

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).
- AMEC. (2020). *Barcelona Principles 3.0*. International Association for the Measurement and Evaluation of Communication. <https://amecorg.com/barcelona-principles-3-0-translations/>
- Azzahra, P. F. (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(3), 188-192.
- Badan Pusat Statistik Kota Semarang. (2025). *Ekonomi Kota Semarang Tahun 2024*. <https://semarangkota.bps.go.id/id/pressrelease/2025/03/03/225/ekonomi-kota-semarang-tahun-2024.html>
- Badan Pusat Statistik Kota Semarang. (2025). *Jumlah penduduk menurut jenis kelamin—Tabel statistik*. <https://semarangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzgjMg==/jumlah-penduduk-menurut-jenis->
- Bonsón, E., Royo, S., & Ratkai, M. (2015). Citizens' Engagement on Local Governments' Facebook Sites. An Empirical Analysis: The Impact of Different Media and Content Types in Western Europe. *Government Information Quarterly*, 32(1), 52–62. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2014.11.001>
- Brzozowski, M. (2012). Design Manager's Roles in Corporate Design Management. *Conference: Contemporary Issues in Business, Management and Education 2012*. <https://doi.org/10.3846/cibme.2012.24>
- 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. (2018). Kebijakan Segmentasi Khalayak Program Siaran Talkshow Lembaga Penyiaran Swasta Televisi di Kota Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 124-132.
- DeFleur, M. L., & Dennis, E. E. (1998). *Understanding Mass Communication: A Liberal Arts Perspective*. Houghton Mifflin.
- DISKOMINFOPGK. (2021). *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 Shoppe E-commerce Using the Service Quality Method. *TelKa*, 13(01), 41-51.
- 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>
- Ernungtyas, N. F., & Boer, R. F. (2023). The Information of Government's Social Media and Websites to Citizen Engagement in Indonesia. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 16(1), 14–26. <https://doi.org/10.29313/mediator.v16i1.2159>
- Federal Emergency Management Agency. (2020). *NIMS Basic Guidance for Public Information Officers*. U.S. Department of Homeland Security.
- 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>
- Hasnawati, S., & Salamah, U. (2017). The Evaluation of the Transformation of Government Public Relations in the New Media Era. In *Proceeding of International Conference on Communication, Culture and Media Studies (CCCMS)*.
- Huspek, M. (2007). Symposium: Habermas and Deliberative Democracy: Introductory Remarks. *Communication Theory*, 17(4), 329–332. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00298.x>
- 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).
- Jogja Smart Service. (2025). *Jogja Smart Service*. <https://jss.jogjakota.go.id/>
- Kementerian Komunikasi dan Digital. (2019). *Qlue Smart City App Jakarta Rebut Best M-Government Service Award 2019*. <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. (2023). *Tutup Tahun 2023, Kementerian PANRB Ajak Instansi Pemerintah Perkuat SP4N-LAPOR!*. <https://menpan.go.id/site/berita-terkini/tutup-tahun-2023-kementerian-panrb-ajak-instansi-pemerintah-perkuat-sp4n-lapor>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. Pearson Education.
- 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. (2025). *Tentang Lapor Semarang*. <https://laporsemar.semarangkota.go.id/tentang>
- Lavidge, R. J., & Steiner, G. A. (1961). A Model for Predictive Measurements of Advertising Effectiveness. *Journal of Marketing*, 25(6), 59–62. <https://doi.org/10.2307/1248516>

