

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). Pengantar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Amelia, R. (2021). Penggunaan Media Sosial dalam Membangun Citra Kota. *Jurnal Komunikasi dan Pembangunan*, 4(1), 12-23.
- Bekasi Keren. (2025). *Kenalan Sama Bekasi Keren*. Bekasikeren.Com. <https://kotabekasikeren.com/tentang-bekasi-keren/>
- Cahyaningrum, N. (2021). Instagram sebagai Media Promosi Kota: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 34-45.
- Caritra. (2025). *Kota Bekasi: Kota Berkembang Pesat, Tapi di Mana Identitasnya?* Catrita.Org. <https://www.caritra.org/2025/03/03/kota-bekasi-kota-berkembang-pesat-tapi-di-mana-identitasnya/>
- Citriadin, Y. (2020). Metode penelitian kualitatif (suatu pendekatan dasar). In *Sanabil Creative*. http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.docx
- Dewa, P. (2020). Strategi City Branding di Era Digital. *Jurnal Komunikasi*, 9(3), 55-66.
- Dianti, Y. (2023). Kepemimpinan Adaptif Dan Responsif. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- Fajar, A., & Rahma, Y. (2020). Analisis Konten Media Sosial untuk Branding Kota. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 6(1), 40-55.
- Fauziridwan. (2024). *Branding Strategy di Era Digital* (Issue March).
- Hamdani M. Syam, Azman, D. Y. (2022). *Komunikasi Krisis Strategi Menjaga Reputasi Bagi Organisasi Pemerintah*. 114.
- Handayani, S., Fauzi, R. U. A., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh City Branding “Madiun Kota Pendekar” Dan E-Wom Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Image Destination Sebagai Mediasi. *CITACONOMIA: Economic and Business Studies*, 1(01), 49-74.
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiauwaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, N. H. A.

- (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Hasyim, U. (2021). Konsep dan Praktik City Branding. *Jurnal Pembangunan Daerah*, 7(1), 15-28.
- Hastuti, N. (2019). Media Sosial sebagai Alat Pemasaran Kota. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 65-75.
- Hereyah, Y., & Andriani, R. (2020). Gojek re-branding menasar pangsa pasar milenial (studi kasus rebranding Gojek). *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2-3), 9-20.
- Hermawan, A. (2019). *Komunikasi Pemerintah: Membangun Kepercayaan Publik*. Jakarta: Pustaka Bangsa.
- Indriani, J., & Kuswoyo, C. (2017). Pengaruh city branding pada city image dan keputusan berkunjung wisatawan ke Kabupaten Purwakarta. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 41-52.
- Junaidi, F. (2020). Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Komunikasi. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 4(3), 88-99.
- Juwita, R. (2023). Public Relations dalam Komunikasi Krisis. In K. M. B. Puri Kusuma Dwi Putri (Ed.), *Lingkar Media* (Vol. 11, Issue 1). https://www.researchgate.net/publication/375839746_Buku_Komunikasi_Krisis
- Kartika, S. (2020). Identitas Kota dalam Konteks City Branding. *Jurnal Ilmu Sosial*, 12(1), 11-19.
- Kartikawati, D. (2021). Pelatihan Komunikasi Empatik Pada Yayasan Al Kahfi Jakarta Selatan. *Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 76–82. <https://doi.org/10.31506/komunitas:jpkm.v1i2.13068>
- Katharina, R. (2020). *Pelayanan Publik dan Pemerintahan Digital Indonesia*.
- Kriyantono, R. (2021). *Baest Practice Humas (Public Relations) Bisnis Dan Pemerintah: Manajemen Humas, Teknik Produksi Media Publisitas dan Public Relations Writing*. Prenada Media.
- Kusnadi, D. (2021). Pemanfaatan Media Sosial untuk Branding Kota. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 5(2), 77-89.
- Lani, O. P., & Handayani, B. (2021). Peranan Humas Pemerintahan (Government Public Relations) dalam Menciptakan Reputasi Pemerintahan yang Baik. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 130-140.

- Maftuhin, A. (2017). Mendefinisikan Kota Inklusif: Asal-Usul, Teori Dan Indikator. *Tataloka*, 19(2), 93. <https://doi.org/10.14710/tataloka.19.2.93-103>
- Mahendra, R., & Suryanto, A. (2020). "Branding Pemerintah melalui Instagram: Studi Kasus Pemerintah Kota di Indonesia." *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*.
- Makalalag, A., H. Gosal, P., & Hanny, P. (2019). Kajian Kota Kotamobagu Menuju Kota Layak Huni (Livable City). *Spasial*, 6(2), 199–210.
- Marwah, S. S., & Abdussalam, A. (2020). Tinjauan Psikologis Humanistik dalam Pedagogik Spiritual. *Al-Musannif*, 2(1), 15–28. <https://doi.org/10.56324/al-musannif.v2i1.33>
- Maula, & Hikmatul, L. (2020). *Analisis Isi Pesan Dakwah Vidgram Pada Akun @dakwahislamuha*. 3, 9. <http://repository.iainkudus.ac.id/3402/>
- Mihardja, E. J., Mulyasari, P., Widiastuti, T., & Bintoro, K. (2019). Strategi City Branding. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Moha, A., & Sudrajat. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial dan Humaniora.
- Padang, F., Husna, A., & Fahrimal, Y. (2022). Penerapan Strategi City Branding Dalam Mewujudkan Subulussalam Sebagai Kota Santri. *Jurnal Common*, 5(2), 165–177. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.6342>
- Parker, C. M., Saundage, D., & Lee, C. Y. (2011). *Association for Information Systems AIS Electronic Library (AISeL) Can Qualitative Content Analysis be Adapted for use by Social Informaticians to Study Social Media Discourse? A Position Paper*. 2011. <http://aisel.aisnet.org/acis2011/90>
- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 30 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah
- Prasetyo, M. H. (2019). Selfie Tourism Concept As a Tool To Improve City Branding. ICBEISS 2019 Seri Pacific Hotel, Kuala Lumpur
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication* Viii.
- PUPR. (2015). KAJIAN PENGEMBANGAN SMART CITY DI INDONESIA. *Pupr*, 70.
- Purnomo, S. (2021). Peran City Branding dalam Pembangunan Ekonomi Daerah: Studi Kasus Kota Kecil. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Perencanaan*, 3(2), 45-58. 2.

- Rusli, M. (2021). Merancang penelitian kualitatif dasar/deskriptif dan studi kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48-60.
- Salma, A. (2023). *Tema HUT Kota Bekasi ke 26 "Bekasi Bangkit Bekasi Keren" Ini Makna Dibaliknya*. BekasiKinian.
- Sandytia, M. (2023). *KAJIAN KRITIS ATAS STRATEGI CITY BRANDING DALAM PEMBENTUKAN CITRADAN PENINGKATAN PENDAPATAN DAERAH Michael Sandytia*.
- Satria, F., & Fadillah, F. (2021). Konsep City Branding dan Identifikasi Nilai Lokal pada Kota-Kota Indonesia dalam Mendukung Nation Branding Indonesia. *Jurnal Desain*, 8(2), 147. <https://doi.org/10.30998/jd.v8i2.8118>
- Satrio, E. M., & Rochani, A. (2019). Efektifitas Penerapan Konsep Smart City Ditinjau Dari Aspek Indeks Pembangunan Manusia Di Kota Semarang. *Pondasi*, 24(2), 134. <https://doi.org/10.30659/pondasi.v24i2.7642> bekasi keren. (2025). *Kenalan Sama Bekasi Keren*. Bekasikeren.Com. <https://kotabekasikeren.com/tentang-bekasi-keren/>
- Caritra. (2025). *Kota Bekasi: Kota Berkembang Pesat, Tapi di Mana Identitasnya?* Catrita.Org. <https://www.caritra.org/2025/03/03/kota-bekasi-kota-berkembang-pesat-tapi-di-mana-identitasnya/>
- Dianti, Y. (2023). Kepemimpinan Adaptif Dan Responsif. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- Hamdani M. Syam, Azman, D. Y. (2022). *Komunikasi Krisis Strategi Menjaga Reputasi Bagi Organisasi Pemerintah*. 114.
- Indah Permata. (2019). *Hakikat Dan Makna Lingkungan Bagi Manusia*. March, 189–190. <http://indahpermata94.blogspot.com/2018/07/hakikat-dan-makna-lingkungan-bagi.html>
- Juwita, R. (2023). Public Relations dalam Komunikasi Krisis. In K. M. B. Puri Kusuma Dwi Putri (Ed.), *Lingkar Media* (Vol. 11, Issue 1). https://www.researchgate.net/publication/375839746_Buku_Komunikasi_Krisis
- Kartikawati, D. (2021). Pelatihan Komunikasi Empatik Pada Yayasan Al Kahfi Jakarta Selatan. *Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 76–82. <https://doi.org/10.31506/komunitas:jpkm.v1i2.13068>
- Katharina, R. (2020). *Pelayanan Publik dan Pemerintahan Digital Indonesia*.
- Maftuhin, A. (2017). Mendefinisikan Kota Inklusif: Asal-Usul, Teori Dan Indikator. *Tataloka*, 19(2), 93. <https://doi.org/10.14710/tataloka.19.2.93-103>

- Makalalag, A., H. Gosal, P., & Hanny, P. (2019). Kajian Kota Kotamobagu Menuju Kota Layak Huni (Livable City). *Spasial*, 6(2), 199–210.
- Marwah, S. S., & Abdussalam, A. (2020). Tinjauan Psikologis Humanistik dalam Pedagogik Spiritual. *Al-Musannif*, 2(1), 15–28. <https://doi.org/10.56324/al-musannif.v2i1.33>
- Padang, F., Husna, A., & Fahrimal, Y. (2022). Penerapan Strategi City Branding Dalam Mewujudkan Subulussalam Sebagai Kota Santri. *Jurnal Common*, 5(2), 165–177. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.6342>
- Parker, C. M., Saundage, D., & Lee, C. Y. (2011). *Association for Information Systems AIS Electronic Library (AISeL) Can Qualitative Content Analysis be Adapted for use by Social Informaticians to Study Social Media Discourse? A Position Paper*. 2011. <http://aisel.aisnet.org/acis2011/90>
- Rachman, M. (2021). Manajemen Pelayanan Publik. In *Etika Jurnalisme Pada Koran Kuning : Sebuah Studi Mengenai Koran Lampu Hijau* (Vol. 16, Issue 2). Tahta Media Group. <http://repository.untag-smd.ac.id/375/1/EBOOK/MANAJEMEN PELAYANAN PUBLIK-1.pdf>
- Salma, A. (2023). *Tema HUT Kota Bekasi ke 26 “Bekasi Bangkit Bekasi Keren” Ini Makna Dibaliknya*. BekasiKinian.
- Sandytia, M. (2023). *KAJIAN KRITIS ATAS STRATEGI CITY BRANDING DALAM PEMBENTUKAN CITRADAN PENINGKATAN PENDAPATAN DAERAH* Michael Sandytia.
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029–11037. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4888>
- Simbolon, F. S., Kadarini, S. N., & Juniardi, F. (2015). Kajian Perencanaan Aksesibilitas Infrastruktur Kawasan Perbatasan Kabupaten Sintang (Studi kasus kecamatan Ketungau Hulu). *Jurnal Mahasiswa Teknik Sipil Universitas Tanjungpura*, 1(1), 1–16. <http://jurnal.untan.ac.id/index.php/JMHMS/article/view/9999/9758>
- Sofia, I., & Zuhri, S. (2021). Konstruksi City Branding Kota Pasuruan pada Instagram @madinahvanjava (Studi Analisis Isi City Branding Kota Pasuruan pada Akun Instagram @madinahvanjava. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(1), 45–57. <https://instagram.com/madinahvanjava?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- suarabekaci.id. (2025). *Kota Bekasi Lumpuh! Banjir Terburuk Sejak 2016*. Suarabekaci.Id. <https://bekaci.suara.com/read/2025/03/04/141005/kota->

bekasi-lumpuh-banjir-terburuk-sejak-2016

Zahra, F. F. (2024). *Peran Infrastruktur dalam Meningkatkan Kehidupan Kota*. Kota Media Online. <https://www.kota.or.id/2024/10/Peran-Infrastruktur-dalam-Meningkatkan-Kehidupan-Kota.html>

Zahrah, F. (2023). City Branding Dimensions, Strategies, and Obstacles: A Literature Review. *Jurnal Bina Praja*, 15(1), 101–109. <https://doi.org/10.21787/jbp.15.2023.101-109>