

DAFTAR PUSTAKA

- Adzani, R., Putri, B., Sosiologi, P. S., & Sosial, J. I. (2025). *Peran NGO dalam Memberdayakan Relawan (Studi pada Instagram @ involuntirsurabaya)*. *14(02)*, 101–110.
- Agustin, F., & Diniati, A. (2025). *Content Pillar sebagai Strategi Pengelolaan Konten Instagram @ finpaypromo*. *204*, 62–75.
<https://doi.org/10.32509/wacana.v24i1.4274>
- Albreta, H., & Wijaya, L. S. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, dan Komunikasi (IMPRESI)*, *2(1)*, 1.
<https://doi.org/10.20961/impresi.v2i1.51711>
- Anggoro, A. D., Susanto, H., Arifin, R., Nugroho, O. C., Purwati, E., & Ridho, I. N. (2023). Manajemen Event Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Ponorogo. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, *7(1)*.
<https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4434>
- Anju Ferson Tampubolon, Yusuf Hariyoko, A. soesiantoro. (2020). Partisipasi Masyarakat Dalam Kebijakan Pengelolaan Sampah Di Kecamatan Sedati Sidoarjo. *Journal GEEJ*, *7(2)*, 27–43.
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., Stephen, A. T., Stephen, A. T., & Appel, G. (2020). *The future of social media in marketing*. 79–95.
- Ashley, C., & Tuten, T. (2020). *Creative Strategies in Social Media Marketing : An Exploratory Study of Branded Social Content and Consumer Engagement*. 15–27. <https://doi.org/10.1002/mar>

- Awaludin, M. I., Satya, S., & Wardhana, M. (2024). *Pengaruh Elemen Visual pada Konten Feeds Instagram @ P3SMANDIRI dalam meningkatkan Brand awareness*. 9, 529–544.
- Azahari, H., & Fantini, E. (2025). *Peran Public Relation Dalam Pengembangan Perusahaan PT Hyundai Mobil Indonesia*. 4(1), 7–11.
- Badan Pusat Statistik Jawa Tengah. (2025). *Jumlah Anak (Usia 0-18 Tahun) Korban Kekerasan Per Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah, 2024*. <https://jateng.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTAyNiMy/jumlah-anak-usia-0-18-tahun-korban-kekerasan-per-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-tengah.html%0A>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. (2024). *Angka Partisipasi Sekolah (APS) (Persen), 2023*. [jateng.bps.go.id. https://jateng.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzEjMg==/angka-partisipasi-sekolah-aps-.html](https://jateng.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzEjMg==/angka-partisipasi-sekolah-aps-.html)
- Bcom Institute. (2024). *Understanding advertising: Key definitions and concepts*. principles of marketing. <https://bcom.institute/principles-of-marketing/understanding-advertising-key-definitions-concepts/>
- Chitty, B., Barker, N., Valos, M., & Shimp, T. (2021). *Integrated Marketing Communications*. Cengage. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=sdsBEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR11&dq=Chitty,+B.,+Barker,+N.,+Valos,+M.,+%26+Shimp,+T.+\(2021\).+Integrated+Marketing+Communications.+Cengage+Learning.&ots=tebli2jAQX&sig=YzAysO_cVc_bYBOazYGLN07aH0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=sdsBEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR11&dq=Chitty,+B.,+Barker,+N.,+Valos,+M.,+%26+Shimp,+T.+(2021).+Integrated+Marketing+Communications.+Cengage+Learning.&ots=tebli2jAQX&sig=YzAysO_cVc_bYBOazYGLN07aH0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

