

DAFTAR PUSTAKA

- Afiat, Y., Fitriani, W., & Aisyah, T. F. (2021). Need Assesment sebagai Manifestasi Unjuk Kerja Konselor. *Al-Tazkiah: Jurnal Bimbingan Dan Konseling Islam*, 10(1), 1-20.
- Aisha, D., & Aska, W. U. (2023). TINGKAT STRES PENGASUHAN PADA IBU DI DESA WALUYA KABUPATEN KARAWANG. *PROSIDING KONFERENSI NASIONAL PENELITIAN DAN PENGABDIAN UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG*, 3(1), 1167-1175.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2012). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill.
- Davies, G., & Miles, L. (1998). Reputation management: theory versus practice. *Corporate Reputation Review*, 2(1), 16–27.
- Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Semarang. (2017-2024). ASIKK PAK. Diakses pada 14 November 2024, dari <https://ppt-dp3a.semarangkota.go.id/>
- Effendy, E., Sinulingga, R. R., & Al-Hikmah, N. (2023). Gaya Penulisan Berita dan Feature. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 5(2), 4337–4342. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i2.14062>
- Fill, C., & Turnbull, S. (2016). *Marketing communications*. Pearson UK.,
- Han, Y., Nunes, J. C., & Drèze, X. (2015). Signaling status with luxury goods: The role of brand awareness. *Journal of Marketing Research*, 47(5), 1031–1045.
- Hastrida, A. (2021). Process of Government Social Media Management: Benefit and Risk. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 25(2).
- Iskandar, N. M. (2022) *PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK POCARI SWEAT*. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta
- Jamalullail, J., Safira, F., & Hamdi, H. (2023). The Government Communication Strategy through Social Media to Increase Public Awareness. *Nyimak: Journal of Communication*, 7(2), 131-146
- JDIH, K. S. (2022). Dokumen—JDIH - Kota Semarang. <Http://Jdih.Semarangkota.Go.Id/Dokumen/View/Peraturan-Daerah-Kota-Semarang-Nomor-7-Tahun-2023-Tentang-Pemberdayaan-Dan-Perlindungan>

-Perempuan-1537.

- Karo, P. K. (2020). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Tingkat Kepuasan Peserta Sports Event Jakabaring Wonderful Run Palembang. *Pusaka : Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 2(2), 127–135. <https://doi.org/10.33649/pusaka.v2i2.32>
- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education.
- Khasanah, Aliya. (2023). *Laporan Praktek Kerja Lapangan: Proses Produksi Press release di Website Pemerintah Kabupaten Bantul*. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 Global Edition). England: Pearson Education.
- Li, F., Larimo, J. & Leonidou, L.C. Social media marketing strategy: definition, conceptualization, taxonomy, validation, and future agenda. *J. of the Acad. Mark. Sci.* 49, 51–70 (2021). <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00733-3>
- Macdonald, E. K., & Sharp, B. M. (2003). Management perceptions of the importance of brand awareness as an indication of advertising effectiveness. *Marketing Bulletin*, 14.
- Michelle, Wahyudi, O. B., & Felicia Goenawan. (2021). Tingkat Brand awareness Masyarakat Surabaya Terhadap Kollabora. *Jurnal E-Komunikasi*, 9.
- Nova. (2009). *Strategi public relations Mathla'ul Anwar*
- Pemerintah Kota Semarang. (2023, November 9). Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 7 Tahun 2023 tentang Pemberdayaan dan Perlindungan Perempuan. Lembaran Daerah Kota Semarang Tahun 2023 Nomor 7. <https://jdih.semarangkota.go.id/dokumen/view/peraturan-daerah-kota-semarang-nomor-7-tahun-2023-tentang-pemberdayaan-dan-perlindungan-perempuan-1537>
- Probo W, Y. W. (2020). INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) DAN MINAT BELI KONSUMEN . http://eprints.ums.ac.id/80139/2/NASKAH_PUBLIKASI_YORDAN_WIVAN_L100140064.pdf
- Puskarsa. (2024). Mengukur Keberhasilan Administrasi Prima dengan Indikator Kinerja. PUSAT PENINGKATAN KARIR SDM DAN KERJASAMA.

<https://puskarsa.uma.ac.id/2024/12/30/mengukur-keberhasilan-administrasi-prima-dengan-indikator-kinerja/>

- Putra, A., Junaidi, F., & Fitri, Y. (2020). KAJIAN GENDER: STEROTIPE PADA ANAK DALAM KELUARGA. *Jurnal Obor Penmas: Pendidikan Luar Sekolah*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.32832/oborpenmas.v3i2.3609>
- Putri, A. W., Wibhawa, B., & Gutama, A. S. (2015). KESEHATAN MENTAL MASYARAKAT INDONESIA (PENGETAHUAN, DAN KETERBUKAAN MASYARAKAT TERHADAP GANGGUAN KESEHATAN MENTAL) . PROSIDING KS: Riset & PKM , 2,147–300. <https://doi.org/ISSN: 2442-4480>
- Putri, J. E., Mudjiran, M., Nirwana, H., & Karneli, Y. (2022). Peranan konselor dalam konseling keluarga untuk meningkatkan keharmonisan keluarga. *Journal of Counseling, Education and Society*, 3(1), 28. <https://doi.org/10.29210/08jces189000>
- Ruslan, Rosady. 2006. Manajemen Public relations dan Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1–3), 53–67.
- Thakshak, S. (2018). Impact of *brand awareness* on consumer loyalty. *International Journal of Research in Management & Business Studies*, 5(1), 19–25.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social Media Marketing*. Sage Publications.
- Tuten, T. L. (2023). *Social media marketing*. Sage publications limited.
- Ulfiah, U. (2021). Konseling Keluarga untuk Meningkatkan Ketahanan Keluarga. *Psymphathic : Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), Article 1.
- Wilcox, D. L., Cameron, G. T., & Reber, B. H. (2015). *Public Relations: Strategies and Tactics*. Pearson