

DAFTAR PUSTAKA

- 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. (2025). Peran Public Relation Dalam Pengembangan Perusahaan PT Hyundai Mobil Indonesia. *Esensi Daruna: Jurnal Komunikasi*, 7–11.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. (2023). *Angka Partisipasi Sekolah (APS) (Persen)*. <https://jateng.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzEjMg==/angka-partisipasi-sekolah-aps-.html>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. (2024). *Jumlah Anak (Usia 0-18 Tahun) Korban Kekerasan Per Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah*. <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>
- B.Com Institute. (2024, April). *Understanding Advertising: Key Definitions and Concepts*.
- Benitis, R. A., & Jacky, M. (2025). Peran NGO dalam Memberdayakan Relawan (Studi pada Instagram@ involuntirsurabaya). *Paradigma*, 14(2), 101–110.
- Bladen, Charles., Kennell, James., Abson, Emma., & Wilde, Nick. (2023). *Events management : an introduction*. Routledge, Taylor & Francis Group.

- Chambers, R. (1993). *Participatory rural appraisal*.
- 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>
- DP3AP2KB. (2023). *Pelatihan Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Berbasis Gender, Eksploitasi dan Penyalahgunaan Seksu*.
- Fitrianto, M. E. (2022). Pemasaran Sosial; Sejarah, Isu, dan Perkembangan Masa Kini. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 21(3), 247–270. <https://doi.org/10.14710/interaksi.%v.%i.%p>
- French, J. (2010). *Social marketing and public health: Theory and practice*. Oxford University Press.
- Goldblatt, J. J. (2014). Special events: creating and sustaining a new world for celebration. (*No Title*).
- Greenwell, T. C., Danzey-Bussell, L. A., & Shonk, D. J. (2024). *Managing sport events*. Human Kinetics.
- Gregory, A., & Willis, P. (2022). *Strategic public relations leadership*. Routledge.
- 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>

Janet, V., Kaunang, G., Moniharapon, S., & Samadi, 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. *Emba*, 9(3), 62–70.

Kazanskaia, A. N. (2025). Future Trends in Capacity Building: Innovations, Inclusion, and Evidence-Based Practice. *Neya Global Journal of Non-Profit Studies*. <https://doi.org/10.64357/Neya-Gjnps-Future-Trends-2025>.

Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. (2022). *Peraturan Menteri Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Nomor 12 Tahun 2022 tentang Penyelenggaraan Kabupaten/Kota Layak Anak*.

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.

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., & 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>
- Kota Semarang. (2023). *Peraturan Daerah (Perda) Kota Semarang Nomor 1 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Kota Layak Anak*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall.
<https://books.google.co.id/books?id=t94QngEACAAJ>
- KPAI Semarang. (2024). Anak Korban Kekerasan di Semarang Harus Segera Mendapatkan Pemenuhan Hak dengan Cepat. *Berita KPAI*.
- Luck, E., Barker, N., Sassenberg, A.-M., Chitty, B., Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2020). *Integrated marketing communications*. Cengage AU.
- Luxton, S., Reid, M., & Mavondo, F. (2015). Integrated Marketing Communication Capability and Brand Performance. *Journal of Advertising*, 44(1), 37–46.
<https://doi.org/10.1080/00913367.2014.934938>
- Madube, P. M., & Isenah, T. E. (2023). Sponsorship as a marketing communications tool: A theoretical reflection of concept and dimensions. *BW Academic Journal*, 12.
- Maisalinia, R., Rahmawanti, M. R., Fatonah, U., & Azhari, F. D. (2024). LEVERAGING NANO-LEARNING INTO FASHION DESIGN CLASSROOM TIKTOK FOR FASHION VIDEOS. *Educate: Jurnal Teknologi Pendidikan*, 9(2), 183–193.

- Maulana, M., Billah, I. H., Alkahfie, M. F., & Aminulloh, A. (2024). The Role of Digital Advertising in the 2024 Indonesian Presidential Election. *Cakra Communico: 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>
- Nabilah, S. P. (2023). *Analisis Komunikasi Pemasaran Islam (Islamic Marketing Communication) untuk Meningkatkan Brand Awareness di Kalangan Muslim Millenial*. Universitas Islam Indonesia.
- 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>
- Nurfitria, M. A., Widiastuti, W., Kholifah, N., & Maslahah, S. (2021). Readiness of fashion education and training institutions management in facing the industrial revolution 4.0 and society 5.0. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 11(3), 265–274.
- 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 (e-ISSN: 2797-0469)*, 5(02), 176–182.

Oh, J., & Ki, E.-J. (2024). Can we build a relationship through artificial intelligence (AI)? Understanding the impact of AI on organization-public relationships. *Public Relations Review*, 50(4), 102469. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2024.102469>

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>

Rachmadani, R. (2024). Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu (Imc) Terhadap Brand Awareness Di Kalangan Konsumen Milenial. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (Jrpp)*, 7(3), 10788–10794.

Rahmawati, P., Rosmiati, R., Agustina, N. L., Iktimalannisa, N., Sahara, N. W., Pertiwi, P. C., Purwaningrum, O. S., Andianti, P. W., Zuroidah, P., Anggraini, P. N., & A'yun, Q. (2025). Petualangan Si Anak Sehat dalam Permainan Junk Food and Real Food sebagai Inovasi Edukasi Gizi untuk Anak. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 269–279. <https://doi.org/10.53299/bajpm.v5i2.1513>

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>

Sabaitytė, J., Davidavičienė, V., Straková, J., & Raudeliūnienė, J. (2018). Decision tree modelling of e-consumers' preferences for internet marketing communication tools during browsing. *E+M Ekonomie a Management*, 22(1), 206–221. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2019-1-014>

SAFITRI, N. (2025). *PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI POTENSI WISATA DAN BUDAYA LOKAL DI DESA PEKUNDEN*. UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI.

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), 304–313.

Santoso, K. N. (2025, May). BPS: Pekerja Anak Tercatat Naik 2,17% pada 2024. *Good Stats*.

Schroeder, J. E., & Borgerson, J. L. (2005). An ethics of representation for international marketing communication. *International Marketing Review*, 22(5), 578–600. <https://doi.org/10.1108/02651330510624408>

Schwab, P.-N. (2022, March). Social Marketing: Definition, Implementation, Examples [Guide 2021]. *Into The Minds*.

Shaseria, A. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA INSTAGRAM@ value. consult DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS*.

- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- 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), 99–125.
- Tafesse, W., & Kitchen, P. J. (2017). IMC – an integrative review. *International Journal of Advertising*, 36(2), 210–226. <https://doi.org/10.1080/02650487.2015.1114168>
- 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 (e-ISSN: 2797-0469)*, 3(02), 27–43.
- 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>
- Tum, J., & Norton, P. (2006). *Management of event operations*. Routledge.
- 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>

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. (2025a). Profil Organisasi Yayasan Setara. In [*Dokumen Pribadi, Tidak Diterbitkan*].

Yayasan Setara. (2025b). *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), 10