

DAFTAR PUSTAKA

- Identitas Kota, +J [@plusjakarta]. (n.d.). #KuisJakarta [Instagram Highlight]. Instagram. <https://www.instagram.com/stories/highlights/18145471261246755/>
- Identitas Kota, +J [@plusjakarta]. (2022a, April 22). Di bulan puasa, siapa yang tidak rindu waktu maghrib? Berbuka puasa menjadi salah satu momen yang banyak ditunggu-tunggu. [Instagram Photo]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CcpbQ59BTqv/>
- Identitas Kota, +J [@plusjakarta]. (2022b, April 23). Peran aktif perempuan akan terus menjadi bagian penting pada tiap linimasa kehidupan. Setiap perspektif dan pandangannya harus didengar dan dihargai. [Instagram Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CcsUnZrhorM/>
- Identitas Kota, +J [@plusjakarta]. (2022c, April 25). Tak terasa, kita telah di penghujung Ramadan. Segala amalan hingga kebaikan telah terukir di setiap insan. Semoga segala amalan yang, [Instagram Photo]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CcxcJzbBrp6/>
- Identitas Kota, +J [@plusjakarta]. (2022d, April 25). Transportasi publik di Jakarta konsisten berkembang dari waktu ke waktu dan terus meningkatkan kualitas dalam melayani masyarakat. Tak hanya pelayanan, [Instagram Photo]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Ccxqe6uBV-0/>
- Identitas Kota, +J [@plusjakarta]. (2022e, April 26). Siapkah UMKM menghadapi transformasi digital di era industri 4.0? Era revolusi industri 4.0, yang mengutamakan transformasi pada area digital bergerak, [Instagram Photo]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Cc0UZ2fB5Xy/>
- Identitas Kota, +J [@plusjakarta]. (2022f, Mei 1). Tidak terasa Ramadan hampir berlalu. Berburu takjil hingga waktu berbuka menjadi momen meriah pada bulan yang penuh Rahmat-Nya. Sendiri maupun, [Instagram Photo]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CdAii26BY8u/>
- Identitas Kota, +J [@plusjakarta]. (2022g, Mei 13). Dari setiap semangat dan kontribusi positif yang dituangkan, kehadiran Kawan Kolaborasi memantik dampak positif bagi kemajuan Jakarta. Mari, kita bertemu, [Instagram Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Cdf3exehC5k/>

- Identitas Kota, +J [@plusjakarta]. (2022h, Mei 25). Lamanya kehadiran industri film di Indonesia belum membuka kesempatan sepenuhnya untuk dinikmati oleh teman Tuli. Adanya diskusi @fantasituli dan In-Docs, [Instagram Photo]. Instagram. https://www.instagram.com/p/Cd-XCW_hu79/
- Identitas Kota, +J [@plusjakarta]. (2022i, Mei 26). Apa yang baru dari Taman Ismail Marzuki? Sejak pertengahan tahun 2019, Taman Ismail Marzuki memulai proses revitalisasi guna memperbaiki fasilitas, [Instagram Photo]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CeBaTZtheCE/>
- Identitas Kota, +J [@plusjakarta]. (2022j, Mei 27). Ide “Work From Anywhere (WFA)” kerap digaungkan di seluruh belahan dunia. Termasuk Jakarta. Konsep “Digital Nomad Island” akan diluncurkan bersamaan, [Instagram Photo]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CeECfWVBroM/>
- Identitas Kota, +J [@plusjakarta]. (2022k, Mei 30). Menjaga kualitas udara kota adalah tugas bersama. Sebagai paru-paru kota, Ruang Terbuka Hijau bermanfaat untuk menjaga suhu udara, iklim hingga, [Instagram Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CeLkiEahNsy/>
- Identitas Kota, +J [@plusjakarta]. (202l, Mei 31). Tahukah Teman Kolaborasi? Tidak hanya gereja, museum, dan cagar budaya nasional, Gereja @katedraljakarta adalah bagian dari sejarah Sumpah Pemuda, ketika [Instagram Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CeOBxJhhdWd/>
- Identitas Kota, +J [@plusjakarta]. (2022, Juni 1). +Jakarta hadir bukan sekadar sebagai simbol, melainkan bergerak sebagai wadah kolaborasi antarelemen. Kami percaya siapapun bisa ambil bagian serta menghadirkan, [Instagram Photo]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CeQp7W9hrZD/>
- Identitas Kota, +J [@plusjakarta]. (2022, Juni 5). Pahlawan super hadir di Jakarta! Mengusung konsep 'A Universe of Heroes', gelaran pameran kali ini menghadirkan para pahlawan super beserta, [Instagram Video]. Instagram. https://www.instagram.com/p/Cea_ZV7hncI/
- Identitas Kota, +J [@plusjakarta]. (2022o, Juni 8). Formula E sukses melangsungkan balapan perdananya di Jakarta pada Sabtu, 4 Juni 2022. Jakarta International E-Prix Circuit (JIEC) menjadi saksi, [Instagram Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CefkQSjh1lm/>
- Identitas Kota, +J [@plusjakarta]. (2022p, Juni 9). Sudah siap untuk menyayangi kembali dirimu? @__dere , @_____saldi , @moccaofficial , dan @yurayunita akan hadir memeriahkan konser +Jakarta untuk mengajak