- Choirul Maromi, Miftakhul Jannah, & Yes Matheos Lasarus Malaikosa. (2024).
Membangun Masa Depan Aman: Strategi Efektif dalam Perlindungan Anak.
Harmoni Pendidikan : Jurnal Ilmu Pendidikan, 1(3), 141–152.
<https://doi.org/10.62383/hardik.v1i3.442>
- Data Goodstats. (2025). *BPS: Pekerja Anak Tercatat Naik 2,17% pada 2024*.
datagoods.id. <https://data.goodstats.id/statistic/bps-pekerja-anak-tercatat-naik-217-pada-2024-Gc8tL>
- Dewi, A., & Eny, A. (2025). *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Volume 15 , Nomor 2 , Juni 2025 ISSN : 2087-3077 PENERAPAN SOCIAL MEDIA CONTENT PLANNER PADA INSTAGRAM UMKM SPACE 56 CIMAHI Jurnal Bisnis dan Pemasaran Volume 15 , Nomor 2 , Juni 2025 ISSN : 2087-3077*. 15, 63–69.
- Di, E., Pegadaian, P. T., & Sungai, C. (2024). *ANALISIS STRATEGI PUBLIC RELATIONS DAN PUBLISITAS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN*. 5(September), 107–115.
- DP3AP2KB JAWA TENGAH. (2023). *Pelatihan Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Berbasis Gender, Eksploitasi dan Penyalahgunaan Seksual Anak di Ranah Daring (OCSEA)*.
https://dp3akb.jatengprov.go.id/berita/read/pelatihan-pencegahan-dan-penanganan-kekerasan-berbasis-gender-eksploitasi-dan-penyalahgunaan-seksual-anak-di-ranah-daring-ocsea?utm_source=chatgpt.com %0A
- Dr. Andiena Nindya Putri, S.E., MBA., CFP. Drs. Firdaus Putra, M. M., Kharisma Nawang Sigit, S.Kom., M.M. Dr. Albert Yansen, S, T., M. M., & Hak. (2022).

Optimalisasi Pemasaran Digital E-Commerce Dari SEO Hingga Social Media Marketing. PT Media Penerbit Indonesia.

Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). International Journal of Information Management Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59(May 2020), 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>

Fadhilah, K., Utamidewi, W., & Nayiroh, L. (2025). Komunikasi Pemasaran melalui Event dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi Literatur pada PT Lintas Raya Terpadu Jakarta). In *Jurnal Cendekia Ilmiah* (Vol. 4, Nomor 2).

Fitrianto, M. E. (2022). Pemasaran Sosial; Sejarah, Isu, dan Perkembangan Masa Kini. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. *Indonesian Journal of Marketing Science*.

Goldblatt, D. J. (2014). *Special Events: Creating And Sustaining A New World For Celebration* (7). John Wiley & Sons. Inc., Hoboken, New Jersey.

Greenwell, T. C., Danzey-Bussell, L. A., & Shonk, D. J. (2024). *Event Marketing In Managing Sport Events*. Human Kinetics. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=mkDpEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP2&dq=Event+Marketing+In+Managing+Sport+Events&ots=L_LANZMzmr&sig=tYvG4le_jRsf0uVngJBpretsFr0&redir_esc=y#v=onepage&q=

Event Marketing In Managing Sport Events&f=false

Guinto, A. L., & Alcantara, A. N. (2022). The Kentucky Fried Chicken Integrated Marketing Communications Mix Strategy and Its Sales Revenue, Profitability, and Market Share. *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research*, 3(4), 710–716.
<https://doi.org/10.11594/ijmaber.03.04.20>

Into The Minds. (2021). *Social Marketing: Definition, Implementation, Examples [Guide 2021]*. www.intotheminds.com.
<https://www.intotheminds.com/blog/en/social-marketing-definition/>

Jonathan, R., & Valentina, A. (2023). *PENGARUH PERUBAHAN VISUAL KONTEN TERHADAP PERFORMA INSTAGRAM UNIVERSITAS TARUMANAGARA*

Kaunang, V. J. ., Moniharapon, S., & Samadi, R. . (2021). the Effect of Interactive Marketing, Quality of Service, Consumer Trust on the Decision of Buying Electronic Goods By Credit At Fif Company Spektra Branch of Airmadidi. *Jurnal EMBA, Vol. 9(3)*, 62–70.

Keller, K. L. (2020). *Consumer behavior and brand management in the digital age*. Pearson.

