



Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika dalam Sosialisasi Aplikasi Tanggap Karawang (TANGKAR)

Irsyad Arrasyid¹⁾, Ana Fitriana Poerana²⁾, Tikka Muslimah³⁾

Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

m.arrasyid.irsyad@gmail.com¹⁾

ana.fitriana@fisip.unsika.ac.id²⁾

tikka.muslimah@fisip.unsika.ac.id³⁾

Abstrak

Perkembangan teknologi digital mendorong pemerintah daerah untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi dalam pelayanan publik, khususnya pada pengelolaan pengaduan masyarakat. Pemerintah Kabupaten Karawang melalui Dinas Komunikasi dan Informatika mengembangkan aplikasi Tanggap Karawang (TANGKAR) sebagai sarana layanan pengaduan berbasis digital. Namun, rendahnya tingkat pemanfaatan aplikasi menunjukkan perlunya strategi komunikasi yang efektif dalam proses sosialisasi. Tujuan penelitian ini yakni mengkaji strategi komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karawang dalam sosialisasi aplikasi TANGKAR melalui lima tahapan strategi komunikasi sebagaimana Hafied Cangara, diantaranya penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan. Termasuk pada penelitian kualitatif deskriptif, penelitian ini menerapkan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi guna mengumpulkan data. Temuan penelitian membuktikan bahwa strategi komunikasi sosialisasi TANGKAR telah dilaksanakan secara fungsional, terutama melalui media digital berupa media sosial dan laman resmi pemerintah daerah. Namun, pelaksanaannya masih menghadapi keterbatasan pada aspek perencanaan tertulis, evaluasi terstruktur, serta pelaporan strategis. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pada setiap tahapan strategi komunikasi agar sosialisasi aplikasi TANGKAR dapat berjalan lebih sistematis, terukur, dan menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

Kata kunci: e-Government, Pelayanan Publik, Strategi Komunikasi, Tanggap Karawang

Abstract

The development of digital technology has encouraged local governments to optimize the use of information technology in public service delivery, including the management of public complaints. The Government of Karawang Regency, through the Department of Communication and Informatics, developed the Tanggap Karawang (TANGKAR) application as a digital-based public complaint service. However, the relatively low level of public utilization indicates the need for an effective communication strategy in the socialization process. The objective of this study is to examine the communication strategy of the Karawang Regency Communication and Information Agency in disseminating information about the TANGKAR application through five stages of communication strategy as described by Hafied Cangara, namely research, planning, implementation, evaluation, and reporting. As a descriptive qualitative study, this research uses interviews, observation, and documentation techniques to collect data. The research findings prove that the TANGKAR socialization communication strategy has been implemented functionally, especially through digital media in the form of social media and official local government websites. However, its implementation still faces limitations in terms of written planning, structured evaluation, and strategic reporting. Therefore, strengthening is needed at each stage of the communication strategy so that the socialization of the TANGKAR application can run more systematically, measurably, and reach all levels of society.

Keywords: Communication strategy, e-government, Public service, Socialization, Tanggap Karawang.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah sejumlah bidang kehidupan, utamanya pada pelaksanaan tata kelola pemerintahan dan pelayanan publik (Meyfrylinda, 2020). Internet sebagai bagian dari transformasi digital telah mengubah pola interaksi antara pemerintah dan masyarakat yang konvensional menjadi lebih transparan, cepat, dan partisipatif. Kondisi ini mendorong pemerintah untuk menyesuaikan sistem pelayanan publik agar mampu menjawab tuntutan masyarakat yang semakin dinamis dan berbasis digital (Wicaksono, 2022).

Sebagaimana laporan We Are Social (2025), pengguna internet di Indonesia menyentuh sekitar 212 juta jiwa atau 74,6 persen dari total populasi nasional. Tingginya penetrasi internet tersebut mengindikasikan bahwa ketergantungan masyarakat pada teknologi digital dalam keseharian menjadi meningkat, termasuk dalam mengakses informasi dan berinteraksi dengan institusi publik. Situasi ini membuka peluang besar bagi pemerintah daerah untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi publik sekaligus sebagai instrumen peningkatan kualitas pelayanan kepada masyarakat (Rabbani, 2025).

Pemanfaatan teknologi digital dalam sektor pemerintahan dikenal dengan konsep e-government, yaitu pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi guna mendorong peningkatan efisiensi, efektivitas, transparansi, serta akuntabilitas pada pelaksanaan pemerintahan (Aprilia, 2024). Salah satu aspek penting dalam e-government adalah pengelolaan pengaduan masyarakat sebagai wujud peranan publik dalam mengawasi proses pelayanan. Sebagaimana dengan Peraturan Presiden Nomor 76 Tahun 2013 tentang Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik, yang menegaskan kewajiban pemerintah untuk menyediakan mekanisme pengaduan yang mudah diakses dan terintegrasi secara nasional (Fadlurrahman et al., 2023).

Sejalan dengan kebijakan tersebut, Pemerintah Kabupaten Karawang mengembangkan aplikasi Tanggap Karawang (TANGKAR) sebagai media layanan aspirasi dan pengaduan masyarakat berbasis digital. Aplikasi ini dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karawang dan dirancang guna kemudahan penyampaian laporan, keluhan, maupun aspirasi bagi masyarakat terkait pelayanan publik (Wulandari, 2023). Sejak diluncurkan pada Februari 2019, aplikasi TANGKAR telah menerima lebih dari sebelas ribu pengaduan masyarakat melalui berbagai kanal digital, seperti aplikasi mobile, laman resmi, serta media sosial resmi pemerintah daerah.

Meskipun demikian, tingkat pemanfaatan aplikasi TANGKAR masih belum sebanding dengan jumlah penduduk Kabupaten Karawang yang mencapai lebih dari 2,3 juta jiwa. Jumlah unduhan aplikasi yang relatif rendah serta ketimpangan partisipasi masyarakat menunjukkan bahwa sosialisasi program belum berjalan secara optimal. Kondisi ini mengindikasikan bahwa keberhasilan inovasi pelayanan publik berbasis digital tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga sangat bergantung pada efektivitas strategi komunikasi yang digunakan dalam proses sosialisasi kepada masyarakat (Haspo & Frinaldi, 2020).

Strategi komunikasi memiliki peran penting dalam menjembatani kebijakan pemerintah dengan pemahaman dan partisipasi masyarakat. Menurut Effendy (2017), komunikasi merupakan proses penyampaian pesan untuk membangun kesamaan makna antara komunikator dan komunikan. Sementara itu, sosialisasi dipahami sebagai proses penyampaian informasi dan nilai yang bertujuan membentuk pemahaman, sikap, dan perilaku masyarakat agar selaras dengan tujuan tertentu (Gunawan, 2012). Dengan demikian, sosialisasi program digital pemerintah memerlukan strategi komunikasi yang terencana, sistematis, dan berkelanjutan.

Hafied Cangara (2013) menjelaskan bahwa strategi komunikasi terdiri atas lima indikator utama, diantaranya penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan. Kelima tahapan tersebut menjadi kerangka konseptual yang penting dalam merancang dan mengevaluasi efektivitas kegiatan komunikasi, termasuk dalam konteks sosialisasi aplikasi layanan publik. Penggunaan tahapan strategi komunikasi ini memungkinkan pemerintah untuk memahami kebutuhan audiens, menentukan pesan dan media yang tepat, serta melakukan evaluasi secara berkelanjutan terhadap hasil komunikasi yang telah dilakukan.

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan utama pada penelitian ini terletak pada bagaimana strategi komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karawang diterapkan dalam mensosialisasikan aplikasi Tanggap Karawang (TANGKAR) kepada masyarakat. Tujuan penelitian ini yaitu mengkaji implementasi lima tahapan strategi komunikasi menurut Hafied Cangara secara mendalam pada proses sosialisasi aplikasi TANGKAR. Secara praktis, diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi bagi pemerintah daerah pada perbaikan strategi komunikasi layanan publik berbasis digital. Secara akademis, diharapkan penelitian ini dapat menambah kajian komunikasi pemerintahan, khususnya terkait strategi komunikasi dalam implementasi e-government di tingkat daerah.

METODE

Pendekatan kualitatif deskriptif diterapkan pada penelitian ini guna memahami secara mendalam mengenai implementasi strategi komunikasi pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karawang dalam melakukan sosialisasi aplikasi Tanggap Karawang (TANGKAR). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada proses, makna, dan praktik komunikasi publik yang dijalankan oleh instansi pemerintah, bukan pada pengukuran hubungan kuantitatif antarvariabel (Sugiyono, 2019).

Data penelitian ini mencakup data primer dan data sekunder. Data primer bersumber dari wawancara semi-terstruktur dengan pihak Diskominfo Kabupaten Karawang yang terlibat langsung dalam pengelolaan dan sosialisasi aplikasi TANGKAR, serta dari masyarakat pengguna aplikasi. Data sekunder diperoleh dari dokumen resmi, arsip kegiatan, publikasi media, dan literatur ilmiah yang relevan dengan topik strategi komunikasi dan e-government.

Wawancara, observasi non-partisipatif, dan dokumentasi diterapkan guna memperoleh data. Wawancara semi-terstruktur ditujukan guna menggali pandangan dan pengalaman informan secara mendalam, sementara observasi dilakukan untuk melihat secara langsung bentuk sosialisasi dan penggunaan media komunikasi. Dokumentasi berfungsi sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi (Sugiyono, 2019). Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu memilih informan berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap paling memahami permasalahan penelitian (Morrison, 2019). Informan terdiri atas pengelola komunikasi publik Diskominfo Kabupaten Karawang dan masyarakat yang telah menggunakan aplikasi TANGKAR.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini dibahas hasil penelitian mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karawang dalam mensosialisasikan aplikasi Tanggap Karawang (TANGKAR). Pembahasan difokuskan pada bagaimana proses sosialisasi tersebut dijalankan dalam praktik, mulai dari tahap awal hingga tindak lanjut kegiatan komunikasi. Untuk mempermudah analisis, hasil penelitian disusun berdasarkan lima tahapan strategi komunikasi menurut Hafied Cangara, yaitu tahap penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan (Cangara, 2014).

1. Tahap Penelitian dalam Sosialisasi Aplikasi TANGKAR

Tahap penelitian dalam strategi komunikasi berfungsi sebagai dasar untuk memahami permasalahan komunikasi, karakteristik audiens, serta konteks sosial yang melingkupi kegiatan sosialisasi. Cangara (2013) menegaskan bahwa penelitian komunikasi diperlukan agar strategi yang dirumuskan tidak bersifat spekulatif, melainkan berangkat dari fakta dan kebutuhan nyata di lapangan.

Dalam sosialisasi aplikasi TANGKAR, tahap penelitian dilakukan melalui pengamatan terhadap pola pengaduan masyarakat dan kebiasaan komunikasi publik di Kabupaten Karawang. Masyarakat dipahami memiliki karakteristik yang heterogen, khususnya dalam tingkat literasi digital. Oleh karena itu, audiens secara konseptual dipetakan ke dalam dua kelompok utama, yakni masyarakat yang telah terbiasa menggunakan teknologi informasi dan masyarakat yang belum sepenuhnya terpapar digitalisasi. Pemetaan ini penting karena memengaruhi pemilihan

media dan pendekatan komunikasi yang digunakan dalam sosialisasi aplikasi layanan publik berbasis digital.

Selain pemetaan audiens, dinamika komunikasi publik juga menjadi perhatian utama. Fenomena penyampaian keluhan melalui media sosial, khususnya pada kolom komentar akun pejabat publik dan akun dengan jangkauan audiens besar, menunjukkan bahwa masyarakat cenderung memilih saluran komunikasi yang dianggap cepat, mudah diakses, dan responsif. Kondisi ini mengindikasikan adanya kebutuhan masyarakat terhadap sistem pengaduan yang tidak berbelit dan terintegrasi secara digital. Namun, tahapan penelitian ini belum dilaksanakan dalam bentuk kajian formal yang terdokumentasi secara sistematis. Identifikasi permasalahan dan pemetaan audiens masih bertumpu pada pengalaman praktis dan diskusi internal pengelola pengaduan. Kondisi ini menunjukkan bahwa penelitian komunikasi telah berjalan secara substantif, tetapi belum sepenuhnya memenuhi prinsip metodologis sebagaimana dikemukakan Cangara (2013).

Temuan ini selaras dengan penelitian Meyfrylinda (2020) yang mengungkapkan bahwa dalam sosialisasi aplikasi SiBadra di Kota Bogor, tahap penelitian awal belum dilakukan secara spesifik dan terdokumentasi, sehingga strategi komunikasi lebih banyak disusun berdasarkan pengalaman lapangan. Penelitian Riani et al. (2021) juga menegaskan bahwa keterbatasan pemetaan kebutuhan masyarakat menjadi salah satu faktor yang memengaruhi efektivitas sosialisasi program TANGKAR.

2. Tahap Perencanaan Strategi Komunikasi Sosialisasi Aplikasi TANGKAR

Tahap perencanaan merupakan proses penyusunan langkah strategis yang akan ditempuh untuk mencapai tujuan komunikasi. Menurut Cangara (2013), perencanaan strategi komunikasi mencakup penentuan sasaran, perumusan pesan, pemilihan media, serta penetapan efek komunikasi yang diharapkan. Tahap ini menjadi fondasi agar pelaksanaan komunikasi berjalan terarah dan efisien.

Perencanaan sosialisasi aplikasi TANGKAR disusun dengan mempertimbangkan karakteristik audiens yang telah dipetakan sebelumnya. Sasaran utama diarahkan pada masyarakat yang aktif menggunakan teknologi digital, khususnya media sosial. Pertimbangan ini didasarkan pada tingginya intensitas pengaduan yang disampaikan melalui platform daring dibandingkan dengan kanal konvensional.

Pemilihan media komunikasi dalam perencanaan strategi lebih difokuskan pada media sosial, website resmi pemerintah daerah, serta aplikasi pesan instan. Media tersebut dipandang memiliki jangkauan luas, mudah diakses, dan tidak memerlukan biaya besar, sehingga sesuai dengan kondisi keterbatasan anggaran. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip efisiensi komunikasi yang ditekankan oleh Cangara (2013), yaitu optimalisasi sumber daya untuk mencapai efek komunikasi yang maksimal.

Perencanaan pesan komunikasi difokuskan pada aspek fungsional aplikasi TANGKAR, seperti mekanisme penyampaian pengaduan, variasi kanal yang tersedia, estimasi waktu respons, serta sistem pelacakan laporan. Pesan disusun secara informatif dan sederhana agar mudah dipahami oleh masyarakat.

Dengan demikian, perencanaan tidak hanya bertujuan memperkenalkan aplikasi, tetapi juga mendorong masyarakat untuk memahami dan menggunakan layanan secara mandiri. Meskipun unsur-unsur perencanaan telah terpenuhi secara konseptual, perencanaan strategi komunikasi belum dituangkan dalam dokumen perencanaan tertulis yang sistematis. Perencanaan masih bersifat fleksibel dan adaptif terhadap kondisi lapangan. Temuan tersebut selaras dengan temuan studi Fadhillah (2023) bahwa perencanaan strategi komunikasi digital dalam sosialisasi aplikasi pelayanan publik cenderung bersifat praktis dan situasional, terutama ketika dihadapkan pada keterbatasan sumber daya.

3. Tahap Pelaksanaan Strategi Komunikasi Sosialisasi Aplikasi TANGKAR

Pelaksanaan strategi komunikasi merupakan implementasi nyata dari perencanaan yang telah disusun. Cangara (2013) menyebutkan bahwa pelaksanaan komunikasi bertujuan menyebarluaskan pesan kepada sasaran melalui media yang telah ditentukan agar pesan dapat

diterima dan dipahami secara efektif.

Pelaksanaan sosialisasi aplikasi TANGKAR dilakukan secara dominan melalui media digital, khususnya media sosial dan website resmi pemerintah daerah. Tidak sekedar menjadi sarana penyebaran informasi satu arah, media sosial juga menjadi ruang interaksi dengan masyarakat. Respons terhadap komentar dan pesan langsung menjadi bagian dari strategi komunikasi yang bersifat dialogis dan partisipatif.

Selain itu, koordinasi lintas perangkat daerah dilakukan dengan mengintegrasikan tautan pengaduan TANGKAR pada akun media sosial dan website resmi OPD serta kecamatan. Integrasi ini memperkuat posisi TANGKAR sebagai sistem pengaduan terpusat dan memudahkan masyarakat dalam menemukan kanal pengaduan resmi.

Namun, pelaksanaan sosialisasi melalui pendekatan tatap muka dan media luar ruang masih terbatas. Keterbatasan anggaran dan sumber daya manusia adalah faktor yang sangat memengaruhi kondisi tersebut. Akibatnya, strategi komunikasi lebih efektif menjangkau masyarakat yang telah melek digital, tetapi belum sepenuhnya menjangkau kelompok masyarakat dengan keterbatasan akses teknologi.

Kondisi tersebut sejalan dengan penelitian Prasetyo Mail et al. (2021) yang menunjukkan bahwa pelaksanaan strategi komunikasi melalui media sosial efektif dalam menjangkau audiens digital, tetapi memiliki keterbatasan dalam menjangkau masyarakat non-digital. Penelitian Fadhillah (2023) juga menegaskan bahwa dominasi pendekatan digital berpotensi menciptakan kesenjangan informasi jika tidak diimbangi dengan metode komunikasi alternatif.

4. Tahap Evaluasi Strategi Komunikasi Sosialisasi Aplikasi TANGKAR

Evaluasi merupakan tahapan penting untuk menilai efektivitas strategi komunikasi dan menentukan langkah perbaikan. Menurut Cangara (2013), evaluasi dilakukan dengan meninjau faktor internal dan eksternal, menilai hasil pelaksanaan, dan melaksanakan tindakan korektif.

Evaluasi strategi komunikasi sosialisasi aplikasi TANGKAR dilakukan secara internal dan bersifat informal. Evaluasi lebih difokuskan pada aspek operasional, seperti kemudahan akses aplikasi, jumlah pengaduan yang masuk, serta responsivitas pengelola dalam menindaklanjuti laporan. Selain itu, survei kepuasan masyarakat digunakan sebagai salah satu instrumen evaluasi, meskipun partisipasi masyarakat dalam survei tersebut masih terbatas.

Evaluasi belum dilakukan secara periodik dan terdokumentasi dalam bentuk laporan khusus. Kondisi ini menyebabkan evaluasi belum sepenuhnya berfungsi sebagai alat ukur strategis untuk menilai dampak komunikasi, seperti peningkatan pemahaman atau perubahan perilaku masyarakat. Temuan ini sejalan dengan penelitian Saputri (2025) yang menyebutkan bahwa evaluasi strategi komunikasi dalam penerapan aplikasi pelayanan publik sering kali bersifat teknis dan belum menyentuh aspek evaluasi dampak komunikasi secara menyeluruh.

5. Tahap Pelaporan Kegiatan Sosialisasi Aplikasi TANGKAR

Pelaporan merupakan tahapan akhir dalam strategi komunikasi yang berfungsi sebagai dokumentasi dan bahan refleksi strategis (Cangara, 2013). Dalam sosialisasi aplikasi TANGKAR, pelaporan kegiatan sosialisasi belum disusun secara khusus dalam bentuk dokumen tertulis yang komprehensif.

Pelaporan yang tersedia lebih berfokus pada laporan operasional pengelolaan pengaduan, seperti laporan harian dan tahunan terkait jumlah dan status pengaduan masyarakat. Laporan tersebut disampaikan kepada pimpinan daerah sebagai bentuk pertanggungjawaban kinerja layanan pengaduan, namun belum dimanfaatkan secara optimal untuk mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi sosialisasi. Kondisi ini sejalan dengan temuan Meyfrylinda (2020) dan Saputri (2025) yang menunjukkan bahwa pelaporan strategi komunikasi dalam program layanan publik sering kali belum difungsikan sebagai instrumen strategis untuk pengembangan komunikasi jangka panjang.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karawang dalam mensosialisasikan aplikasi Tanggap Karawang (TANGKAR) telah

dijalankan dengan mengacu pada lima tahapan strategi komunikasi menurut Hafied Cangara, yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan. Secara umum, sosialisasi aplikasi TANGKAR lebih banyak mengandalkan pendekatan digital, khususnya media sosial dan kanal daring pemerintah, sebagai respons terhadap karakteristik masyarakat yang semakin akrab dengan teknologi informasi.

Tahap penelitian dilakukan melalui pengamatan terhadap pola pengaduan dan kebiasaan komunikasi masyarakat, meskipun belum didukung oleh kajian formal yang terdokumentasi. Tahap perencanaan dan pelaksanaan menunjukkan adanya penyesuaian strategi terhadap keterbatasan sumber daya, dengan penekanan pada efisiensi media dan kejelasan pesan. Namun, tahapan evaluasi dan pelaporan masih bersifat terbatas, lebih menitikberatkan pada aspek operasional pengelolaan pengaduan dibandingkan penilaian strategis terhadap efektivitas sosialisasi. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi TANGKAR telah berjalan secara fungsional, tetapi masih memerlukan penguatan pada aspek sistematis dan berkelanjutan agar mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara lebih merata.

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karawang memperkuat tahap penelitian dengan menyusun kajian dan pemetaan audiens secara tertulis sebagai dasar perumusan strategi komunikasi yang lebih terarah. Selain itu, diperlukan pengembangan metode sosialisasi non-digital, seperti kegiatan tatap muka terbatas atau pemanfaatan media luar ruang, untuk menjangkau masyarakat yang memiliki keterbatasan akses teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, R. N. (2024). Strategi komunikasi humas Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional Kantor Pertanahan Kabupaten Bogor I dalam menyampaikan informasi pendaftaran pertanahan melalui media website di kalangan masyarakat (Skripsi, Universitas Komputer Indonesia).
- Cangara, H. (2013). Perencanaan dan strategi komunikasi. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Effendy, O. U. (2017). Ilmu komunikasi: Teori dan praktik. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fadlurrahman, A. A., Affrian, R., & Mahdalina, M. (2025). Efektivitas aplikasi Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional (SP4N) Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat (LAPOR!) pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Hulu Sungai Selatan. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)*, 2(1).
- Gunawan, I. (2022). Metode penelitian kualitatif: Teori dan praktik. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hadi, S. (2017). Pemeriksaan keabsahan data penelitian kualitatif pada skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 22(1).
- Hardiyansyah. (2015). Komunikasi pelayanan publik: Konsep dan aplikasi. Yogyakarta: Gava Media.
- Haspo, L. N. A., & Frinaldi, A. (2020). Penerapan aplikasi SP4N-LAPOR dalam manajemen pengaduan masyarakat di Kota Solok. *Jurnal Mahasiswa Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 2(2).
- Meyfrylinda, D. (2020). Strategi komunikasi Pemerintah Kota Bogor dalam mensosialisasikan aplikasi Sistem Informasi Berbagi Aduan dan Saran (SiBadra) (Skripsi, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).



Morissan. (2019). Riset kualitatif. Jakarta: Kencana.

Prasetyo, S. Z., Poerana, A. F., & Ramdhani, M. (2022). Strategi komunikasi Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Karawang melalui media sosial Instagram dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 9(9), 3539–3546.

Rabbani, M. F. (2025). Strategi komunikasi pemerintah daerah dalam pemberdayaan masyarakat di Perkampungan Budidaya Rumput Laut di Desa Kupang Kecamatan Jabon Kabupaten Sidoarjo (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang).

Wicaksono, D. R. (2022). Strategi komunikasi Unit Pasar Besar Induk Kramat Jati dalam membina hubungan baik dengan komunitas pedagang di Pasar Induk Kramat Jati (Tesis diploma, Universitas Nasional).

Wulandari, S. (2023). Peningkatan kualitas pelayanan publik melalui aplikasi pengaduan SP4N-LAPOR! pada Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja, 13(2), 152–166.