

**AKTIVITAS *LOCAL GOVERNMENT* DALAM MEMPERKUAT
CITY BRANDING KOTA MALANG MELALUI
KAMPUNG WARNA-WARNI JODIPAN**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

sebagai persyaratan memperoleh gelar sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

WAHYU FITRI ANINGTYAS

201310040311454

Dosen Pembimbing :

1. Zen Amiruddin, M.Med.Kom
2. M. Himawan Sutanto, M.Si

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2017

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

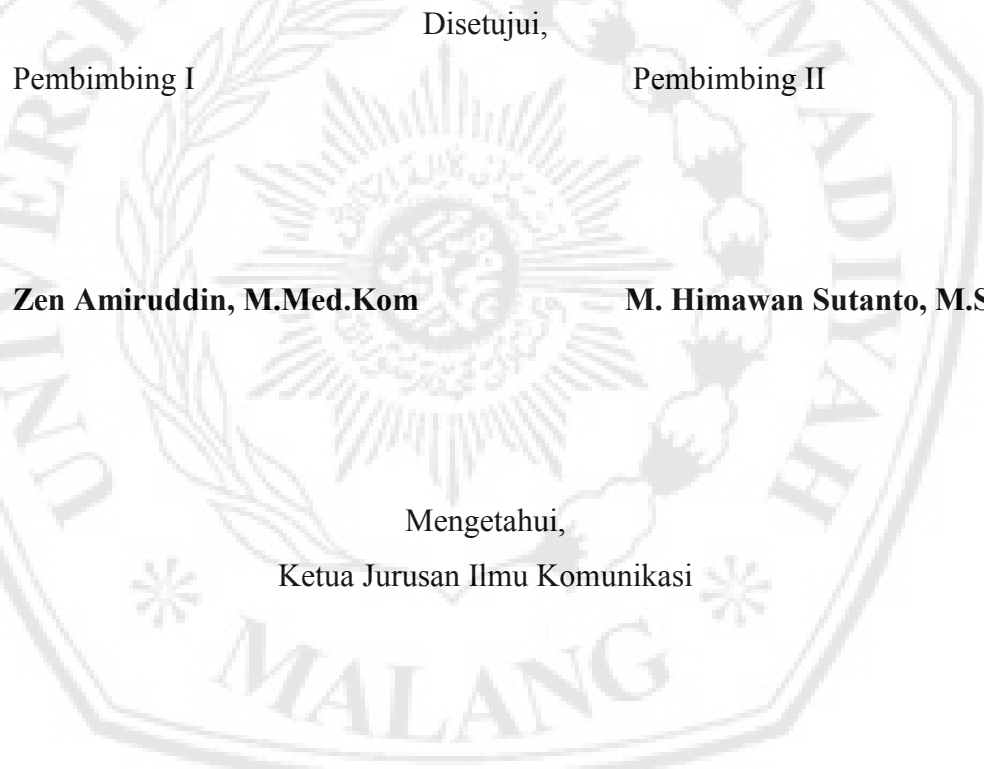
Nama : Wahyu Fitri Aningtyas

NIM : 201310040311454

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Aktivitas *Local Government* dalam Memperkuat *City Branding* Kota Malang Melalui Kampung Warna-Warni Jodipan



Disetujui,

Pembimbing I Pembimbing II

Zen Amiruddin, M.Med.Kom **M. Himawan Sutanto, M.Si**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Sugeng Winarno, MA

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Wahyu Fitri Aningtyas

NIM : 201310040311454

Konsentrasi : Public Relations

Judul Skripsi: *Aktivitas Local Government* dalam Memperkuat *City Branding* Kota Malang Melalui Kampung Warna-Warni Jodipan

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Dan dinyatakan LULUS

Pada hari : Rabu

Tanggal : 11 Oktober 2017

Tempat : Ruang Dosen FISIP, 607

Mengesahkan,

Dekan FISIP UMM

Dr. Rinikso Kartono, M.Si

Dewan Penguji:

- | | | |
|-------------------------------|-------------|-----|
| 1. Dr. Muslimin Machmud, M.Si | Penguji I | () |
| 2. Rahadi, M.Si | Penguji II | () |
| 3. Zen Amiruddin, M.Med.Kom | Penguji III | () |
| 4. M. Himawan Sutanto, M.Si | Penguji IV | () |

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wahyu Fitri Aningtyas
Tempat, tanggal lahir : Blitar, 21 Maret 1995
Nomor Induk Mahasiswa : 201310040311454
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa karya iliah (skripsi) dengan judul:

Aktivitas *Local Government* dalam Memperkuat *City Branding* Kota Malang Melalui Kampung Warna-Warni Jodipan adalah bukan karya tulis ilmiah (skripsi) orang lain, baik sebagian ataupun seluruhnya, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya dengan benar.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Malang, 28 September 2017

Yang Menyatakan,

Wahyu Fitri Aningtyas

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Wahyu Fitri Aningtyas
2. NIM : 201310040311454
3. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
4. Jurusan : Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Public Relations
6. Judul Skripsi : *Aktivitas Local Government dalam Memperkuat City Branding Kota Malang Melalui Kampung Warna-Warni Jodipan*
Pembimbing : 1. Zen Amiruddin, M.Med.Kom
2. M. Himawan Sutanto, M.Si

8. Kronologi Bimbingan

Tanggal	Paraf Pembimbing	Keterangan	
	Pembimbing I	Pembimbing II	
13 Februari 2017			Acc Judul
31 Mei 2017			Seminar Proposal
28 Agustus 2017			Acc. Bab 1-3
26 September 2017			Acc. Bab 4-6
28 September 2017			Acc. Seluruh naskah skripsi

Malang, 28 September 2017

Disetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Zen Amiruddin, M.Med.Kom

M. Himawan Sutanto, M.S

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamiin..

Dengan mengucap kalimat syukur, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Aktivitas *Local Government* dalam Memperkuat *City Branding* Kota Malang Melalui Kampung Warna-Warni Jodipan” sebagai persyaratan dalam menyanggah gelar S.Ikom dari Universitas Muhammadiyah Malang.

Skripsi ini, tidak lepas dari campur tangan Sang Pencipta Allah SWT serta orang-orang terdekat peneliti. Maka secara khusus di halaman persembahan ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

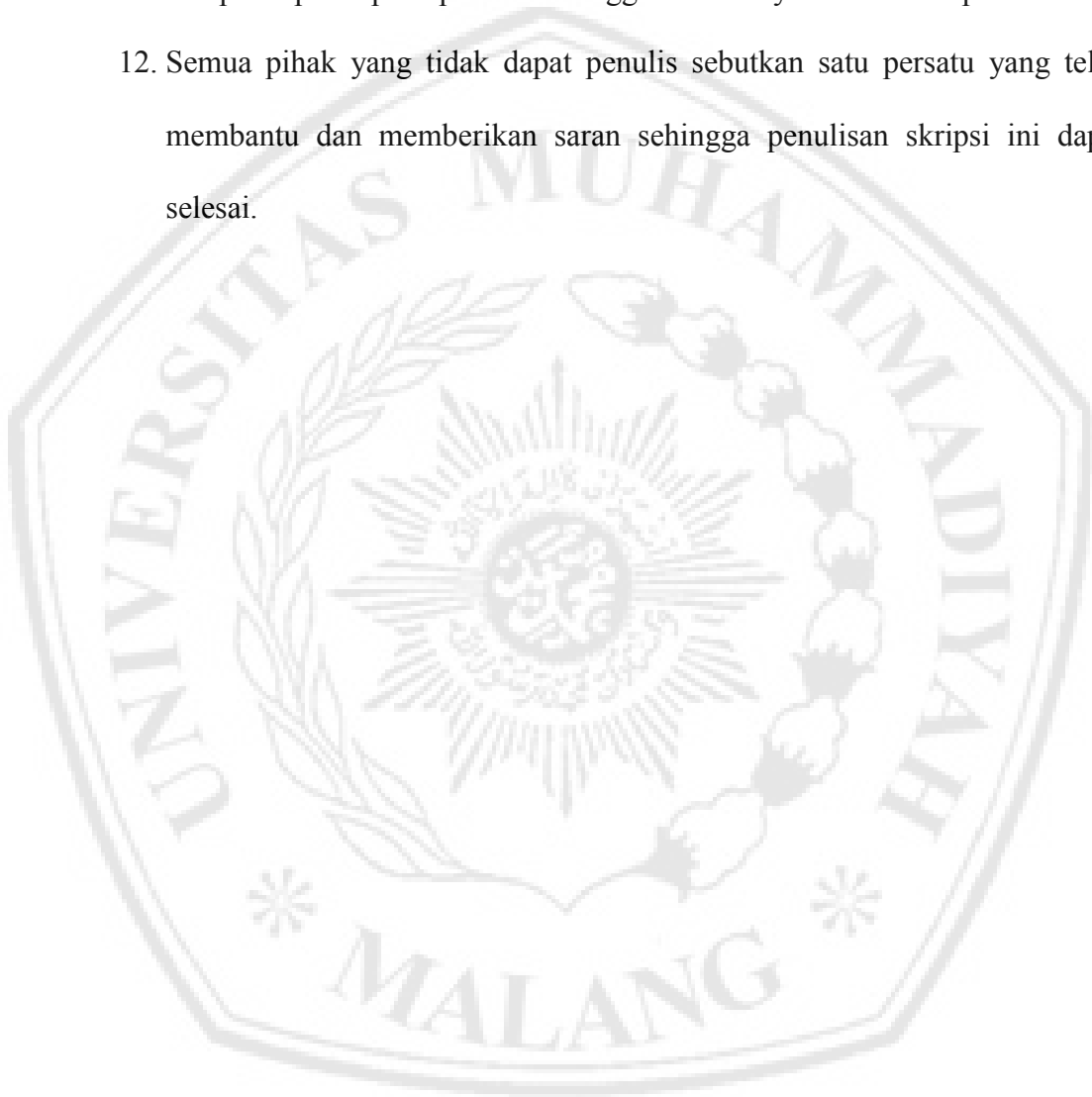
1. Allah SWT yang telah memberikan rizki berupa ilmu pengetahuan dan kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu. Untuk Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi penenang dan penuntun bagi umat islam dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang.
2. Kepada keluarga kecil terhangat, terutama Bapak Imam Mudj'taba dan Ibu Tri Wahyuni yang selalu mempercayai dan memberikan dukungan sampai akhir sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Kedua kakak kandung Moh. Ari Sulthon dan Moh. Nur Rozaqi yang memberi semangat untuk lulus tepat waktu dan selalu siap sedia direpotkan kapan saja.
3. Pembimbing 1, Bapak Zen Amiruddin, M.Med.Kom dan pembimbing 2, Bapak M. Himawan Sutanto, M.Si yang telah membimbing peneliti hingga skripsi ini selesai. Terima kasih atau waktu dan kesabaran yang diberikan.
4. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi UMM : Bapak Sugeng, Ibu Widya, Bapak Nurudin, Ibu Arum, Ibu Isnani, Bapak Budi, Bapak Farid, Bapak Muslimin, Ibu Winda, Bapak Novin, Bapak Zainudin, Ibu Frida dan Bapak Rahadi,

yang telah memberikan ilmunya, canda tawanya, kisah inspirasinya, dan waktunya.

5. Guyspro, yang beranggotakan Nabila, Ira, Salis, Elmi, Dinni, Fahd dan Wira yang awalnya hanya sebagai teman kelompok praktikum *Public Relations* dan kemudian sekarang sudah seperti keluarga sendiri. Terima kasih atas motivasi dan kebaikan hati kepada penulis selama ini.
6. Kedua sahabatku : Elmi Rukhiatun dan Dinni Anggraeni yang selalu mau direpotkan kapan saja. Terima kasih sudah saling menemani, menyayangi, mengasihi dan memotivasi peneliti sampai saat ini.
7. Teman-teman semenjak sekolah menengah pertama: Ida, Icha, Yesi, Andra, Dyah, Rika, Aang, Della, Chitia yang tergabung dalam D’Kaeliez. Terimakasih banyak karena kalian sudah lulus terlebih dahulu sehingga membuat peneliti bersemangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.
8. Ibu Burhanuddin selaku Ibu kos putri muslimah, Ibu kos terbaik dan diperhatikan selama empat tahun semenjak saya menginjakkan kaki di Kota Malang.
9. Orang-orang dibalik Kampung Warna-Warni Jodipan : Keluarga hangat Jodipan yang telah menerima Guyspro (Pak Parin, Ibu Parin, Pak Mardjuki, Bu Ma, Pak Musaffak, Pak Su’udi, dan warga Jodipan RW 02 RT 6, 7, dan 9 lainnya) , Bapak Steven Sugiharto (*Vice President* PT.INDANA) serta Mas Very Fadlli (*Marketing Communication* PT.INDANA) yang juga mau menerima dan mendukung Guyspro dalam menyelesaikan tugas praktikum.
10. Seluruh, jajaran SKPD Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Dinas Perhubungan, Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang dan Dinas

Pertamanan dan Kawasan Permukiman yang telah berkenan memberikan ijin kepada penulis untuk mengadakan penelitian serta memberikan informasi yang dibutuhkan.

11. Rekan-rekan mahasiswa seangkatan yang telah memberikan kritikan, saran dan pendapat kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alam, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih dan Penyayang, berkat limpahan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Sholawat serta salam juga saya sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa manusia dari zaman jahiliyah menuju kehidupan Islam yang indah.

Skripsi ini disusun dan diajukan untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam menempuh ujian serta untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (Strata 1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Malang, dengan judul : *Aktivitas Local Government dalam Memperkuat City Branding Kota Malang Melalui Kampung Warna-Warni Jodipan.*

Menyadari akan segala keterbatasan yang ada pada diri penulis, tentunya penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itulah peneliti akan sangat berterima kasih apabila ada pihak-pihak yang berkenan memberikan kritik dan saran guna sempurnanya penulisan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Malang, 23 September 2017

Penulis,

WAHYU FITRI ANINGTYAS

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Permasalahan	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Tentang Aktivitas <i>Local Government</i>	9
2.2 Kajian Tentang <i>City Branding</i>	10
2.2.1 <i>Brand</i> (Merek).....	10
2.2.2 Fungsi Brand.....	12
2.2.3 <i>City Branding</i>	13
2.2.4 Syarat <i>City Branding</i>	16
2.2.5 Tujuan <i>City Branding</i>	18
2.2.6 Manfaat <i>City Branding</i>	18
2.2.7 Langkah-langkah Membuat <i>City Branding</i>	19
2.3 Kajian Tentang Citra	20
2.3.1 Definisi Citra	20
2.3.2 Jenis Citra	21
2.4 Basis Teori Yang Digunakan.....	22

2.4.1 Teori Penyusunan Tindakan.....	22
2.5 Fokus Penelitian	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Pendekatan Penelitian	24
3.2 Tipe dan Dasar Penelitian	25
3.3 Subjek Penelitian	25
3.4 Waktu dan Tempat Penelitian	26
3.4.1 Tempat Penelitian.....	26
3.4.2 Waktu Penelitian.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5.1 Wawancara.....	26
3.5.2 Dokumentasi.....	27
3.8 Teknik Analisis Data.....	27
3.9 Keabsahan Data.....	29
BAB IV GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	31
4.1 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang.....	31
4.1.1 Visi Misi Disbudpar	31
4.1.2 Tugas Pokok dan Fungsi Disbudpar.....	32
4.1.3 Struktur Organisasi Disbudpar.....	34
4.2 Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kota Malang....	35
4.2.1 Motto, Visi dan Misi DPUPR Kota Malang.....	35
4.2.2 Tugas Pokok dan Fungsi DPUPR.....	36
4.2.3 Struktur Organisasi DPUPR.....	38
4.3 Dinas Perhubungan Kota Malang	39
4.1.1 Visi dan Misi Dinas Perhubungan Kota Malang.....	39
4.1.2 Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Perhubungan	39
4.1.3 Struktur Organisasi Dishub Kota Malang.....	41
4.4 Dinas Perumahan dan Kawasn Permukiman Kota Malang	42
4.4.1 Visi Misi Disperkim Kota Malang.....	42
4.4.2 Tugas Pokok dan Fungsi Disperkim	44
4.4.3 Struktur Organisasi Disperkim.....	47
4.5 Kampung Warna-Warni Jodipan	48
4.6 Dokumentasi Kegiatan CSR Kampung Warna-Warni Jodipan...	51
Bab V TEMUAN DAN ANALISIS DATA.....	52

5.1	Profil Subjek	52
5.2	Aktivitas <i>Local Government</i> dalam Memperkuat <i>City Branding</i> Kota Malang Melalui Kampung Warna-Warni Jodipan	54
5.2.1	Pengetahuan Tentang Pesan <i>City Branding</i> Kota Malang.....	55
5.2.2	Syarat <i>Attributes</i>	57
5.2.3	Syarat <i>Message</i>	58
5.2.4	Syarat <i>Differentiation</i>	59
5.2.5	Syarat <i>Presence</i>	61
5.2.6	Syarat <i>Place</i>	62
5.2.7	Syarat <i>Pre-requisites</i>	63
5.2.8	Syarat <i>People</i>	64
5.2.9	Syarat <i>Pulsa</i>	66
5.2.10	Syarat <i>Potential</i>	67
5.3	Analisis Aktivitas <i>Local Government</i> dalam Memperkuat <i>City Branding</i> Kota Malang Melalui Kampung Warna-Warni Jodipan	69
5.3.1	Pengetahuan Tentang <i>City Branding</i> Kota Malang.....	69
5.3.2	<i>Attributes</i> Dalam <i>City Branding</i> Kota Malang.....	72
5.3.3	<i>Message</i> KWJ dalam Menggambarkan Beautiful Malang.....	75
5.3.4	<i>Differentiation</i> KWJ dalam Memperkuat Beautiful Malang.....	76
5.3.5	<i>Presence</i> KWJ dalam Memperkuat Beautiful Malang.....	78
5.3.6	<i>Place</i> KWJ dalam Memperkuat Beautiful Malang.....	79
5.3.7	<i>Pre-requisites</i> KWJ dalam Memperkuat Beautiful Malang	81
5.3.8	<i>People</i> dalam Pembinaan KWJ Untuk Memperkuat Beautiful Malang	82
5.3.9	<i>Pulsa</i> dalam Pembinaan KWJ Untuk Memperkuat Beautiful Malang.....	83

5.3.10 <i>Potential</i> dalam Memperkuat Beautiful Malang Melalui KWJ.....	84
5.3.11 Rangkuman	89
5.3.12 Kerangka Berpikir.....	90
BAB VI PENUTUP	91
6.1 Kesimpulan.....	92
6.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	99



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 : Warga berkumpul dalam kegiatan Kulouwun	51
Gambar 4.2 : Pembukaan event Decofresh Warnai Jodipan.....	51
Gambar 4.3 : Warga membantu tukang dalam pengecatan.....	51
Gambar 4.4 : Warga dibantu PASKHAS TNI AU Abdurachman Saleh.....	51
Gambar 4.5 : Peresmian KWJ oleh Walikota Malang	51
Gambar 5.1 : Logo Beautiful Malang	72
Gambar 5.2 : Maskot Osidanji	74
Gambar 5.3 : Pemandangan KWJ dari atas jembatan sungai brantas.....	77
Gambar 5.4 : Plengsengan bantuan DPUPR.....	79
Gambar 5.5 : Pagar pembatas bantuan DPUPR	79
Gambar 5.6 : Kelurahan Jodipan sebelum dicat warna-warni	80
Gambar 5.7 : Kelurahan Jodipan setelah dicat warna-warni oleh PT INDANA	83
Gambar 5.8 : MCK Umum bantuan DPUPR.....	81
Gambar 5.9 : Lahan parkir KWJ yang ada di Jalan Ir. Juanda	82
Gambar 5.10 Plengsengan baru bantuan longsor dari DPUPR.....	84
Gambar 5.11 : Walikota Malang menempelkan stiker Beautiful Malang pada mobil dinas	85
Gambar 5.12 : Petugas yang dibayar warga melalui iuran sedang Melakukan piket sampah untuk dikumpulkan di TPA.....	87
Gambar 5.13 : Medan di dalam KWJ	88
Bagan 3.1 : Model Interaktif Miles ana Huberman	28
Bagan 4.1 : Struktur Organisasi DPUPR Kota Malang.....	38
Bagan 4.2 : Struktur Organisasi Dishub Kota Malang.....	41
Bagan 4.3 : Struktur Organisasi Disperkim Kota Malang.....	47
Bagan 5.3 : Aktivitas <i>Local Government</i> dalam Memperkuat <i>City Branding</i> Kota Malang Melalui KWJ.....	90

ABSTRAK

Wahyu Fitri Aningtyas, 201310040311454, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Aktivitas *Local Government* dalam Memperkuat *City Branding* Kota Malang Melalui Kampung Warna-Warni Jodipan

Kata Kunci: ***City Branding*, Citra, Kampung Warna-Warni**

Penelitian ini berdasarkan dari sebuah fenomena dimana *city branding* Kota Malang yang bertajuk Beautiful Malang masih dianggap lemah. Pada tahun 2016, muncul sebuah Kampung Warna-Warni Jodipan (KWJ). KWJ merupakan *pilot project* pembangunan kampung tematik di Kota Malang. KWJ menjadi salah satu terobosan baru untuk mengubah *image* kampung kumuh. Ketua Disbudpar mengatakan bahwa kemunculan KWJ akan memperkuat *city branding* Kota Malang karena KWJ sudah menjadi ikon wisata terbaru. Hal ini membuat peneliti ingin meneliti lebih jauh bagaimana aktivitas *local government* dalam memperkuat *city branding* Kota Malang melalui KWJ.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengetahui bagaimana aktivitas *local government* dalam memperkuat *city branding* Beautiful Malang yang masih lemah, diperkuat melalui KWJ yang dianggap menjadi ikon terbaru Kota Malang. Penelitian ini menggunakan empat subjek yaitu Disbudpar, DPUPR, Dishub dan Disperkim yang terlibat dalam penanganan KWJ. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara serta dokumentasi.

Hasil penelitian menemukan bahwa pada saat ini aktivitas yang dilakukan *local government* di KWJ bukan merupakan tindakan khusus yang dilakukan untuk memperkuat *city branding* Kota Malang melalui KWJ. Hal ini diperkuat dengan tidak adanya anggaran khusus untuk pembenahan KWJ. Selama ini aktivitas yang dilakukan karena bersifat mendesak. Tidak adanya tindakan khusus dalam memperkuat *city branding* melalui KWJ dikarenakan tidak ada koordinasi antar *local government* terkait konsep Beautiful Malang, sehingga pengetahuan yang didapatkan sangat minim. Hal tersebut sesuai dengan teori penyusunan tindakan yang mana pengetahuan berpengaruh besar dalam menentukan sebuah pesan (tindakan).

Peneliti

Wahyu Fitri Aningtyas

Pembimbing 1

Pembimbing II

Zen Amiruddin, M.Med.Kom

M. Himawan Sutanto, M.Si

DAFTAR PUSTAKA

Buku, Jurnal, Penelitian :

- Anholt, Simon. 2006. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. London: Palgrave Macmillan
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bajari A., dan Saragih S.S.T. 2011. *Komunikasi Kontekstual Teori dan Praktik Komunikasi Kontemporer*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Bawanti, Ari (2016). “Analisis City Branding Dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Jayapura”. Jurnal Media Wisata Alumni Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. 14 (1), 365-381
- Chang, William. 2014. *Metodologi Penulisan Esai, Skripsi, Tesis, dan Disertasi Untuk Mahasiswa*. Jakarta: Erlangga.
- Cutlip, Scoot M, Allen H. Center dan Gleen M. Broom. 2011. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Fatmala, Dila (2012). “Perancangan City Branding Kota Bandung”. Tugas Akhir Design Komunikasi Visual Fakultas Design Universitas Komputer Indonesia.
- Hariyono, Paulus. 2010. *Perencanaan Pembangunan Kota dan Perubahan Paradigma*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Hermawan, Agus. 2013. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

- Keller, Kevin Lane. 2013. *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equality*. England: Pearson
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika
- Machmud, Muslimin. 2016. *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Malang: Selaras
- Masmuh, Abdullah. 2010. *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Teori dan Praktek*. Malang: UMM Press
- Maleong, Lexy. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Bandung
- Mollanen, Teemu dan Seppo Rainisto. 2009. *How to Brand Nations, Cities and Nations, A Planning Book for Place Branding*. England: Palgrave Macmillan
- Moore, Frazier. 2004. *Humas: Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nurcholis, Hany. 2005. *Teori & Praktek Pemerintahan & Otonomi Daerah*. Jakarta: Grasindo
- Pemerintah Kota Makassar. 2014. *Buku Saku City Branding Makassar*. Makassar: Vier Antares Institute

Primasari, Ina, Widodo Muktiyo dan Diah Kusumawati (2014). “*City Branding Solo Sebagai Kota Wisata Budaya Jawa*”. Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Negeri Solo

Purwianti, Lilly dan Yulianty R.D.L (2014). “*Analisis Pengaruh City Branding Kota Batam Terhadap Brand Attitude*”. Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Internasional Batam. 14 (1), 61-66

Rachman, Aulia A. 2006. *Citra Khalayak Tentang Golkar*. Jakarta: Pusat Studi Agama dan Peradaban (PSAP)

Rahmanto, Andre. 2016. *City Branding Sebagai Kebijakan Komunikasi (Lesson Learned Kebijakan City Branding Pemkot Surakarta)*. Jurnal Pascasarjana Manajemen Komunikasi Universitas Negeri Solo

Saputra, Eko (2016). “*Peran Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif, Komunikasi dan Informatika Dalam Mengelola Branding Kota Samarinda*”. Jurnal Ilmu Komunikasi. 4(2), 321-335

Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2004. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Yananda, Rahmat dan Ummi Salamah. 2014. *Branding Tempat: Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta: Makna Informasi

Internet

<http://malangkota.go.id> (diakses 9 Mei 2017)

<http://semarangkota.go.id> (diakses 20 April 2016 pukul 21:00)

<http://www.komunikasipraktis.com/2014/12/pengertian-slogan-tagline-jargon-moto-visi-misi.html> (diakses 6 Mei 2017 pukul 17:00)

<http://www.pengertianpakar.com/2015/05/teknik-pengumpulan-dan-analisis-data-kualitatif.html> (diakses 6 Mei 2017 pukul 00:23)

<http://www.landasanteori.com> (diakses 6 Mei 2017 pukul 19:57)

<http://placebrandobserver.com/5-place-branding-principles-to-guide-brand-development-management/> (diakses 26 April 2017 pukul 20.43)

<http://kompas.com> (diakses 2 Mei pukul 19:29)

<http://indonesiaattractiveness-award.com> (diakses 24 September 2017 pukul 23:40)

<http://malangtoday.net> (diakses pada 7 Oktober 2017 pukul 20:00)

<http://www.sarjanaku.com/2012/12/pengertian-merek-brand-definisi-makalah.html>
(diakses 09 Mei 2017 pukul 20:00)

Halim Malik, “*Pengertian Analisis Data*”.

http://www.kompasiana.com/unik/penelitian-kualitatif_55008172a333114e75510f2c (diakses 26 April 2017 pukul 21:45)

Paolo Bontor, “*Fungsi Brand*”.

<http://sais-pourquoi.blogspot.co.id/2012/10/fungsi-brand-merek.html> (diakses 9 Mei 2017 pukul 21:45)