



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 :

- Aaker, David. 2014. *Aaker on Branding*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Anholt, S. 2007. *Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities, and Regions*. London: Palgrave Macmillan.
- Batey, Mark. 2008. *Brand Meaning*. New York: Routledge.
- Cutlip, Scott M. & Allen H, Center. Broom, Glen M. 2005. *Effective Public Relations. Edisi 8*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Dinnie, Keith. 2011. *City Branding: Theory and Cases*. New York: Palgrave Macmillan.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: PT Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Keller, Kevin Lane. 2013. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- _____. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Moilanen, Teemu dan Rainisto. 2009. *How to Brand Nations, Cities, and Destinations. A Planning Book for Place Branding*. USA: Palgrave Macmillan.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Dedy. 2003. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S. 2003. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.

- Paganoni, Maria Cristina. 2015. *City Branding and New Media: Linguistik Perspectives, Discursive Strategies and Multimodality*. New York: Palgrave Macmillan.
- Pambayun, Ellys Lestari. 2013. *One Stop Qualitative Research Methodology in Communication*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendikia.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power of Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Edisi Revisi 10*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Ruslan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Salim, Agus. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Surya, Daniel. 2003. *Global Capabilities*. Jakarta: Imago.
- Sugiarsono, Joko. 2009. *City Branding Bukan Sekedar Membuat Logo dan Slogan*. Jakarta: Majalah SWA
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutojo, Suwanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Warren, Reeve, & Fess. 2005. *Accounting. 21th edition*. Jakarta: Salemba Empat
- Yananda, M. Rachmat dan Ummi Salamah. 2014. *Branding Tempat: Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta: Makna Informasi.



Jurnal :

Kavaratzis, Mihalis. 2004. "From City Marketing to City Branding: Towards a Theoretical Framework for Developing City Brands. Journal of Place Branding." Vol.1, no.1. Diakses pada 3 Maret 2017.

http://www.academia.edu/24049074/from_city_marketing_to_city_branding_towards_a_theoretical_framework_for_developing_city_brands

Journal Public Engagement Guide Newfoundland Labrador Office of Public Engagement. 2014. Diakses pada 4 November 2017.

http://www.opec.gov.nl.ca/publications/pdf/OPE_PEGuide.pdf

NCCPE. 2013. "What is Public Engagement?" Diakses pada 5 November 2017.

<http://www.publicengagement.ac.uk/what>

The PE2929 Project. 2013. "Innovative Public Engagement: A Conceptual Model of Public Engagement Across the Dynamically Government Research Policy Cycle and Related Participatory Performance Factors." Diakses pada 4 November 2017.

<http://www.pe2020.eu/wp-content/uploads/2016/05/innovative-public-engagement-final-1.pdf>

Wibawanto, Wandah dan Rahina Nugrahani. 2015. "Peran Akademisi dalam Konstruksi City Branding." Semarang: Universitas Negeri Semarang. Diakses pada 28 Mei 2017.

http://www.academia.edu/17805837/peran_akademisi_dalam_konstruksi_city_branding

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA