

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Semarang. (2021). Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama yang Dianut di Kota Semarang 2020 . Diakses pada 16 April 2022 dari <https://semarangkota.bps.go.id/statictable/2021/05/11/194/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-agama-yang-dianut-di-kota-semarang-2020.html>
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah. (2011). *Executive Summary Membangun City Branding Kota Semarang*. Semarang, Indonesia: CV. Tumbuh Jaya Desain
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah. (2012). *Laporan Akhir Membangun City Branding Kota Semarang*. Semarang, Indonesia: CV. Tumbuh Jaya Desain
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah. (2012). *Proceeding Sayembara ‘Membangun City Branding Kota Semarang’*. Semarang, Indonesia: Bappeda Kota Semarang
- Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Diella, Almira. (2020). Strategi Komunikasi City Branding Kota Magelang (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Magelang dalam Membentuk City Branding “Magelang Kota SejutaBunga”).2. Diakses dari <https://www.jurnalkommas.com/docs/Jurnal%20D0216082.pdf>
- jatengprov.go.id. (2022). Semarang Night Carnival Awal Kebangkitan Ekonomi dan Pariwisata. Diakses Pada 30 Juli 2022 dari <https://jatengprov.go.id/beritadaerah/semarang-night-carnival-2022-awal-kebangkitan-ekonomi-dan-pariwisata/>
- Megantari, Krisna. (2019). Penerapan Strategi City Branding Kabupaten Ponorogo “Ethnic Art of Java”. 7 (1), 131. Diakses dari <http://journal.umpo.ac.id/index.php/aristo/article/view/1385/854>
- Muhibban, M.A., Ali D.S.F. (2020). Strategi City Branding Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Lumajang “Lumajang Eksotik” Sebagai Destinasi Wisata Baru Di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020. 1-5. Diakses dari <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/managemen/article/view/15012>

Rahmanto, Andre. (2020). *City Branding Strategi Komunikasi dalam Memasarkan Potensi Daerah*. Malang : Empatdua Media.

Rully,I., Poppy, Y., (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung : PT Refika Aditama.

Rosit, Muhammad. (2012). Strategi Komunikasi Politik Dalam Pilkada (Studi Kasus Pemenangan Pasangan Kandidat Ratu Atut dan Rano Karno). (Tesis, Universitas Indonesia, 2012) Diakses dari <https://www.pdfdrive.com/strategi-komunikasi-politik-dalam-pilkada-tesis-fakultas-ilmu-sosial-dan-ilmu-politik-departemen-ilmu-e97601148.html>

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek. Diakses dari https://www.dpr.go.id/dokjdi/document/uu/UU_2001_15.pdf

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah. Diakses dari <https://www.dpr.go.id/dokjdi/document/uu/33.pdf>