

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Alo liliweri, 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Arsyad, Azhar. 2011. *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2009). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future (5th ed.)*. Boston, MA: Wadsworth Cengage Learning.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, Dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Ibrahim, Marwah Daud. 1995. *Teknologi, Emansipasi, Dan Transendensi: Wacana Peradaban Dengan Visi Islam, Cet.II*. Bandung: Mizan.
- Ismiani, Nanik. (2010). *Modul Strategi Image/Soft Sell*. Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
- Jalaludin, Rakhmat. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi 3<sup>rd</sup> ed*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Landa, Robin. 2006. *Designing Brand Experiences*. Canada : Thomson Delmar Learning.
- Marconi, Joe. 2004. *Public Relations, The Complete Guide , South Western- Thomson, Ohio*.
- Margono. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Mcquail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- \_\_\_\_\_.2005. *Mass Communication Theory (5th Ed)*. London: Sage Publications Ltd.
- Moleong, Lexy J. (2005). *Metodologi Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda karya.
- Neumeier, Marty. 2003. *The Brand Gap*. New York: New Riders Publishing.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Romli, Asep Syamsul M. 2012. *Jurnalistik Online : Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung : Nuansa Cendikia.
- Rusadi, Udi. 2015. *Kajian Media*. Depok: Raja Grafindo Persada.

Sadat, Andi M., 2009. *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Salemba Empat: Jakarta.

Sahar, Arshano. 2014. *Fenomena New Media 9gag*. Jakarta : Universitas Indonesia.

Santana K, Septiawan. 2005. *Jurnalistik Kontemporer*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.

Severin, W.J dan J.W Tankard. 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Severin,

Sobur, Alex. 2004. *Analisis Teks Media; Suatu Wacana Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Freming*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Soehadi, Agus W. 2005. *Effective Branding*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.

Sudaryono. 2014. *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.

Sugiarsono, Joko. 2009. *City branding Bukan Sekedar membuat Logo dan Slogan*. Jakarta : Majalah SWA.

Yananda, M. Rahmat dan Salamah, Umami. 2014. *Branding Tempat : Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta : makna informasi.

Yin, Robert K. 2002. *Studi Kasus (Desain dan Metode)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

#### **Jurnal :**

Ratna Dwi Lukito dan Yulianty Rahma. Analisis Pengaruh City Branding Kota Batam Terhadap Brand Attitude (Studi Kasus Pada *Stakeholder* Di Kota Batam Fakultas Ekonomi, Universitas Internasional Batam. *Jurnal Manajemen*.14(1): 64,2014

Yuli Aditya. *City Branding* Sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata Ditinjau dari Aspek Hukum Merek (Studi Kasus *City Branding* Daerah Istimewa Yogyakarta Sebagai Daerah Tujuan Wisata Unggulan Indonesia). *Jurnal ilmu hukum*.5(1): 60, 2011

Agus Efendi et al. Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak Di Kabupaten .*Jurnal Penelitian Humaniora*.. 18(2): 12-24,2017

Rudy Setiawan. Kekuatan *New Media* Dalam Membentuk Budaya Populer Di Indonesia ( Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di Youtube. *Journal Ilmu Komunikasi* 1(2): 355-374,2013.

Enok Tuti Alawiah. Rancangan Aplikasi *Smart City* Berbasis *Mobile* Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Publik Studi Kasus Pemkot Bogor. *Jurnal Teknik Komputer*. 3 (1):16, 2017

#### **Internet :**

<http://www.artikelsiana.com/2018/11/Pengertian-media-jenis-jenis-media-para-ahli-fungsi.html>

[https://www.researchgate.net/publication/324251217\\_IMPLEMENTASI\\_KEBIJAKAN\\_SM\\_ART\\_CITY\\_DI\\_KOTA\\_BANDUNG](https://www.researchgate.net/publication/324251217_IMPLEMENTASI_KEBIJAKAN_SM_ART_CITY_DI_KOTA_BANDUNG)

<https://pakarkomunikasi.com/teori-uses-and-gratifications>

[www.tangerangkota.go.id](http://www.tangerangkota.go.id)

Universitas  
**Esa Unggul**

Universitas  
**Esa Unggul**

Universitas  
**Esa U**

Universitas  
**Esa Unggul**

Universitas  
**Esa Unggul**

Universitas  
**Esa U**

Universitas  
**Esa Unggul**

Universitas  
**Esa Unggul**

Universitas  
**Esa U**

