

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Azzam, A. F. M., Alserhan, A. F., & Al-Assaf, K. T. (2024). Examining the Influence of Integrated Marketing Communications on Firm Performance: An Empirical Study. *Journal of System and Management Sciences*, 14(3). <https://doi.org/10.33168/JSMS.2024.0324>
- 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>
- Azahari, H., Fantini, E., & Mutia. (2025). Peran Public Relation Dalam Pengembangan Perusahaan PT Hyundai Mobil Indonesia. *Jurnal Esensi Komunikasi Daruna*, 7–11. <https://doi.org/10.56943/daruna.v4i1.75>
- Badan Pusat Statistik Jawa Tengah. (2024). *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*. <https://jateng.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzEjMg==/angka-partisipasi-sekolah-aps-.html>
- BaKTINews. (2022). *Memperkuat Lingkungan yang Aman dan Ramah Anak termasuk dalam Ranah Daring*. <https://baktinews.bakti.or.id/artikel/memperkuat-lingkungan-yang-aman-dan-ramah-anak-termasuk-dalam-ranah-daring>
- Bcom Institute. (2024). *Understanding advertising: Key definitions and concepts*. <https://bcom.institute/principles-of-marketing/understanding-advertising-key-definitions-concepts/>
- 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.
- 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, 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)*.
- 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*, 21(3).
- Goldblatt, J. J. (2014). *Special events: Creating and sustaining a new world for celebration* (Seventh edition). Wiley.
- Greenwell, T. C., Danzey-Bussell, L. A., & Shonk, D. J. (2025). *Managing sport events* (Third edition). 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>
- Hanifah, K. P., Sumartias, S., & Dewi, R. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Disparbud dalam Promosi Destinasi Wisata Kabupaten Majalengka. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1), 33–44. <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i1.110>
- Hanlon, A., & Tuten, T. L. (Ed.). (2022). *The Sage handbook of social media marketing* (1st ed). SAGE Inc.
- Hübscher, C., Hensel-Börner, S., & Henseler, J. (2022). Social marketing and higher education: Partnering to achieve sustainable development goals. *Journal of Social Marketing*, 12(1), 76–104. <https://doi.org/10.1108/JSOCM-10-2020-0214>
- Into The Minds. (2021). Social Marketing: Definition, Implementation, Examples [Guide 2021. www.intotheminds.com. <https://www.intotheminds.com/blog/en/social-marketing-definition/>
- Kaunang, V. J. G., Moniharapon, S., & Samadi, R. L. (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*. 9(3).
- Kholik, A., Ramadhani, A. N., Rowi, D. A., & Ramadhany, M. A. (2020). Special Event Management Dalam Membangun Social Identity. *Social Identity*.
- 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>
- Kotler, P., & Keller, K. (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), 3–12. <https://doi.org/10.1177/002224297103500302>

- Luck, E., Barker, N., Sassenberg, A.-M., Chitty, B., Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2021). *Integrated marketing communications* (6th edition). Cengage.
- Maulana, M., Billah, I. H., Alkahfie, M. F., & Aminulloh, A. (2024). The Role of Digital Advertising in the 2024 Indonesian Presidential Election. *Cakra Comunico: Journal of Communication Science*, 1(2), 45–52. <https://doi.org/10.17977/um087v1i2202445-52>
- 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>
- Mursyid Choirullah & Al Hilal Ramadhan. (2024). Peran Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Tim. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(2), 29–38. <https://doi.org/10.55606/jubima.v2i2.3042>
- Nabilah, S. P. (2023). *ANALISIS KOMUNIKASI PEMASARAN ISLAM (ISLAMIC MARKETING COMMUNICATION) UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI KALANGAN MUSLIM MILLENIAL (Studi Kasus Fashion Muslim Ayasha Hijab Yogyakarta)* [UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA]. <https://dspace.uin.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*. 5(02).
- 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>
- 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, R. A. B. (2025). *Peran NGO dalam Memberdayakan Relawan (Studi pada Instagram @involuntirsurabaya)*. 14(02).
- 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.s>
- 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(2), 6252–6258. <https://doi.org/10.31004/jrpp.v8i2.47392>
- Rachmadani, R. (2024). Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu (Imc) Terhadap Brand Awareness Di Kalangan Konsumen Milenial. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3). <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/31943>
- Raffy, M. A. T., Rahmi, M., & Ansori, A. (2025). Strategi Perencanaan Event Sebagai Upaya Meningkatkan Partisipasi dan Kepuasan Peserta. *EDU SOCIETY: JURNAL PENDIDIKAN, ILMU SOSIAL DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 5(3), 240–250. <https://doi.org/10.56832/edu.v5i3.1790>
- Redata, L., & Warokka, A. (2025). PENGARUH MONITORING DAN EVALUASI TERHADAP KINERJA STRATEGI NASIONAL PENCEGAHAN KORUPSI. *JURNAL PAPTUNG*, 8(2), 54–71.
- Rehman, S. U., Gulzar, R., & Aslam, W. (2022). Developing the Integrated Marketing Communication (IMC) through Social Media (SM): The Modern Marketing Communication Approach. *Sage Open*, 12(2), 21582440221099936. <https://doi.org/10.1177/21582440221099936>
- Robert Tua Siregar, Ujang Enas, Debi Eka Putri, Imanuddin Hasbi, Athik Hidayatul Ummah, Opan Arifudin, Ita Musfirowati Hanika, Edwin Zusrony, Reni Chairunnisah, Hetty Ismainar, Syamsuriansyah Syamsuriansyah, Ahmad Bairizki, Ambar Sri Lestari, & Mira Maulani Utami. (2021). *KOMUNIKASI ORGANISASI*. CV WIDINA MEDIA UTAMA.
- 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>
- 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>
- Suandika, I. G. K. S., & Gorda, A. A. N. O. S. (2024). Analisis Proses Pengambilan Keputusan oleh Pemimpin dalam Menciptakan Komitmen Organisasi. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 14(1), 240–253. <https://doi.org/10.30588/jmp.v14i1.1681>
- Sundari, S., Jekson Mardame Silalahi, V. A., & Siahaan, R. S. (2024). KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MEMBANGUN HARMONI DAN PRODUKTIVITAS DI TEMPAT KERJA. *Jurnal Cakrawala Akademika*, 1(3), 419–438. <https://doi.org/10.70182/JCA.v1i3.29>

- Susanti, K. A. M., & Pradipta, A. D. (2025). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Events #SINGALONGwithJAAN Oleh Jaan Restaurant Bali Untuk Meningkatkan Brand Awareness*. 6(2), 63–94. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/aa5jvx85>
- 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>
- Tampubolon, A. F., Hariyoko, Y., & Soesiantoro, A. (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). *PRAJA Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 3(2), 27–43.
- Tenisanna, 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>
- Theresia Andjani Theodora & Christina Christina. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran untuk Meningkatkan Brand Awareness pada Brand High-End Raptors Motorsport 4X4. *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 5(3), 746–766. <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v5i3.7170>
- 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. (2023). PERAN UNICEF DALAM PERLINDUNGAN ANAK DI INDONESIA. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 3(3), 117. <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i3.40376>
- 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>
- Yayasan Setara. (2025). *Profil Organisasi Yayasan Setara*. [Dokumen Pribadi, Tidak Diterbitkan].
- 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>
- Yochinia, Y. (2025). Pengaruh Pembagian Kerja dan Pelatihan Kerja terhadap Kinerja Karyawan yang Dimediasi oleh Kepuasan Kerja pada Divisi Pemasaran PT. Asuransi Simas Jiwa Jakarta. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 5(3), 1345–1354. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v5i3.1506>