- kamu lebih, [Instagram Photo]. Instagram.
<https://www.instagram.com/p/CeifT1jBpNB/>
- Identitas Kota, +J [@plusjakarta]. (2022, Juni 11). Dari seluruh tempat di Jakarta, langkah kaki tertuju ke sana. Menatap banyak mata dan energi baru, hangatkan suasana. Riuhan suara, [Instagram Photo]. Instagram.
https://www.instagram.com/p/Cenp_DfBRvR/
- Acuti, D., Mazzoli, V., Donvito, R., & Chan, P. (2018). An Instagram Content Analysis for City Branding in London and Florence. *Journal of Global Fashion Marketing*, 9(3), 185–204. Diperoleh dari e-Journal pada 14 April 2022: <https://doi.org/10.1080/20932685.2018.1463859>
- Alifah, N. N. (2022, April 28). Bukan Jakarta, Inilah Daftar Provinsi dengan Lowongan Pekerjaan Terbanyak. Diperoleh dari situs Good Stats pada 8 Juni 2022: <https://goodstats.id/article/bukan-dki-jakarta-inilah-daftar-provinsi-dengan-lowongan-pekerjaan-terbanyak-X0a3m>
- Analisa.io. (n.d.). PlusJakarta. Diperoleh dari situs Analisa.io pada 21 April 2022: <https://analisa.io/profile/plusjakarta>
- Anholt, S. (2009). *Places: Identity, Image and Reputation*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Annas, F. B., & Irwansyah. (2018). Membangun Identitas Merek Kota Bogor Melalui Kampanye We Love Bogor di Instagram. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan)*, 19(2), 115-128. Diperoleh dari e-Journal pada 24 April 2022: <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jpkp/article/view/1666/pdf>
- Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta, Indonesia: Rineka Cipta.
- Asma, N., & Parlindungan, F. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun City Branding Kabupaten Aceh Barat Daya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 1(2), 1-8. Diperoleh dari e-Journal pada 25 April 2022: <http://jurnal.utu.ac.id/JIMSI/article/view/4164/2402>
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta, Indonesia: Media Kita.
- Bawole, A. J., Lumanaw, B., & Wenas, R. S. (2021). Pengaruh City Branding dan City Image Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 9(2), 579-588. ISSN: 2303-1174. Diperoleh dari e-Journal pada 21 April 2022: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/33560/31757>

