

DAFTAR PUSTAKA

- Antopani, T., Studi, P., & Kelola, T. (2018). *Fotografi, Pariwisata, dan Media Aktualisasi Diri*. 11(1), 31–40.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Kota Semarang Dalam Angka 2023. *Kota Semarang Dalam Rangka Municipality in Figures*, 51, 358.
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing (5th ed.)*.
- Gora, R. (2019). *Riset Kualitatif Public Relations*. Jakad Media Publishing.
- Hakim, L., Nurikhsan, F., Jamil, H. P., & Safitri, D. (2022). Strategi Lobi Dan Negosiasi Dalam Mendapatkan Sponsorship Pada Event IKOM Entrepreneurship Fest 2020. *Jurnal InterAct*, 10(2), 59–68. <https://doi.org/10.25170/interact.v10i2.2738>
- Hasanah, K. (2019). Strategi Lobi Dan Negosiasi Nahdlatul Ulama (Nu) Dalam Konflik Kebijakan Hari Sekolah. *Alfuad: Jurnal Sosial Keagamaan*, 3(2), 25. <https://doi.org/10.31958/jsk.v3i2.1716>
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>
- Julitawaty, W., Willy, F., & goh, T. S. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor Pt. Mega Anugrah Mandiri. *Bisnis Kolega*, 6(1), 43–56. <https://www.ejournal.pmcid.ac.id/index.php/jbk/article/view/47>
- Kemenparekraf. (2023). *Expert Survey: Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tumbuh pada 2024*. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/expert-survey-sektor-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-tumbuh-pada-2024>
- Khadijah, S. A. R., & Dwi Pratiwi, W. (2023). Implementation of Sustainable Event Management in Organizing International Music Concerts at the Jakarta International Stadium. *Journal of Event, Travel and Tour Management*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.34013/jett.v3i1.944>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2*. Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall, Inc.
- Laraspati, A. (2020). *Semarang Sukses Sabet Predikat Kota Mahasiswa Terbaik di 2020*. <https://news.detik.com/berita/d-5203178/semarang-sukses-sabet-predikat-kota-mahasiswa-terbaik-di-2020>
- Limanseto. (2021). *Pemerintah Dorong Pemulihan Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3332/pemerintah-dorong-pemulihan-sektor-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif>
- Mardiansyah, F. (2014). *Analisis Strategi Pengelolaan Media Partner pada PT. Amara Satu Raya (One Event): Studi Pada Event GIIAS Surabaya 2020*. 1–6.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Prenamedia Grup.
- Mursalina, H., Wibowo Yunanto, P., & Oktaviani, V. (2019). Pengembangan Media Cetak dan Digital untuk Dellsand Kreasi Kaos Nama Sebagai Media Promosi. *PINTER : Jurnal Pendidikan Teknik Informatika Dan Komputer*, 3(2), 127–131. <https://doi.org/10.21009/pinter.3.2.7>
- Muryadi. (2017). Model Evaluasi Program Dalam Penelitian Evaluasi. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 1–16.
- Nainggolan, A. (2018). Kajian Konseptual tentang Evaluasi Pengendalian Internal Perusahaan. *Jurnal Manajemen*, 4(2), 144–152.
- NapoleonCat. (2024). *Instagram Users in Indonesia*. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/08/>
- Negoro, A. T., Murni, E. S., Saptaputra, E. H., Setiyoko, N., Yusa, I. M. M., Nurhadi, Siska, & Starwiyasa, I. K. (2024). *Buku Ajar Desain Grafis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Oktafiandi, I. (2018). Strategi Kreatif Iklan “Kisah Legenda Nusantara” Dalam Menumbuhkan Brand Awareness Indoekrim Nusantara. *Jurnal Visi Komunikasi*, 17(01), 1–11. <https://www.instagram.com/p/BWRROzQFQDt/>
- Prasetyo, H., & Nararais, D. (2023). Urgensi Destinasi Wisata Edukasi Dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia. *Kepariwisata : Jurnal Ilmiah*, 17, 135–143.
- Sandra, M., Mitchell, N., & Wells, W. (2009). *Principle & Practice* (8th ed.).

Pearson Education.

Statistik, B. P. (2024). *Perkembangan Pariwisata April 2024*.

Tafarannisa, M. A., Nursilah, N., & Haerudin, D. (2021). Manajemen Event Choreonite Vol. 9: Time To Bloom Di Masa Pandemi Covid- 19. *Manajemen Event Choreonite Vol. 9: Time To Bloom Di Masa Pandemi Covid-19*, 10(2), 168–175. <https://doi.org/10.15294/jst.v10i2.50272>

Ummah, M. S. (2019). Evaluasi Indikator Kinerja Utama Pada KPP Pratama Semarang Barat. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://sciotecca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Wales, W., Moriarty, S., & Mitchells, N. (2009). *Advertising: principles & practice* (8th ed.). Upper Saddle River, NJ Pearson Education, Inc.

Wijaya, S., Kristanti, M., Thio, S., & Jokom, R. (2023). Manajemen Event Konsep dan Aplikasi. In *PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers* (Vol. 11, Issue 1).

Yasa, I. W. A. P. (2024). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Perkembangannya*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Zainal, A. G. (2017). Teknik Lobi dan Negosiasi. 2017, 1–136.