

## 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.
- 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), 570–580. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4434>
- Ariyandi, H. Z., & Handayani, A. N. (2022). Peran Penggunaan Teknologi QR Code Untuk Meningkatkan Keterhubungan Dan Efisiensi Masyarakat Menuju Era Transformasi Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknik Dan Edukasi Teknologi*, 2(7), 299–306. <https://doi.org/10.17977/Um068v1i72022p299-306>
- Badan Pusat Statistik Jawa Tengah. (2024). *Angka Partisipasi Sekolah (APS) (Persen), 2023*. [Jateng.Bps.Go.Id](https://jateng.bps.go.id). <https://jateng.bps.go.id/id/statistics-table/2/nzejmg==/angka-partisipasi-sekolah-aps-.html%0A>
- Badan Pusat Statistik Jawa Tengah. (2025). *Jumlah Anak (Usia 0-18 Tahun) Korban Kekerasan Per Kabupaten/Kota Di Provinsi Jawa Tengah*. [Jateng.Bps.Go.Id](https://jateng.bps.go.id). <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>
- Bakti, T. K. (2022). *Memperkuat Lingkungan Yang Aman Dan Ramah Anak Termasuk Dalam Ranah Daring*. [Baktinews.Bakti.Or.Id](https://baktinews.bakti.or.id). <https://baktinews.bakti.or.id/artikel/memperkuat-lingkungan-yang-aman-dan-ramah-anak-termasuk-dalam-ranah-daring%0A>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluo, 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). Setting The Future Of Digital And Social Media Marketing Research: Perspectives And Research Propositions. *International Journal Of Information Management*, 59(July 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). *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2 SE-Articles), 1601–1616. <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i2.6901>
- Farentia, S. R., Sari, W. P., Soegiarto, A., Putriana, M., & Kholik, A. (2025). Strategi Manajemen Event Book Tour Seporsi Perjalanan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 6(3), 10. <https://doi.org/10.53697/emak.v6i3.2594>
- Fitrianto, M. E. (2022). Pemasaran Sosial; Sejarah, Isu, Dan Perkembangan Masa Kini. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal Of Marketing Science)*; Vol 21, No 3 (2022): Desember. <https://doi.org/10.14710/interaksi.v.i.p>
- Goldblatt, J. (2014). *Special Events: Creating And Sustaining A New World For Celebration (7) (7th Ed.)*. John Wiley & Sons, 2013.
- Goodstats, D. (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%0A>
- Greenwell, T. C., Danzey-Bussell, L. A., & Shonk, D. J. (2024). *Managing Sport Events* (3rd Ed.). Human Kinetics.
- 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>
- Halili, A., Sukmarini, A. V., & Fitriana. (2024). Pengaruh Direct Marketing Dan Personal Selling PT. Malindo Feedmill Makassar Terhadap Kepuasan Pelanggan. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(4), 344–353. <https://doi.org/10.54259/Mukasi.V3i4.3235>
- Institute, B. (2024). *Understanding Advertising: Key Definitions And Concepts. Principles Of Marketing*. Bcom.Institute. <https://Bcom.Institute/Principles-Of-Marketing/Understanding-Advertising-Key-Definitions-Concepts/%0A>
- Ja'o, M. A., Rengga, A., & Luju, E. (2023). Analisis Pengelolaan Administrasi Keuangan Dan Anggaran Pada Kantor Camat Waigete. *Jurnal Projemen UNIPA*, 10(3), 50–60. <https://doi.org/10.59603/Projemen.V10i3.76>
- Juliartha, E., Suandi, Fakhri, F., Yulsainiwati, & Firmansyah, A. (2025). Edukasi Pentingnya Administrasi Bagi Pengelola Keuangan Daerah Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Pengabdian Pasca Unisti*, 3(1), 53–60.
- 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.
- 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>
- Kliatchko, J., & Uttamchandani, R. (2024). A New Framework For IMC Planning. *Journal Of Marketing Communications*, 30(2), 201–220. <https://doi.org/10.1080/13527266.2023.2275146>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management (13th Ed.)* (13th Ed.). Pearson Prentice Hall, 2009.
- Kotler, P., & Zaltman, G. (1971). Social Marketing: An Approach To Planned Social Change. In *Social Marketing Quarterly* (Vol. 3, Issues 3–4, Pp. 7–20). <https://doi.org/10.1080/15245004.1996.9960973>
- Luck, E., Barker, N., Sassenberg, A.-M., Chitty, B., & Terence A. Shimp, J. C. A. (2021). *Integrated Marketing Communications*.
- Luttrell, R. (2020). *Social Media: How To Engage, Share, And Connect*. Bloomsbury Publishing PLC.
- Marliani, L. (2018). Definisi Administrasi Dalam Berbagai Sudut Pandang. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Galuh*, 5(4), 18–19. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/dinamika/article/view/1743/1407>

- Maromi, C., Jannah, M., & Malaikosa, Y. M. L. (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>
- Maulana, M., Billah, I. H., Alkahfie, M. F., & ... (2024). The Role Of Digital Advertising In The Presidential Election: A Content Analysis Of Prabowo Subianto's "Gemoy" Positioning Xthrough Digital Media. *CAKRA COMMUNICO: Journal Of Communication Science*, 1(2), 45–52. <https://journal-fis.um.ac.id/index.php/cc/article/view/6>
- Minds, I. T. (2021). *Social Marketing: Definition, Implementation, Examples [Guide 2021]*. [www.intotheminds.com](http://www.intotheminds.com).
- 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 Millennial (Studi Kasus Fashion Muslim Ayasha Hijab Yogyakarta). *Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*, 28.
- Nawawi, Z. M., & Nur, L. M. (2025). Marketing Digital Interaktif: Analisis Strategi Tren Konten Yang Membentuk Loyalitas Konsumen. *MENAWAN: Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 3(4), 62–70. <https://journal.areai.or.id/index.php/MENAWAN/article/view/1528>
- 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., & Radjikan. (2025). *PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI PROGRAM SEKOLAH PEREMPUAN ( SEKOPER ) UNTUK KESETARAAN DAN PARTISIPASI DALAM PEMBANGUNAN DI DESA KRAMATINGGIL KECAMATAN GRESIK KABUPATEN GRESIK JAWA TIMUR*. 5(3), 176–182.
- Nurjanah, S. (2025). Pemanfaatan Teknologi Interaktif Dalam Meningkatkan Penjualan Produk. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 28–34. <https://doi.org/10.31294/Jab.V5i1.8820>
- Ohara, M. R., Albeta, F. R., Karneli, O., Aprilla, V. R., & Firmansyah, F. (2025). Psikologi Konsumen Dalam Era Digital: Analisis Literatur Tentang Peran Emosi Dalam Digital Advertising Dan Brand Attachment. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 18–27. <https://doi.org/10.33395/Jmp.V14i1.14564>
- Prasetya, R. P. D., Azizah, R. N., Halwa, J. B. W., Nugroho, R. H., & Kusumasari, I. R. (2024). Implementasi Penggunaan Data Analytics Untuk Mengoptimalkan Pengambilan Keputusan Bisnis Di Era Digital. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(2), 12. <https://doi.org/10.47134/Jbkd.V2i2.3459>
- 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>

- Puspita, N. (2020). Pengaruh Program Direct Marketing Terhadap Customer Relationship Management Pada Function Room Di Harris Hotel Sentul City Bogor. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 5(2), 82–93. <https://doi.org/10.9744/jmp.5.2.82-93>
- Qur'ainny, A., Sianipaar, G. S. N., Rozan, M. A., & 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.
- Rachmadani, R., Awareness, B., & Milenial, K. (2024). *Komunikasi Pemasaran Terpadu ( Imc ) Terhadap Brand Awareness Di Kalangan*. 7, 10788–10794.
- Regina, N. T., Kowara, N. P., Widuri, S., & Humaedi, S. (2023). Peran Unicef Dalam Perlindungan Anak Indonesia Role Of Unicef In Children'S Protection In Indonesia. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM) E*, 3(3), 117–124.
- Rehman, S. Ul, Gulzar, R., & Aslam, W. (2022). Developing The Integrated Marketing Communication (IMC) Through Social Media (SM): The Modern Marketing Communication Approach. *SAGE Open*, 12(2). <https://doi.org/10.1177/21582440221099936>
- Rijal, F. (2024). Manajemen Pengembangan Dan Pengelolaan Keuangan Di Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Al-Mizan: Jurnal Hukum Islam Dan Ekonomi Syariah*, 11, 155–166.
- Safitri, N., Myrna, R., & Ismanto, S. U. (2022). *Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Bank Sampah Di Kecamatan Jatiasih Kota Bekasi*. 14(1), 304–314.
- Setara, Y. (2025). *Profil Organisasi Yayasan Setara*.
- Shaseria, A., May Syarah, M., & Herman, H. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Instagram (@Value.Consult) Dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(4), 13. <https://doi.org/10.47134/jbkd.V2i4.4413>
- Syafna, A., & Rejeki, A. M. S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Shop “Youth\_Millennial” Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek Dan Penjualan. *Journal Of Servite*, 3(2), 99. <https://doi.org/10.37535/102003220215>
- Syarifuddin, A., Ma'ruf, A., & Yusuf, M. (2022). *KINERJA PEGAWAI DALAM PELAYANAN ADMINISTRASI DI DINAS KEPENDUDUKAN DAN PENCATATAN SIPIL KOTA MAKASSAR*. 3(5), 41–45.
- Tampubolon, A. F. (2023). PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM KEBIJAKAN PENGELOLAAN SAMPAH DI KECAMATAN SEDATI SIDOARJO (Studi Pelaksanaan Peraturan Bupati Sidoarjo Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Pengurangan Sampah Rumah Tangga Dan Sampah Sejenis Rumah Tangga). *Journal Penelitian Administrasi Publik*, 3(2), 27–43.
- Tennisanna, 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>
- Tuten, T., & Solomon, M. R. (2017). *University Of International Business And*

- Economics International Summer School MKT 205 Social Media Marketing. *MKT 205 Social Media Marketing*, 1(1), 1–7.
- Uma, M. (2024). *Mengenal Metode Survei: Pendekatan Yang Efektif Dalam Pengumpulan Data*. Manajemen.Uma.Ac.Id. <https://Manajemen.Uma.Ac.Id/2024/04/Mengenal-Metode-Survei-Pendekatan-Yang-Efektif-Dalam-Pengumpulan-Data/%0A>
- UNICEF. (2021). *Perlindungan Anak Di Indonesia - Mengembangkan Kebijakan Dan Peraturan Yang Kuat Untuk Setiap Anak*. [www.unicef.org](http://www.unicef.org).
- Vernuccio, M., Cesareo, L., Pastore, A., & Kitchen, P. J. (2022). Managerial And Organizational Perspectives On Online–Offline Integration Within Integrated Marketing Communication: Toward A Holistic Conceptual Framework. *International Journal Of Advertising*, 41(3), 519–540. <https://doi.org/10.1080/02650487.2021.1897432>
- 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>
- Wijaya, H. A., & 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>
- Yulia, Y., Sujadi, E., & Mailindra, W. (2024). Analisis Strategi Public Relations Dan Publisitas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Emas Di Pt. Pegadaian Cabang Sungai Penuh. *Al Fiddhoh: Journal Of Banking, Insurance, And Finance*, 5(2), 107–115. <https://doi.org/10.32939/Fdh.V5i2.3692>