- Lee, M., Neeley, G., & Stewart, K. B. (Eds.). (2022). *The practice of government public relations* (2nd ed.). 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>
- 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. (Eds.). (2020). *The Handbook of Public Sector Communication*. John Wiley & Sons.
- McQuail, D. (2010). *Mcquail's Mass Communication Theory* (6. ed). SAGE.
- Mediacenter Surabaya. (2025). *Media Center Pemerintah Kota Surabaya*. <https://mediacenter.surabaya.go.id/>
- Mróz-Gorgoń, B., Haenlein, M., & ESCP Europe Business School, France. (2021). Corporate Rebranding and Its Meaning – Theory Perspective. *Problemy Zarządzania - Management Issues*, *1*(91), 76–90. <https://doi.org/10.7172/1644-9584.91.6>
- Muhammad, K., Firdaus, S. U., & La Aci, M. H. (2023). Kebijakan Publik dan Politik Hukum: Membangun Demokrasi Berkelanjutan untuk Masyarakat. *Sovereignty*, *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), 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. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)*, *5*(2), 370-381.
- Ningtyas, L. D. (2020). *Public Trust Level in Government Service (Studi pada Pembangunan Mal Pelayanan Publik Nyawiji di Kabupaten Nganjuk)* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Nurijadi, B., Irawan, N., Fransiska, F., & Ambarwati, A. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu melalui Media Sosial Instagram “Nona Judes”. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *3*(3), 259-270. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v3i3.3076>
- Pengadilan Negeri Tais. (n.d.). *Tentang pengaduan "LAPOR"*. <https://www.pn-tais.go.id/tentang-pengaduan-lapor>
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2013 tentang Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik. (2013). <https://peraturan.bpk.go.id/Download/262265/Perpres%2076%202013.pdf>
- 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, W. E., & Afrilia, A. M. (2023). Comparative Study of Local Government Website Quality as Implementation Of E-Government Public Relations in Public Information Disclosure. *Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia*, 4(2), 143. <https://doi.org/10.22146/jmki.83056>
- 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>
- Quimby Digital. (2025). *Instagram Ad Costs in 2025: Average CPC, CPM & ROI Benchmarks*. <https://quimbydigital.com/instagram-advertising-costs-in-2025/>
- Rahmadani, R. (2022). Implementasi Model Komunikasi Dua Arah dalam Program Curhat Ning Ita Guna Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Pemerintah Kota Mojokerto. *The Commercium*, 5(1), 159-168.
- RI, O. (2025). *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>
- Rice, R. E., & Atkin, C. K. (2013). *Public Communication Campaigns*. SAGE Publications, Inc.
- Rocheftort, T., & Ndlovu, Z. (2024). Digital Marketing Strategies in Building Brand Awareness and Loyalty in the Online Era. *Startuppreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 3(2), 107–114. <https://doi.org/10.33050/sabda.v3i2.539>
- Roth-Bush, D. (2023). *The Role of the Corporate Relations and Sponsorship Chair*. Greater Giving. <https://blog.greatergiving.com/the-role-of-the-corporate-relations-and-sponsorship-chair/>
- Sahuri, C. (2013). Membangun Kepercayaan Publik melalui Pelayanan Publik yang Berkualitas. *JIANA (Jurnal Ilmu Administrasi Negara)*, 9(01).
- 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 ASIAN (Asosiasi Ilmuwan Administrasi Negara)*, 12(1), 116-125. <https://doi.org/10.47828/jianaasian.v12i1.207>
- Suprajitno, S. (2017). Teater Sebagai Media untuk Pengabdian Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 3(1), 96–107. <https://doi.org/10.22146/jpkm.25757>
- Suprawoto. (2018). *Government Public Relations: Perkembangan dan Praktik di Indonesia*. Prenada Media.

- Syaifuddin, S. (2025). The Impact of Implementing Digital Marketing in Public Administration on The Quality of Public Services and Public Satisfaction. *Golden Ratio of Social Science and Education*, 5(1), 106–114. <https://doi.org/10.52970/grsse.v5i1.925>
- Syarif, F. N. S., Syarah, M. M., & Herman, H. (2025). Content Planning sebagai Strategi Komunikasi Publik pada Media Sosial Balai Penerapan Modernisasi Pertanian (BRMP) Jakarta. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 2(4), 1-18. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i4.4418>
- Undang-undang (UU) Nomor 25 Tahun 2009 tentang *Pelayanan Publik* (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 112 , Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5038).
- Undang-undang (UU) Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 196 , Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6820).
- Wardani, K. D. K. A., Astiti, N. K. A., & Gorda, A. A. N. E. S. (2025). Rebuilding The Brand Image: A Case Study of PR Strategies in Rebranding Atlas Beach Fest in Bali. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 10(1), 231–254. <https://doi.org/10.18326/inject.v10i1.4407>
- Widyawati, J. A., & Erowati, D. (2025). Implementasi Kebijakan Kanal Pengaduan dan Aspirasi Pemerintah Kota Semarang Berbasis E-Government Tahun 2023. *Journal of Politic and Government Studies*, 14(3), 452-464.
- Wihendra, S. W. K. P., & Sudarmono, S. (2024). *Analisa Tingkat Kepercayaan Publik Terhadap Kinerja Kepala Desa Klurak Kabupaten Sidoarjo* (Doctoral dissertation, 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.
- Xu, P., Ye, Y., & Zhang, M. (2022). Exploring The Effects of Traditional Media, Social Media, and Foreign Media on Hierarchical Levels of Political Trust in China. *Global Media and China*, 7(3), 357–377. <https://doi.org/10.1177/20594364221115270>