ARTIKEL PENELITIAN
JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science)
Vol. 3 No. 2 (2026)
DOI : 10.37048/joitechs.v3i2.826
ISSN : 3123-5638

ANALISIS INTEGRATIF KEPUASAN MASYARAKAT DAN STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK DIGITAL DI KOTA TANGERANG

Iwan Ridwan[1], Dewi Yuliana[2]
[1] Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang, Indonesia
[2]Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Muhammadiyah Maumere
Email : wanplaner@gmail.com

ABSTRAK
Transformasi digital pemerintahan menuntut layanan informasi publik yang responsif, mudah diakses, dan selaras dengan kebutuhan masyarakat. Penelitian ini bertujuan mengukur kepuasan masyarakat terhadap pelayanan informasi publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang, memetakan kesenjangan antara kinerja dan urgensitas, serta merumuskan strategi komunikasi publik digital. Penelitian menggunakan desain sequential explanatory mixed methods. Data kuantitatif diperoleh melalui survei terhadap 300 responden di 13 kecamatan dengan teknik cluster random sampling dan dianalisis menggunakan Indeks Kepuasan Masyarakat, analisis gap, tingkat kesesuaian, dan Importance Performance Analysis. Data tersebut diperkaya dengan media monitoring terhadap 97.860 percakapan media sosial dan 44.682 artikel berita daring periode Januari – Oktober 2025. Hasil menunjukkan nilai IKM sebesar 82,34 dengan kategori baik. Responsivitas terhadap umpan balik dan ketepatan waktu penyampaian menjadi prioritas utama perbaikan. Media sosial resmi menunjukkan kinerja terbaik, sedangkan website dan PPID formal memerlukan peningkatan. Kelompok lansia, pelaku usaha, ibu rumah tangga, pensiunan, dan masyarakat berpenghasilan tinggi memperlihatkan kesenjangan kepuasan yang lebih besar. Integrasi survei dan media monitoring menghasilkan enam strategi utama, yaitu penerapan SLA, pembentukan Social Media Command Center, protokol komunikasi cepat, peningkatan aksesibilitas, segmentasi konten, penguatan akun resmi dan pimpinan, serta sistem peringatan dini berbasis kecerdasan buatan.
Kata kunci: kepuasan masyarakat, komunikasi publik digital, media monitoring, pelayanan informasi publik,Importance Performance Analysis

ABSTRACT
Digital government transformation requires public information services that are responsive, accessible, and aligned with citizens' needs. This study measures public satisfaction with the information services of the Tangerang City Communication and Informatics Office, maps the gap between performance and perceived urgency, and formulates a digital public communication strategy. A sequential explanatory mixed-methods design was applied. Quantitative data were collected from 300 respondents across 13 districts using cluster random sampling and analyzed through the Public Satisfaction Index, gap analysis, conformity level, and Importance Performance Analysis. The findings were enriched by media monitoring of 97,860 social media conversations and 44,682 online news articles published from January to October 2025. The overall satisfaction index reached 82.34, indicating good service quality. Responsiveness to feedback and timeliness emerged as the main improvement priorities. Official social media achieved the strongest performance, while formal websites and public-information portals required further improvement. Older adults, business actors, homemakers, retirees, and higher-income citizens showed wider satisfaction gaps. The integration of survey and media-monitoring evidence produced six strategic directions: service level agreements and a Social Media Command Center, rapid communication protocols, accessible information, platform based content segmentation, stronger official and executive accounts, and an artificial intelligence based early warning system.
Keywords: public satisfaction, digital public communication, media monitoring, public information services, Importance Performance Analysis

ARTIKEL PENELITIAN
JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science)
Vol. 3 No. 2 (2026)
DOI : 10.37048/joitechs.v3i2.826
ISSN : 3123-5638

PENDAHULUAN

Transformasi digital pada tata kelola pemerintahan (e-government) menuntut adanya transparansi dan akuntabilitas dalam penyampaian informasi publik. Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Tangerang sebagai garda terdepan dalam komunikasi pemerintah daerah yang memikul tanggung jawab besar dalam mengelola arus informasi publik dan merespons kebutuhan komunikasi masyarakat secara (Tangerang, 2025a). Dengan berbagai kanal digital seperti portal berita, Website PPID, dan media sosial resmi telah dioperasikan, dinamika ekspektasi publik yang kian tinggi menuntut evaluasi kinerja yang komprehensif dan berbasis data empiris (Tangerang, 2025a).

Studi terdahulu mengenai keterbukaan informasi publik cenderung terfokus secara terpisah, baik hanya mengevaluasi persepsi masyarakat melalui survei kepuasan maupun memantau sentimen media secara terisolasi. Penelitian ini menyajikan pendekatan integratif baru yang memadukan data kuantitatif Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) dengan analisis kualitatif-kuantitatif media monitoring digital (Tangerang, 2025a). Penggabungan kedua instrumen ini dapat mengidentifikasi tidak hanya sejauh mana tingkat kepuasan publik terhadap saluran komunikasi formal, melainkan juga menyingkap kerentanan komunikasi serta diskoneksi antara agenda institusional pemerintah dan agenda nyata publik (Tangerang, 2025a).

Tujuan utama dari penelitian ini adalah:

(1) Menilai Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) pada lima indikator utama pelayanan informasi publik. (Tangerang, 2025a)
(2) Memetakan posisi indikator kinerja pelayanan menggunakan matriks Importance Performance Analysis (IPA). (Tangerang, 2025a)
(3) Menganalisis dinamika opini publik di media digital melalui media monitoring.
(4) Merumuskan rekomendasi strategi komunikasi terpadu serta kerangka kerja operasional tahun 2026 yang aplikatif. (Tangerang, 2025a)

METODE

Penelitian ini menerapkan desain gabungan kuantitatif dan kualitatif (sequential explanatory mixed-methods). Pengumpulan data lapangan dilaksanakan sepanjang tahun 2025 dengan cakupan wilayah di 13 kecamatan se-Kota Tangerang. (Tangerang, 2025a)

a) Pengambilan Sampel dan Pengumpulan Data SKM

Survei kuantitatif melibatkan 300 responden yang ditentukan menggunakan teknik Cluster Random Sampling. Populasi mencakup warga Kota Tangerang dengan sebaran demografis yang mencerminkan karakteristik wilayah. Profil demografis menunjukkan dominasi Generasi Z (17 – 29 tahun) sebesar 47,7%, tingkat pendidikan sarjana (S1) sebesar 38,3%, serta kelompok masyarakat kelas menengah dengan tingkat pengeluaran bulanan Rp2,748 – Rp7,999 juta (43%). Pengukuran dilakukan pada empat saluran komunikasi: (Tangerang, Diskominfo, 2025b)

- Website & PPID
- Media Sosial Resmi
- Media Online Lokal
- media cetak/majalah (KOBEN & Live Magazine).

Pengukuran Indeks dan Analisis Kesenjangan

Pengukuran kinerja menggunakan dua variabel utama:
Kinerja/Kepuasan (X) dan Harapan/Urgensitas (Y).
Formula Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dirumuskan sebagai berikut:

JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science)
Vol. 3 No. 2 (2026)
DOI : 10.37048/joitechs.v3i2.826
ISSN : 3123-5638

IKM = Σ (Nilai Rata-rata Terbobot Indikator × 25)

Analisis Gap (G) antara harapan/urgensitas masyarakat (IUM) dan tingkat kepuasan riil (IKM) dihitung melalui persamaan:

GAP (G) = IUM − IKM

Selain itu, Tingkat Kesesuaian (Tk) dirumuskan untuk mengukur derajat pemenuhan harapan publik:

Tk = (X / Y) × 100%

b) Media Monitoring Digital

Data sekunder dikumpulkan melalui sistem otomatisasi scraping dan media monitoring periode Januari – Oktober 2025. Dataset mencakup 97.860 percakapan media sosial (Instagram, X, TikTok, Facebook) dan 44.682 artikel pemberitaan media online lokal/nasional (Tangerang, 2025a). Analisis data meliputi analisis sentimen, ekstraksi topik utama, serta identifikasi emosi dominan menggunakan model kategorisasi Plutchik. (Tangerang, 2025a)

HASIL DAN PEMBAHASAN

a) Indeks Kepuasan Masyarakat dan Analisis Gap

Hasil pengukuran menunjukkan bahwa nilai IKM keseluruhan pelayanan informasi publik Kota Tangerang Tahun 2025 mencapai 82,34 (pada skala 1–100), setara dengan nilai 3,294 pada skala 1– 4, yang dikategorikan dalam Mutu B (Baik) (Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang, 2025a). Nilai Customer Satisfaction Index (CSI) tercatat sebesar 82,36. (Tangerang, 2025a) Walaupun secara agregat berada pada kategori memuaskan, nilai Indeks Urgensitas Masyarakat (IUM) sebesar 86,39 mengindikasikan adanya gap total sebesar 4,04 poin. (Tangerang, 2025a)

Tabel 1. Rincian Skor IKM, Urgensitas (IUM), Gap, dan Kesesuaian per Indikator

No.	Aspek/Indikator Pelayanan	IKM (Kepuasan)	IUM (Urgensitas)	Gap	Kesesuaian (%)
1	Aksesibilitas Informasi	82,14	85,92	3,78	95,6%
2	Ketepatan Waktu Penyampaian	81,97	87,36	5,39	93,8%
3	Kejelasan & Kemudahan Pemahaman	84,11	88,39	4,28	95,1%
4	Relevansi dengan Kebutuhan	81,61	82,67	1,06	98,7%
5	Responsivitas terhadap Feedback	81,89	87,61	5,72	93,4%
TOTAL		82,34	86,39	4,04	95,3%

Sumber: (Tangerang, 2025a), diolah peneliti.

Berdasarkan pemetaan matriks IPA, dua indikator menduduki posisi krusial di Kuadran I (Concentrate Here / Prioritas Utama): Responsivitas terhadap Feedback (gap 5,72) dan Ketepatan Waktu Penyampaian (gap 5,39). (Tangerang, 2025a) Hal ini menunjukkan korelasi bahwa indikator-indikator yang dipersepsikan amat penting oleh publik justru memperlihatkan kinerja riil yang belum memenuhi harapan.

JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science)
Vol. 3 No. 2 (2026)
DOI : 10.37048/joitechs.v3i2.826
ISSN : 3123-5638

b) Evaluasi Kinerja Berdasarkan Saluran Informasi

Evaluasi sektoral mengungkapkan variasi kinerja antar kanal informasi, Media Sosial Resmi memperoleh nilai IKM tertinggi sebesar 84,74 dengan gap terkecil (2,10) dan tingkat kesesuaian mencapai 97,6% (Tangerang, 2025a). Sebaliknya, Website & PPID mencatatkan IKM terendah (81,29), gap tertinggi (5,51), serta kesesuaian terendah (93,7%). (Tangerang, 2025a)

Tabel 2. Perbandingan Kinerja Komunikasi Berdasarkan Saluran Informasi

Saluran Informasi	IKM (Kepuasan)	IUM (Urgensitas)	GAP	Kesesuaian (%)	Status Kuadran Utama
Website & PPID Formal	81,29	86,80	5,51	93,7%	Kuadran I (Perlu Perbaikan)
Media Sosial Resmi (@tangerangkota)	84,74	86,84	2,10	97,6%	Kuadran II (Pertahankan)
Media Online Lokal	81,58	85,42	3,84	95,5%	Kuadran III (Prioritas Rendah)
KOBEN & Live Magazine (Cetak)	81,80	86,49	4,69	94,6%	Kuadran III (Prioritas Rendah)

Sumber: (Tangerang, 2025a)

c) Disparitas Demografis dan Segmen Rentan

Analisis lintas segmen demografis memperlihatkan adanya jurang kepuasan (satisfaction gap) yang tajam pada kelompok tertentu :

- Kelompok Usia: Baby Boomers (61–79 tahun) menunjukkan skor kepuasan terendah (79,33) namun dengan urgensitas amat tinggi (92,08), menghasilkan gap terlebar sebesar 12,75. Di sisi lain, Generasi Z mencatat kepuasan tertinggi (83,23) dengan gap minimal (2,73).
- Sektor Pekerjaan: Pelaku usaha/pedagang mencatatkan gap sebesar 6,22, sementara kelompok Ibu Rumah Tangga (IRT) dan pensiunan mencatat gap 6,33.
- Tingkat Ekonomi: Masyarakat berpenghasilan tinggi (≥ Rp13,346 juta/bulan) terbukti sangat kritis dengan tingkat kepuasan terendah (80,16) dan gap mencapai 9,42.

d) Temuan Media Monitoring Digital: Agenda Setting dan Sentimen

Hasil scraping media online dan sosial mengungkapkan bahwa volume percakapan media sosial (97.860) mengungguli pemberitaan berita online (44.682) sebesar lebih dari dua kali lipat. Terjadi diskoneksi narasi (*narrative disconnect*) di mana berita online didominasi oleh rilis resmi capaian kinerja, sedangkan percakapan media sosial merefleksikan isu langsung seperti bagaimana stabilitas harga pangan, infrastruktur jalan, dan ketenagakerjaan (Tangerang, 2025a), (PANRB, 2017).

Dari perspektif psikologi tersebut, emosi dominan publik berada pada kategori Anticipation (55%). Kondisi ini menandakan posisi publik yang bersikap menanti respons cepat serta realisasi kebijakan pemerintah. Apabila tidak diimbangi dengan strategi respons yang cepat (low response time), ekspektasi ini sangat rentan terdegradasi menjadi sentimen negatif. Momen krusial pemicu sentimen negatif internal mencakup isu transparansi anggaran proyek dan demonstrasi ketenagakerjaan.

ARTIKEL PENELITIAN
JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science)
Vol. 3 No. 2 (2026)
DOI : 10.37048/joitechs.v3i2.826
ISSN : 3123-5638

e) Rekomendasi dan Strategi Perbaikan

Guna mengatasi keterbatasan operasional dan ketimpangan kinerja di atas, dirumuskan enam pilar rekomendasi strategis (PANRB, 2017) ; (Kotler, 2016) diantaranya:

- Penetapan Service Level Agreement (SLA) & Social Media Command Center (SMCC): Membangun unit komando terpadu untuk merespons interaksi media sosial dalam waktu kurang dari 24 jam dan mengintegrasikan seluruh keluhan warga (Tangerang LIVE, Instagram, SP4N LAPOR) ke dalam satu dashboard (Kotler, 2016).
- Protokol Komunikasi Cepat (Rapid Communication Protocol): Mengurangi hambatan birokrasi perizinan rilis informasi saat krisis atau peristiwa bencana, khususnya pembaruan real-time pada Website PPID (PANRB, 2017); (Kotler, 2016).
- Inklusivitas Aksesibilitas Informasi: Memperbaiki antarmuka (UI/UX) Website PPID agar mobile-friendly, serta menyajikan materi informasi khusus berformat ramah lansia/disabilitas dan penyebaran QR-code publik di kawasan pinggiran (Kementerian PANRB, 2017; (Kotler, 2016).
- Segmentasi Konten Berbasis Platform: Mengoptimalkan format video pendek (TikTok/Reels) bagi Gen-Z & Gen-Y, sementara konten kebijakan ekonomi formal disalurkan melalui portal berita dan grup komunitas bisnis (Kotler & Keller, 2016).
- Penguatan Official & Executive Accounts: Mengoptimalkan potensi akun personal pimpinan daerah sebagai media penyampai kebijakan strategis yang dinilai lebih humanis dan memiliki jangkauan (reach) luas (Kotler, 2016).
- Sistem Peringatan Dini (Early Warning System): Memanfaatkan alat monitoring media berbasis kecerdasan buatan untuk mendeteksi potensi krisis sebelum mengalami eskalasi (Kotler, 2016).

Tabel 3. Matriks Rencana Kerja Strategis Komunikasi Publik Diskominfo Kota Tangerang 2026

Tahapan	Program Utama	Target Indikator Keberhasilan	Waktu Pelaksanaan	Prioritas
Jangka Pendek (Q1-Q2)	Pembentukan Social Media Command Center (SMCC) & Penetapan SLA	SLA respon ≤ 24 jam di seluruh platform resmi	Jan – Mar 2026	Tinggi
Jangka Pendek (Q1-Q2)	Revitalisasi UI/UX Portal Website & PPID Kota Tangerang	Aksesibilitas > 95%, tampilan mobile-friendly	Feb – Apr 2026	Tinggi
Jangka Pendek (Q1-Q2)	Integrasi Dashboard Pengaduan (LIVE, LAPOR, Sosmed)	100% tiket pengaduan terarsip tunggal	Mar – Jun 2026	Tinggi
Jangka Menengah (Q3)	Implementasi Early Warning System Media Monitoring AI	Laporan deteksi krisis mingguan otomatis	Jul – Agt 2026	Sedang
Jangka Menengah (Q3)	Program Literasi Digital Lansia & Komunitas Bisnis Lokal	Penurunan gap kelompok Baby Boomers menjadi ≤ 5,0	Jul – Sep 2026	Sedang
Jangka Panjang (Q4)	Evaluasi Rapid Survey SKM Mini & Audit Komunikasi	Peningkatan IKM Keseluruhan mencapai ≥ 84,00	Okt – Nov 2026	Tinggi

JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science)
Vol. 3 No. 2 (2026)
DOI : 10.37048/joitechs.v3i2.826
ISSN : 3123-5638

Tahapan	Program Utama	Target Indikator Keberhasilan	Waktu Pelaksanaan	Prioritas
Jangka Panjang (Q4)	Penyusunan Cetak Biru Strategi Komunikasi Publik 2027	Dokumen perencanaan strategis disahkan	Desember 2026	Rendah

Sumber: Hasil analisis peneliti (2025).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, kinerja pelayanan informasi publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Tahun 2025 memperoleh nilai IKM sebesar **82,34** dan berada pada kategori **baik**. Meskipun demikian, nilai urgensitas masyarakat sebesar **86,39** menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara kinerja pelayanan yang dirasakan dan harapan masyarakat.

Hasil *Importance Performance Analysis* menunjukkan bahwa **responsivitas terhadap umpan balik** dan **ketepatan waktu penyampaian informasi** merupakan aspek yang perlu menjadi prioritas utama. Sementara itu, media sosial resmi memiliki kinerja komunikasi terbaik dibandingkan kanal lainnya. Website dan PPID formal masih memerlukan peningkatan, khususnya dalam hal kecepatan pembaruan informasi, kemudahan akses, dan penyajian informasi yang lebih sederhana.

Hasil media monitoring juga memperlihatkan adanya perbedaan antara agenda komunikasi institusi dan isu yang berkembang di masyarakat. Media daring lebih banyak menampilkan informasi resmi pemerintah, sedangkan media sosial merefleksikan persoalan publik secara lebih langsung, seperti harga pangan, infrastruktur, dan ketenagakerjaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi publik tidak cukup diukur dari jumlah informasi yang disampaikan, tetapi juga dari kemampuan pemerintah mendengarkan, merespons, dan menindaklanjuti kebutuhan masyarakat.

Oleh karena itu, peningkatan kualitas komunikasi publik Kota Tangerang perlu diarahkan pada penerapan standar waktu layanan, penguatan koordinasi lintas kanal, peningkatan aksesibilitas informasi, segmentasi konten, serta pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan secara transparan dan tetap berada dalam pengawasan manusia. Hasil uji korelasi dalam penelitian ini hanya digunakan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel dan tidak dimaknai sebagai hubungan sebab akibat.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan Service Level Agreement (SLA) yang jelas untuk setiap kanal komunikasi publik, termasuk standar waktu respons terhadap pertanyaan, keluhan, dan umpan balik masyarakat.
2. Membangun pusat kendali komunikasi publik terpadu yang mengintegrasikan website, PPID, media sosial resmi, Tangerang LIVE, dan SP4N LAPOR sehingga seluruh aduan dan permintaan informasi dapat dipantau serta ditindaklanjuti secara terkoordinasi.
3. Meningkatkan kualitas website dan PPID melalui pembaruan informasi secara berkala, tampilan yang ramah perangkat seluler, fitur pencarian yang mudah digunakan, serta penyajian informasi dalam bahasa yang sederhana dan mudah dipahami.
4. Mengembangkan komunikasi yang inklusif bagi lansia, penyandang disabilitas, pelaku usaha, dan kelompok masyarakat dengan keterbatasan akses digital melalui penyediaan format audio, teks berukuran lebih besar, infografis, serta layanan bantuan informasi.

JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science)
Vol. 3 No. 2 (2026)
DOI : 10.37048/joitechs.v3i2.826
ISSN : 3123-5638

5. Menerapkan segmentasi konten dan kanal komunikasi berdasarkan karakteristik masyarakat. Informasi singkat dan visual dapat disampaikan melalui media sosial, sedangkan informasi kebijakan dan dokumen resmi disediakan melalui website serta PPID.
6. Memperkuat mekanisme verifikasi informasi dan komunikasi krisis agar pemerintah dapat menyampaikan klarifikasi secara cepat, akurat, konsisten, dan tidak menimbulkan kesalahpahaman di masyarakat.
7. Memanfaatkan media monitoring dan kecerdasan buatan secara bertanggung jawab untuk mendeteksi isu, sentimen, dan potensi krisis sejak dini. Setiap hasil analisis otomatis perlu diverifikasi oleh petugas sebelum dijadikan dasar pengambilan keputusan.
8. Melakukan evaluasi kepuasan masyarakat secara berkala, tidak hanya melalui survei tahunan, tetapi juga melalui survei singkat setelah masyarakat menggunakan layanan informasi tertentu.
9. Meningkatkan kualitas penelitian berikutnya dengan memperluas jumlah dan cakupan responden, menggunakan data longitudinal, membandingkan kinerja antarperiode, serta melakukan validasi manual terhadap hasil klasifikasi sentimen, topik, dan emosi.
10. Melakukan penelitian lanjutan menggunakan analisis multivariat untuk mengetahui faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat, kepercayaan publik, dan intensitas keterlibatan warga dalam kanal komunikasi digital pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

Alawneh, A. A.-R. (2013). Measuring user satisfaction from e-Government services: Lessons from Jordan. *Government Information Quarterly*, 30(3), 277–288.

Bertot, J. C. (2010). *Using ICTs to create a culture of transparency : E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies.* Diambil kembali dari Government Information Quarterly: https://doi.org/10.1

Bonson, E. T. (2012). Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in municipalities. *Government Information Quarterly*, 29(2), 123–132.

Creswell, J. W. (2018). Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.). *Research design: SAGE*.

Criado, J. I.-A.-G. (2013). *Government Information Quarterly*. Diambil kembali dari Government innovation through social media: https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.10.003

DeLone, W. H. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748.

Hair, J. F. (2019). Multivariate data analysis (8th ed.). *Cengage*.

Kline, R. B. (2016). Principles and practice of structural equation modeling (4th ed.). *Guilford Press*.

Kotler, P. &. (2016). Marketing Management (15th ed.). *Boston: Pearson Education*.

Mergel, I. (2013). A framework for interpreting social media interactions in the public sector. *Government Information Quarterly*, 30(4), 327–334. https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.05.015.

PANRB, K. (2017). Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara Pelayanan Publik. *Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 14 Tahun 2017*, Jakarta.

JoiTechs (Journal Of Information Technology and Computer Science)
Vol. 3 No. 2 (2026)
DOI : 10.37048/joitechs.v3i2.826
ISSN : 3123-5638

Parasuraman, A. Z. (1988). A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality: SERVQUAL. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

Tangerang, D. K. (2025a). Laporan Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) Pelayanan Informasi Publik Kota Tangerang Tahun 2025. *Diskominfo Tangerang*.

Tangerang, D. K. (2025b). Diskominfo. *Laporan Pendahuluan Strategi Komunikasi Publik & Hasil Media Monitoring Periode Januari–Oktober 2025*.

Welch, E. W. (2005). Linking citizen satisfaction with e-government and trust in government. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 15(3), 371–391. https://doi.org/10.1093/jopart/mui021.

Wilcox, D. L. (2015). Public Relations: Strategies and Tactics (11th ed.). *Boston: Pearson.*

Yildiz, M. (2007). E-government research: Reviewing the literature, limitations, and ways forward. *Government Information Quarterly*, 24(3), 646–665. https://doi.org/10.1016/j.giq.2007.01.002.

Zavattaro, S. M. (2015). A sentiment analysis of U.S. local government tweets: The connection between tone and citizen involvement. *Government Information Quarterly*, 32(3), 333–341. https://doi.org/10.1016/j.giq.2015.03.003.

Zheng, Y. Z. (2013). The impacts of information quality and system quality on users' continuance intention in information-exchange virtual communities. *Information Management*, 50(1), 1–9.

Zhou, L. W. (2021). Evidence from local governments. *Government social media use and citizen engagement: Information Polity*, 26(2), 145–162.