- Bayraktar, A., & Usley, C. (2016). *Global Place Branding Campaigns Across Cities, Regions, and Nations*. Hershey, PA: IGI Global.
- Björner, E. (2013). International Positioning through Online City Branding: The Case of Chengdu. *Journal of Place Management and Development*, 6(3), 203–226. Diperoleh dari e-Journal pada 17 April 2022: <https://doi.org/10.1108/JPMD-03-2013-0006>
- Bungin, B. (2015). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya (Ed. 2, Cetakan ke-8)*. Jakarta, Indonesia: Prenada Media Group.
- Carr, C.T. (2021). *Computer-Mediated Communication: A Theoretical and Practical Introduction to Online Human Communication*. London, Inggris: The Rowman & Littlefield Publishing Group, Inc.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th Ed.)*. Newbury Park, CA: SAGE Publication, In.
- Creswell, J., & Poth, C. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design (4th Ed.)*. California, CA: SAGE Publications, Inc.
- Dastgerdi, S. A., & Luca, G. D. (2019). Strengthening the City's Reputation in the Age of Cities: An Insight in the City Branding Theory. *City, Territory and Architecture*, 6(1), 2. Diperoleh dari e-Journal pada 19 April 2022: <https://cityterritoryarchitecture.springeropen.com/articles/10.1186/s40410-019-0101-4>
- Esa Raina. (n.d.). Home [LinkedIn Profile]. Diperoleh dari LinkedIn Esa Raina pada 3 Juni 2022: <https://www.linkedin.com/in/esariana/>
- Fadhila Trifani. (n.d.). Home [LinkedIn Profile]. Diperoleh dari LinkedIn Fadhila Trifani pada 3 Juni 2022: <https://www.linkedin.com/in/fadhila-trifani/>
- Fajri, D. L. (2022, Februari 11). Mengenal Provinsi dan Jumlah Kabupaten di Indonesia. Diperoleh dari situs KataData pada 21 April 2022: <https://katadata.co.id/intan/berita/6206141e9ca33/mengenal-provinsi-dan-jumlah-kabupaten-di-indonesia>
- Fill, C., & Turnbull, S. (2016). *Marketing communications: Discovery, Creation, and Conversations (7th Ed.)*. Harlow, Inggris: Pearson.
- Grieb, M. (2012). *Using New Media Technologies to Transform German Film*. Lewiston, NY: The Edwin Mellen Press.

- Hadi, S. (2016). Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif pada Skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 22(1), 74-79. Diperoleh dari e-Journal pada 5 Mei 2022: <http://journal.um.ac.id/index.php/jip/article/view/8721/4194>
- Hao, X. (2016). *Motion Pictures and the Image of the City: A Documentary Interpretation*. Hessen, Jerman: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta, Indonesia: Gramedia.
- Herdiansyah, H. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial: Perspektif Konvensional dan Kontemporer (Ed. 2)*. Jakarta, Indonesia: Salemba Humanika.
- Hidayati, A. N., Hadiprawiro, Y., & Dawami, A. K. (2018). Representasi City Branding Jakarta Melalui Identitas Merek Asian Para Games 2018. *Jurnal Desain*, 6(3), 186-194. e-ISSN: 2339-0115. Diperoleh dari e-Journal pada 21 April 2022: https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal_Desain/article/view/3652/2692
- Humayrha, C. A. (2021, Oktober 9). *Macam-macam Budaya Daerah Jakarta, Kenalkan Pada Anak Yuk!*. Diperoleh dari situs Pop Mama pada 6 Juni 2022: <https://www.popmama.com/big-kid/10-12-years-old/chania-aulia-humayrha/macam-macam-budaya-daerah-jakarta/8>
- JakGo. (2021, Januari 13). *Jakarta Smart City*. Diperoleh dari situs JakGo pada 6 Juni 2022: <https://jakarta.go.id/jakarta-smart-city>
- Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum BPK. (n.d.). *Penjenamaan Kota Jakarta*. Diperoleh dari situs JDIH BPK pada 6 Juni 2022: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/153915/pergub-prov-dki-jakarta-no-58-tahun-2020>
- Jefriando, M. (2017, Mei 9). *Ini 10 Daerah dengan Ekonomi Terbesar di RI*. Diperoleh dari situs Detik Finance pada 8 Juni 2022: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3496150/ini-10-daerah-dengan-ekonomi-terbesar-di-ri>
- Kavaratzis, M., Warnaby, G., & Ashworth, G. J. (2015). *Rethinking Place Branding: Comprehensive Brand Development for Cities and Regions*. Cham, Switzerland: Springer International Publishing.
- Kemp, S. (2022, Februari 15). *Digital 2022: Indonesia*. Diperoleh dari situs Data Reportal pada 21 April 2022: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>

- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing (Ed. 14th)*. London, Inggris: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (Global Ed.)*. Harlow, Inggris: Pearson.
- Kusnandar, V. B. (2021, November 22). Lebih dari 70% Penduduk Jakarta Merupakan Usia Produktif. Diperoleh dari situs DataBoks pada 21 April 2022: [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/22/lebih-dari-70-penduduk-jakarta-merupakan-usia-produktif#:~:text=Jumlah%20Penduduk%20DKI%20Jakarta%20sebanyak,\(15%2D64%20tahun\).](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/22/lebih-dari-70-penduduk-jakarta-merupakan-usia-produktif#:~:text=Jumlah%20Penduduk%20DKI%20Jakarta%20sebanyak,(15%2D64%20tahun).)
- Laily, I. N. (2021, Agustus 19). 10 Universitas Terbaik di Indonesia Versi QS World Ranking. Diperoleh dari situs Kata Data pada 8 Juni 2022: <https://katadata.co.id/safrezifitra/berita/611e2c3aec425/10-universitas-terbaik-di-indonesia-versi-qs-world-ranking>
- Lidwina, A. (2021, Agustus 18). Indeks Pembangunan TIK Jakarta Tertinggi Nasional Pada 2020. Diperoleh dari situs DataBoks pada 6 Juni 2022: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/18/indeks-pembangunan-tik-jakarta-tertinggi-nasional-pada-2020>
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, L., & Kelly, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction Second Edition*. New York City, NY: Routledge.
- Masitoh, S. (2021, November 10). Ini 7 Proyek Infrastruktur yang ditawarkan Pemprov DKI dalam Jakarta Investment Forum. Diperoleh dari situs News Setup pada 10 Juni 2022: <https://newssetup.kontan.co.id/news/ini-7-proyek-infrastruktur-yang-ditawarkan-pemprov-dki-dalam-jakarta-investment-forum>
- Miles, M., Huberman, A., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis A Method Sourcebook*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publication.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Ed. Revisi, Cetakan Ke-38)*. Bandung, Indonesia: PT Remaja Rosdakarya.
- Morris, I. (2016). *The Anatomy of a Brand*. Nottingham, Inggris: Three Rooms Limited.
- Motion, J., Heath, R. L., & Leitch, S. (2016). *Social Media and Public Relations: Fake Friends and Powerful Publics*. New York City, NY: Routledge.

- Mutiara, P. (2021, Agustus 15). Menko PMK: Gotong Royong Bernilai Ibadah. Diperoleh dari situs KEMENKO PMK pada 6 Juni 2022: <https://www.kemenkopmk.go.id/menko-pmk-gotong-royong-bernilai-ibadah#:~:text=Menurut%20Muhadjir%2C%20secara%20inklusif%20nilai,ada%20gotong%2Drotong%20tanpa%20persatuan.>
- Muslim. (2016). Varian-varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian dalam Ilmu Komunikasi. *Jurnal WAHANA*, 1(10), 77-85. ISSN: 0853-5876. Diperoleh dari e-Journal pada 4 Mei 2022: <https://journal.unpak.ac.id/index.php/wahana/article/viewFile/654/557>
- Muslim, S., Hidayati, N., & Pardiman. (2021). Pengaruh City Branding dan Electronic Word of Mouth Terhadap Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(3), 185-195. e-ISSN: 2502-4578. Diperoleh dari e-Journal pada 24 April 2022: <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JEKO/article/view/5789/3298>
- Neuman, W. L. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif (Ed. 7)*. Jakarta, Indonesia: Indeks.
- Padang, F., Husna, A., & Fahrimal, Y. (2021). Penerapan Strategi City Branding dalam Mewujudkan Subulusslam Sebagai Kota Santri di Provinsi Aceh. *Jurnal Common*, 5(2), 165-177. doi: 10.34010. Diperoleh dari e-Journal pada 24 April 2022: <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/download/6342/2890>
- Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi. (n.d.). Visi dan Misi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Diperoleh dari situs PPID pada 21 April 2022: <https://ppid.jakarta.go.id/visi-misi>
- Pemkot Jakarta Timur. (2019, Juni 25). Wali Kota Minta Masyarakat Terus Perkokoh Budaya Gotong Royong. Diperoleh dari situs Pemerintah Kota Jakarta Timur pada 6 Juni 2022: <https://timur.jakarta.go.id/v19/news/Pemerintahan/4564/Wali-Kota-Minta-Masyarakat-Terus-Perkokoh-Budaya-Gotong-Royong>
- Petricini, T. (2022). *Friendship and Technology: A Philosophical Approach to Computer-mediated Communication*. New York, NY: Routledge.
- Plus Jakarta. (n.d.a). Tentang Kami [Website Page]. Diperoleh dari situs Plus Jakarta pada 21 April 2022 & 10 Juni 2022: <https://plus.jakarta.go.id/tentang-kami>

