

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita: Jakarta.
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana. Pengantar Analisis Teks Media*. LKIS Printing Cemerlang: Yogyakarta.
- Freddy, Rangkuti. 2002. *The Power Of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*, Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga: Jakarta.
- Littlejohn, Stephen dan Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi (Theories of Human Communications)*. Salemba Humanika: Bandung.
- Moleong, J. Lexy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi revisi*. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Kencana Prenadamedia Group: Jakarta.
- Nasrullah, Ruli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber*. Kencana Prenadamedia Group: Jakarta
- Nyoman.S. Pendit. 1999. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : Pradya Paramita
- Raharjo, Lianti. 2015. *City Branding Strategy: The Four Steps, Marketeers* Edisi April 2015.
- Seitel, Fraser. 2015. *Praktik Public Relations*. Erlangga: Jakarta.
- Sobur, Alex. 2009. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Remaja Rosdakarya: Bandung.

Soemirat dan Ardianto. 2010. *Dasar-Dasar Public Relations*. Remaja Rosdakarya: Bandung.

Sugiyono, 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta: Bandung.

Non-Buku:

Anholt S. 2007. *Competitive Identity- The New York Brand Management for Nations Cities and Regions*. Palgrave Macmillan. New York.

American Marketing Association Journal 2017. <https://www.ama.org/journal-of-marketing/>

Chigora, Farai. 2018. "City Marketing to city branding: A Novel Practice in Zimbabwe Destination"https://www.researchgate.net/publication/327982051_City_marketing_to_city_branding_A_novel_practice_in_Zimbabwe_destination_branding Diakses tanggal 2 Maret 2019.

Eshuis, Jasper and Erik-Hans Klijn. 2012. *Branding In Governance and Public Management* London: Routledge
https://www.researchgate.net/publication/256492320_Eshuis_Jasper_and_Erik-Hans_Klijn_2012_Branding_in_Governance_and_Public_Management_London_Routledge (diakses 26 februari 2019)

Hamad, Ibnu. 2007. "Lebih Dekat Dengan Analisis Wacana."
<https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/1252> Diakses tanggal 1 Maret 2019

Hartini, Siti. 2017. "Analisis Wacana Pada Meme Gamers Mario Teguh di Facebook."
jurnal.untad.ac.id/jurnal/index.php/Kinesik/article/view/9390/pdf Diakses tanggal 19 Februari 2019

Hazime. 2011. *From City branding to E-brands In Developing Countries. An Approach to Qatar and Abu Dhabi*.
www.academicjournals.org/app/webroot/article/article1381482677_Hazime.pdf
(diakses: 27 Januari 2019)

Hidayat. 2014. *City Branding Kabupaten Banyuwangi*. Universitas Jember.
repository.unej.ac.id/handle/123456789/71857?show=full (diakses: 19 februari 2019)

- Hankinson G. 2007. “*The management of destination brands: Five guiding principles based on recent developments in corporate branding theory*” *Journal of Brand Management*.”
sv407.oddeirtveiten.com/wp-content/uploads/2015/12/Hankinson-Place-Promotion.pdf Diakses tanggal 21 Februari 2019
- Kavaratziz, M. and Ashworth G.J. 2007. *Marketing the City Of Amsterdam*.
https://www.researchgate.net/publication/222517060_Partners_in_Coffeeshops_Canals_and_Commerce_Marketing_the_City_of_Amsterdam (diakses 1 februari 2019)
- Jarvisalo, Susana. 2012. “*How To Build successful city brands? – case Munich, Berlin and Hamburg*.”<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/47992/City%20brands.pdf?sequence=1> (Diakses tanggal 21 Februari 2019)
- Maghvira, Genta. 2017 *Analisis Wacana Kritis Pada Pemberitaan Tempo.co Tentang Kematian Taruna STIP Jakarta*.
https://www.researchgate.net/publication/321221958_Analisis_Wacana_Kritis_pada_Pemberitaan_TEMPOCO_tentang_Kematian_Taruna_STIP_JAKARTA (Diakses tanggal 15 Februari 2019)
- Miller Merrilees, D and Herington. 2009 “*Antecedents of residents’ city brand attitudes*”
Journal of Business Research.
https://www.researchgate.net/publication/223473829_Antecedents_of_Residents'_City_Brand_Attitudes (Diakses tanggal 10 Februari 2019)
- Pienrasmi, Hanindyalaila. 2015. *Pemanfaatan Social Media oleh Praktisi Public relations di Yogyakarta*.
<https://journal.uui.ac.id/jurnalkomunikasi/article/viewFile/7179/6363>
(diakses: 18 Februari 2019)
- Roostika. 2012. *Citra Merk Tujuan Wisata Dan Perilaku Wisatawan: Yogyakarta Sebagai Daerah Tujuan Wisata*.
<https://media.neliti.com/media/publications/111071-ID-citra-merek-tujuan-wisata-dan-perilaku-w.pdf> (diakses: 16 Februari 2019)
- Basyari, I., dan Rinaldy, R. 2017. *Sejarah Surabaya dijadikan Daya Tarik Wisatawan*.
<https://kompas.id/baca/nusantara/2017/09/15/sejarah-surabaya-dijadikan-daya-tarik-wisatawan/> (Diakses pada tanggal 1 Februari 2019)

Everin, Sujoko. 2016. UN-Habitat: Langkah Awal Surabaya Menuju Kota MICE.

https://www.ubaya.ac.id/2014/content/interview_detail/107/UN-Habitat--Langkah-Awal-Surabaya-Menuju-Kota-MICE.html (diakses tanggal 16 Februari 2019).

surabaya.tribunnews.com/2018/12/07/4-penghargaan-kota-surabaya-tahun-2018-kota-terpopuler-guangzhou-international-award-2018?page=3

<https://tekno.kompas.com/read/2018/06/21/10280037/juni-2018-pengguna-aktif-instagram-tembus-1-miliar>

<https://itk.ac.id/belajar-menata-kota-ramah-lingkungan-dari-surabaya/>