



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata: Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Kencana
- Clifton, Rita. 2009. *Brands and Branding*. United States and Canada: Bloomberg Press
- Creswell, John. 2015. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dinnie, Keith. 2011. *City Branding: Theory and Cases*. New York: Palgrave Macmillan
- Kartjaya, Hermawan. 2010. *Marketing 3.0: mulai dari produk ke pelanggan ke human spirit*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip. 2009. *Manajemen Pemasaran: Edisi 13 jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Shimp, A. Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat
- Swasty, Wirania. 2016. *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Yananda, M. & Salamah, Umami. 2014. *Branding Tempat : Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta: Makna Informasi
- Yin, K. Robert. 2015. *Studi Kasus Desain & Metode*. Jakarta: Raja Grafindo

JURNAL

Ntounis, Nikos, dan Kavaratzis, Mihalis. 2017. "Re-branding the High Street: the place branding process and reflections from three UK towns", *Journal of Place Management and Development*, Vol. 10 Issue: 4, pp.392-403. Diakses pada 15 Mei 2019

Kallier, Mohamed Safura. 2017. *The focus of marketing communication efforts of smes within south Africa*. *Management & Marketing: Bucharest*. Vol.12,Iss.1:140-154.DOI:10.1515/mmcks-2017-0009. Diakses pada 15 Mei 2019

Jerman, Damjana, Završnik, Bruno. 2012. *Model of Marketing Communication Effectiveness in the Business to Business Markets*. *Ekonomiska Istrazivanja*, suppl. Supp 1: Znanstveno-Strucni Casopis; Pula Vol.25: 364-388. Diakses pada 16 Mei 2019

Anholt, Simon. 2009. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nation, Cities, and Regions*. Palgrave macmillan, London. Diakses pada 20 Mei 2019

Vlasic, Goran, Langer, Josef. 2012. *Conceptual of Reputation: Different Perspectives and Robust Empirical Understandings/Concept Ugled Poduzeca: Teorijske Perspektive Lempirijski Pokazatelji*. Vol.24, Iss.2: 219-244. Diakses pada 20 Mei 2019

Lopacinska, Mazurek, Magdalena, Sobocinska, Krystyna. 2016. *Marketing communication in the light of challenges brought about by virtualisation and interactivity* Vol. 2, Iss. 4, 65-76.DOI:10.18559/ebr.2016.4.4. Diakses pada 22 Mei 2019

Saparwati, Mona. 2012. Studi Fenomenologi: Pengalaman Kepala Ruang dalam Mengelola Ruang Rawat Inap di RSUD Ambarawa. <http://lib.ui.ac.id/lihat/435.pdf> Diakses pada 30 Mei 2019.

Indriani, Jesi, Kuswoyo, Chandra. 2017. *Pengaruh City Branding pada City Image dan Keputusan Berkunjung wisatawan ke Kabupaten Purwakarta*. <http://journal.maranatha.edu/jmm> Diakses pada 28 Februari 2019

Adiansah, Danus. 2014. *Kampung Bahasa sebagai City Branding Kota Pare Kediri (Studi Kualitatif Komunikasi Pemerintah Kabupaten Kediri)*. <http://digilib.uinsby.ac.id/262/> Diakses pada 15 Maret 2019

Bawanti, Ari. 2016. *Analisis City Branding dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Jayapura*. <http://amptajurnal.ac.id> Diakses pada 15 Maret 2019

Fadliyati, Rati. 2015. *Penggunaan Media S2DLS (Sony Sugema Digital Learning) dalam Meningkatkan Hasil Belajar Siswa pada SMA Alfa Centauri Bandung*. http://repository.upi.edu/17046/5/S_KTP_1001835_Chapter3.pdf

Putri, Lovita Yunita. 2015. *Media Baru & City Branding (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi City Branding Kota Surakarta melalui Aplikasi Solo Destination Berbasis Android Tahun 2015)*. <http://eprints.ums.ac.id> Diakses pada 24 Februari 2019

Rizky, Annisa Shah. *Strategi City Branding Pemerintah Kota melalui Event Hari jadi Kota Surabaya*. <http://digilib.uinsby.ac.id/19220/> Diakses pada 25 Februari 2019

WEBSITE

https://kotabogor.go.id/index.php/show_post/detail/4238/Sandang-Gelar-The-Most-Lovable-City-2016-Kota-Bogor-akan-Dirikan-Tugu-Cinta. Diakses pada 22 Februari 2019

https://kotabogor.go.id/index.php/show_post/detail/717/Dewan-dan-Jajaran-Pemerintah-Kota-Bogor-Bahas-bersama-RPJMD-Kota-Bogor Diakses pada 3 April 2019

https://kotabogor.go.id/index.php/show_post/detail/6843/Bima-Branding-City-Kota-Bogor-Memiliki-Identitas-Kuat Diakses pada 17 Februari 2019

https://kotabogor.go.id/index.php/show_post/detail/10648/Ini-3-Cara-Emil-Bentuk-City-Branding-Melalui-Humas Diakses pada 4 April 2019

https://kotabogor.go.id/index.php/show_post/detail/7277/Mandiri-Bogor-Sundown-Marathon-2017-Wujudkan-City-of-Runners Diakses pada 6 April 2019

<http://www.tribunnews.com/metropolitan/2016/05/27/bima-arya-beberkan-hambatan-utama-pemkot-bogor> Diakses pada 9 Mei 2019

<https://news.okezone.com/read/2018/12/21/1/1994416/pariwisata-indonesia-jadi-sumber-devisa-kemenpar-mantap-tatap-2019> Diakses pada 27 Februari 2019

<https://brandadventureindonesia.com/apakah-kita-mengerti-tentang-city-branding/> Diakses pada 8 Mei 2019

<https://www.bogor-today.com/membangun-city-branding-mencari-identitas/> Diakses pada 12 Mei 2019

<http://bogor.tribunnews.com/2018/07/01/bima-arya-saya-akan-fokus-habis-habisan-masalah-konversi-angkot-di-bogor> Diakses pada 20 Mei 2019

<https://www.republika.co.id/berita/nasional/jabodetabek-nasional/16/09/19/odqfki361-kemacetan-bogor-terburuk-dunia-ini-penjelasan-bima-arya> Diakses pada 20 Mei 2019

<https://www.kompasiana.com/permadisatya/59d3d24f0c8f2d40db53ee02/problem-atika-kota-urban-angkot-bogor> Diakses pada 23 Mei 2019

<https://www.beritasatu.com/megapolitan/535653/ade-yasin-dan-bima-arya-bersinergi-atasi-permasalahan-di-bogor> Diakses pada 23 Mei 2019

<https://news.detik.com/berita/3300034/survei-waze-bogor-jadi-tempat-terburuk-kedua-di-dunia-untuk-berkendara> Diakses pada 23 Mei 2019

<http://mediaindonesia.com/read/detail/67305-survei-waze-sebut-bogor-kedua-terburuk-di-dunia-ini-kata-bima-arya> Diakses pada 23 Mei 2019

<http://www.tribunnews.com/tribunners/2016/09/19/kota-bogor-paling-dicintai-ketimbang-paris-tapi-paling-macet-di-indonesia?page=all> Diakses pada 23 Mei 2019

<http://www.kemenpar.go.id/asp/ringkasan.asp?c=110> Diakses pada 28 Februari 2019

<https://tirto.id/rimba-jalanan-bogor-dan-potret-buruk-transportasi-kota-bQ3V>
Diakses pada 23 Mei 2019

<http://www.lovelybogor.com/langkah-mengatasi-kemacetan-kota-bogor-akankah-teralisasi-tidak-ada-terobosan/> Diakses pada 23 Mei 2019

<http://www.lovelybogor.com/ini-alasan-mengapa-banyak-warga-bogor-semakin-tidak-menyukai-angkot/> Diakses pada 23 Mei 2019

<https://www.kompasiana.com/fithrinugrahani/5a34abf45e137358a4764266/city-branding-sekedar-tren-ataukah-kebutuhan?page=all> Diakses pada 20 Mei 2019

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA