

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, G., & Ayuning Hidayah, A. A. H. (2023). Peran Media Massa sebagai Media Promosi Dan Kepentingan Politik Pemiliknya. *KONTEKSTUAL : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 19. <https://doi.org/10.36448/jik.v2i1.3177>
- Alifia, I. S. (2025). MONETISASI KONTEN PROGRAM BROWNIS TRANS TV DI YOUTUBE: PROSES DAN DAMPAKNYA. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 05(04).
- Ambrose, G., Harris, P., & Ball, N. (2019). *The Fundamentals of Graphic Design*. Bloomsbury Publishing.
- 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>
- Azzahra, P. F. (2024). *Peranan Dan Pengaruh Iklan Pada Media Cetak Terhadap Perilaku Masyarakat Menggunakan BSI Hasanah Card (Studi Pada BSI KC Indramayu)*.
- Barcelona Principles 3.0. (2020). *AMEC*. <https://amecorg.com/barcelona-principles-3-0-translations/>
- Budiana, M. B. (2025). Building Government Legitimacy: The Role of Public Trust, Transparency, and Social Media Effectiveness in the Dynamics of Public Perception. *International Journal of Educational Research Excellence (IJERE)*, 4(2), 608–618. <https://doi.org/10.55299/ijere.v4i2.1460>
- Cahayadi, M. L., Fatimah, J. M., & Aziz, S. (2023). *KEBIJAKAN SEGMENTASI KHALAYAK PROGRAM SIARAN TALKSHOW LEMBAGA PENYIARAN SWASTA TELEVISI DI KOTA MAKASSAR*.
- Canel, M.-J., & Luoma-aho, V. (2020). Conclusion. In *The Handbook of Public Sector Communication* (pp. 455–465). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781119263203.ch29>
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Taylor & Francis.
- DeFleur, M. L., & DeFleur, M. H. (2016). *Mass Communication Theories: Explaining Origins, Processes, and Effects*. Routledge.
- DISKOMINFO PKP. (2021, June 21). LAPOR SP4N Mudahkan Masyarakat Berinteraksi dan Sampaikan Aduan Pelayanan Publik ke Pemerintah. *Pemerintah Kota Pangkalpinang*. <https://website.pangkalpinangkota.go.id/lapor-sp4n-mudahkan-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 Shopee E-commerce Using the Service Quality Method*. 13.
- 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>
- Ekonomi Kota Semarang Tahun 2024—Badan Pusat Statistik Kota Semarang*. (2025, March 3). <https://semarangkota.bps.go.id/id/pressrelease/2025/03/03/225/ekonomi-kota-semarang-tahun-2024.html>
- 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. *Karimah Tauhid*, 3(8), 8311–8330. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i8.14113>
- Jogja Smart Service*. (2025). <https://jss.jogjakota.go.id/>
- Kementerian Komunikasi dan Digital*. (2019, February 18). <https://www.komdigi.go.id/berita/berita-pemerintahan/detail/qlue-smart-city-app-jakarta-rebut-best-m-government-service-award-2019>
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi—Tutup Tahun 2023, Kementerian PANRB Ajak Instansi Pemerintah Perkuat SP4N-LAPOR!* (2023). <https://menpan.go.id/site/berita-terkini/tutup-tahun-2023-kementerian-panrb-ajak-instansi-pemerintah-perkuat-sp4n-lapor>
- 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>
- Lapor Semarang, P. (2025). *Lapor Semarang*. <https://laporsemar.semarangkota.go.id/tentang-Laporan-SKM-Triwulan-I-Tahun-2025-TTE.pdf>
- 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), 21582440211029227. <https://doi.org/10.1177/21582440211029227>
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Lowry, J. (2025). *Negotiation made simple panduan praktis untuk memecahkan masalah membangun hubungan dan mencapai kesepakatan—2025*. <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/250626/negotiation-made-simple-panduan-praktis-untuk-memecahkan-masalah-membangun-hubungan-dan-mencapai-kesepakatan>
- 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>
- Lupton, E. (2017). *Design is storytelling*. Cooper Hewitt.
- Mamis, S., Putra, I. N. A. S., Yusa, I. M. M., Aryanto, D., Yasa, N. P. D., Wahidiyat, M. P., Novitasari, D., Jayanegara, I. N., Mutiarani, R. A., Sutarwiyasa, I. K., Yasa, I. W. A. P., Putra, P. S. U., Setiawan, I. K., Anggara, I. G. A. S., Setiawan, I. N. A. F., & Carrollina, D. (2023). *DASAR-DASAR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL (DKV): Panduan Lengkap Untuk Memasuki Dunia Kreatif Visual*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Mediacenter Surabaya. (2025). <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>
- Muhammad, K., & Firdaus, S. U. (2023). *Kebijakan Publik dan Politik Hukum: Membangun Demokrasi Berkelanjutan untuk Masyarakat. 2*.
- Muhrosi, M. A., Saputra, F. A., Safitri, A. A., Mahesa, N. A., Puspitasari, D., Mian, E., Solin, K., & Rosana, E. (2025). *Efektivitas Sosialisasi Program Bank Sampah dalam Mendorong Partisipasi Masyarakat: Studi Kasus di Kelurahan Dusun Besar Kota Bengkulu*.
- Muliawaty, L., & Hendryawan, S. (2020). PERANAN E-GOVERNMENT DALAM PELAYANAN PUBLIK (STUDI KASUS: MAL PELAYANAN PUBLIK KABUPATEN SUMEDANG). *Kebijakan : Jurnal Ilmu Administrasi*, 11(2), 45–57. <https://doi.org/10.23969/kebijakan.v11i2.2898>
- Nelsyah, A., Parawangi, A., & Syukri, S. (2024). *SISTEM PELAYANAN PUBLIK DALAM MENINGKATKAN PUBLIC TRUST DI KABUPATEN GOWA. 5*.
- NIMS Basic Guidance for Public Information Officers*. (2020).

- Ningtyas, L. D. (2020). *PUBLIC TRUST LEVEL* .....
- 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>
- Prasetya, M. D., Ananda, P., Ananda, B. K. F. S., & Fadli, F. (2025). The evolution of social media marketing: A comprehensive systematic review of current trends, challenges, and future insights. *Jurnal Pendidikan Teknologi Kejuruan*, 8(2), 103–126. <https://doi.org/10.24036/jptk.v8i2.44323>
- 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., & Centia, S. (2026). GOVERNMENT PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN ENHANCING THE INSTITUTIONAL IMAGE OF THE HOUSE OF REPRESENTATIVES OF THE REPUBLIC OF INDONESIA. *JDP (JURNAL DINAMIKA PEMERINTAHAN)*, 9(01), 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>
- Rahmadani, R., Aji, G. G., Ip, S., & Si, M. (2022). *IMPLEMENTASI MODEL KOMUNIKASI DUA ARAH DALAM PROGRAM CURHAT NING ITA GUNA MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PUBLIK PEMERINTAH KOTA MOJOKERTO*.
- RI, O. (2025, May 23). *Digital Governance yang Partisipatif: Peran Publik, Kepemimpinan Digital, dan Pengawasan Pelayanan Publik*. <https://ombudsman.go.id:443/artikel/r/artikel--digital-governance-yang-partisipatif-peran-publik-kepemimpinan-digital-dan-pengawasan-pelayanan-publik>
- Roth-Bush, D. (2023, July 27). The Role of the Corporate Relations and Sponsorship Chair. *Greater Giving Blog*. <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. (2022). *Membangun Kepercayaan Publik melalui Pelayanan Publik yang Berkualitas*.
- Sapa Mbak Ita*. (2022). <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>
- Siti Ainayah. (2020). *ANALISIS FUNGSI SENI PERTUNJUKAN TEATER SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DALAM MENYUARAKAN KRITIK SOSIAL: Studi Pada Pertunjukan Teater Koma Lakon J.J Sampah-Sampah Kota Produksi ke-159* [Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta]. <http://repository.upnvj.ac.id>
- Soenarto. (2025). *2024 LAPORAN PENGELOLAAN PENGADUAN SAPA MBAK ITA[1].pdf*. Google Docs. [https://drive.google.com/file/d/1LGpL5Mm2Fdf1W4x6TxCfz121fkJjH5Ni/view?usp=drive\\_link&usp=embed\\_facebook](https://drive.google.com/file/d/1LGpL5Mm2Fdf1W4x6TxCfz121fkJjH5Ni/view?usp=drive_link&usp=embed_facebook)
- Suprawoto. (2018). *Government Public Relations: Perkembangan dan Praktik di Indonesia*. Prenada Media.
- 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. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i4.4418>
- Tatu Sius, K., Y Palan Peten, Y., Vemmilia Raju, K., L Kaha, H., & Nyong, F. (2024). Public Trust: Dampak Exclusion dan Inclusion Error Data Program Keluarga Harapan. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara ASIAN (Asosiasi Ilmuwan Administrasi Negara)*, 12(1), 116–125. <https://doi.org/10.47828/jianaasian.v12i1.207>
- Tentang Pengaduan “LAPOR”—Pengadilan Negeri Tais*. (2016). [https://www.pn-tais.go.id/tentang-pengaduan-lapor?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.pn-tais.go.id/tentang-pengaduan-lapor?utm_source=chatgpt.com)
- UU No. 25 Tahun 2009*. (2009, July 18). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38748/uu-no-25-tahun-2009>
- UU No. 27 Tahun 2022*. (2022, October 17). Database Peraturan | JDIH BPK. <http://peraturan.bpk.go.id/Details/229798/uu-no-27-tahun-2022>
- Wheeler, A. (2017). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. John Wiley & Sons.

- Wihendra, S. W. K. P., & Sudarmono, S. (2024). *Analisa Tingkat Kepercayaan Publik Terhadap Kinerja Kepala Desa Klurak Kabupaten Sidoarjo* [Other, 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*.
- Wolff, F., & Amaral, F. G. (2016). Design Management competencies, process and strategy: A multidimensional approach to a Conceptual Model. *Strategic Design Research Journal*, 9(3), 145–154. <https://doi.org/10.4013/sdrj.2016.93.02>