

## DAFTAR PUSTAKA

- Arafat, G. (2018). Membongkar Isi Pesan dan Media dengan Content Analysis Gusti Yasser Arafat UIN Antasari Banjarmasin. *Jurnal Alhadrah*, 17(33), 32–48. <https://jurnal.uin-antasari.ac.id>
- Atmoko, B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*.
- Choi, S., Lehto, X. Y., & Morrison, A. M. (2007). Destination image representation on the web: Content analysis of Macau travel related websites. *Tourism Management*, 28(1), 118–129. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.03.002>
- Dr. Andre Rahmanto. (2020). *CITY BRANDING : Strateegi Komunikasi dalam Memasarkan Potensi Daerah*.
- Eli Jamilah Mihardja, S.S., M.Si., P. ., Dr. Prima Mulyasari A., S.Sos., M. S., Dr. Tuti Widiastuti, S.Sos., M. S., & Ir. Dr. BP. Kusumo Bintoro, M. (2020). *Strategi City Branding*, (Issue 1). Universitas Bakrie.
- Haryanto. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Komunitas Pustakawan Homogen Dalam Rangka Pemanfaatan Bersama Koleksi Antar Perguruan Tinggi. *EduLib*, 5(1), 83–89. <https://doi.org/10.17509/edulib.v5i1.2305>
- Hussein. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 135–144.
- Intyaswono, S., Yulianto, E., & Mawardi, M. (2016). PERAN STRATEGI CITY BRANDING KOTA BATU DALAM TREND PENINGKATAN KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA (Studi Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 30(1), 65–73.
- Jefferson, P., Mamuaya, G., & Soewardikoen, D. W. (2019). *Perancangan City Brand Untuk Pariwisata Kota Manado dan Penerapannya Pada Media Promosi*. 6(3), 3621–3631.
- Keith, D. (2014). City Branding Theory and Cases. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 7, Issue 2).
- Lestari, R. B. (2016). Membangun Citra Sebuah Kota Dalam Persaingan Global Melalui City Branding. *Jurnal Ilmiah STIE Multi Data Palembang*, 5(1), 68–79.
- Luthfi, A., & Widyaningrat, A. I. (2018). Konsep City Branding Sebuah Pendekatan “The City Brand Hexagon” Pada Pembentukan Identitas Kota. *Seminar Nasional*

- Manajemen Dan Bisnis*, 3(2013), 315–323.  
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/9178>
- Miles, H. and. (1992). *Analisis data Kualitatif* (T. R. Rosidi (ed.)). Jakarta : Universitas Indonesia.
- Moha, I., & sudrajat, D. (2019). *Resume Ragam Penelitian Kualitatif*.  
<https://doi.org/10.31227/osf.io/wtncz>
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616>
- Nasrullah, R. (n.d.). *Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Simbiosis Rekatama Media*.
- Nyundia, A. (2015). *Jurnal Tugas Akhir Perancangan Visual Branding*. 1–26.
- Pratidana, D. (2017). Strategi City Branding Dalam Kegiatan Promosi Dinas Pariwisata Provinsi Banten (Studi Kasus Pantai Tanjung Lesung Sebagai The Next Top Ten Bali). *Journal of Experimental Psychology: General*, 136(1), 23–42. [http://kc.umn.ac.id/5548/1/BAB II.pdf](http://kc.umn.ac.id/5548/1/BAB%20II.pdf)
- Puntoadi, D. 2011. (n.d.). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. (J. : E. M. Komputindo (ed.)).
- Rahmawati, D. (2016). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran*, 1, 6.
- Sa'diya, L., & Andriani, N. (2019). Peran City Branding Dan Event Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Competence : Journal of Management Studies*, 12(2), 258–265. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i2.4961>
- Setiadi, A. (2014). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 16(1).
- Wheeler, A. (n.d.). *Designing Brand Identity*.