- Plus Jakarta [@plusjakarta]. (n.d.b). Posts [Instagram Profile]. Diperoleh dari Instagram Plus Jakarta pada 10 Juni 2022: <https://www.instagram.com/plusjakarta/>
- Plus Jakarta [@plusjakarta]. (n.d.c). Videos [TikTok Profile]. Diperoleh dari TikTok Plus Jakarta pada 10 Juni 2022: <https://www.tiktok.com/@plusjakarta?lang=en>
- Plus Jakarta. (n.d.d). Videos [YouTube Profile]. Diperoleh dari YouTube Plus Jakarta pada 10 Juni 2022: <https://www.youtube.com/c/PlusJakarta/videos>
- Plus Jakarta. (n.d.e). Posts [LinkedIn Profile]. Diperoleh dari LinkedIn Plus Jakarta pada 10 Juni 2022: <https://www.linkedin.com/company/plus-jakarta/posts/?feedView=all>
- Plus Jakarta. (n.d.f). Profil [Facebook Profile]. Diperoleh dari Facebook Plus Jakarta pada 10 Juni 2022: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100060451021058>
- Plus Jakarta [@plusjakarta_]. (n.d.g). Tweet [Twitter Profile]. Diperoleh dari Twitter Plus Jakarta pada 10 Juni 2022: https://twitter.com/plusjakarta_
- Prabainastu, H. (2020). Pengaruh City Branding dan City Image Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kota Denpasar. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 8(2), 184-188. e-ISSN: 2548-8937. Diperoleh dari e-Journal pada 21 April 2022: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/destinasipar/article/view/67958/37594>
- Prakoso, B. D., & Marlina, N. (2020). Pengaruh City Branding dan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung di Lumpur Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(1), 632-638. ISSN: 2337-6078. Diperoleh dari e-Journal pada 16 April 2022: <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/31974>
- Purwanto, A. (2021, Mei 23). Provinsi DKI Jakarta: Ibu Kota Negara dan Pusat Perekonomian Nasional. Diperoleh dari situs Kompas pada 7 Juni 2022: https://kompaspedia.kompas.id/baca/profil/daerah/provinsi-dki-jakarta-ibu-kota-negara-dan-pusat-perekonomian-nasional?track_source=kompaspedia-paywall&track_medium=login-paywall&track_content=https%3A%2F%2Fkompaspedia.kompas.id%2Fbaca%2Fprofil%2Fdaerah%2Fprovinsi-dki-jakarta-ibu-kota-negara-dan-pusat-perekonomian-nasional%2F&status=sukses_login&status_login=login
- Riza, M., Doratli, N., & Fasli, M. (2012). City Branding and Identity. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 35, 293-300. doi: 10.1016. Diperoleh dari e-Journal pada 13 April 2022:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281200403X?via%3Dihub>

- Rizaty, M. A. (2021, Agustus 6). DKI Jakarta Miliki 288 Perguruan Tinggi Pada 2020. Diperoleh dari situs DataBoks pada 8 Juni 2022: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/06/dki-jakarta-miliki-288-perguruan-tinggi-pada-2020>
- Rosanah. (2020). Strategi City Branding Jakarta sebagai Ibukota Multikultural (Studi Deskriptif Kualitatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta). *Jurnal PROMEDIA (Public Relation dan Media Komunikasi)*, 6(1), 123-154. ISSN: 2460-9633. Diperoleh dari e-Journal pada 21 April 2022: <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/kom/article/view/4087/1587#>
- Rosari, R. B., Vidyarini, T. N., & Monica, V. (2022). Studi Komparasi: Analisis Isi City Branding pada Akun Instagram @surabaya, @humasbdg, dan @semarangpemkot. *Jurnal e-Komunikasi*, 8(2), 1-10. Diperoleh dari e-Journal pada 11 April 2022: <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11054>
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi Edisi Revisi*. Jakarta, Indonesia: Rajawali.
- Sarkar, A. (2021, September 30). How to Run a Successful Instagram Contest. Diperoleh dari situs Mention.com pada 21 April 2022: <https://mention.com/en/blog/successful-instagram-contest/>
- Seitel, F. P. (2017). *The Practice of Public Relations (13th ed.)*. London, Inggris: Pearson Education.
- Sevin, H. E. (2014). Understanding Cities Through City Brands: City Branding as a Social and Semantic Network. *Elsevier*, 38, 47-56. doi: 10.1016. Diperoleh dari e-Journal pada 21 April 2022: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0264275114000043>
- Shaid, D. L. (2021, Mei 24). Satuan Pendidikan di DKI Jakarta Tahun 2020. Diperoleh dari situs Statistik Sektor Provinsi DKI Jakarta pada 8 Juni 2022: <https://statistik.jakarta.go.id/satuan-pendidikan-di-dki-jakarta/>
- Similarweb. (n.d.). Website Plus Jakarta. Diperoleh dari situs Similarweb pada 10 Juni 2022: <https://www.similarweb.com/website/plus.jakarta.go.id/#overview>
- Soedarso, Nurif, M., & Windiani. (2014). Potensi dan Kendala Pengembangan Pariwisata Berbasis Kekayaan Alam dengan Pendekatan Marketing Places

