

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).
- Azzahra, P. F. (2024). *Peranan Dan Pengaruh Iklan Pada Media Cetak Terhadap Perilaku Masyarakat Menggunakan BSI Hasanah Card (Studi Pada BSI KC Indramayu)*.
- Bintang Nurijadi, Novida Irawan, 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>
- 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>
- 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*.
- DeFleur, M. L., & Dennis, E. E. (1998). *Understanding Mass Communication: A Liberal Arts Perspective*. Houghton Mifflin.
- Devi Kalfika Anggria Wardani, K., Ni Ketut Ayu Astiti, & 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>

- DISKOMINFOPGK. (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/?utm_source=chatgpt.com
- 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.
- 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>
- 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>
- 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*.
- Jadayel, R., Iaaly, A., Tawk, F., & Adra, M. (2015). *A COMPARATIVE ANALYSIS: THE IMPACT OF AWARENESS CAMPAIGNS ON STUDENTS' CONCERNS AT UNIVERSITY LEVEL*.
- Jogja Smart Service*. (2025). <https://jss.jogjakota.go.id/>
- Kementerian Komunikasi dan Digital*. (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—Tutup Tahun 2023, Kementerian PANRB Ajak Instansi Pemerintah Perkuat SP4N-*

- LAPOR!* (2023, 12). <https://menpan.go.id/site/berita-terkini/tutup-tahun-2023-kementerian-panrb-ajak-instansi-pemerintah-perkuat-sp4n-lapor>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *EBOOK: Marketing Management, 15th Edition* | *E-Library* *INABA*. Pearson Education. [//opaclib.inaba.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D1781%26keywords%3D](https://opaclib.inaba.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D1781%26keywords%3D)
- Lapor Semarang*. (2025). <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. (2007). *Government Public Relations: A Reader*. CRC Press.
- 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>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6. ed). SAGE.
- Mediacenter Surabaya*. (2025). <https://mediacenter.surabaya.go.id/>
- Muhammad, K., & Firdaus, S. U. (2023). *Kebijakan Publik dan Politik Hukum: Membangun Demokrasi Berkelanjutan untuk Masyarakat*. 2.
- 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.
- Ningtyas, L. D. (2020). *PUBLIC TRUST LEVEL*
- 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>
- Rakhmadani, 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>
- Rice, R. E., & Atkin, C. K. (2013). *Public Communication Campaigns*. SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781544308449>
- 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>
- Sahuri, C. (2022). *Membangun Kepercayaan Publik melalui Pelayanan Publik yang Berkualitas*.
- Sapa Mbak Ita*. (2022). <https://sapambakita.semarangkota.go.id/>
- Semarang, B. P. S. K. (2025, July 29). *Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin—Tabel Statistik*. <https://semarangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzgjMg==/jumlah-penduduk-menurut-jenis-kelamin.html>
- 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>
- Soenarto. (2025). *Keterangan: Grafik di bawah ini menunjukkan trend sumber laporan WhatsApp pada Tahun 2024. Secara umum dapat dilihat bahwa sumber aduan “WhatsApp” yang paling diminati oleh masyarakat dengan total 2.780 laporan (52%)*.

- 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>
- 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
- University of Economics and Business, Poland, Mróz-Gorgoń, B., Haenlein, M., & ESCP Europe Business School, France. (2021). Corporate Rebranding and Its Meaning – Theory Perspective. *Problemy Zarządzania - Management Issues*, 2021(1(91)), 76–90. <https://doi.org/10.7172/1644-9584.91.6>
- 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>
- 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*.
- 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>