

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2025). *Aaker on branding: Second edition*.
- Ang, L. (2021). *Principles of Integrated Marketing Communications: An evidence-based approach (2nd ed.)*. Cambridge University Press.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Laporan Kinerja dan Informasi Kelembagaan tahun 2024. PPID BPS.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Perkembangan Indeks Harga Konsumen Kota Semarang Desember 2024. <https://semarangkota.bps.go.id/id/pressrelease/2025/01/02/220/perkembangan-indeks-harga-konsumen-kota-semarang-desember-2024.html>
- Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Semarang. (2025). Statistik pengunjung
- Diskominfo Kota Semarang. (2024). Diskominfo Kota Semarang Gelar Bimtek Diseminasi Sekaligus Launching SAMAWA S'MEDI. <https://diskominfo.semarangkota.go.id/berita/diskominfo-kota-semarang-gelar-bimtek-diseminasi-sekaligus-launching-samawa-smedi>
- Diskominfo Kota Semarang. (2025). Pemkot Semarang Gelar Rakor Sinkronisasi Data Kependudukan. <https://diskominfo.semarangkota.go.id/berita/pemkot-semarang-gelar-rakor-sinkronisasi-data-kependudukan>
- Duncan, T. (2005). *Principles of advertising & IMC (2nd ed.)*. McGraw-Hill.
- Fill, C., & Turnbull, S. (2023). *Marketing communications: Fame, influencers and agility (9th ed.)*. Pearson Education.
- Firmansyah, S., Novita, S., Rachmiate, A., Santana, S. K., Sobur, A., & Putri, D. W. (2022). How the print media industry survived in the digital era. *Jurnal ASPIKOM*, 7(1), 122–140.
- Goldblatt. (2014). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York, NY: Holt, Rinehart & Winston.
- Hall e. t. (1976). *Beyond Culture*. Anchor Books.
- Islam, Fajril., Mohammad Rezza F., Karno. (2025). TRANSFORMASI DIGITAL DALAM PENYELENGGARAAN LAYANAN PUBLIK DI ERA 4.0. <https://ejournal.cahayailmubangsa.institute/index.php/kohesi/article/view/4214/3615>
- Journal of Publicness Studies (JPS)*, 2(2), 105–116.

- Kalbu, Tyas Ing. (2025). Masyarakat Digital Memiliki Kebutuhan Informasi yang Tinggi. <https://adv.kompas.id/baca/masyarakat-digital-memiliki-kebutuhan-informasi-yang-tinggi/>
- Kopp, C. M. (2019) *Brand Awareness*, investopedia.com. Available at: <https://www.investopedia.com/terms/b/brandawareness.asp>.
- Kurniawati, N. K., Widyastuti, N. W., Alifi, M. I., Pratiwi, M., Nisa, H., & Maulana, I. C. (2022). *Penerapan Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Terhadap Komunikasi Pemasaran Kerajinan Tangan*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(9), 347-353.
- Lester, P. M. (2013). *Visual Communication: Images with Messages*. Belmont, CA: Wadsworth
- Lule, J. (2010). *Understanding media and culture: An introduction to mass communication*.
- Milhom, J. (2016). *Introduction: What Is Mass Media?.* In *ACC Introduction to Mass Media*. University of Minnesota Libraries Publishing. <https://pressbooks.ccconline.org/accintrotomedia/front-matter/introduction-what-is-mass-media/>
- Mohammed, A., Samara, F., Alzaatreh, A., & Knuteson, S. L. (2022). Statistical analysis for water quality assessment: A case study of Al Wasit Nature Reserve. *Water*, 14(19), 3121.
- Mozin, S. Y., Dumbela, U. S., Lestari, D. A., Ramadhani, R., & Noho, N. N. (2025). *Peran statistik administrasi dalam evaluasi kebijakan publik: Studi literatur*.
- NapoleonCat. (2025). Instagram users in Indonesia – June 2025. Retrieved from stats.napoleoncat.com.
- Nuraeni, Laziani & Hadita. (2022). *The Effect Of Event Marketing On Purchase Decisions*
- Nurrahman, A., Dimas, M., Ma'sum, M. F., & Ino, M.F. (2021). Pemanfaatan website sebagai bentuk digitalisasi pelayanan publik di Kabupaten Garut. *Jurnal Teknologi dan Komunikasi Pemerintah*, 3 (1), 78-93. <https://ejournal.ipdn.ac.id/JTKP>
- Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2023 tentang Interoperabilitas Data dalam Penyelenggaraan Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik dan Satu Data Indonesia. (2023).
- Portal Semarang Satu Data. Portal Data Kota Semarang. https://data.semarangkota.go.id/statistik_pengunjung

- Purbaningsih, Y., Putri, S. E., Bangkara, B. M. A. S. A., Nurofik, A., & Zahari, M. S. (2022).
- Rinda dkk., (2024). Enhancing Brand Awareness in Private Islamic Universities in Jambi Province Through the PESO Model.
- Sulfitri, Virna. (2024). Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran 72-80. <https://share.google/pTiDyGEwOnjFcd9nQ>
- Through Purchase Interest In Tokopedia Marketplace (Case Study On Tokopedia Event Photocard Program). *International Journal of Economics Finance & Accounting* 3(4):360-369 DOI: <https://doi.org/10.38035/dijefa.v3i4>
- Trackmaven (2020) Brand Awareness, Trackmaven. Available at: <https://trackmaven.com/marketing-dictionary/brand-awareness/>.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. (2008). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 61.
- Understanding the AIDA model in marketing small business in the digital age: Opportunities and challenges. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI) Journal*, 5(3), 19978–19989. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i3.6016>
- Usman, A., Nendissa, D. R., Salean, D. Y., & Fanggidae, R. E. (2025). *Analisis strategi komunikasi pemasaran dalam upaya membangun brand awareness pada PT Morige Nusa Tenggara*. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 6(1), 117–124.
- Wallace, Steve. (2012). Brand activation: Bringing Brands to Life!.
- We Are Social, & Meltwater. (2025). Digital 2025: Indonesia. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Yusuf, Muchamad Dafi, Krisiandi. (2025). Kualitas Udara Tak Ramah Kelompok Rentan, Pemkot Semarang Lakukan Uji Emisi Kendaraan. <https://regional.kompas.com/read/2025/07/04/112659378/kualitas-udara-tak-ramah-kelompok-rentan-pemkot-semarang-lakukan-uji-emisi>