilan mendesak yang terhalang jika panggilan palsu semakin banyak terjadi.

4.2 Pelaksanaan

Pelaksanaan program sosialisasi dibagi ke dalam tiga tahap yaitu tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

4.2.1 Pra Produksi

1. Penentuan Ide dan Konsep

Pada tahapan ini dilakukan proses pengumpulan data melalui wawancara dengan pihak Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Purworejo sebagai naungan pelaksana Layanan

Panggilan Darurat 112 di wilayah Kabupaten Purworejo. Didapatkan data laporan Layanan Panggilan Darurat Kabupaten Purworejo pada tahun 2023 menunjukkan jumlah insiden sebanyak 15 panggilan, informasi sejumlah 232 panggilan, panggilan *prank* sebanyak 606, dan panggilan *ghost* sebanyak 575 panggilan. Selain itu, laporan panggilan masuk ke Layanan Panggilan Darurat 112 Kabupaten Purworejo pada kuartal pertama tahun 2024 (Januari-Maret) menunjukkan data yakni 5 panggilan insiden, 78 panggilan informasi, 167 panggilan *prank*, dan 210 panggilan *ghost*.

Data yang diperoleh dijadikan sebagai acuan perancangan konsep program yang akan dilakukan. Banyaknya panggilan *prank* dan *ghost* yang mana merupakan aksi penyalahgunaan layanan mendorong diperlukannya sosialisasi untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap penggunaan layanan darurat. Ditentukan program yang dilaksanakan berupa kegiatan sosialisasi didukung dengan video iklan layanan masyarakat sebagai media untuk menjangkau lebih banyak khalayak.

2. Perencanaan

Hal pertama yang dilakukan penulis dalam tahap perencanaan adalah mengurus perizinan dengan Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Purworejo terkait pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan publikasi konten di Instagram resmi milik Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Purworejo. Hal ini dilakukan agar langkah selanjutnya dapat dengan pasti ditentukan. Selain itu dilakukan pembuatan *timeline*, *budgeting*, pembuatan konsep baik kegiatan sosialisasi maupun konsep video iklan layanan masyarakat.

3. Persiapan

Pada tahapan ini, penulis melakukan koordinasi dengan pihak-pihak yang akan terlibat dalam program sosialisasi meliputi:

- Pihak Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Purworejo berkaitan dengan persiapan pelaksanaan kegiatan sosialisasi termasuk daftar undangan, tempat pelaksanaan sosialisasi, tanggal pelaksanaan, materi sosialisasi, dan pemateri. Selain itu juga dilakukan komunikasi terkait kesesuaian ide konten, *review*, tanggal dan sistem unggah video iklan layanan masyarakat.
- Pihak-pihak yang akan terlibat dan membantu penulis dalam memproduksi konten iklan layanan masyarakat meliputi *briefing*, *talent*, diskusi lokasi pengambilan video, penentuan tanggal pengambilan video, dan penyediaan peralatan yang dibutuhkan dalam proses pengambilan video.

4.2.2 Produksi

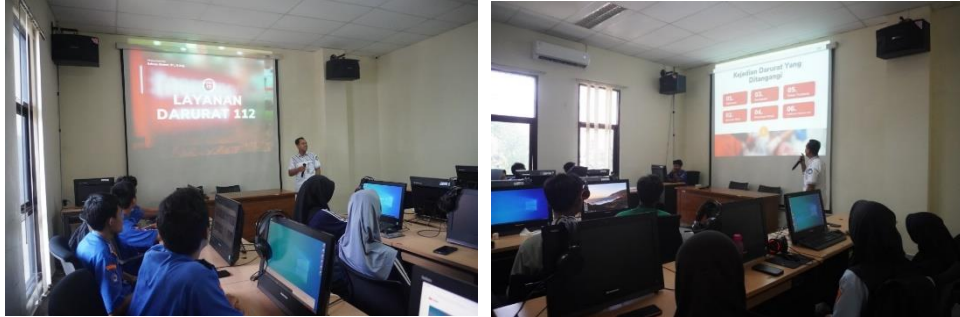
Tahap produksi merupakan langkah realisasi dari perencanaan-perencanaan yang telah dilakukan sebelumnya. Dalam pelaksanaannya dijabarkan kedalam dua kegiatan meliputi:

1. Kegiatan Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan pada hari Rabu, 6 November 2024 di Laboratorium Komputer Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Purworejo dengan pemateri Bagus Panji Syahputra, A.Md., selaku perwakilan Bidang Pengembangan dan Pengelolaan Layanan Kota Cerdas yang menaungi Layanan Panggilan Darurat 112. Kegiatan sosialisasi dihadiri 23 perwakilan siswa SMA/SMK Kabupaten Purworejo. Kegiatan dimulai pada pukul 10.00 WIB dengan durasi pemaparan materi 30 menit dan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab. Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan membangun suasana santai agar peserta yang merupakan siswa SMA/SMK dapat memahami materi yang disampaikan.

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan dengan menekankan pada pentingnya nomor 112 yang tidak boleh disalahgunakan kepada *audience* yang masuk ke dalam kategori usia remaja. Hal ini berkaitan pada hasil wawancara yang penulis dapatkan pada awal pengambilan data dimana operator Layanan Panggilan Darurat 112 menyatakan bahwa kebanyakan

panggilan *prank* dan *ghost* yang masuk merupakan hasil dari keisengan anak-anak dan remaja.



Gambar 4. 1 Kegiatan Sosialisasi

2. Produksi Iklan Layanan Masyarakat

Produksi iklan layanan masyarakat dilaksanakan selama empat hari dengan menghasilkan 10 konten video. Lokasi pengambilan *footage* video dilakukan di Semarang dan Kabupaten Purworejo. Hal ini dilakukan dengan menyesuaikan ketersediaan *talent* dan juga pengambilan stok *footage* bersama klien yang berada di Kabupaten Purworejo.



Gambar 4. 2 Briefing dan Dokumentasi Produksi

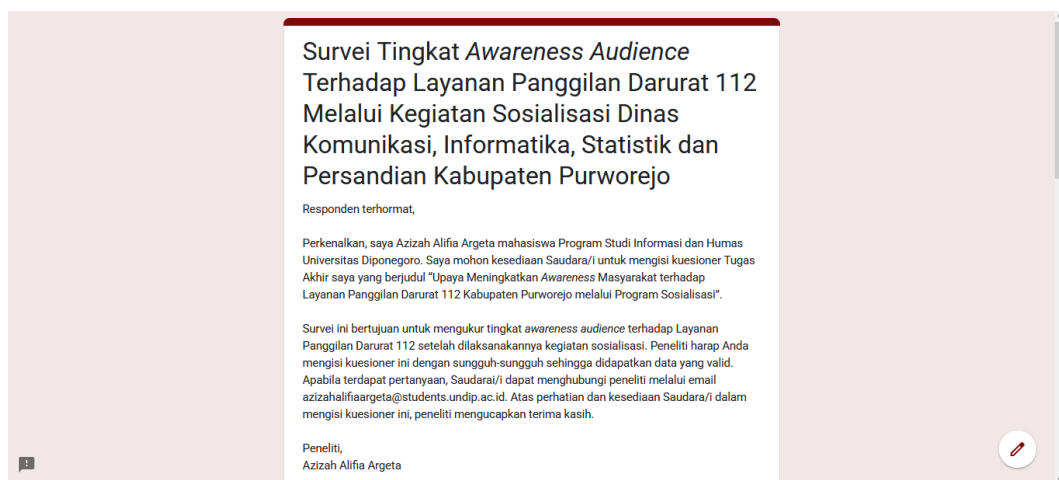
Proses pengambilan video diawali dengan *briefing talent* terkait masing-masing adegan yang akan dilakukan. Sebelum hari pengambilan

video dilakukan, penulis telah mengirim naskah kepada *talent* untuk dapat dipelajari terlebih dahulu untuk efektivitas pelaksanaan.

4.2.3 Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan tahap akhir dari keseluruhan tahapan pelaksanaan program sosialisasi yang penulis rencanakan. Di dalam tahap ini penulis melakukan evaluasi kegiatan sosialisasi melalui penyebaran post survei kepada peserta kegiatan sosialisasi dan juga dilaksanakannya proses editing terhadap konten video iklan layanan masyarakat yang akan diunggah di akun instagram milik Kominfo Kabupaten Purworejo.

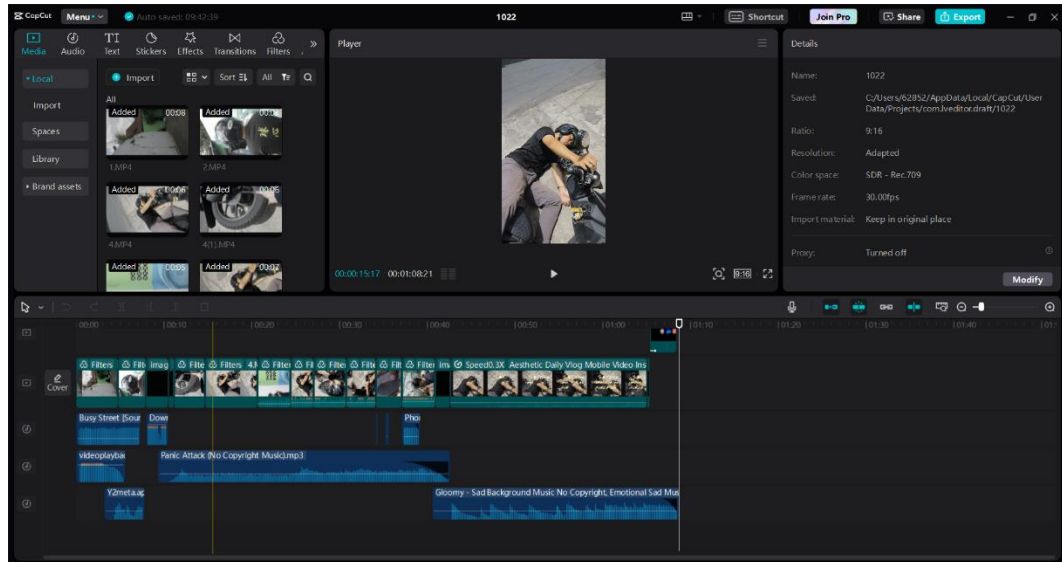
Post survei berupa kuesioner melalui google formulir dilakukan pasca kegiatan sosialisasi dilakukan. Hal ini berkaitan dengan evaluasi mengenai pemahaman *audience* terhadap materi yang disampaikan. Kuesioner dapat diakses melalui link berikut: <https://bit.ly/SurveiTingkatAwareness>

The image shows a screenshot of a Google Form titled "Survei Tingkat Awareness Audience Terhadap Layanan Panggilan Darurat 112 Melalui Kegiatan Sosialisasi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Purworejo". The form is addressed to "Responden terhormat," and is from the researcher, Azizah Alifia Argeta, a student at Universitas Diponegoro. It explains the purpose of the survey to measure audience awareness of the 112 emergency service and requests the respondent to fill out the questionnaire honestly. It also provides the researcher's email address (azizahalifiaargeta@students.undip.ac.id) for any questions. The form is displayed on a mobile device interface, with a red edit icon in the bottom right corner.

Gambar 4. 3 Post Survei Kegiatan Sosialisasi

Sebelum masuk ke dalam proses *editing*, penulis melakukan *filtering* terhadap hasil klip setelah hari pengambilan video selesai dilakukan. Hal ini dilakukan penulis untuk mengantisipasi adanya bagian *scene* yang terlewat dan memastikan semua bahan aman untuk masuk ke proses selanjutnya. Dalam proses *filtering* ini dipilih klip mana yang sesuai dengan kebutuhan konten berdasarkan *Standard Sequences Guide* yang telah dirancang. Proses *editing* secara garis besar dilakukan penggabungan klip, pemotongan klip, penambahan transisi, pemberian

backsound maupun *soundeffect* yang mendukung isi video, serta penambahan teks dan logo. Editing ini dilakukan dengan bantuan aplikasi Capcut.

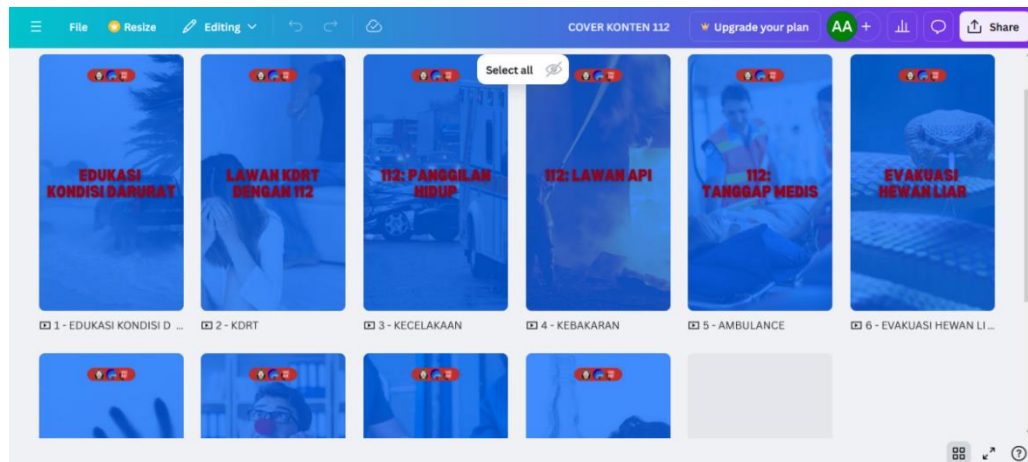


Gambar 4. 4 Editing video

Setelah proses *editing*, penulis juga mempersiapkan pembuatan *cover* untuk reels instagram beserta *caption* yang kemudian akan diserahkan ke pihak Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Purworejo untuk dilakukan review dan mendapat *feedback* sebelum dapat diupload. Penulis diberi kebebasan dari klien terkait *color palette* maupun pemilihan *font* yang digunakan untuk pembuatan *cover*. Pemilihan *color palette* kemudian menyesuaikan dengan feeds instagram @kominfo_purworejo dengan jenis font Bernoru SemiCondensed pada Canva.



Gambar 4. 5 Color pallette cover reels



Gambar 4. 6 Cover reels

Keseluruhan materi seperti konten video, *cover*, dan juga *caption* yang akan diunggah ke instagram @kominfo_purworejo dikirimkan ke pihak Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Purworejo untuk dilakukan review terhadap kelayakan unggah dan kemudian penulis mendapat *feedback* berupa beberapa revisi terkait konten video.



Gambar 4. 7 Feedback revisi video

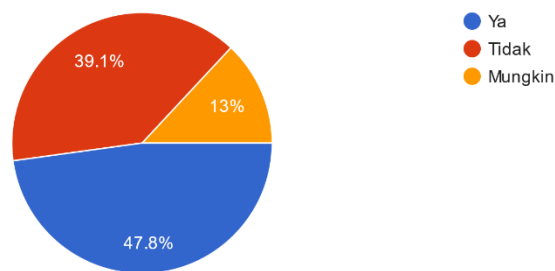
4.3 Pembahasan Hasil

Pelaksanaan program sosialisasi sebagai hasil karya tugas akhir ini bertujuan untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap Layanan Panggilan Darurat 112.

4.3.1 Analisis Post Survei Sosialisasi

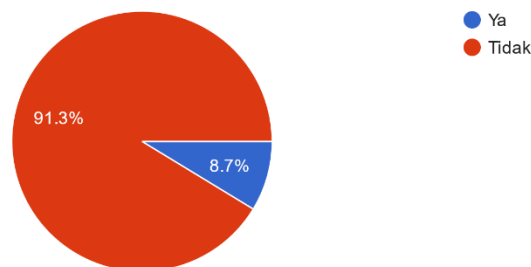
Post survei dilaksanakan pada hari Rabu, 6 November 2024 setelah kegiatan sosialisasi. Tujuannya yakni untuk mengetahui sejauh mana *awareness audience* pasca dilakukannya pemaparan materi. Hasil *post survei* yang dilakukan kepada 23 peserta sosialisasi didapatkan data sebagai berikut:

Apakah Anda sebelumnya telah mengetahui tentang Layanan Panggilan Darurat 112?
23 responses



Gambar 4. 8 Hasil post survei pengetahuan audience tentang Layanan Panggilan Darurat 112

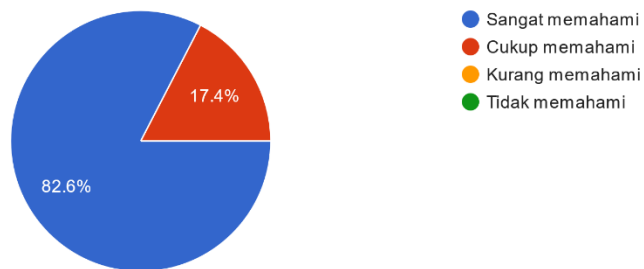
Apakah Anda pernah menggunakan Layanan Panggilan Darurat 112?
23 responses



Gambar 4. 9 Hasil post survei penggunaan Layanan Panggilan Darurat 112

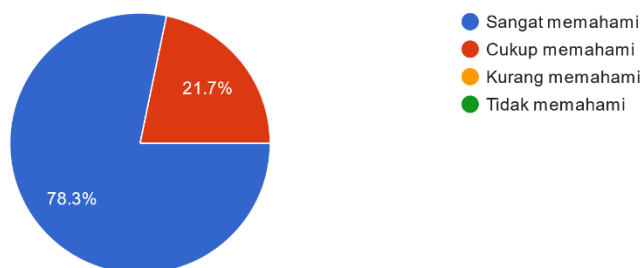
Dari 23 peserta sosialisasi, 47,8% partisipan menyatakan bahwa telah mengetahui adanya Layanan Panggilan Darurat 112, sedangkan 39,1% menyatakan tidak mengetahui, dan 13% lainnya ragu pernah mendengar adanya Layanan Panggilan Darurat 112. Diantara keseluruhan partisipan, sebanyak 8,7% menyatakan sudah pernah menggunakan Layanan Panggilan Darurat 112, sedangkan 91,3% sisanya tidak pernah menggunakan layanan tersebut.

Apakah Anda dapat memahami fungsi dari Layanan Panggilan Darurat 112?
23 responses



Gambar 4. 10 Hasil post survei pemahaman audience terkait fungsi dari Layanan Panggilan Darurat 112

Apakah Anda dapat memahami terkait kejadian apa saja yang dapat ditangani oleh Layanan Panggilan Darurat 112?
23 responses

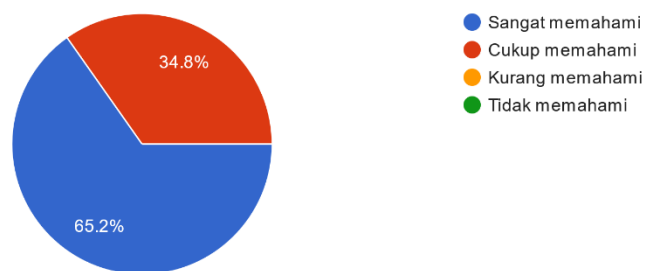


Gambar 4. 11 Hasil post survei pemahaman audience terkait kejadian apa saja yang dapat ditangani oleh Layanan Panggilan Darurat 112

Post surey dilakukan kepada 23 peserta kegiatan sosialisasi untuk mengukur pemahaman *audience* terhadap materi yang telah dipaparkan dalam sosialisasi mengenai Layanan Panggilan Darurat 112. Hasil menunjukkan 82,6% *audience* menyatakan sangat memahami dan 17,4 % menyatakan cukup memahami terkait

fungsi dari adanya Layanan Panggilan Darurat 112. Pemahaman *audience* terkait kejadian apa saja yang dapat ditangani oleh Layanan Panggilan Darurat 112 menunjukkan 78,3% *audience* sangat memahami dan 21,7% lainnya menyatakan cukup memahami. Dengan pemahaman tersebut diharapkan dapat menghilangkan rasa ragu masyarakat dalam menggunakan layanan yang tersedia jika mengalami kondisi darurat namun juga menimbulkan sikap bijak menggunakan.

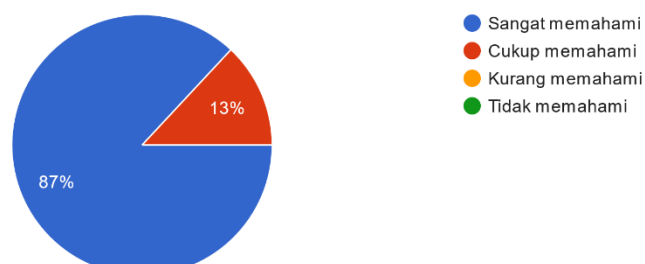
Apakah Anda dapat memahami terkait prosedur penanganan Layanan Panggilan Darurat 112?
23 responses



Gambar 4. 12 Hasil post survei pemahaman audience terkait prosedur penanganan Layanan Panggilan Darurat 112

Pemahaman *audience* terkait prosedur penanganan Layanan Panggilan Darurat 112 menunjukkan 65,2% *audience* menyatakan sangat memahami dan 34,8% lainnya cukup memahami. Pemahaman prosedur penanganan penting disampaikan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang bagaimana cara kerja layanan. Selain itu, pemaparan prosedur layanan ini berguna untuk memberi gambaran kepada masyarakat mengenai bagaimana alur pelaporan kejadian darurat yang tengah ditangani.

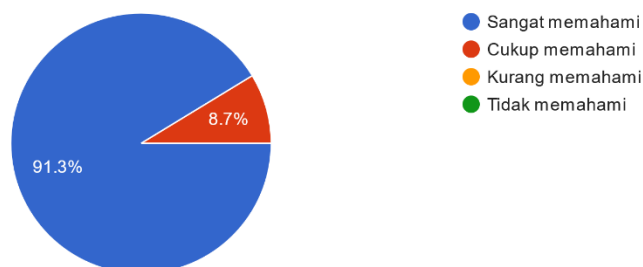
Apakah Anda dapat memahami terkait prosedur penggunaan Layanan Panggilan Darurat 112?
23 responses



Gambar 4. 13 Hasil post survei pemahaman audience terkait prosedur penggunaan Layanan Panggilan Darurat 112

Apakah Anda dapat memahami seberapa pentingnya Layanan Panggilan Darurat 112 dalam menangani kondisi darurat?

23 responses

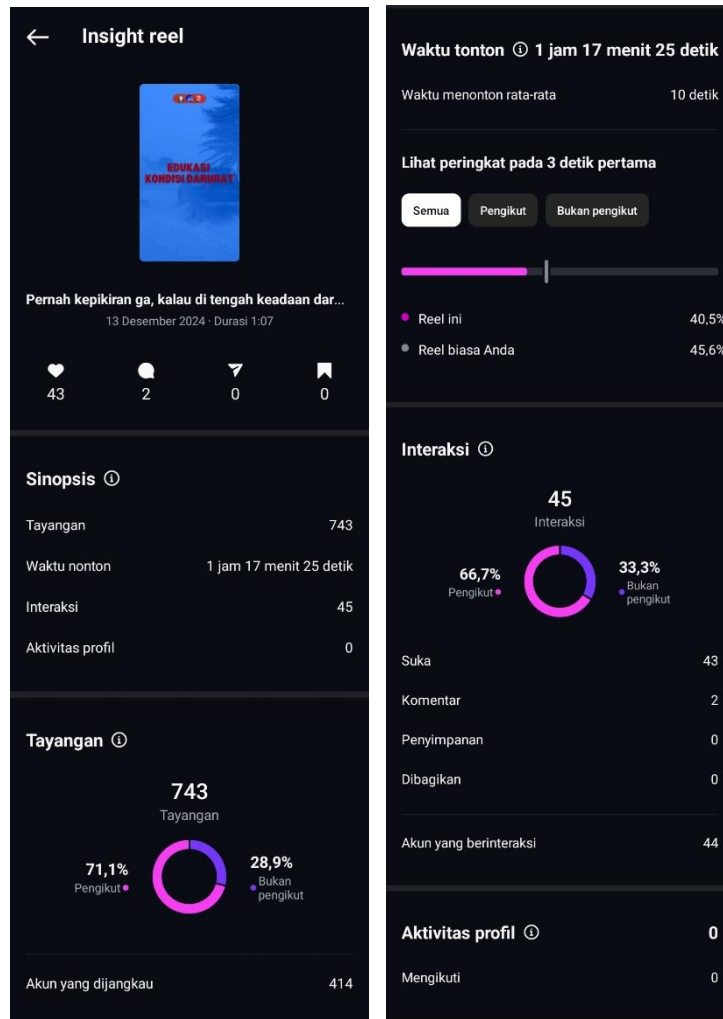


Gambar 4. 14 Hasil post survei pemahaman audience terkait seberapa pentingnya Layanan Panggilan Darurat 112 dalam menangani kondisi darurat

Pemahaman *audience* terkait prosedur penggunaan layanan berguna untuk meyakinkan kepada masyarakat bahwa Layanan Panggilan Darurat 112 mudah untuk digunakan. Hasil dari 23 peserta kegiatan sosialisasi sebanyak 87% sudah sangat memahami dan 13% sisanya menyatakan cukup memahami prosedur penggunaan layanan. Namun, kemudahan tersebut harapannya tidak menjadi pemicu masyarakat menyalahgunakan layanan tersebut. Oleh karenanya, penting untuk menyampaikan kepada masyarakat terkait pentingnya Layanan Panggilan Darurat 112. Dalam kegiatan sosialisasi yang telah dilakukan, sebanyak 91,3% *audience* menyatakan bahwa mereka sangat memahami dan 8,7% lainnya cukup memahami pentingnya Layanan Panggilan Darurat 112. Pemahaman ini ditujukan untuk mengurangi adanya panggilan *ghost* dan *prank* yang dapat mengganggu kerja layanan.

4.3.2 Analisis Hasil Unggahan

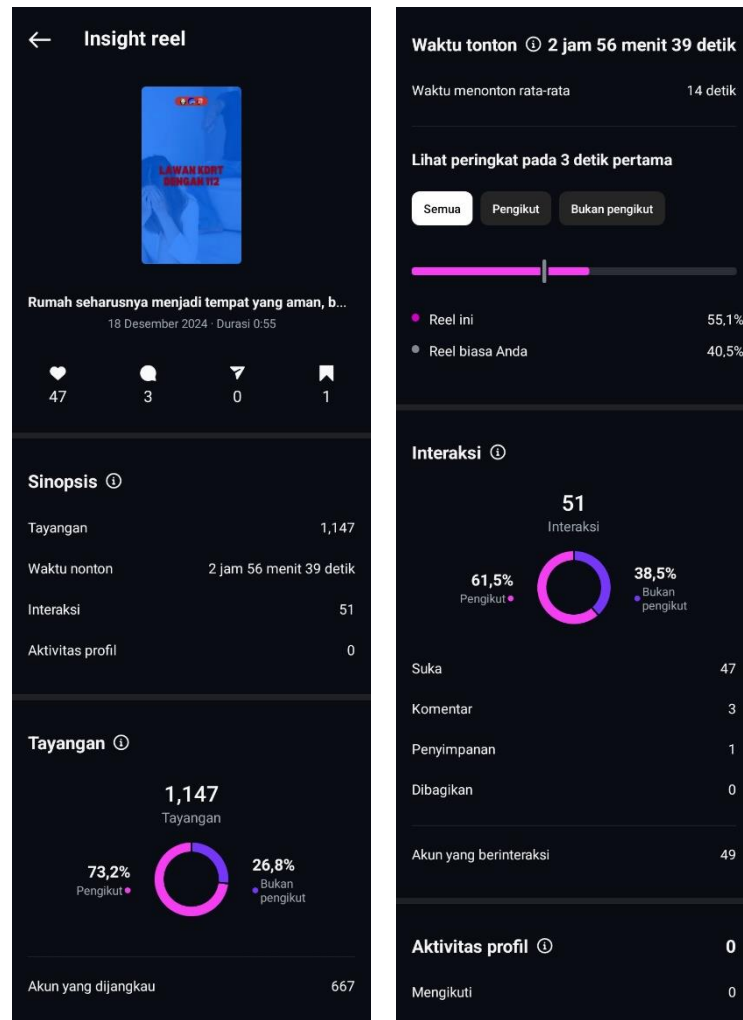
1. Video Edukasi Kondisi Darurat yang diunggah dalam periode 13 Desember 2024 – 30 Januari 2025.



Gambar 4. 15 Insight Video Edukasi Kondisi Darurat

Video Edukasi Kondisi Darurat mendapat 743 *views*, 43 *likes*, dan 2 komentar. Sebanyak 71,1% *views* didapat dari *followers* dan 28,9% berasal dari *non-followers*. Akun yang dijangkau dari unggahan ini sebanyak 414. Total interaksi sebanyak 45 dengan 66,7% berasal dari *followers* dan 33,3% dari *non-followers*. Dalam unggahan ini akun yang berinteraksi sebanyak 44 akun.

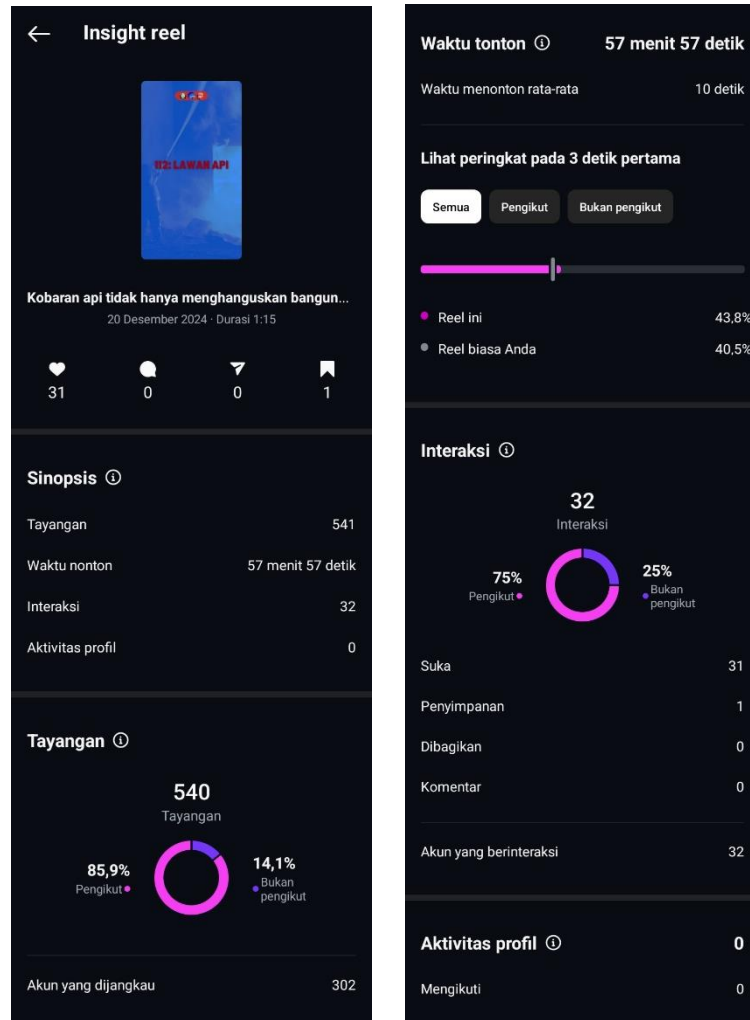
2. Video Lawan KDRT dengan 112 yang diunggah dalam periode 18 Desember 2024 - 30 Januari 2025.



Gambar 4. 16 Insight Video Lawan KDRT

Video Lawan KDRT mendapat 1.147 views, 47 likes, 3 komentar dan 1 saved. Sebanyak 73,2% views didapat dari *followers* dan 26,8% berasal dari *non-followers*. Akun yang dijangkau dari unggahan ini sebanyak 667. Total interaksi sebanyak 51 dengan 61,5% berasal dari *followers* dan 38,5% dari *non-followers*. Dalam unggahan ini akun yang berinteraksi sebanyak 49 akun.

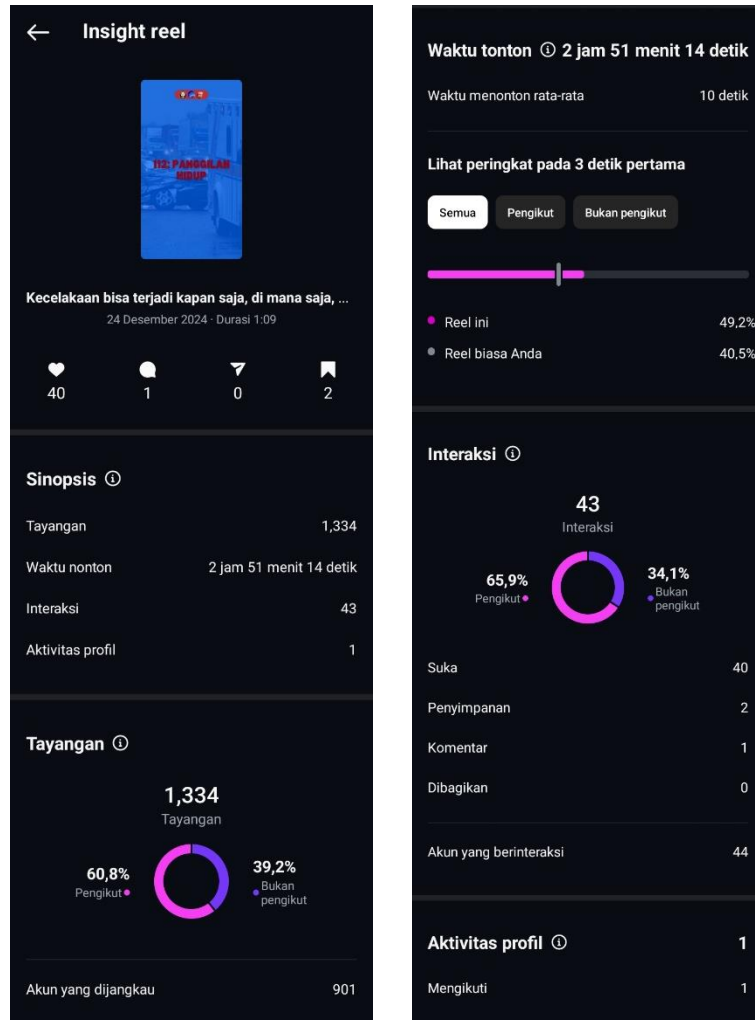
3. Video 112: Lawan Api yang diunggah dalam periode 20 Desember 2024 - 30 Januari 2025.



Gambar 4. 17 Insight Video 112: Lawan Api

Video 112: Lawan Api mendapat 541 *views*, 31 *likes*, dan 1 *saved*. Sebanyak 85,9% *views* didapat dari *followers* dan 14,1% berasal dari *non-followers*. Akun yang dijangkau dari unggahan ini sebanyak 302. Total interaksi sebanyak 32 dengan 75% berasal dari *followers* dan 25% dari *non-followers*. Dalam unggahan ini akun yang berinteraksi sebanyak 32 akun.

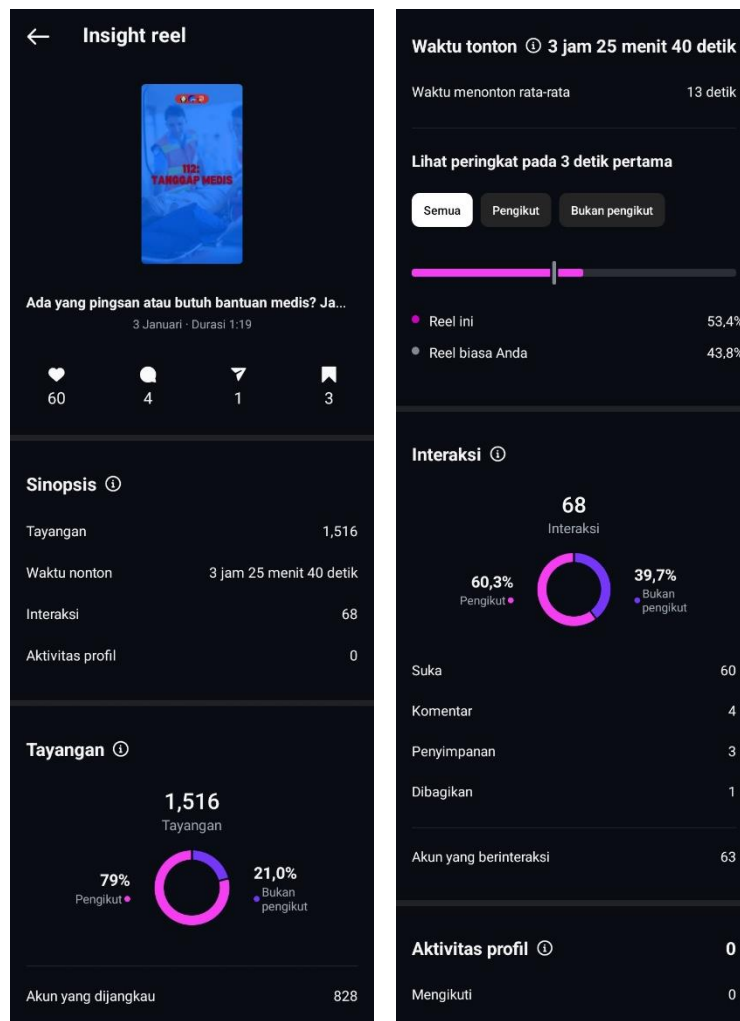
4. Video 112: Panggilan Hidup yang diunggah dalam periode 24 Desember 2024 - 30 Januari 2025.



Gambar 4. 18 Insight Video 112: Panggilan Hidup

Video 112: Panggilan Hidup mendapat 1.334 views, 40 likes, 1 komentar dan 2 saved. Sebanyak 60,8% views didapat dari *followers* dan 39,2% berasal dari *non-followers*. Akun yang dijangkau dari unggahan ini sebanyak 901. Total interaksi sebanyak 43 dengan 65,9% berasal dari *followers* dan 34,1% dari *non-followers*. Dalam unggahan ini akun yang berinteraksi sebanyak 44 akun dengan aktivitas profil 1 mengikuti.

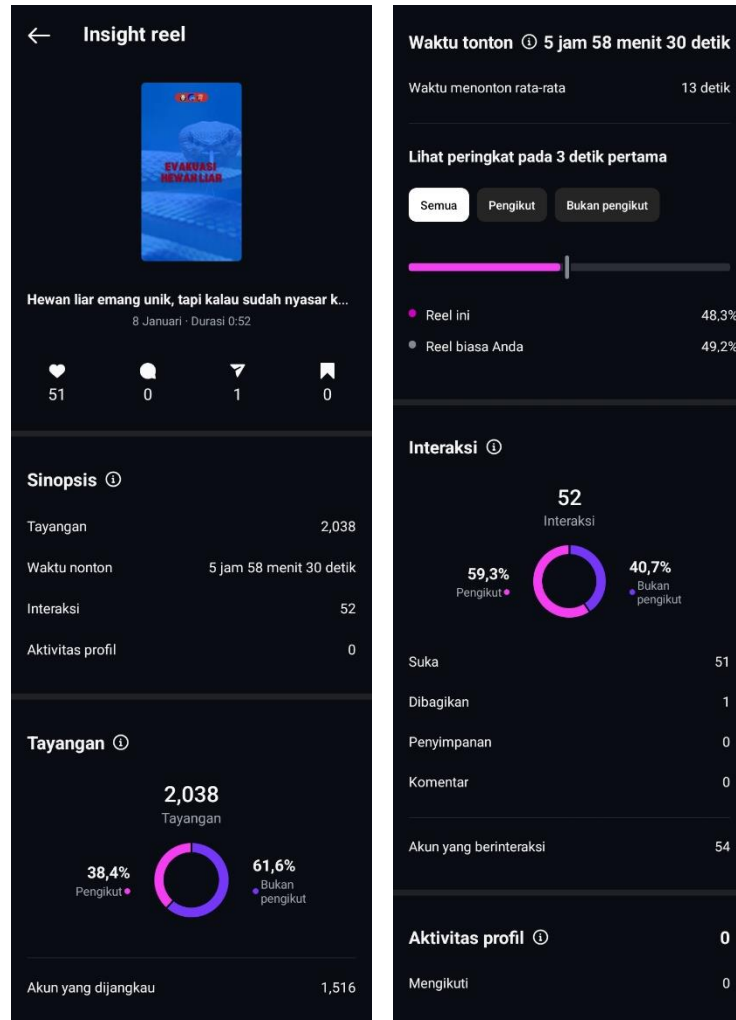
5. Video Ambulance yang diunggah dalam periode 3 - 30 Januari 2025.



Gambar 4. 19 Insight Video Ambulance

Video Ambulance mendapat 1.516 *views*, 60 *likes*, 4 komentar dan 3 *saved*. Sebanyak 79% *views* didapat dari *followers* dan 21% berasal dari *non-followers*. Akun yang dijangkau dari unggahan ini sebanyak 828. Total interaksi sebanyak 68 dengan 60,3% berasal dari *followers* dan 39,7% dari *non-followers*. Dalam unggahan ini akun yang berinteraksi sebanyak 63 akun.

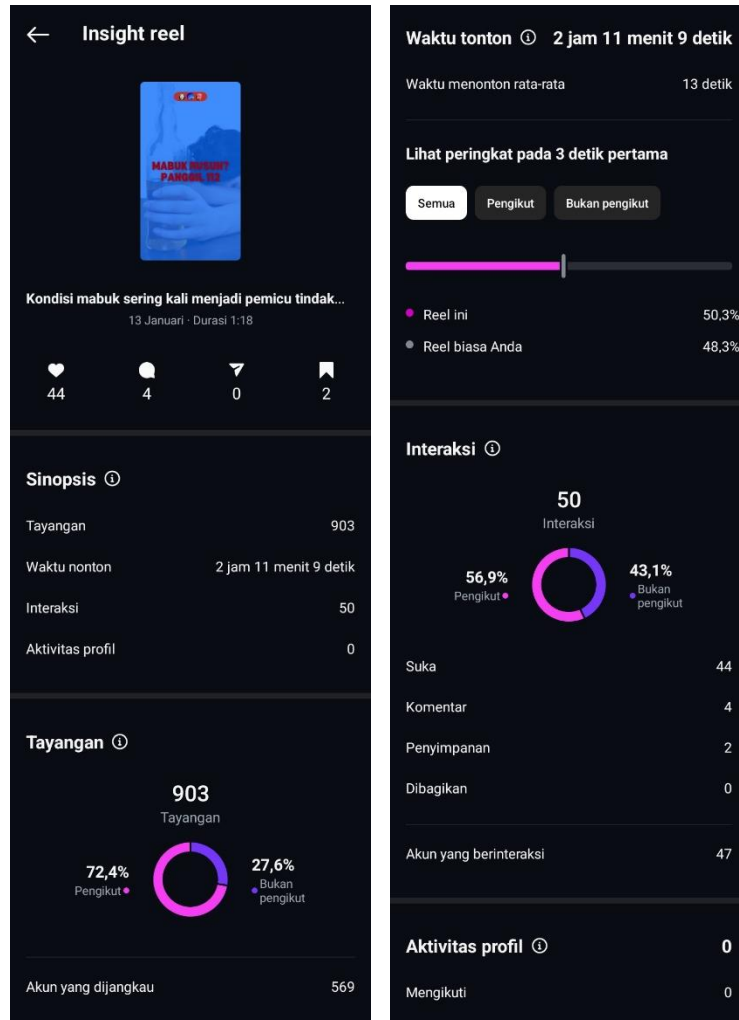
6. Video Evakuasi Hewan Liar yang diunggah dalam periode 8 - 30 Januari 2025.



Gambar 4. 20 Insight Video Evakuasi Hewan Liar

Video Evakuasi Hewan Liar mendapat 2.038 *views*, 51 *likes*, dan 1 *share*. Sebanyak 38,4% *views* didapat dari *followers* dan 61,6% berasal dari *non-followers*. Akun yang dijangkau dari unggahan ini sebanyak 1.516. Total interaksi sebanyak 52 dengan 59,3% berasal dari *followers* dan 40,7% dari *non-followers*. Dalam unggahan ini akun yang berinteraksi sebanyak 54 akun.

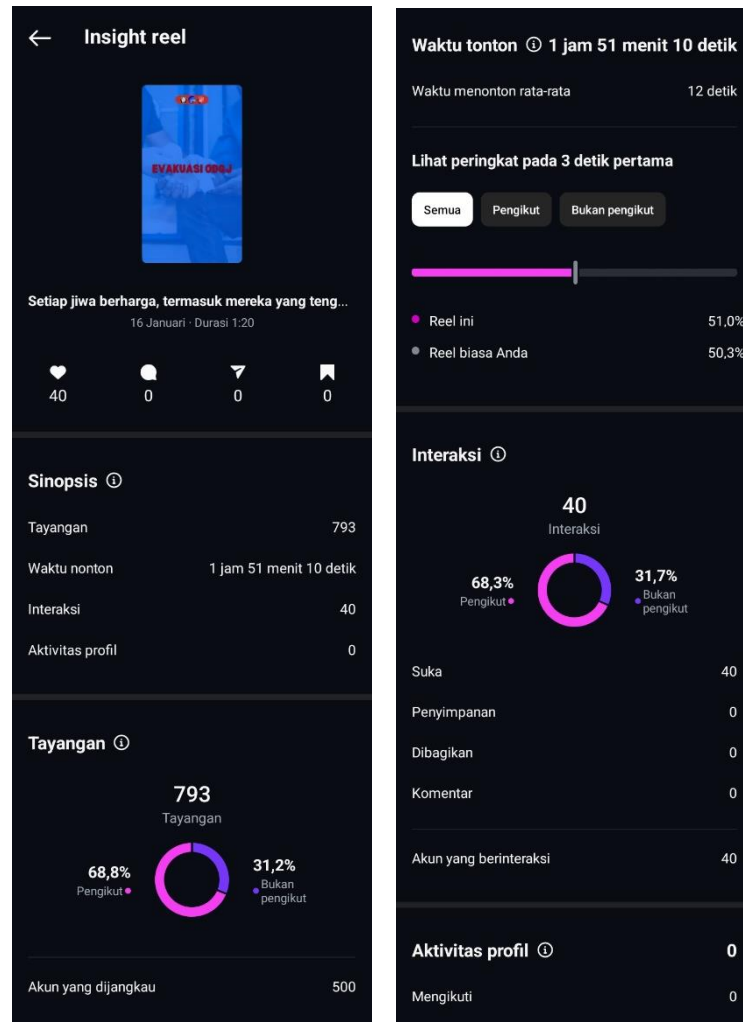
7. Video Evakuasi Orang Mabuk yang diunggah dalam periode 13 - 30 Januari 2025.



Gambar 4. 21 Insight Video Evakuasi Orang Mabuk

Video Evakuasi Orang Mabuk mendapat 903 views, 44 likes, 4 komentar dan 2 saved. Sebanyak 72,4% views didapat dari *followers* dan 27,6% berasal dari *non-followers*. Akun yang dijangkau dari unggahan ini sebanyak 569. Total interaksi sebanyak 50 dengan 56,9% berasal dari *followers* dan 43,1% dari *non-followers*. Dalam unggahan ini akun yang berinteraksi sebanyak 47 akun.

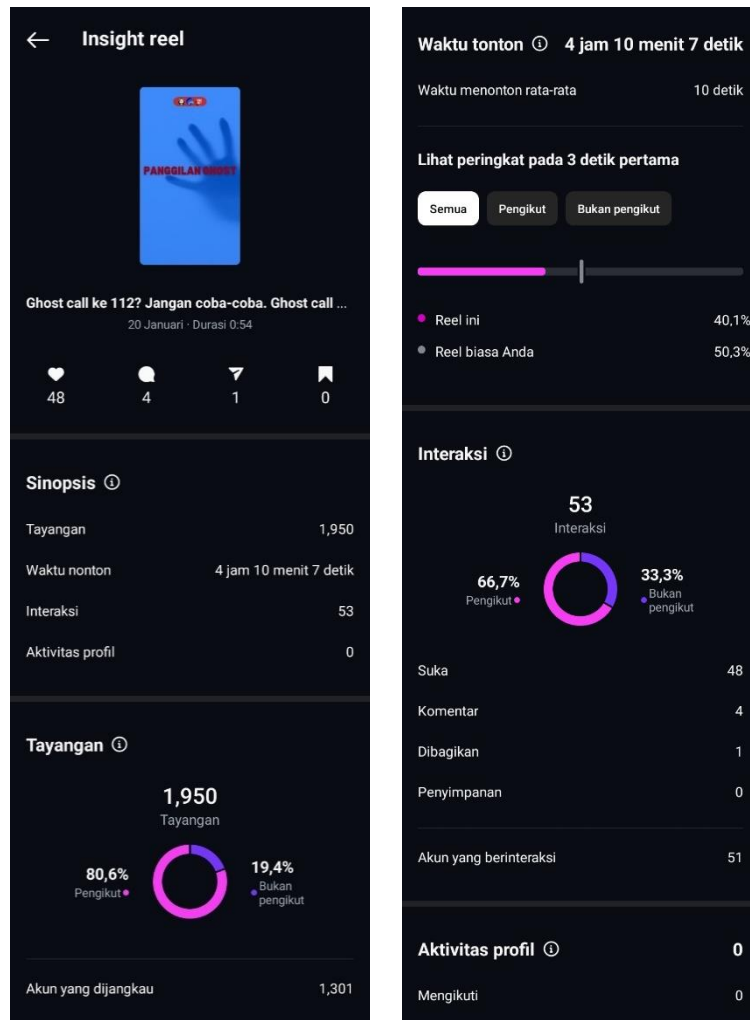
8. Video Evakuasi ODGJ yang diunggah dalam periode 16 - 30 Januari 2025.



Gambar 4. 22 Insight Video Evakuasi ODGJ

Video Evakuasi ODGJ mendapat 793 *views* dan 40 *likes*. Sebanyak 68,8% *views* didapat dari *followers* dan 31,2% berasal dari *non-followers*. Akun yang dijangkau dari unggahan ini sebanyak 500. Total interaksi sebanyak 40 dengan 68,3% berasal dari *followers* dan 31,7% dari *non-followers*. Dalam unggahan ini akun yang berinteraksi sebanyak 40 akun.

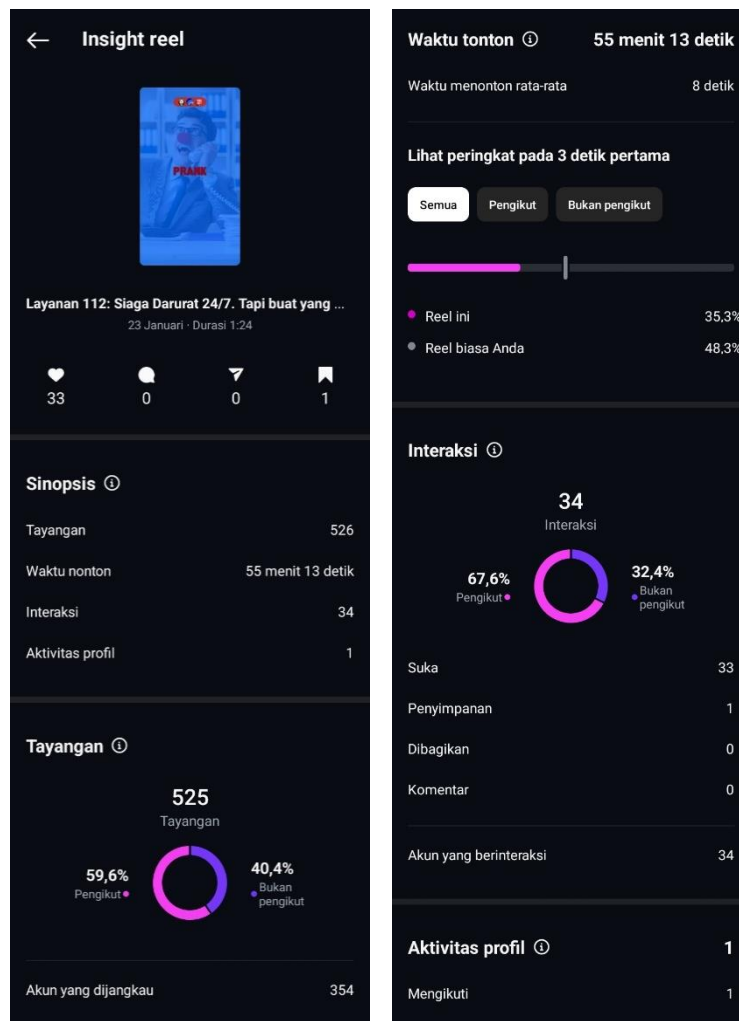
9. Video Panggilan Ghost yang diunggah dalam periode 20 - 30 Januari 2025.



Gambar 4. 23 Insight Video Panggilan Ghost

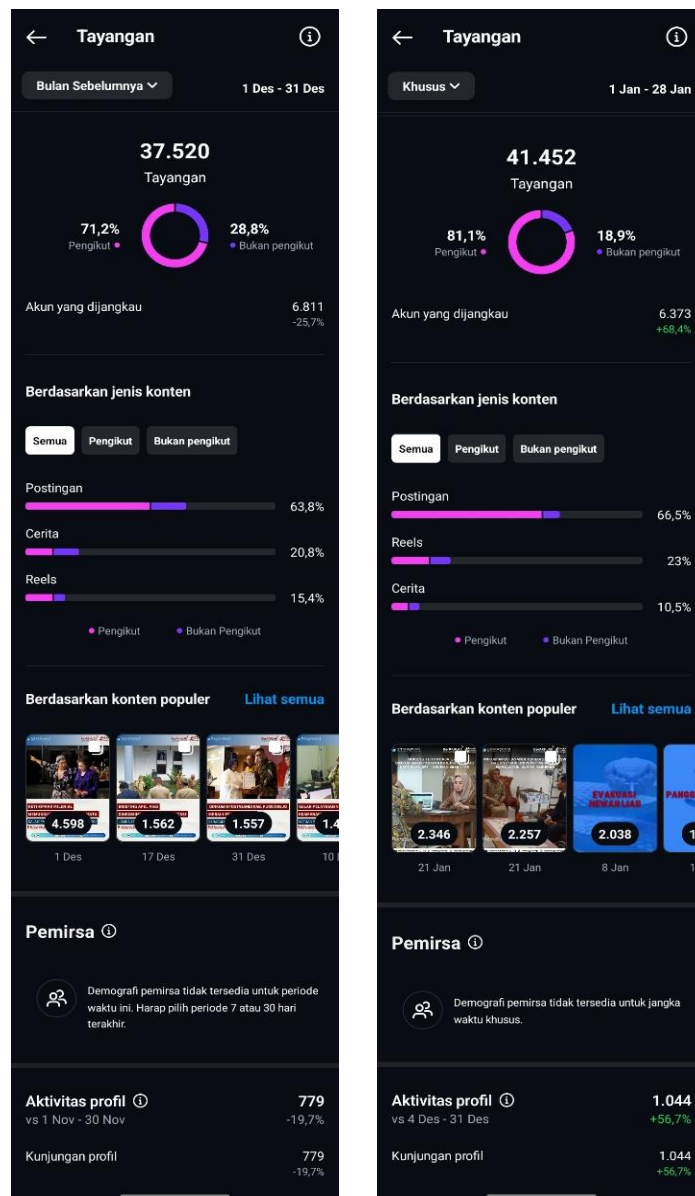
Video Panggilan Ghost mendapat 1.950 *views*, 48 *likes*, 4 komentar dan 1 *share*. Sebanyak 80,6% *views* didapat dari *followers* dan 19,4% berasal dari *non-followers*. Akun yang dijangkau dari unggahan ini sebanyak 1.301. Total interaksi sebanyak 53 dengan 66,7% berasal dari *followers* dan 33,3% dari *non-followers*. Dalam unggahan ini akun yang berinteraksi sebanyak 51 akun.

10. Video Prank yang diunggah dalam periode 23 - 30 Januari 2025.



Gambar 4. 24 Insight Video Prank

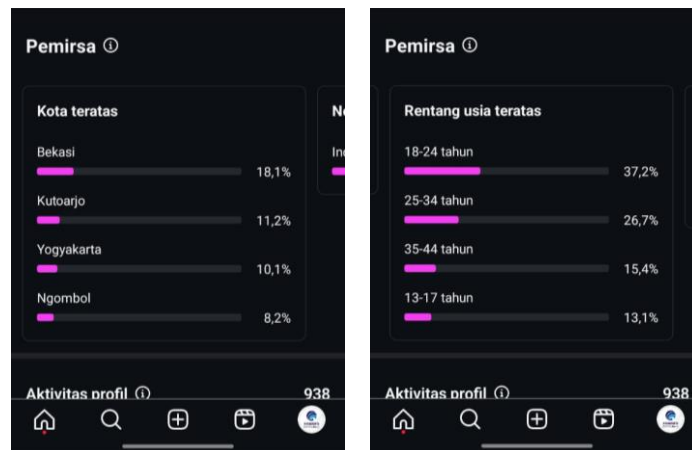
Video Prank mendapat 525 views, 33 likes, dan 1 share. Sebanyak 59,6% views didapat dari *followers* dan 40,4% berasal dari *non-followers*. Akun yang dijangkau dari unggahan ini sebanyak 354. Total interaksi sebanyak 34 dengan 67,6% berasal dari *followers* dan 32,4% dari *non-followers*. Dalam unggahan ini akun yang berinteraksi sebanyak 34 akun dengan aktivitas profil 1 mengikuti.



Gambar 4. 25 Engagement akun instagram @kominfo_purworejo

Berdasarkan hasil *engagement* akun instagram @kominfo_purworejo menunjukkan adanya kenaikan pada tayangan, jangkauan akun, dan aktifitas profil. Pada tayangan terjadi kenaikan sebesar 10,4% di bulan Januari 2025. Selama masa pengunggahan konten berlangsung, pada bulan Desember 2024 jumlah tayangan sebesar 37.520 dan bulan Januari meningkat dengan jumlah 41.452 tayangan. Selain itu, akun yang dijangkau pada bulan Januari 2025 juga mengalami peningkatan sebesar 68,4%. Aktifitas kunjungan profil bulan Januari 2025

menunjukkan kenaikan 56,7% atau sebanyak 1.044 kunjungan dibandingkan dengan periode bulan Desember 2024.



Gambar 4. 26 Tayangan Pemirsa Instagram Kominfo Purworejo

Untuk jangkauan pemirsa publikasi konten iklan layanan masyarakat, kota teratas yang menjadi *views* adalah Bekasi sebesar 18,1%, diikuti Kutoarjo 11,2%, dan Yogyakarta 10,1%. Selain itu, usia teratas *views* berasal dari rentang usia 18-24 tahun 37,2%, 25-34 tahun 26,7%, dan 35-44 tahun 15,4%. Hal ini menunjukkan publikasi iklan layanan masyarakat tidak hanya menjangkau wilayah Kabupaten Purworejo saja melainkan hingga kota lain. Selain itu, konten yang dibuat sudah mampu menjangkau segmentasi target *audience* dengan rentang usia yang telah direncanakan yaitu usia 18-59 tahun. Ditemukan pula sebesar 13,1% ditempati oleh rentang usia 13-17 tahun di mana masuk ke dalam kategori remaja. Hal tersebut sangat tepat ditujukan untuk memberikan kesadaran agar anak-anak dan remaja memahami pentingnya layanan kedaruratan dan tidak menyalahgunakannya.

4.3.3 Analisis Program Sosialisasi

Program sosialisasi yang telah dilaksanakan berupa kegiatan sosialisasi dan unggahan konten video iklan layanan masyarakat di instagram @kominfo_purworejo. Kegiatan sosialisasi menargetkan pada remaja SMA/SMK di Kabupaten Purworejo dengan tujuan pada rentang usia tersebut remaja lebih aktif mengakses ponsel dan mudah dalam menerima pengetahuan baru. Namun di sisi lain, rentang usia remaja masih memiliki kemungkinan melakukan tindak penyalahgunaan layanan. Hal ini merujuk pada penuturan pihak Layanan Panggilan Darurat 112 yang menyatakan bahwa panggilan *prank* sering terdengar suara anak-anak hingga remaja. Konten iklan layanan masyarakat ditujukan untuk masyarakat luas sebagai upaya meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap Layanan Panggilan Darurat 112.

ID Laporan	Kategori	Sub Kategori	Tipe Laporan	Tipe Saluran	Deskripsi	Lokasi Kejadian	Kecamatan	Kelurahan	Pelapor	No telp	Waktu lapor	Agent L1	Status
P2024123094094	-	-	prank	Telepon	-	-	-	-	mbakel2	08777967605	2024-12-30 15:44:51	Kiki Anggalini Priyono	Selesai
P2024122992412	-	-	prank	Telepon	-	-	-	-	km rega?	628571912757	2024-12-29 08:41:44	Ratih Siam Prabowo	Selesai
P2024122899279	-	-	prank	Telepon	-	-	-	-	prank ghost	082199639660	2024-12-28 08:06:43	Khoirul Azmi	Selesai
P2024122796916	-	-	prank	Telepon	-	-	-	-	xxx	0821670980	2024-12-27 18:17:45	Khoirul Azmi	Selesai
P2024122798606	-	-	prank	Telepon	-	-	-	-	prank	082220150279	2024-12-27 09:41:39	Khoirul Azmi	Selesai
P2024122591404	-	-	prank	Telepon	-	-	-	-	prank kepercot	082322480180	2024-12-25 19:28:28	Kiki Anggalini Priyono	Selesai
P2024122590704	-	-	prank	Telepon	-	-	-	-	xxx	0821670980	2024-12-25 11:53:36	Kiki Anggalini Priyono	Selesai
P2024122492902	-	-	prank	Telepon	-	-	-	-	xx	087896650613	2024-12-24 15:12:55	Ratih Siam Prabowo	Selesai
P2024122494342	-	-	prank	Telepon	-	-	-	-	prank	628572970688	2024-12-24 19:10:21	Ratih Siam Prabowo	Selesai
P2024122991957	-	-	prank	Telepon	-	-	-	-	-	0821670970	2024-12-23 12:00:11	Maria Destia H	Selesai

Gambar 4. 27 Laporan prank bulan Desember 2024

Laporan Insiden

Tanggal: 01/01/2025 00:00:00 - 29/01/2025 23:59:59 | Status: All | Interaksi: Prank | Kecamatan: | Kategori: |

#No Laporan	Kategori	Sub Kategori	Tipe Laporan	Tipe Saluran	Deskripsi	Lokasi Kejadian	Kecamatan	Kelurahan	Pelapor	No telp	Waktu lapor	Agent L1	Status
P2025012891043	-	-	prank	Telepon	-	-	-	-	tidak ngakak	6283814451302	2025-01-28 11:16:53	Wahyu Widayat	Selesai
P2025012896803	-	-	prank	Telepon	-	-	-	-	-	anonymouse112330	2025-01-28 11:11:15	Bagus Pang Saputra	Selesai
P2025012790185	-	-	prank	Telepon	-	-	-	-	-	6289800276402	2025-01-27 09:22:28	Wahyu Widayat	Selesai
P20250124544814	-	-	prank	Telepon	-	-	-	-	xxx	0821070580	2025-01-24 08:25:08	call taker 13	Selesai
P20250123905514	-	-	prank	Telepon	-	-	-	-	Prank1	0821070590	2025-01-23 13:28:54	call taker 13	Selesai
P2025012097987	-	-	prank	Telepon	-	-	-	-	-	6285647801262	2025-01-20 10:28:05	Maria Desta H	Selesai
P2025011954043	-	-	prank	Telepon	-	-	-	-	prank	085031473486	2025-01-19 13:29:58	Bagus Pang Saputra	Selesai
P2025011999765	-	-	prank	Telepon	-	-	-	-	prank	6285001880595	2025-01-19 13:26:51	Wahyu Widayat	Selesai
P2025011397087	-	-	prank	Telepon	-	-	-	-	xx	anonymouse112330	2025-01-13 15:18:50	Maria Desta H	Selesai
P2025010956778	-	-	prank	Telepon	-	-	-	-	Prank1	0821070590	2025-01-09 07:38:53	Khairul Azmi	Selesai

Rows per page: 10 | 1 - 10 of 20 | First Page | Previous Next | Last Page

Gambar 4. 28 Laporan prank bulan Januari 2025

Laporan Insiden

Tanggal: 01/12/2024 00:00:00 - 31/12/2024 23:59:59 | Status: All | Interaksi: Ghost | Kecamatan: | Kategori: |

#No Laporan	Kategori	Sub Kategori	Tipe Laporan	Tipe Saluran	Deskripsi	Lokasi Kejadian	Kecamatan	Kelurahan	Pelapor	No telp	Waktu lapor	Agent L1	Status
02024123091092	-	-	ghost	Telepon	-	-	-	-	mbirel2	08779678605	2024-12-30 15:06:06	Ruth Slam Prabowo	Selesai
02024123099162	-	-	ghost	Telepon	-	-	-	-	ghost	080199721496	2024-12-30 14:30:45	Ruth Slam Prabowo	Selesai
02024123092674	-	-	ghost	Telepon	-	-	-	-	back	anonymouse112330	2024-12-30 10:10:17	Kiki Anggrahni Priyono	Selesai
02024123097972	-	-	ghost	Telepon	-	-	-	-	m	6289466165986	2024-12-30 09:30:57	Ruth Slam Prabowo	Selesai
02024123094616	-	-	ghost	Telepon	-	-	-	-	ghost	080199721496	2024-12-28 13:06:07	Khairul Azmi	Selesai
02024122788544	-	-	ghost	Telepon	-	-	-	-	-	6285866089780	2024-12-27 09:31:56	Kiki Anggrahni Priyono	Selesai
02024122550504	-	-	ghost	Telepon	-	-	-	-	-	6285864199007	2024-12-25 13:21:53	Kiki Anggrahni Priyono	Selesai
02024122597494	-	-	ghost	Telepon	-	-	-	-	m	6285842611261	2024-12-25 07:02:31	Kiki Anggrahni Priyono	Selesai
02024122298452	-	-	ghost	Telepon	-	-	-	-	-	anonymouse112330	2024-12-22 12:54:39	Ruth Slam Prabowo	Selesai
02024122202262	-	-	ghost	Telepon	-	-	-	-	-	6289344512553	2024-12-22 13:07:05	Ruth Slam Prabowo	Selesai

Rows per page: 10 | 1 - 10 of 35 | First Page | Previous Next | Last Page

Copyright © Jasanta Telekomindo

Gambar 4. 29 Laporan panggilan ghost bulan Desember 2024

#No Laporan	Kategori	Sub Kategori	Tipe Laporan	Tipe Saluran	Deskripsi	Lokasi Kejadian	Kecamatan	Kelurahan	Pelapor	No telp	Waktu lapor	Agent L1	Status
02025012796985	-	-	ghost	Telepon	-	-	-	-	-	081326333601	2025-01-27 12:33:48	Wahyu Widayati	Selesai
020250123902414	-	-	ghost	Telepon	-	-	-	-	X	088227990367	2025-01-23 13:18:34	call taker 13	Selesai
020250123903114	-	-	ghost	Telepon	-	-	-	-	Prank1	0821070390	2025-01-23 09:21:30	call taker 13	Selesai
02025011997143	-	-	ghost	Telepon	-	-	-	-	-	anonymouse12330	2025-01-19 09:48:00	Bagus Panji Saputra	Selesai
02025011799687	-	-	ghost	Telepon	-	-	-	-	-	085157496297	2025-01-17 15:18:09	Maria Dinda H	Selesai
02025011605395	-	-	ghost	Telepon	-	-	-	-	-	082127129959	2025-01-16 14:42:54	Wahyu Widayati	Selesai
02025011502905	-	-	ghost	Telepon	-	-	-	-	-	6285712156048	2025-01-15 11:22:17	Wahyu Widayati	Selesai
02025011500025	-	-	ghost	Telepon	-	-	-	-	-	6285712156048	2025-01-15 11:21:06	Wahyu Widayati	Selesai
02025011596515	-	-	ghost	Telepon	-	-	-	-	X	6285602338629	2025-01-15 08:44:05	Wahyu Widayati	Selesai
02025011499994	-	-	ghost	Telepon	-	-	-	-	-	081227161507	2025-01-14 12:38:39	Kiki Anggrahini Priyono	Selesai

Gambar 4. 30 Laporan panggilan ghost bulan Januari 2025

Laporan panggilan masuk pada Layanan Panggilan Darurat 112 Kabupaten Purworejo menunjukkan adanya penurunan panggilan *ghost* dan *prank* dari sebelum program sosialisasi dilaksanakan dan sesudah program terlaksana. Pada bulan Desember 2024 panggilan *ghost* sebanyak 35 dan *prank* 28 panggilan. Sedangkan pada bulan Januari 2025 tercatat panggilan *ghost* 22 dan *prank* 20 panggilan. Data tersebut menunjukkan panggilan *ghost* mengalami penurunan sebesar 37,1% dan *prank* sebanyak 28,5% dalam kurun satu bulan.

4.4 Hambatan

Proses pengerjaan tugas akhir ini tentunya tidak terlepas dari adanya hambatan yang terjadi di lapangan. Hambatan yang penulis hadapi yakni sebagai berikut:

1. Kesulitan terkait penentuan waktu dan ketersediaan sumber daya manusia yang membantu keberjalanan proses pelaksanaan produksi. Dibutuhkan waktu yang cukup lama untuk bisa menemukan jadwal yang tepat antar pihak yang terlibat.
2. Kendala dalam pengunggahan konten video yang dalam perencanaan akan diunggah pada instagram @112kabpurworejo dan youtube DINKOMINFOPURWOREJO. Akun instagram @112kabpurworejo terkena *hack* sehingga tidak dapat *log in* dan unggahan pada youtube short tidak mendapat persetujuan.

4.5 Solusi

1. Aktif melakukan koordinasi dan penyesuaian waktu dengan berbagai pihak terkait. Selain itu, penulis juga memadatkan kegiatan pada satu hari yang telah disepakati untuk memaksimalkan waktu.
2. Konten yang telah diproduksi diunggah di instagram @kominfo_purworejo sebagai naungan pelaksanaan Layanan Panggilan Darurat 112.