

Strategi *Public Relations* Dinas Dukcapil Kota Salatiga dalam Mendukung Peningkatan Pelayanan Publik

Veny Arnelita Sinurat¹, Zon Vanel²
^{1,2} Universitas Kristen Satya Wacana

ABSTRAK

Penyelenggaraan pelayanan administrasi kependudukan menuntut instansi pemerintah menyediakan layanan serta komunikasi responsif. Strategi *Public Relations* berperan menghubungkan kebutuhan masyarakat dengan perencanaan, pelaksanaan, komunikasi, dan evaluasi pelayanan. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi *Public Relations* Dinas Dukcapil Kota Salatiga dalam mendukung peningkatan pelayanan publik menggunakan model *Research, Action, Communication*, dan *Evaluation* (RACE), komunikasi *Two-Way Symmetric* dan Pelayanan Prima. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan *purposive sampling*. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman serta diuji melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu. Hasil penelitian menunjukkan strategi *Public Relations* membentuk proses RACE yang utuh. *Research* dilakukan melalui pengaduan dan umpan balik masyarakat; *action* melalui pelayanan proaktif, termasuk jemput bola dan perekaman KTP elektronik di sekolah; *communication* melalui komunikasi internal, tatap muka, serta media digital; *evaluation* melalui Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM), rapat internal, dan pemantauan umpan balik digital. Namun, ditemukan tiga persoalan, yaitu program pelayanan situasional, konsistensi prosedur pelayanan perlu diperkuat, dan respons terhadap umpan balik digital belum konsisten. Temuan ini menunjukkan strategi *Public Relations* merupakan komunikasi adaptif yang menghubungkan identifikasi kebutuhan, tindakan pelayanan, komunikasi dua arah, dan evaluasi berkelanjutan. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji instansi pelayanan publik lain dengan informan berbeda atau menggunakan *mixed methods*.

Kata-kata Kunci: *Public Relations*; RACE; pelayanan publik; *Two-Way Symmetric*; Dinas Dukcapil Kota Salatiga.

Public Relations Strategy of the Salatiga Population and Civil Registration Office in Improving Public Services

ABSTRACT

Public service delivery in population administration requires institutions to provide services and responsive communication. Public Relations strategies connect public needs with service planning, implementation, communication, and evaluation. This study aims to analyze the Public Relations strategy of the Department of Population and Civil Registration of Salatiga City in improving public service using the Research, Action, Communication, and Evaluation (RACE) model, Two-Way Symmetric communication and the Excellent Service framework. This descriptive qualitative study used purposive sampling. Data were collected through interviews, observation, documentation, and questionnaires, analyzed using Miles and Huberman's interactive model, and validated through source, technique, and time triangulation. The findings show a RACE process. Research involved complaint and public feedback; action involved proactive services, including outreach services and electronic ID card registration in schools; communication involved internal, face-to-face, and digital media; and evaluation involved the Community Satisfaction Index (IKM), internal meetings, and monitoring digital feedback. However, three issues were identified: situational service programs, inconsistent service procedures, and inconsistent responses to public feedback. These findings indicate that the Public Relations strategy is an adaptive communication process connecting needs identification, service actions, two-way communication, and continuous evaluation. Future research may examine public service institutions with different informants or use mixed methods.

Keywords: *Public Relations*; RACE; public service; *Two-Way Symmetric*; Population Administration; Salatiga City.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk di Indonesia menghadirkan tantangan bagi pemerintah dalam menyelenggarakan administrasi kependudukan secara optimal. Badan Pusat Statistik mencatat jumlah penduduk Indonesia mencapai lebih dari 284 juta jiwa pada pertengahan 2025 (Badan Pusat Statistik, 2025), sehingga diperlukan sistem administrasi kependudukan yang akurat dan terintegrasi. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) berperan dalam pengelolaan data dan dokumen kependudukan, seperti Kartu Keluarga, Kartu Tanda Penduduk, Kartu Identitas Anak, dan dokumen perpindahan penduduk (Rahman et al., 2021).

Kota Salatiga menghadapi kebutuhan pelayanan administrasi kependudukan yang tinggi (Rishana Shanti Y. et al., 2023). Dinas Dukcapil Kota Salatiga memiliki 25 Pegawai Negeri Sipil dan 3 Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja yang melayani kebutuhan masyarakat. Kondisi tersebut turut memunculkan sorotan terhadap kualitas pelayanan, sebagaimana terlihat dari ulasan masyarakat pada *Maps* yang memuat keluhan mengenai prosedur pendaftaran penduduk baru yang dianggap rumit, layanan yang belum sepenuhnya terdigitalisasi, sikap petugas yang dinilai kurang ramah, serta layanan Identitas Kependudukan Digital (IKD) yang masih mengharuskan warga datang langsung.

Sebagian keluhan masyarakat belum mendapat tanggapan dari instansi, yang menunjukkan belum optimalnya komunikasi dua arah pada ruang publik

digital. Padahal, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik mewajibkan pemerintah menyediakan layanan yang cepat, mudah, dan adil (Margareth, 2017). Di sisi lain, ulasan terbaru menunjukkan apresiasi terhadap perbaikan pelayanan, terutama keramahan petugas dan pemanfaatan fasilitas digital, meskipun literasi digital masyarakat masih menjadi kendala. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya strategi *Public Relations* dalam membangun interaksi, kepercayaan, dan responsivitas pemerintah dengan masyarakat (Azhary et al., 2024).

Penelitian mengenai strategi *Public Relations* dalam pelayanan publik telah dilakukan pada berbagai konteks. Hidayah dan Puspasari (2024) menunjukkan bahwa strategi humas melalui inovasi KUBERSERI mampu meningkatkan pelayanan, meskipun terkendala sumber daya manusia dan jaringan internet. Karim et al. (2023) menemukan bahwa strategi humas melalui komunikasi, publikasi media sosial dan *website*, serta sosialisasi didukung kerja sama dengan publik eksternal. Sedangkan, Fathiannisa dan E (2020) menunjukkan bahwa strategi humas melalui *Hallo Pasien*, *Customer Care*, publikasi, dan edukasi berkontribusi pada peningkatan kepercayaan dan kualitas pelayanan rawat jalan.

Ketiga penelitian terdahulu menggunakan pendekatan teori yang berbeda sesuai konteks penelitian, tetapi umumnya berfokus pada efektivitas komunikasi atau kualitas pelayanan dari satu perspektif teori. Kajian yang melihat strategi *Public Relations* sebagai proses manajerial yang

utuh, mulai dari identifikasi kebutuhan, penyusunan program, komunikasi, hingga evaluasi dalam administrasi kependudukan masih terbatas, khususnya pada instansi dengan keterbatasan sumber daya dan tuntutan pelayanan digital.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan menggunakan model *Research, Action, Communication, and Evaluation* (RACE) sebagai kerangka utama untuk menganalisis strategi *Public Relations* Dinas Dukcapil Kota Salatiga, dengan memadukan perspektif *Two-Way Symmetric* untuk menjelaskan komunikasi organisasi dan masyarakat serta konsep Pelayanan Prima untuk menginterpretasikan kualitas pelayanan. Kebaruan penelitian ini terletak pada pemahaman strategi *Public Relations* sebagai siklus adaptif yang menghubungkan *listening*, *responsive action*, *communication*, dan *evaluation*, dengan keberhasilan yang bergantung pada tindak lanjut *feedback* publik dalam perubahan organisasi.

Public Relations merupakan fungsi manajemen yang membangun hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publik melalui komunikasi yang terencana dan berkelanjutan (Grunig & Hunt, 1984). Dalam pemerintahan, *Public Relations* tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kepercayaan, mendorong partisipasi, serta mendukung pelayanan publik yang transparan dan responsif (Cutlip et al., 2006).

Strategi *Public Relations* dalam penelitian ini dianalisis menggunakan model *Research, Action,*

Communication, and Evaluation (RACE) dari Marston (1963), yang meliputi identifikasi kebutuhan publik, penyusunan dan pelaksanaan program, penyampaian pesan, serta evaluasi program. Perspektif *Two-Way Symmetric Model* dari Grunig dan Hunt (1984) digunakan untuk menganalisis komunikasi organisasi dan masyarakat melalui proses dialog, penerimaan umpan balik, dan pemanfaatan masukan untuk perbaikan pelayanan. Sementara itu, kualitas pelayanan dianalisis menggunakan konsep Pelayanan Prima dari Prihartono (2012), yang meliputi *ability*, *attention*, *attitude*, dan *action*.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjawab pertanyaan bagaimana strategi *Public Relations* Dinas Dukcapil Kota Salatiga dalam mendukung peningkatan pelayanan publik. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi *Public Relations* menggunakan model *Research, Action, Communication, and Evaluation* (RACE) serta menginterpretasikan penerapan *Two-Way Symmetric* dan Pelayanan Prima. Hasil penelitian diharapkan berkontribusi pada pengembangan kajian *Public Relations* sektor pemerintahan dan menjadi rekomendasi bagi instansi pemerintah dalam merancang strategi komunikasi yang efektif, partisipatif, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami implementasi strategi *Public Relations* Dinas Dukcapil Kota Salatiga dalam meningkatkan pelayanan publik.

Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap fenomena berdasarkan pengalaman dan perspektif informan melalui analisis induktif (Creswell & Poth, 2018; Ruhansih, 2017). Penelitian dilaksanakan pada Januari–Agustus 2026 dengan informan yang dipilih melalui *purposive sampling* berdasarkan pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung, terdiri atas petugas pelayanan dan pengelola media sosial serta masyarakat pengguna layanan (Sugiyono, 2023).

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi, sedangkan data sekunder berasal dari dokumen internal, SOP, laporan kegiatan, IKM, dokumentasi media sosial, arsip publik, dan kuesioner. Kuesioner digunakan sebagai *supporting data* untuk menggambarkan persepsi masyarakat dan melengkapi hasil wawancara serta observasi, bukan sebagai instrumen utama penelitian kuantitatif (Creswell & Poth, 2018). Kuesioner mencakup aspek perhatian, respons, dan tanggung jawab petugas dalam pelayanan dengan jumlah responden 51 orang.

Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman meliputi pengumpulan, reduksi, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (Sugiyono, 2019). Data wawancara, observasi, dan dokumentasi direduksi dan dikelompokkan berdasarkan tahapan RACE, kemudian diverifikasi melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu untuk meningkatkan kredibilitas penelitian (Sugiyono, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

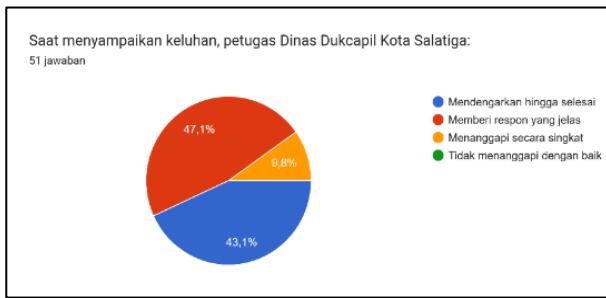
HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *Public Relations* Dinas Dukcapil Kota Salatiga dalam meningkatkan pelayanan publik diimplementasikan melalui empat tahapan model *Research, Action, Communication*, dan *Evaluation* (RACE). Hasil penelitian disajikan berdasarkan tahapan RACE untuk menggambarkan implementasi strategi *Public Relations* serta aspek yang masih memerlukan penyempurnaan dalam pelayanan publik.

Tahap Research

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Dukcapil Kota Salatiga menerapkan tahap *Research* melalui identifikasi kebutuhan, harapan, dan keluhan masyarakat sebagai dasar perbaikan pelayanan. Identifikasi dilakukan melalui kotak saran, pengaduan *website*, media sosial, dan interaksi langsung dengan petugas. Tercatat 11 pengaduan pada *website*, terdiri atas 7 pengaduan pada 2025 dan 4 pada 2026. Sementara itu, data pelayanan Januari–Agustus 2026 mencatat 12.859 pelayanan, dengan jumlah tertinggi pada Juni sebanyak 2.033 dan terendah pada Maret sebanyak 1.233 (lihat Gambar 1). Data tersebut menunjukkan bahwa identifikasi kebutuhan masyarakat dilakukan melalui pengaduan dan aktivitas pelayanan secara berkelanjutan.

STRATEGI PUBLIC RELATIONS DINAS DUKCAPIL KOTA SALATIGA DALAM MENDUKUNG PENINGKATAN PELAYANAN PUBLIK (VENY ARNELITA SINURAT, ZON VANEL)

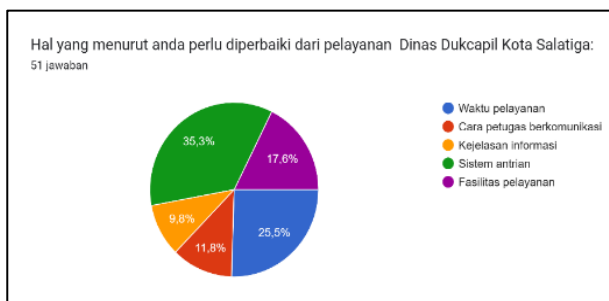


Sumber: Kuesioner Penelitian (2026)

Diagram 2. Diagram yang menunjukan sikap petugas Dinas Dukcapil Kota Salatiga saat menerima keluhan

Hasil kuesioner pada Diagram 2 menunjukkan bahwa 47,1% responden menilai petugas memberikan respons yang jelas, 43,1% mendengarkan keluhan hingga selesai, dan 9,8% memberikan respons secara singkat. Tidak terdapat responden yang menilai petugas tidak menanggapi dengan baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa petugas umumnya memberikan respons yang jelas dan mendengarkan keluhan, meskipun sebagian dinilai masih memberikan respons secara singkat.

Hasil kuesioner juga menunjukkan beberapa aspek pelayanan yang masih perlu diperbaiki, yaitu sistem antrian, waktu pelayanan, fasilitas, komunikasi petugas, dan kejelasan informasi (lihat Diagram 3).



Sumber: Kuesioner Penelitian (2026)

Diagram 3. Diagram yang menunjukan hal yang perlu diperbaiki dari pelayanan Dinas Dukcapil Kota Salatiga

Hasil kuesioner pada Diagram 3 menunjukkan bahwa aspek yang perlu diperbaiki meliputi sistem

antrean sebesar 35,3%, waktu pelayanan 25,5%, fasilitas pelayanan 17,6%, cara petugas berkomunikasi 11,8%, dan kejelasan informasi 9,8%. Secara keseluruhan, Diagram 3 menunjukkan bahwa sistem antrian dan waktu pelayanan menjadi aspek yang paling perlu diperbaiki dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Tahap Action

Pada tahap *Action*, Dinas Dukcapil Kota Salatiga menindaklanjuti hasil identifikasi kebutuhan masyarakat melalui berbagai program untuk memperluas akses pelayanan, terutama bagi kelompok dengan keterbatasan akses. Salah satunya adalah pelayanan jemput bola bagi lanjut usia, penyandang disabilitas, ODGJ, pasien rumah sakit, dan warga binaan lembaga pemasyarakatan (lihat Gambar 3). Seperti yang disampaikan oleh Petugas Pelayanan dan Sosial Media:

"Jemput bola ini kita lakukan karena masih ada masyarakat yang kesulitan untuk datang langsung ke kantor, mbak. Contohnya lansia yang sedang sakit di rumah sakit terus ada keluarga yang melapor ke kantor, nanti kita yang datang langsung ke lokasi supaya mereka tetap bisa mendapatkan pelayanan administrasi kependudukan."



Sumber: Instagram @disdukcapi.kota.salatiga (2026)

Gambar 3. Program Jemput Bola Pelayanan Administrasi Kependudukan

Gambar 3 menunjukkan kegiatan perekaman data kependudukan secara langsung kepada penyandang disabilitas sebagai bagian dari pelayanan jemput bola. Selain itu, Dinas Dukcapil Kota Salatiga juga melaksanakan perekaman KTP elektronik di sekolah bagi pelajar yang telah berusia 17 tahun, sosialisasi administrasi kependudukan dan Identitas Kependudukan Digital (IKD) kepada RT, RW, perangkat desa, dan masyarakat, serta stand pelayanan administrasi kependudukan pada kegiatan tertentu untuk memudahkan masyarakat mengakses berbagai layanan administrasi (lihat gambar 4).



Sumber: Instagram @disdukcapi.kota.salatiga (2026)

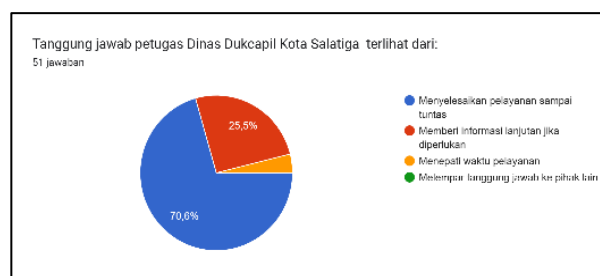
Gambar 4. Program Sosialisasi Pelayanan Administrasi Kependudukan

Gambar 4 menunjukkan sosialisasi dan pembinaan administrasi kependudukan kepada RT, RW, dan LPMK sebagai bagian dari penyampaian informasi pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi pelayanan juga melibatkan perangkat lingkungan.

Selain itu, instansi menindaklanjuti kebutuhan masyarakat melalui perbaikan fasilitas, salah satunya pembaruan mesin antrian setelah adanya

keluhan mengenai waktu tunggu. Perubahan tersebut mempercepat pengambilan nomor antrian dan meningkatkan kenyamanan masyarakat.

Tindak lanjut kebutuhan masyarakat juga terlihat dalam pelaksanaan pelayanan oleh petugas. Penilaian responden mencakup tanggung jawab petugas dalam menyelesaikan pelayanan dan tindakan saat terjadi kendala (lihat Diagram 4).

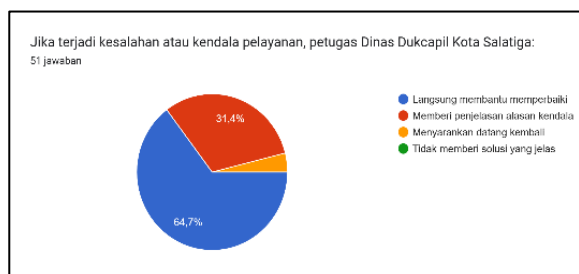


Sumber: Kuesioner Penelitian (2026)

Diagram 4. Diagram yang menunjukkan tanggung jawab petugas Dinas Dukcapil Kota Salatiga saat melayani

Hasil Diagram 4 menunjukkan bahwa 70,6% responden menilai petugas menyelesaikan pelayanan hingga tuntas, 25,5% memberikan informasi lanjutan jika diperlukan, dan 3,9% menilai petugas menepati waktu pelayanan. Tidak terdapat responden yang menilai petugas mengalihkan tanggung jawab. Hasil tersebut menunjukkan tanggung jawab petugas terutama terlihat dalam penyelesaian pelayanan dan pemberian informasi lanjutan, sementara ketepatan waktu masih memperoleh penilaian lebih rendah.

Selanjutnya, petugas juga dituntut mengambil tindakan ketika terjadi kesalahan atau kendala (lihat Diagram 5).

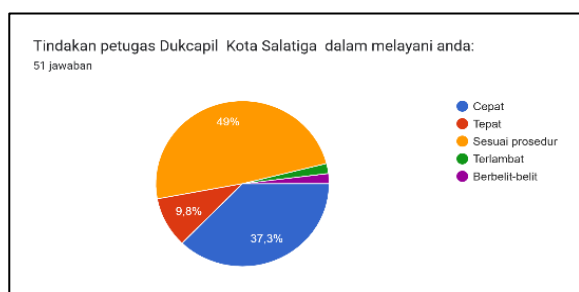


Sumber: Kuesioner Penelitian (2026)

Diagram 5. Diagram yang menunjukkan tindakan petugas Dinas Dukcapil Kota Salatiga saat menerima kendala pelayanan

Hasil Diagram 5 menunjukkan bahwa 64,7% responden menilai petugas langsung membantu memperbaiki kendala pelayanan, 31,4% memberikan penjelasan mengenai kendala, dan sekitar 3,9% menyarankan untuk datang kembali. Tidak terdapat responden yang menilai petugas tidak memberikan solusi yang jelas. Secara keseluruhan, Diagram 5 menunjukkan bahwa petugas tidak hanya memberikan penjelasan ketika terjadi kendala, tetapi juga melakukan tindakan langsung untuk membantu menyelesaikannya. Hal ini menunjukkan adanya tindak lanjut petugas terhadap kendala yang dialami masyarakat.

Pelaksanaan pelayanan juga dinilai berdasarkan kesesuaian dengan prosedur, kecepatan, ketepatan, serta waktu pelayanan (lihat diagram 6).



Sumber: Kuesioner Penelitian (2026)

Diagram 6. Diagram yang menunjukkan tindakan petugas Dinas Dukcapil Kota Salatiga saat melayani

Hasil Diagram 6 menunjukkan bahwa 49% responden menilai pelayanan sesuai prosedur, 37,3% dilakukan dengan cepat, dan 9,8% dilakukan dengan tepat. Persentase terendah terdapat pada pelayanan yang dinilai terlambat dan berbelit-belit. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelayanan umumnya dinilai sesuai prosedur dan cepat, meskipun masih terdapat penilaian mengenai keterlambatan dan prosedur yang berbelit-belit.

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa implementasi program pelayanan telah memberikan dampak positif terhadap kualitas pelayanan yang diterima masyarakat. Namun, hasil wawancara menunjukkan bahwa beberapa program, seperti pelayanan jemput bola, sosialisasi, dan *stand* pelayanan, masih dilaksanakan secara situasional berdasarkan permintaan atau kebutuhan tertentu. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberlanjutan program masih menjadi tantangan sehingga pelaksanaannya belum merata.

Tahap Communication

Pada tahap *Communication*, Dinas Dukcapil Kota Salatiga menerapkan komunikasi internal dan eksternal. Komunikasi internal dilakukan melalui apel pagi untuk menyampaikan agenda pelayanan, pembagian tugas, hasil evaluasi, dan masukan masyarakat. Komunikasi eksternal dilakukan melalui Instagram (lihat Gambar 5), *website*, dan *WhatsApp* untuk menyampaikan persyaratan, jadwal, pengumuman, dan informasi pelayanan. Instagram instansi memiliki 2.816 pengikut dengan

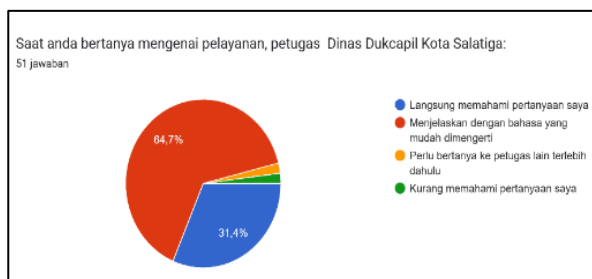
engagement rate 0,55% berdasarkan 20 unggahan terbaru. Selain itu, tersedia SOP, *banner*, alur pelayanan, serta sosialisasi kepada RT, RW, perangkat desa, dan masyarakat.



Sumber: Instagram @disdukcapil.kota.salatiga (2026)
Gambar 5. Publikasi Informasi Pelayanan melalui Instagram Dinas Dukcapil Kota Salatiga

Berdasarkan dokumentasi tersebut, Dinas Dukcapil Kota Salatiga memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan informasi pelayanan, seperti persyaratan administrasi kependudukan, jadwal pelayanan, kegiatan jemput bola, dan sosialisasi IKD. Selain media digital, petugas juga memberikan penjelasan langsung kepada masyarakat terkait prosedur yang belum dipahami.

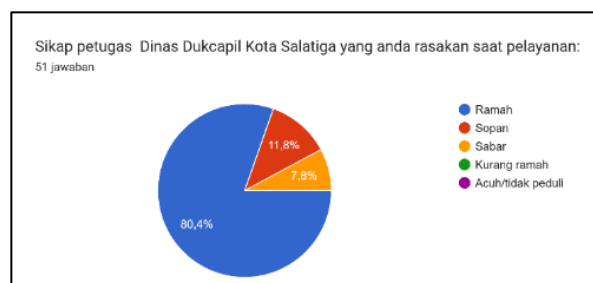
Pelaksanaan komunikasi tersebut tercermin dari penilaian responden terhadap kemampuan petugas memberikan penjelasan pelayanan (lihat Diagram 7).



Sumber: Kuesioner Penelitian (2026)
Diagram 7 . Diagram yang menunjukkan bagaimana respon petugas Dinas Dukcapil Kota Salatiga saat masyarakat bertanya mengenai pelayanan

Hasil Diagram 7 menunjukkan bahwa 64,7% responden menilai petugas menjelaskan dengan bahasa yang mudah dipahami, sedangkan 31,4% menilai petugas langsung memahami pertanyaan masyarakat. Persentase terendah terdapat pada penilaian bahwa responden perlu bertanya kepada petugas lain atau petugas kurang memahami pertanyaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa petugas umumnya mampu memahami pertanyaan dan menjelaskan informasi pelayanan dengan bahasa yang mudah dipahami.

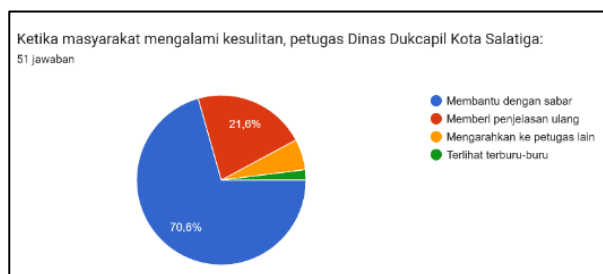
Selain cara menyampaikan informasi, sikap petugas selama pelayanan juga menjadi bagian dari penilaian masyarakat (lihat Diagram 8).



Sumber: Kuesioner Penelitian (2026)
Diagram 8. Diagram yang menunjukkan sikap petugas Dinas Dukcapil Kota Salatiga saat pelayanan

Hasil Diagram 8 menunjukkan bahwa 80,4% responden menilai petugas bersikap ramah, 11,8% menilai sopan, dan 7,8% menilai sabar. Tidak terdapat responden yang memilih kategori kurang ramah maupun acuh/tidak peduli. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sikap petugas cenderung positif melalui keramahan, kesopanan, dan kesabaran dalam berinteraksi dengan masyarakat.

Sikap petugas dalam membantu masyarakat ketika mengalami kesulitan juga dinilai dalam pelaksanaan pelayanan (lihat Diagram 9).



Sumber: Kuesioner Penelitian (2026)

Diagram 9. Diagram yang menunjukkan sikap petugas Dinas Dukcapil Kota Salatiga saat masyarakat mengalami kesulitan

Hasil Diagram 9 menunjukkan bahwa 70,6% responden menilai petugas membantu masyarakat dengan sabar ketika mengalami kesulitan, 21,6% menilai petugas memberikan penjelasan ulang, dan 5,9% menilai petugas mengarahkan kepada petugas lain. Persentase terendah terdapat pada penilaian bahwa petugas terlihat terburu-buru. Hasil tersebut menunjukkan bahwa petugas cenderung membantu masyarakat dengan sabar, meskipun masih terdapat sebagian kecil yang diarahkan kepada petugas lain atau merasa petugas terburu-buru. Hal ini menunjukkan bahwa pendampingan masyarakat dalam pelayanan masih perlu diperhatikan.

Tahap Evaluation

Pada tahap *Evaluation*, Dinas Dukcapil Kota Salatiga melakukan evaluasi pelayanan melalui Survei Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) (lihat Gambar 6), rapat evaluasi internal, serta pemantauan terhadap berbagai masukan masyarakat pada *Maps*. Strategi evaluasi dilakukan untuk memperoleh gambaran tingkat kepuasan dan umpan balik masyarakat sebagai bahan perbaikan pelayanan secara berkelanjutan.



Sumber: Instagram @disdukcapil.kota.salatiga (2026)

Gambar 6. Hasil Survei Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Dinas Dukcapil Kota Salatiga Triwulan II Tahun 2026

Hasil Survei IKM Triwulan II Tahun 2026 menunjukkan nilai 91,68 dengan kategori Sangat Baik berdasarkan 70 responden, yang terdiri atas 31 laki-laki dan 39 perempuan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masyarakat secara umum memberikan penilaian positif terhadap kualitas pelayanan Dinas Dukcapil Kota Salatiga. Hal ini juga didukung oleh pernyataan petugas yang menyampaikan bahwa hasil IKM selalu dibahas dalam rapat internal sebagai bahan evaluasi pelayanan.

"Untuk evaluasi pelayanan biasanya menggunakan IKM yang dilakukan empat kali dalam setahun atau setiap triwulan. Dari hasil IKM itu nanti ada rapat internal untuk membahas apa saja yang masih dikeluhkan masyarakat dan apa yang perlu ditingkatkan." (Petugas Pelayanan dan Sosial Media)

Hasil evaluasi tersebut diperkuat oleh pengalaman salah satu masyarakat sebagai pengguna layanan yang menyampaikan:

"Saya sudah beberapa kali kesini ngurus dokumen, menurut saya pelayanannya sudah bagus, sesuai dengan apa yang saya ajukan, saya pribadi puas sih mbak." (Fairuza)

Ketercapaian *Evaluation* tercermin dari hasil IKM Triwulan II Tahun 2026 yang memperoleh nilai 91,68 dengan kategori Sangat Baik. Namun, observasi menunjukkan masih terdapat ulasan masyarakat pada *Maps* yang belum ditanggapi secara konsisten. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital sebagai sarana evaluasi belum optimal sehingga respons terhadap umpan balik masyarakat perlu diperkuat.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, strategi *Public Relations* Dinas Dukcapil Kota Salatiga dalam meningkatkan pelayanan publik dilaksanakan melalui empat tahapan *Research*, *Action*, *Communication*, dan *Evaluation* (RACE), mulai dari identifikasi kebutuhan masyarakat, penerjemahan masukan ke dalam program pelayanan, penyampaian informasi, hingga evaluasi melalui kepuasan dan umpan balik masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi *Public Relations* tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga menghubungkan kebutuhan masyarakat dengan tindakan dan perbaikan pelayanan melalui pengelolaan aspirasi, kebutuhan, dan keluhan publik sebagai masukan organisasi (Damanik & Ritonga, 2026).

Pada tahap *Research*, Dinas Dukcapil Kota Salatiga mengidentifikasi kebutuhan, harapan, dan permasalahan masyarakat melalui pengaduan langsung, media sosial, *website*, *Maps*, kotak saran, dan Survei Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM). Penggunaan berbagai saluran tersebut

menunjukkan upaya memperoleh informasi dari beragam interaksi dengan masyarakat. Dari kondisi tersebut terlihat bahwa keberagaman saluran diperlukan untuk menjangkau masyarakat dengan karakteristik dan tingkat pemahaman yang berbeda, karena pengguna layanan administrasi kependudukan membutuhkan komunikasi yang dapat disesuaikan dengan kondisi masyarakat (Sedu et al., 2026).

Dalam konteks penelitian ini, fungsi *Research* tidak berhenti pada pengumpulan informasi, tetapi juga menjadi dasar pengambilan keputusan dan tindak lanjut pelayanan. Dari kondisi tersebut terlihat bahwa masukan dan kritik masyarakat diolah sebagai bahan perbaikan, karena pengaduan menjadi sumber informasi untuk mengidentifikasi kelemahan pelayanan (Riyadi, 2021). Hal ini sejalan dengan tahap *Research* dalam model RACE yang menempatkan pengumpulan informasi sebagai dasar sebelum organisasi menentukan tindakan dan strategi komunikasi (Marston, 1963).

Namun, keberagaman kanal menuntut organisasi memastikan setiap masukan diolah dan ditindaklanjuti. Dari kondisi tersebut terlihat bahwa ketercapaian *Research* tidak hanya ditentukan oleh tersedianya kanal pengaduan, tetapi juga kemampuan menggunakan informasi sebagai dasar perbaikan, karena pengelolaan pengaduan mencakup penerimaan, koordinasi, dan tindak lanjut laporan (Husna et al., 2026).

Dalam perspektif *Two-Way Symmetric*, komunikasi dua arah tidak hanya memberikan ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan

aspirasi, tetapi juga menuntut respons organisasi (Grunig & Hunt, 1984). Dengan demikian, temuan tahap *Research* menunjukkan bahwa Dinas Dukcapil telah membangun fondasi komunikasi dua arah, tetapi efektivitasnya tetap bergantung pada konsistensi tindak lanjut, karena umpan balik masyarakat perlu ditindaklanjuti agar komunikasi dua arah berjalan efektif (Lidya et al., 2024).

Pada tahap *Action*, Dinas Dukcapil Kota Salatiga menerjemahkan hasil identifikasi kebutuhan masyarakat ke dalam berbagai program pelayanan, seperti jemput bola bagi lansia, penyandang disabilitas, ODGJ, pasien rumah sakit, dan warga binaan, perekaman KTP elektronik di sekolah, sosialisasi administrasi kependudukan dan IKD, serta penyediaan *stand* pelayanan pada kegiatan tertentu. Pemilihan program jemput bola menunjukkan bahwa organisasi mempertimbangkan hambatan akses kelompok masyarakat tertentu. Dari kondisi tersebut terlihat bahwa pelayanan diarahkan untuk menyesuaikan kebutuhan masyarakat, karena hambatan akses memerlukan tindakan langsung organisasi untuk memperluas akses pelayanan (Pamungkas & Nurharjadmo, 2026).

Temuan tersebut juga mencerminkan Pelayanan Prima, khususnya aspek *ability*, *attention*, dan *action* (H. K. Prihartono AH, 2012). *Ability* terlihat dari kemampuan petugas melaksanakan pelayanan sesuai kebutuhan masyarakat, *attention* tercermin dari perhatian terhadap masyarakat yang mengalami keterbatasan

akses, sedangkan *action* diwujudkan melalui tindakan pelayanan secara langsung.

Dari sisi efektivitas, hasil kuesioner menunjukkan bahwa 70,6% responden menilai petugas menyelesaikan pelayanan hingga tuntas dan 64,7% menilai petugas segera membantu ketika terjadi kendala. Namun, hanya 49% yang menilai pelayanan telah dilaksanakan sesuai prosedur. Temuan ini menunjukkan bahwa ketercapaian *Action* belum sepenuhnya konsisten, karena kemampuan petugas dalam membantu dan menyelesaikan pelayanan belum sepenuhnya diikuti penerapan prosedur yang konsisten. Konsistensi prosedur penting dalam kualitas pelayanan karena penerapan standar dan SOP berkaitan dengan keandalan pelayanan (Lutfia et al., 2023).

Kelemahan lainnya terletak pada pelaksanaan beberapa program yang masih bersifat situasional berdasarkan kebutuhan atau permintaan pihak tertentu. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa organisasi telah responsif terhadap kebutuhan masyarakat, tetapi belum seluruh pelayanan proaktif menjadi program yang terencana dan berkelanjutan. Keberlanjutan program memerlukan konsistensi dalam pelaksanaan, sosialisasi, dan pemantauan (Aisyah Hasna Haka dan Agus Prastyawan, 2025).

Secara praktis, temuan ini menunjukkan perlunya mengembangkan program yang masih bersifat situasional menjadi agenda pelayanan yang lebih terstruktur berdasarkan pemetaan kebutuhan masyarakat.

Tahap *Communication* dilaksanakan melalui komunikasi internal dan eksternal. Komunikasi internal dilakukan melalui apel pagi untuk menyampaikan agenda pelayanan, pembagian tugas, hasil evaluasi, dan masukan masyarakat. Sementara itu, komunikasi eksternal dilakukan melalui *Instagram*, *website*, *WhatsApp*, komunikasi tatap muka, media informasi di ruang pelayanan, serta sosialisasi kepada masyarakat.

Penggunaan komunikasi internal menunjukkan bahwa strategi komunikasi pelayanan juga dimulai dari pengelolaan komunikasi dalam organisasi. Dari kondisi tersebut terlihat bahwa komunikasi internal diperlukan untuk menyamakan pemahaman antarpegawai, karena koordinasi dan kesamaan informasi mendukung konsistensi informasi kepada masyarakat dan efektivitas pelayanan (Safitri et al., 2023).

Pada komunikasi eksternal, penggunaan *Instagram*, *website*, dan *WhatsApp* menunjukkan diversifikasi saluran yang memberikan alternatif akses informasi bagi masyarakat, karena penggunaan *website* dan media sosial pemerintah dapat memperluas jangkauan serta mempermudah akses informasi pelayanan (Erniwati, 2024).

Pemanfaatan *Instagram* juga menunjukkan adanya interaksi masyarakat terhadap informasi yang disampaikan, yang terlihat dari hasil pengukuran *engagement* pada sejumlah unggahan, karena interaksi seperti *likes* dan komentar dapat menjadi indikator awal keterlibatan masyarakat terhadap konten pelayanan (Fadilla et al., 2025).

Namun, data *engagement* *Instagram* belum dapat digunakan untuk menentukan media yang paling efektif karena belum tersedia indikator yang sebanding untuk *website* dan *WhatsApp*. Ketiga media tersebut lebih tepat dipahami sebagai bentuk diversifikasi kanal komunikasi, sedangkan efektivitas antarplatform perlu dinilai melalui indikator seperti *reach*, interaksi, jumlah pertanyaan atau pengaduan, dan kecepatan respons (Saputra et al., 2026).

Komunikasi juga berlangsung melalui interaksi langsung antara petugas dan masyarakat. Hasil kuesioner menunjukkan 64,7% responden menilai petugas mampu menjelaskan prosedur dengan bahasa yang mudah dipahami, 80,4% menilai petugas ramah, dan 70,6% menyatakan petugas membantu dengan sabar ketika menghadapi kendala. Data tersebut menunjukkan bahwa komunikasi pelayanan tidak hanya bergantung pada media digital, tetapi juga pada kualitas komunikasi interpersonal petugas dalam menyampaikan informasi dan membantu masyarakat (Saputra et al., 2026).

Dalam perspektif *Two-Way Symmetric*, berbagai kanal komunikasi memberikan ruang bagi masyarakat untuk menerima informasi sekaligus menyampaikan pertanyaan, masukan, dan pengaduan (Grunig & Hunt, 1984). Temuan pada tahap *Evaluation* menunjukkan bahwa masih terdapat ulasan digital yang belum ditanggapi, sehingga tantangan komunikasi tidak hanya terletak pada ketersediaan media, tetapi juga pada tindak lanjut setelah masyarakat memberikan

respons, karena komunikasi dua arah membutuhkan pengelolaan pengaduan yang mencakup penerimaan, koordinasi, pemantauan, dan tindak lanjut agar respons kepada masyarakat berjalan efektif (Husna et al., 2026).

Dengan demikian, penerapan *Two-Way Symmetric* dalam pelayanan publik tidak hanya ditunjukkan melalui tersedianya ruang interaksi, tetapi juga melalui tindak lanjut terhadap masukan masyarakat. Secara praktis, Dinas Dukcapil perlu memperkuat mekanisme pengelolaan pesan, pembagian tanggung jawab, dan tindak lanjut pertanyaan serta pengaduan pada kanal digital.

Pada tahap *Evaluation*, Dinas Dukcapil Kota Salatiga menggunakan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM), rapat internal, dan pemantauan masukan masyarakat melalui *Maps*. Penggunaan instrumen tersebut menunjukkan bahwa evaluasi dilakukan melalui mekanisme formal dan informal. IKM memberikan gambaran tingkat kepuasan masyarakat, sedangkan *Maps* memberikan informasi mengenai pengalaman masyarakat secara spontan melalui ulasan, kritik, dan saran, karena evaluasi pelayanan juga perlu mempertimbangkan ulasan, kritik, dan saran masyarakat (Setyono & Indah Puspitasari, 2024).

Hasil IKM Triwulan II Tahun 2026 memperoleh nilai 91,68 dengan kategori Sangat Baik. Namun, nilai IKM yang tinggi tidak berarti seluruh aspek pelayanan telah efektif karena masih terdapat aspek yang perlu diperbaiki (Ahriani et al., 2025). Hal ini terlihat dari masih adanya ulasan masyarakat pada *Maps* yang belum memperoleh

tanggapan secara konsisten. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa IKM dan umpan balik digital memiliki fungsi yang saling melengkapi, karena IKM memberikan gambaran umum kepuasan, sedangkan ulasan digital dapat memberikan informasi lebih spesifik mengenai pengalaman masyarakat (Hariyanto & Susilo, 2021).

Temuan mengenai *Maps* juga memperlihatkan keterbatasan penerapan *Two-Way Symmetric*. Grunig & Hunt (1984) menekankan pentingnya komunikasi dua arah dalam membangun hubungan organisasi dan publik. Masyarakat telah memiliki ruang untuk menyampaikan pengalaman dan keluhan, tetapi respons yang belum konsisten menunjukkan bahwa komunikasi belum selalu berlanjut pada dialog dan tindak lanjut. Kondisi ini menjadi kelemahan pada tahap *Evaluation*, karena pengelolaan pengaduan membutuhkan koordinasi, pemantauan, dan tindak lanjut hingga laporan terselesaikan (Fattah et al., 2026).

Temuan tersebut menunjukkan bahwa RACE dalam pelayanan publik merupakan siklus berkelanjutan, di mana hasil *Evaluation* menjadi dasar untuk kembali mengidentifikasi kebutuhan masyarakat pada tahap *Research*. Keluhan pada *Maps*, hasil IKM, dan masukan masyarakat dapat menjadi bahan perbaikan pelayanan berikutnya.

Secara praktis, Dinas Dukcapil perlu memperkuat pemantauan dan respons terhadap umpan balik digital agar masukan masyarakat terdokumentasi, ditindaklanjuti, dan digunakan sebagai dasar perbaikan pelayanan, karena pengelolaan pengaduan memerlukan dokumentasi,

pemantauan, dan tindak lanjut yang sistematis (Bertho et al., 2025).

Apabila keempat tahapan dianalisis secara keseluruhan, strategi *Public Relations* Dinas Dukcapil Kota Salatiga menunjukkan keterkaitan antara manajemen PR, komunikasi dua arah, dan kualitas pelayanan. *Research* mengidentifikasi kebutuhan masyarakat; *Action* menerjemahkannya menjadi program pelayanan; *Communication* menyampaikan informasi dan membuka ruang interaksi; sedangkan *Evaluation* menilai pengalaman masyarakat dan aspek yang perlu diperbaiki. Pola tersebut menunjukkan bahwa RACE memberikan kerangka sistematis bagi strategi *Public Relations* dalam pelayanan publik.

Sementara itu, *Two-Way Symmetric* melengkapi analisis dengan menjelaskan proses mendengar, merespons, dan menindaklanjuti umpan balik masyarakat (Lidya et al., 2024). Sedangkan, Pelayanan Prima menjelaskan dimensi pelayanan melalui *ability*, *attitude*, *attention*, dan *action*. Ketiga perspektif tersebut memiliki fungsi analitis yang berbeda dan saling melengkapi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kekuatan strategi terletak pada kemampuan organisasi menghubungkan informasi masyarakat dengan tindakan pelayanan, terutama melalui pelayanan proaktif bagi kelompok dengan keterbatasan akses. Sebaliknya, kelemahan utama terdapat pada konsistensi pelaksanaan program dan pengelolaan umpan balik digital. Dengan demikian, keberhasilan strategi *Public Relations* tidak hanya ditentukan oleh jumlah program atau

kanal komunikasi, tetapi juga oleh kemampuan organisasi mendengar masyarakat, menerjemahkan masukan menjadi tindakan, mengomunikasikan pelayanan, dan menggunakan hasil evaluasi sebagai dasar penyesuaian strategi (Tyrovouzis, 2025).

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *Public Relations* pelayanan publik perlu dipahami sebagai siklus komunikasi dan tindakan yang berkelanjutan, dengan keterhubungan antartahap sebagai bagian penting dalam mendukung perbaikan pelayanan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, strategi *Public Relations* Dinas Dukcapil Kota Salatiga dalam mendukung peningkatan pelayanan publik dilaksanakan melalui model *Research*, *Action*, *Communication*, dan *Evaluation* (RACE), yang mencakup identifikasi kebutuhan dan masukan masyarakat, penerjemahan masukan ke dalam program pelayanan, penyampaian informasi, serta evaluasi melalui Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dan umpan balik masyarakat. Strategi tersebut diwujudkan melalui pelayanan jemput bola bagi masyarakat dengan keterbatasan akses, perekaman KTP elektronik di sekolah, sosialisasi administrasi kependudukan dan IKD, serta pemanfaatan komunikasi internal, media digital, komunikasi tatap muka, dan media informasi pelayanan. Hasil IKM Triwulan II Tahun 2026 memperoleh nilai 91,68 dengan kategori Sangat Baik.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi tersebut telah membuka ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan kebutuhan, pertanyaan, kritik, dan pengaduan sebagai bagian dari proses perbaikan pelayanan. Penerapan *Two-Way Symmetric* terlihat melalui komunikasi dua arah dan penyampaian masukan masyarakat dalam evaluasi internal, sedangkan prinsip Pelayanan Prima tercermin melalui kemampuan petugas memberikan penjelasan, memperhatikan kebutuhan masyarakat, bersikap ramah, serta membantu dan menyelesaikan pelayanan. Namun, strategi belum sepenuhnya optimal karena beberapa program masih bersifat situasional, konsistensi penerapan prosedur pelayanan perlu diperkuat, dan respons terhadap umpan balik masyarakat pada media digital belum konsisten.

Dengan demikian, strategi *Public Relations* Dinas Dukcapil Kota Salatiga merupakan proses yang menghubungkan kebutuhan masyarakat dengan tindakan pelayanan, komunikasi dua arah, dan evaluasi secara berkelanjutan. Secara praktis, Dinas Dukcapil perlu memperkuat konsistensi prosedur, mengembangkan program situasional menjadi program yang lebih terstruktur dan berkelanjutan, serta meningkatkan pemantauan dan respons terhadap pertanyaan, kritik, dan pengaduan pada kanal digital.

Penelitian ini terbatas pada satu instansi dengan pendekatan kualitatif sehingga temuan tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi secara luas. Penelitian selanjutnya dapat melibatkan instansi pelayanan publik yang berbeda, lebih

banyak informan, atau menggunakan pendekatan *mixed methods* untuk mengkaji efektivitas kanal komunikasi, responsivitas digital, serta hubungan antara strategi *Public Relations*, kepuasan masyarakat, dan kualitas pelayanan publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahriani, R., Ilima, D., & Azmi, F. (2025). Public Service Quality Measurement Through Community Satisfaction Survey At Panakkukang District Religious Affairs Office. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3, 29–47.
- Aisyah Hasna Haka dan Agus Prastyawan. (2025). Effectiveness of the Kalimasada Program in Population Administration Services in Kelurahan Rungkut Tengah of Surabaya City. *Jurnal Inovasi Administrasi Negara Terapan (Inovant)*, 4(1), 61–71.
- Azhary, A., Trisnawati, A. D., Palakyah, I. Y., Apriani, R., & Cahyani, A. R. (2024). Pengaruh Publik Relation Terhadap Kepercayaan Publik Dalam Sektor Pelayanan Publik. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 1(6), 521–526. <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v1i6.99>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribu Jiwa), 2025*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html>
- Bertho, E. M., Agusta Sahay, M. F., Griando Rasan, F., Angela, V. F., & Christina, M. D. (2025). Analisis Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Masyarakat Pada Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palangka Raya. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah : Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 9(4), 2203–2211. <https://doi.org/10.31604/jim.v9i4.2025.2203-2211>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M.

- (2006). *Effective Public Relations* (9th ed.). Pearson Education.
- Damanik, K. R. C., & Ritonga, M. H. (2026). The Role of Public Relations of the Ministry of Religious Affairs of Tebing Tinggi City in Improving Public Satisfaction with Public Services. *Journal Analytica Islamica*.
- Erniwati, N. R. R. (2024). Analisis Penggunaan Website dan Media Sosial Pemerintah untuk Pelayanan Publik. *Jurnal Teknologi Dan Komunikasi Pemerintahan*, 6(1), 1–21. <https://doi.org/10.33701/jtkp.v6i1.4221>
- Fadilla, R. Z., Hadiyanto, & Firdaus, D. (2025). Pengelolaan Akun Instagram @diskominfobdg sebagai Media Penyuluhan Informasi. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 11(2), 484–501.
- Fathiannisa, D., & P, S. E. (2020). STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN PASIEN RAWAT JALAN SEBAGAI RUMAH SAKIT BERAKREDITASI INTERNASIONAL. *IKON, Vol. XXVI*.
- Fattah, A. N., Hakim, M. L., & Mauludia, M. F. (2026). *Complaint Handling Performance in the Jogja Smart Service : Responsiveness and SOP Compliance*. 8(1), 53–66.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- H. K. Prihartono AH. (2012). *Manajemen Pelayanan Prima* (N. Kenyar, Ed.). CV. ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).
- Hariyanto, S., & Susilo, heru dwi. (2021). Evaluation of Community Satisfaction With Public Services At the Office of Tanggaran Village, Pule District, Trenggalek Regency. *Publiciana: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, XIV(02), 307–327.
- Hidayah, J. N., & Puspasari, D. (2024). Strategi Humas dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi Publik Melalui KUBERSERI di Kecamatan Plumpang Kabupaten Tuban. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(3), 167–179.
- Husna, R. N., Fanida, E. H., Sarjana, P., Administrasi, I., Fakultas, N., Sosial, I., Ilmu, D., Universitas, P., & Surabaya, N. (2026). *Kinerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Mojokerto dalam Menangani Pengaduan Masyarakat melalui Platform Digital "Curhat Ning Ita."* 3(8), 181–198.
- Karim, R., Wutun, M., & Pietriani, R. (2023). Strategi Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Pada Kantor Kesyahbandaran Dan Otoritas Pelabuhan Kelas Iii Kupang). *Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 3(1), 161–173.
- Lidya, Mustafa, I., Sedu, V. A., & Kedoh, L. N. (2024). Arus Jurnal Sosial dan Humaniora (AJSH) Komunikasi Pelayanan Publik Sistem Informasi Administrasi Kependudukan pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora (AJSH)*, 4(3).
- Lutfia, P. L., Indartuti, E., & Murti, I. (2023). KUALITAS PELAYANAN ADMINISTRASI KEPENDUDUKAN PADA DINAS KEPENDUDUKAN DAN PENCATATAN SIPIL KABUPATEN BEKASI. *Zitteliana*, 7(1), 159–170. <http://jurnal.staialanwar.ac.id/index.php/itqon/article/view/52%0Ahttp://jurnal.staialanwar.ac.id/index.php/itqon/article/download/52/89>
- Margareth, H. (2017). UU no 25 tahun 2009 pelayanan publik. *Экономика Региона*, 32.
- Marston, J. E. (1963). *The Nature of Public Relations*. McGraw-Hill Book Company, Inc.
- Pamungkas, A., & Nurharjadmo, W. (2026). Implementasi Program “Jemput Bola” oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surakarta. *Jurnal Mahasiswa Wacana Publik*, 6(1), 2026.
- Rahman, A. N. C., Cikusin, Y., & Sekarsari, R. W. (2021). Kinerja Pelayanan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Malang (Studi Kasus Pelayanan Akta Kelahiran, Kartu Tanda Penduduk, Kartu Keluarga). *Jurnal Respon Publik*, 15(6), 18–25.
- Rishana Shanti Y., Mujio, M., Septiawan, Y., Hidayat, J. T., Armadi, D. A., Ningsih, N. W., Nugraha, H., Rahayu, R. A., Sari, D. K., & Fernandina, M. (2023). Analisis Dan Rekomendasi Strategi Penghidupan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota Salatiga Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Litbang Sukowati : Media Penelitian Dan Pengembangan*, 7(2), 24–40. <https://doi.org/10.32630/sukowati.v7i2.370>

- Riyadi. (2021). *Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Strategi Inovasi Dalam Peningkatkan Pelayanan* (p. 9). Jurnal Wacana Kinerja. <https://doi.org/https://doi.org/10.31845/jwk.v11i3.361>
- Ruhansih, D. S. (2017). EFEKTIVITAS STRATEGI BIMBINGAN TEISTIK UNTUK PENGEMBANGAN RELIGIUSITAS REMAJA (Penelitian Kuasi Eksperimen Terhadap Peserta Didik Kelas X SMA Nugraha Bandung Tahun Ajaran 2014/2015). *QUANTA: Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>
- Safitri, S., Nuraini, D., Wijaya, D., & Hermawan, D. (2023). Pola Komunikasi Internal Organisasi Smk Amaliah 1 Ciawi Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Peserta Didik. *Karimah Tauhid*, 2(1), 16–25.
- Saputra, A. K., Handayani, R., & Chusjairi, J. A. (2026). *Evaluation of Integrated Digital Marketing Communication Strategy in the Ministry of Agriculture ' s Social Media*. 5(10), 12152–12166.
- Setyono, G., & Indah Puspitasari, N. (2024). *Penilaian Pelayanan Publik oleh Pemerintah Daerah (Studi Kasus Pemerintah Kota Surabaya)*. 8(2), 581–592. <http://jurnal.abulyatama.ac.id/index.php/humaniorahttps://doi.org/10.30601/humaniora.v%25vi%25i.5344>
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr.Ir.Sutopo.S.Pd, Ed.). Alfabeta CV.
- Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd, Ed.). Alfabeta CV.
- Tyrovouzis, N. (2025). Social Media Engagement & Listening. *Journal Of Global Strategic Studies*, 5(1), 58–86. <https://doi.org/10.36859/jgss.v5i1.3526>