Kholik, A., Ramadhani, A. N., Rowi, D. A., & Ramadhany, M. A. (2020). Special Event Management Dalam Membangun Social Identity. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 217–226.
<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communicology/article/view/17902>

Kim, B. H., & Sohn, Y. G. (2024). A New Definition of Advertising Considering

- the Advertising Industry Ecosystem in the Digital Age. *The Korean Journal of Advertising and Public Relations*, 26(2), 171–211.
<https://doi.org/10.16914/kjapr.2024.26.2.171>
- Kliatchko, J. (2022). *Revisiting the IMC construct*. *International Journal of Advertising*. <https://doi.org/10.1080/13527266.2023.2275146>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management (13th ed.)*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Zaltman, G. (1971). Social Marketing: An Approach to Planned Social Change. *Journal of Marketing*, 35(3), 3. <https://doi.org/10.2307/1249783>
- Luttrell, R. (2020). *Social media: How to engage, share, and connect*. Rowman & Littlefield.
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=P7ecEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Luttrell,+R.+\(2020\).+Social+media:+How+to+engage,+share,+and+connect.+Rowman+%26+Littlefield.&ots=TSEmNuuwxE&sig=BCTQlg7eyRpdqbtqA-Hj1r0gfE&redir_esc=y#v=onepage&q&f=true](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=P7ecEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Luttrell,+R.+(2020).+Social+media:+How+to+engage,+share,+and+connect.+Rowman+%26+Littlefield.&ots=TSEmNuuwxE&sig=BCTQlg7eyRpdqbtqA-Hj1r0gfE&redir_esc=y#v=onepage&q&f=true)
- Maulana, M., Hamdan Billah, I., Alkahfie, M. F., & Aminulloh, A. (2024). The Role of Digital Advertising in the Presidential Election: A Content Analysis of Prabowo Subianto’s “Gemoy” Positioning XThrough Digital Media. *Journal of Communication Science E-ISSN*, 1(2), 45–52.
- Mu’ala, A. A. (2023). Kesejahteraan Anak Dan Perlindungan Hukum Dalam Undang-Undang Perlindungan Anak. *TARUNALAW: Journal of Law and Syariah*, 1(02), 192–196. <https://doi.org/10.54298/tarunalaw.v1i02.174>
- Nabilah, S. P. (2023). Analisis Komunikasi Pemasaran Islam (Islamic Marketing

- Communication) untuk Meningkatkan Brand Awareness di Kalangan Muslim Millenial. *Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia*.
<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/48101>
- Nurdiana, Pristiyono, & Mulkan Ritonga. (2023). Analisis Pemasaran Interaktif Dalam Menarik Minat Konsumen Berbelanja Online Dan Kepuasan Berbelanja. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(4), 380–389. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.599>
- Nurita, D. A., & Murti, I. (2025). PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI PROGRAM SEKOLAH PEREMPUAN (SEKOPER) UNTUK KESETARAAN DAN PARTISIPASI DALAM PEMBANGUNAN DI DESA KRAMATINGGIL KECAMATAN GRESIK KABUPATEN GRESIK JAWA TIMUR. PRAJA observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik. *Jurnal Penelitian Administrasi Publik*.
<https://www.aksiologi.org/index.php/praja/article/view/2191>
- Porcu, L., del Barrio-García, S., & Kitchen, P. J. (2020). *Measuring integrated marketing communication effectiveness*. *Journal of Advertising Research*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/02650487.2021.1897432>
- Portal Data Pendidikan. (2024). *Jumlah Siswa Putus Sekolah Menurut Tingkat Tiap Provinsi*. data.kemendikdasmen.go.id.
<https://data.kemendikdasmen.go.id/dataset/p/peserta-didik-2/jumlah-siswa-putus-sekolah-menurut-tingkat-tiap-provinsi-indonesia-sd-2023>
- Pratiwi, N. L. S., & Intentilia, A. A. M. (2025). Strategi Konten Media Sosial untuk Meningkatkan Interaksi: Studi Facebook Hotel Masa Inn. *Jurnal Pustaka*

Komunikasi,

https://www.researchgate.net/publication/393457272_Content_Planning_sebagai_Strategi_Komunikasi_Publik_pada_Media_Sosial_Balai_Penerapan_Modernisasi_Pertanian_BRMP_Jakarta

Purnomo, H. H. (2025). Strategi Peningkatan Brand Awareness Indibiz di Telkom Jakarta Barat Terhadap Pelaku Bisnis. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 7(2), 424–442. <https://doi.org/10.24076/pikma.v7i2.1848>

Putri, A. H., Al, M., & Rohimakumullah, A. (2024). *ANALISIS STRATEGI PERENCANAAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM YAYASAN KESEHATAN TELKOM*. 7(2), 133–142.

Qin, L., & De-juan-vigaray, M. D. (2021). Journal of Retailing and Consumer Services Social commerce : Is interpersonal trust formation similar between U . S . A . and Spain ? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 62(May 2020), 102642. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102642>

Qur'ainny, A., Nauli, G. S., Sianipaar, Azka, M., Rozan, & Afifah, D. F. (2025). ANALISIS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI DESA CILELES BERDASARKAN PERSPEKTIF TEORI PEMBERDAYAAN OLEH ROBERT CHAMBERS. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 8, 5771–5777. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>

Rachmadani, R. (2024). Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu (Imc) Terhadap Brand Awareness Di Kalangan Konsumen Milenial. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*.

- Rehman, S. ul, Gulzar, R., & Aslam, W. (2022). Developing the Integrated Marketing Communication (IMC) through Social Media (SM): The Modern Marketing Communication Approach. In *SAGE Open* (Vol. 12, Nomor 2). <https://doi.org/10.1177/21582440221099936>
- Safitri, N., Myrna, R., & Ismanto, S. U. (2022). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Bank Sampah Di Kecamatan Jatiasih Kota Bekasi. *JANE - Jurnal Administrasi Negara*, 14(1), 304. <https://doi.org/10.24198/jane.v14i1.41314>
- Salsabila, R. N., D. (2026). Strategi Pemasaran Konten Dalam Meningkatkan Interaksi Konsumen Di Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*,. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP>
- Shaseria, A., Maya M. S., & H. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran pada Instagram (@value.consult) dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*. <https://journal.pubmedia.id/index.php/jbk/article/download/4413/3869>
- Syafna, A., & Rejeki, A. M. S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Shop “Youth_Millennial” dalam Meningkatkan Kesadaran Merek dan Penjualan. *Journal of Servite*. <https://journal.lspr.ac.id/index.php/servite/article/view/320>
- Tenrisanna, A. (2025). Relawan sebagai agen perubahan sosial: Studi kasus run for humanity BSMI Maros. *Indonesian Red Crescent Humanitarian Journal*, 4(1), 65–75. <https://doi.org/10.56744/irchum.v4i1.82>
- Tentry, H. C. (2025). *Desain Konten Visual Dan Strategi Engagement Untuk Meningkatkan Brand Awareness Dengan Memanfaatkan Tools Instagram Insight*. 4(3), 4088–4100.

- Tim Komunikasi BaKTI. (2022). *Memperkuat Lingkungan yang Aman dan Ramah Anak termasuk dalam Ranah Daring*. baktinews.bakti.or.id. <https://baktinews.bakti.or.id/artikel/memperkuat-lingkungan-yang-aman-dan-ramah-anak-termasuk-dalam-ranah-daring>
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2021). *Social media marketing (4th ed.)*. SAGE Publications.
- UNICEF. (2021). *Perlindungan anak di Indonesia - mengembangkan kebijakan dan peraturan yang kuat untuk setiap anak*. Unicef, 1–10.
- Voorveld, H. A. M., Noort, G. Van, Muntinga, D. G., Bronner, F., Voorveld, H. A. M., Noort, G. Van, Muntinga, D. G., Bronner, F., Bronner, F., Voorveld, H. A. M., Noort, V., Muntinga, D. G., Voorveld, H. A. M., Noort, G. Van, Muntinga, G., & Bronner, F. (2021). *Engagement with Social Media and Social Media Advertising: The Differentiating Role of Platform Type*. 3367. <https://doi.org/10.1080/00913367.2017.1405754>
- Widiyanti, W. (2021). Analisis Brand equity Produk Fashion Hijab Merek Elzatta. *Jurnal Perspektif*, 19(1), 73–82. <https://doi.org/10.31294/jp.v19i1.9824>
- Widuri, S., Regina, N. T., Kowara, N. P., & Humaedi, S. (2022). PERAN UNICEF DALAM PERLINDUNGAN ANAK DI INDONESIA ROLE OF UNICEF IN CHILDREN'S PROTECTION IN INDONESIA. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 3(3), 117. <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i3.40376>