(Studi Kasus Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Sosial Humaniora*, 7(2), 136-149. Diperoleh dari e-Journal pada 21 April 2022: <https://iptek.its.ac.id/index.php/jsh/article/download/582/303>

Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 30-38. ISSN: 2579-3292. Diperoleh dari e-Journal pada 3 Juli 2022: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jkom/article/view/2654/1>

Squires, L. (2016). *English in Computer-Mediated Communication*. Boston, MA: Walter de Gruyter.

Sujarweni. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta, Indonesia: Pustaka Baru Press.

Sumarto. (2019). Budaya, Pemahaman dan Penerapannya: “Aspek Sistem Religi, Bahasa, Pengetahuan, Sosial, Kesenian dan Teknologi”. *Jurnal Literasiologi*, 1(2), 144-159. Diperoleh dari e-Journal pada 6 Juni 2022: <https://jurnal.literasikitaindonesia.com/index.php/literasiologi/article/view/49>

Teman Taman Jakarta [@temantaman.jkt]. (n.d.). Posts [Instagram Profile]. Diperoleh dari Instagram Teman Taman Jakarta pada 6 Juni 2022: <https://www.instagram.com/temantaman.jkt/>

Wahid. (2017, Agustus 28). City Branding di Era Media Sosial. Diperoleh dari situs Marketing.co.id pada 21 April 2022: <https://marketing.co.id/city-branding-di-era-media-sosial/>

Wang, Y., & Feng, D. W. (2021). History, Modernity, and City Branding in China: a Multimodal Critical Discourse Analysis of Xi'an's Promotional Videos on Social Media. *Journal of Social Semiotics*, 1-25. doi: 10.1018. Diperoleh dari e-Journal pada 21 April 2022: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10350330.2020.1870405>

Wardana, D. P. (2016). Pengaruh Pembangunan Ekonomi Terhadap Pembangunan Manusia di Kalimantan Timur. *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Manajemen*, 12(2), 179-191. E-ISSN: 2528-1097. Diperoleh dari e-Journal pada 25 April 2022: <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI/article/view/804/64>

- West, R., & Turner, L. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi (Ed. 5)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wilcox, D. L., Cameron, G. T., & Reber, B. H. (2014). *Public Relations Strategies and Tactics (11th ed.)*. New York City, NY: Pearson.
- Wirachmi, A. (2022, Juni 4). 4 Event Internasional yang Pernah Digelar di Jakarta, Konser Musik Hingga Pesta Olahraga. Diperoleh dari situs Oke News pada 8 Juni 2022: <https://news.okezone.com/read/2022/06/03/18/2605185/4-event-internasional-yang-pernah-digelar-di-jakarta-konser-musik-hingga-pesta-olahraga?page=2>
- Xue, K., & Yu, M. (2017). *New Media and Chinese Society*. Gateway East, Singapur: Springer Nature Singapore Pte Ltd.
- Yin, R. K. (2014). *Qualitative Research from Start to Finish (2nd Ed.)*. New York, NY: The Guilford Press.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta, Indonesia: Prenadamedia Group.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA