

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, G., & Hidayah, A. A. H. A. (2023). Peran Media Massa sebagai Media Promosi Dan Kepentingan Politik Pemiliknya. *KONTEKSTUAL : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 19–31. <https://doi.org/10.36448/jik.v2i1.3177>
- Alfifto, Darmansyah, M. R., Nurlaili, Y., Amrin, S., Hadityo, C. H., Simanullang, E. S., Inonu, M. F., Nurmawati, D., Rachman, A., Rosnani, Gea, N. E., Anam, C., Dari, I. W., Medha, M. F., Tarigan, E. D. S., Masrurroh, B., Rithmaya, C. L., Alvi, & Daeli, H. P. D. (2025). *Manajemen Pemasaran di Era Digital: Strategi dan Inovasi di Era Teknologi* (1st ed.). PT. Mifandi Mandiri Digital. https://www.researchgate.net/publication/389046022_Manajemen_Pemasaran_di_Era_Digital_Strategi_dan_Inovasi_di_Era_Teknologi
- Ameliah, R., Negara, R. A., & Rahmawati, I. (2022). *Status Literasi Digital di Indonesia 2021* (pp. 1–71). KOMINFO. https://cdn1.katadata.co.id/media/microsites/litdik/Status_Literasi_Digital_diIndonesia%20_2021_190122.pdf
- Andini, N., Mardina, E., & Aprianti, I. (2025). Peran Psikologi Dalam Meningkatkan Kualitas Komunikasi Antarpribadi. *Journal of Communication and Social Sciences*, 3(2), 99–108. <https://doi.org/10.61994/jcss.v3i2.1197>
- Atrya, K. D., & Adawiyah, S. (2024). IMPLEMENTASI EVENT MANAGEMENT DALAM OPTIMALISASI PUBLIC RELATIONS ORGANISASI. *JP2N : Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Nusantara*, 2(1), 11–19. <https://doi.org/10.62180/6fap0g90>
- Azzahra, P. F., & Qiroatun. (2024). Peranan Dan Pengaruh Iklan Pada Media Cetak Terhadap Perilaku Masyarakat Menggunakan BSI Hasanah Card (Studi Pada BSI KC Indramayu). *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2, 188–192. <https://doi.org/10.59435/gjmi.v2i3.407>
- Badan Pusat Statistik Kota Semarang. (2024, February 28). *Ekonomi Kota Semarang Tahun 2023*. Badan Pusat Statistik Kota Semarang. <https://semarangkota.bps.go.id/id/pressrelease/2024/02/28/184/ekonomi-kota-semarang-tahun-2023.html>
- Badan Pusat Statistik Kota Semarang. (2025). *Ekonomi Kota Semarang Tahun 2024*. Badan Pusat Statistik Kota Semarang. <https://semarangkota.bps.go.id/id/pressrelease/2025/03/03/225/ekonomi-kota-semarang-tahun-2024.html>

- BPBD Kota Semarang. (2025). *Dokumen Kajian Risiko Bencana Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah Tahun 2023-2027*. BPBD Kota Semarang. <https://bpbd.semarangkota.go.id/storage/file/UErWSIuK20250203005912.pdf>
- Brzozowski, M. (2012). *Design manager's roles in corporate design management*. 294–302. <https://doi.org/10.3846/cibme.2012.24>
- Cahayadi, M. L., Fatimah, J. M., & Aziz, S. (2023). Kebijakan Segmentasi Khalayak Program Siaran Talkshow Lembaga Penyiaran Swasta Televisi di Kota Makassar. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 7(1).
- DeFleur, M. L. (2016). *Mass Communication Theories: Explaining Origins, Processes, and Effects*. Routledge Taylor & Francis Group. <https://books.google.co.id/books?id=V6lYCwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- DISKOMINFOPKP. (2021). *LAPOR SP4N Mudahkan Masyarakat Berinteraksi dan Sampaikan Aduan Pelayanan Publik ke Pemerintah*. Pemerintah Kota Pangkalpinang. <https://website.pangkalpinangkota.go.id/lapor-sp4n-mudahan-masyarakat-berinteraksi-dan-sampaikan-aduan-pelayanan-publik-ke-pemerintah/>
- Djami, D. E., & Sembiring, S. (2023). An analysis of the Influence of Customer Journey Mapping in Customer Retention Design on Shoppe E-commerce Using the Service Quality Method. *TeKa: Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 13(01), 41–51. <https://doi.org/10.36342/teika.v13i01.3088>
- Dong, C., Zheng, Q., & Morehouse, J. (2023). What do we know about government public relations (GPR)? A systematic review of GPR in public relations literature. *Public Relations Review*, 49(1), 102284. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102284>
- FEMA. (2020). *National Incident Management System Basic Guidance for Public Information Officers* (pp. 1–33). FEMA.
- Getz, D., & Page, S. J. (2024). *Event Studies: Theory and Management for Planned Events* (5th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003374251>
- Handayani, T. R., & Mubarak, D. A. A. (2025). Customer Journey Mapping Pada Pengguna Aplikasi Mobile Jkn di Rumah Sakit X. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 2531–2537. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2363>
- Hasanah, T., Riana, I., Tazkiya, S. R. I., Indriani, P., Nafiah, I., & Prasetyo, E. (2024). Penggunaan KTP Elektronik (KTP-EL) Dilihat Dari Perspektif Public Value Di Dinas Kependudukan Pencatatan Sipil Kota Tangerang.

Innovative: Journal Of Social Science Research, 4(4), 6863–6879.
<https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.12983>

- Hasnawati, S., & Salamah, U. (2017). The Evaluation of The Transformation of Government Public Relations in The New Media Era. *Proceeding of International Conference on Communication, Culture and Media Studies (CCCMS)*, 41–50. <https://journal.uui.ac.id/CCCMS/article/view/9195>
- Humas MENPANRB. (2023, December 20). *Tutup Tahun 2023, Kementerian PANRB Ajak Instansi Pemerintah Perkuat SP4N-LAPOR!* Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. <https://menpan.go.id/site/berita-terkini/tutup-tahun-2023-kementerian-panrb-ajak-instansi-pemerintah-perkuat-sp4n-lapor>
- Indrarto, P. A. (2025, May 23). *Digital Governance yang Partisipatif: Peran Publik, Kepemimpinan Digital, dan Pengawasan Pelayanan Publik.* OMBUDSMAN Republik Indonesia. <https://ombudsman.go.id/artikel/r/artikel--digital-governance-yang-partisipatif-peran-publik-kepemimpinan-digital-dan-pengawasan-pelayanan-publik>
- International AMEC. (2020). *Barcelona Principles 3.0 Translations.* AMEC – International Association for the Measurement and Evaluation of Communication Date. <https://amecorg.com/barcelona-principles-3-0-translations/>
- Jadayel, R., Iaaly, A., Tawk, F., & Adra, M. (2015). A COMPARATIVE ANALYSIS: THE IMPACT OF AWARENESS CAMPAIGNS ON STUDENTS' CONCERNS AT UNIVERSITY LEVEL. *Humanities and Social Sciences Review*, 4(2), 215–220.
- Jogja Smart Service. (2026). *Jogja Smart Service—Smart Service Pemerintah Kota Yogyakarta.* Pemerintah Kota Yogyakarta. Jogja Smart Service. <https://jss.jogjakota.go.id/>
- Komdigi. (2019). *Qlue Smart City App Jakarta Rebut Best M-Government Service Award 2019.* KOMDIGI. <https://www.komdigi.go.id/berita/berita-pemerintahan/detail/qlue-smart-city-app-jakarta-rebut-best-m-government-service-award-2019>
- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management.* Pearson UK.
- Kurniawan, A., & Wijoyo, S. (2025). Strategic Public Relations for Strengthening Public Trust in Government. *International Research Journal of Business Studies*, 18(1), 43–51. <https://doi.org/10.21632/irjbs.18.1.43-51>

- Kurniawan, A., Wijoyo, S., Suhariadi, F., & Amiati, M. (2025). View of Strategic Public Relations for Strengthening Public Trust in Government. *International Research Jurnal of Business Studies*, 18(1), 43–51. <https://doi.org/10.21632/irjbs>
- Lapor Semarang. (2026a). *Statistik Lapor Semarang – Portal Pengaduan Kota Semarang*. Lapor Semarang. <https://laporsemar.semarangkota.go.id/statistik>
- Lapor Semarang. (2026b). *Tentang Lapor Semarang*. Lapor Semarang. <https://laporsemar.semarangkota.go.id/tentang>
- Lee, M. (2022). *The practice of government public relations* (Second edition). Routledge.
- Lee, Y. (2021). Government for Leaving No One Behind: Social Equity in Public Administration and Trust in Government. *SAGE Open*, 11(3), 1–11. <https://doi.org/10.1177/21582440211029227>
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*, 80, 69–96. <https://doi.org/10.1509/JM.15.0420>
- Lu, X., Balakrishnan, K., Chan, T. J., & Na, M. (2025). The Role of Real-Time Engagement in Shaping Social Media Check-In Behavior: Moderating Effects of Trust and Peer Influence. *Brain and Behavior*, 15(9), e70887. <https://doi.org/10.1002/brb3.70887>
- Luoma-aho, V., & Canel, M.-J. (2020). Conclusion. In *The Handbook of Public Sector Communication* (pp. 455–465). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781119263203.ch29>
- Media Center Surabaya. (2025). Media Center Surabaya. <https://mediacenter.surabaya.go.id/>
- Mróz-Gorgoń, B., & Haenlein, M. (2021). Corporate Rebranding and Its Meaning – Theory Perspective. *European Management Studies*, 19(91), 76–90. <https://doi.org/10.7172/1644-9584.91.6>
- Muarif, A., Syarifudin, A., & Hamandia, M. R. (2024). Analisis Faktor Keberhasilan Event Organizer Dalam Menyelenggarakan Acara (Studi Kasus Cv Soundtrack Indonesia). *Journal of Business and Halal Industry*, 1(4), 8–8. <https://doi.org/10.47134/jbhi.v1i4.414>
- Muhammad, K., Firdaus, S. U., & Aci, M. H. L. (2023). Kebijakan Publik dan Politik Hukum: Membangun Demokrasi Berkelanjutan untuk Masyarakat. *Sovereignty : Jurnal Demokrasi dan Ketahanan Nasional*, 2(4), 354–368.

- Muliawaty, L., & Hendryawan, S. (2020). Peranan E-Government dalam Pelayanan Publik (Studi Kasus: Mal Pelayanan Publik Kabupaten Sumedang). *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi*, 11(2), 101–112.
- Nelsyah, A., Parawangi, A., & Syukri, S. (2024). Sistem Pelayanan Publik dalam Meningkatkan Public Trust di Kabupaten Gowa. *KIMAP: Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik*, 5(2), 370–381.
- Ningtyas, L. D. (2020). *Public Trust Level In Government Service (Studi pada Pembangunan Mal Pelayanan Publik Nyawiji di Kabupaten Nganjuk)* [Bachelor's thesis]. Universitas Airlangga.
- Octaviani, C., & Yoedtadi, M. G. (2023). Account Executive sebagai Public Relations PT Idein Kreatif Indonesia. *Kiwari*, 2(3), 410–416. <https://doi.org/10.24912/ki.v2i3.25872>
- Pengadilan Negeri Tais. (2016, September 9). *Tentang Pengaduan "LAPOR."* Pengadilan Negeri Tais. https://www.pn-tais.go.id/tentang-pengaduan-lapor?utm_source=chatgpt.com
- Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 95 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik, 95/2018 Peraturan Presiden (2018). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/96913/perpres-no-95-tahun-2018>
- Pradana, S. K. (2025, April 9). *Layanan Pengaduan Masyarakat Kota Semarang!!*. PPID Kota Semarang. <https://ppid.semarangkota.go.id/layanan-pengaduan-masyarakat-kota-semarang!!/>
- Purnomo, H. H. (2025). Strategi Peningkatan Brand Awareness Indibiz di Telkom Jakarta Barat Terhadap Pelaku Bisnis. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 7(2), 424–442. <https://doi.org/10.24076/pikma.v7i2.1848>
- Putra, T. H. G. M., & Sagita, N. I. (2026). GOVERNMENT PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN ENHANCING THE INSTITUTIONAL IMAGE OF THE HOUSE OF REPRESENTATIVES OF THE REPUBLIC OF INDONESIA. *Jurnal Dinamika Pemerintahan*, 9(1), 1075–1100. <https://doi.org/10.36341/jdp.v9i01.7507>
- Putri, Z. A., & Priyanti, E. (2024). Strategi Komunikasi Pemerintah dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat pada Program Pembangunan di Kelurahan Karawang Kulon. *Jurnal Intervensi Sosial dan Pembangunan (JISP)*, 5(2), 243–254. <https://doi.org/10.30596/jisp.v5i2.19425>
- Raffy, M. A. T., Rahmi, M., & Ansori, A. (2025). Strategi Perencanaan Event Sebagai Upaya Meningkatkan Partisipasi dan Kepuasan Peserta. *EDU SOCIETY: JURNAL PENDIDIKAN, ILMU SOSIAL DAN PENGABDIAN*

KEPADA MASYARAKAT, 5(3), 240–250.
<https://doi.org/10.56832/edu.v5i3.1790>

- Rakhmadani, R., & Aji, G. G. (2022). IMPLEMENTASI MODEL KOMUNIKASI DUA ARAH DALAM PROGRAM CURHAT NING ITA GUNA MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PUBLIK PEMERINTAH KOTA MOJOKERTO. *Commercium*, 5(1), 159–168.
- Roth-Bush, D. (2023, July 27). *The Role of the Corporate Relations and Sponsorship Chair*. Greater Giving. <https://blog.greatergiving.com/the-role-of-the-corporate-relations-and-sponsorship-chair/>
- Rustam, A., Yasin, M. N., Zainuddin, M., Yusoff, K. N., & Kamil, N. A. (2024). A Review on Dominant Factors of Project Manager Competency in Various Implementations for the Construction Industry. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1347(1), 012044. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1347/1/012044>
- Sahuri, C. (2009). Membangun Kepercayaan Publik melalui Pelayanan Publik yang Berkualitas. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 9(1), 52–64.
- Sapa Mbak Ita*. (2022). Sapa Mbak Ita. <https://sapambakita.semarangkota.go.id/>
- Setiyawan, A., Fajar, W. N., Sadeli, E. H., & Muslim, A. (2023). PERAN PELAYANAN PUBLIK DALAM MENINGKATKAN CIVIC ENGAGEMENT PADA MASYARAKAT (Studi Deskriptif Lapak Aduan Banyumas). *Khazanah Pendidikan*, 17(2), 542–546. <https://doi.org/10.30595/jkp.v17i2.19201>
- Sius, K. T., Peten, Y. Y. P., Raju, K. V., Kaha, H. L., & Nyong, F. (2024). Public Trust: Dampak Exclusion dan Inclusion Error Data Program Keluarga Harapan. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 12, 116–125.
- Soenarto. (2025). *LAPORAN TAHUNAN 2024 Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik SAPA MBAK ITA* (p. 12). Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian Kota Semarang.
- Suprajitno, S. (2017). Teater Sebagai Media untuk Pengabdian Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 96–107. <https://doi.org/10.22146/jpkm.25757>
- Suprawoto. (2018). *Government Public Relations: Perkembangan dan Praktik di Indonesia* (1st ed.). Prenada Media. https://books.google.co.id/books?id=ApNeDwAAQBAJ&printsec=copyright&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Syarif, F., Syarah, M., & Herman. (2025). Content Planning sebagai Strategi Komunikasi Publik pada Media Sosial Balai Penerapan Modernisasi

Pertanian (BRMP) Jakarta. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(4), 18–18. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i4.4418>

Troyuda, A., Khoiruddin, K., & Cholidah, L. I. (2021). Strategi Kampanye Public Relations Pemerintah Kota Bekasi dalam Program Vaksinasi Massal Covid-19. *Reputation: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 5(4), 407–426. <https://doi.org/10.15575/reputation.v5i4.19307>

Undang Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, 112 (2009). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38748/uu-no-25-tahun-2009>

Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (2022). https://jdih.komdigi.go.id/produk_hukum/view/id/832/t/undangundang+nomor+27+tahun+2022

Wihendra, S. W. K. P., & Sudarmono, S. (2024). *Analisa Tingkat Kepercayaan Publik Terhadap Kinerja Kepala Desa Klurak Kabupaten Sidoarjo* [Bachelor's thesis, IPDN]. <http://eprints.ipdn.ac.id/17675/>

Wijaya, D. D. R., & Daulay, S. R. (2025). Strategi Pemasaran Berbasis Segmentasi: Menentukan, Menganalisis, dan Meramalkan Pasar Sasaran untuk Peningkatan Kinerja Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 464–478. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i2.3877>