

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardial, H. (2015). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ardianto, E. (2010, 12). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Budiman Annas, F., Irwansyah, d., Gatot Subroto Kav, J., & baru Depok Jawa Barat, K. (2018). MEMBANGUN IDENTITAS MEREK KOTA BOGOR MELALUI KAMPANYE WE LOVE BOGOR DI INSTAGRAM IDENTITY BRANDING OF THE CITY OF BOGOR THROUGH WE LOVE BOGOR CAMPAIGN ON INSTAGRAM, *Jurnal Pembangunan dan Komunikasi*, 19(2). <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jpkp/article/view/1666> MEMBANGUN IDENTITAS MEREK KOTA BOGOR MELALUI KAMPANYE "WE LOVE BOGOR" DI MEDIA SOSIAL | Annas | Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan) (kominfo.go.id) (diakses pada tanggal 10 Agustus 2022)
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Malang: Bumi Aksara.
- Gunawan, S., Widiastuti N. (2020). Strategi Kampanye Public Relations "Di Rumah Aja" Oleh Pemerintah Republik Indonesia Selama Wabah Covid-19, *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 2(2). <http://103.78.9.46/index.php/vis/article/view/487> STRATEGI KAMPANYE PUBLIC RELATIONS "DI RUMAH AJA" OLEH PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA SELAMA WABAH COVID-19 | VISIONER (diakses pada tanggal 11 Agustus 2022)
- Hendrajati, A. (2016). Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image Dan Brand Trust Yamaha <https://eprints.uny.ac.id/38896/> (diakses tanggal 14 Agustus 2022)
- Heryanto, G. (2012). *Public Relations Politik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Iqbal, Mohamad. Visi Misi Hendi Ita 2021. <https://www.scribd.com/document/523502680/Visi-Misi-Hendi-Ita-2021> (diakses tanggal 8 Oktober 2022)
- Jatengnews.id. (19 Mei 2022). Gelar Donor Darah, Hotel Santika Premiere Semarang Usung Tagline Semarang Hebat Semarang Sehat. Diakses Pada 20 Agustus 2022, dari <https://www.jatengnews.id/2022/05/19/gelar-donor-darah-hotel-santika-premiere-semarang-usung-tagline-semarang-hebat-semarang-sehat/>
- Jatengnews.id. (5 Agustus 2022). Hendi Ajak Pegang Tiga Kata Menuju Semarang Hebat. Diakses pada 19 Agustus 2022, dari <https://www.jatengnews.id/2022/08/05/hendi-ajak-pegang-tiga-kata-menuju-semarang-hebat/>
- Kuaskata.com. (23 Januari 2021). DPRD Kota Semarang Gelar Karpet Merah, Hendi Ita Siap Bekerja Untuk Tiga Tahun Kedepan. Diakses pada 23 Agustus 2022, dari

[DPRD Kota Semarang Gelar Karpas Merah, Hendi Ita Siap Bekerja untuk Tiga Tahun Kedepan \(kuasakata.com\)](#)

- Kuasakata.com. (24 Oktober 2020). Hendi Sebut “Semarang” Adalah Sebuah Brand. Diakses pada 23 Agustus 2022, dari [https://www.google.com/url?client=internal-element-cse&cx=008760601823006807482:sy6shrccxq5&q=https://kuasakata.com/read/berita/21215-hendi-sebut-semarang-adalah-sebuah-brand&sa=U&ved=2ahUKEwie6LvStu\\_8AhUgRmwGHce\\_B3sQFnoECACQAg&usq=A0vVaw3fubbcJh\\_C4W89LuoYTSO](https://www.google.com/url?client=internal-element-cse&cx=008760601823006807482:sy6shrccxq5&q=https://kuasakata.com/read/berita/21215-hendi-sebut-semarang-adalah-sebuah-brand&sa=U&ved=2ahUKEwie6LvStu_8AhUgRmwGHce_B3sQFnoECACQAg&usq=A0vVaw3fubbcJh_C4W89LuoYTSO)
- Maskur, Alpian. (2020). STRATEGI KAMPANYE PUBLIC RELATIONS KOMISI PENYIARAN INDONESIA DAERAH JAWA BARAT DALAM MEMBENTUK MASYARAKAT YANG CERDAS DAN KRITIS TERHADAP MEDIA. [article.php \(kemdikbud.go.id\)](#) (diakses tanggal 14 Agustus 2022)
- Mettasatya Afrilia, A. (2018). CITY BRANDING BERBASIS LOCAL WISDOM DALAM KAMPANYE "BETTER BANYUMAS", *Jurnal of Communication Studies*, 3(2). HYPERLINK <https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/MC/article/view/5443> CITY BRANDING BERBASIS LOCAL WISDOM DALAM KAMPANYE “BETTER BANYUMAS” | Afrilia | Metacommunication; *Journal of Communication Studies (ulm.ac.id)* (diakses pada tanggal 9 Agustus 2022)
- Olivia, H., Warouw, D., Senduk, J. (2020). Analisis Isi Berita Kekerasan Seksual Di Media Online <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/30695> (diakses tanggal 14 Agustus 2022)
- Radarjapos.com. (2 Mei 2019). Bergerak Bersama Menuju Semarang Semakin Hebat. Diakses pada 19 Agustus 2022, dari <https://radarsemarang.jawapos.com/berita/jateng/semarang/2019/05/02/bergerak-bersama-menuju-semarang-semakin-hebat/>
- Radarjapos.com. (4 Mei 2020). Satu Tekad Wujudkan Semarang Semakin Hebat. Diakses pada 18 Agustus 2022, dari [https://radarsemarang.jawapos.com/rubrik/catatan/2020/05/04/satu-tekad-wujudkan-semarang-semakin-hebat/?\\_ga=2.22569019.1665911823.1675085440-336029750.1666671391](https://radarsemarang.jawapos.com/rubrik/catatan/2020/05/04/satu-tekad-wujudkan-semarang-semakin-hebat/?_ga=2.22569019.1665911823.1675085440-336029750.1666671391)
- Radarjapos.com. (17 Februari 2020). Wujudkan Warga Kota Semarang yang Cerdas dan Hebat. Diakses pada 19 Agustus 2022, dari <https://radarsemarang.jawapos.com/berita/jateng/2020/02/17/wujudkan-warga-kota-semarang-yang-cerdas-dan-hebat/>
- Rosari, R., Vidyarini, T., Monica, V., Komunikasi, I., Kristen, U., & Surabaya, P. (n.d.). (2020). Studi Komparasi: Analisis Isi City Branding pada Akun Instagram @surabaya, @humasbdg, dan @semarangpemkot, *Jurnal E-Komunikasi*, 8(2). HYPERLINK <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11054>

[Studi Komparasi: Analisis Isi City Branding pada Akun Instagram @surabaya, @humasbdg, dan @semarangpemkot | Rosari | Jurnal e-Komunikasi \(petra.ac.id\)](#)  
(diakses pada tanggal 10 Agustus 2022)

Ruslan, R. (2000). *Kampanye Public Relations* (Edisi Revisi ed.). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Saputro, Alan., & Sugiharto, Sugiono. (2018). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND AMBASSADOR DALAM MEMBENTUK BRAND IDENTITY SEBAGAI VARIABEL INTERVENSI TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA PRODUK MARKOBAR. [COVER 1.pdf \(usbypkp.ac.id\)](#) (diakses tanggal 29 Agustus 2022)

Setiawati, D., & Soeparmo, A. (2021). ANALISIS ISI PEMBERITAAN COVID-19 PADA ANTARANEWS.COM, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1). <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/mutakallimin/article/view/4810> [ANALISIS ISI PEMBERITAAN COVID-19 PADA ANTARANEWS.COM | Setiawati | Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi \(uniska-bjm.ac.id\)](#) (diakses pada tanggal 10 Agustus 2022)

Simandjutak, J., Darmadi, Z., Oetomo, B., & Priyogutomo, C. (2003). *Public Relations: Dilengkapi 7 Kasus dan Alamat-Alamat Situs WEB Penting Bagi Public Relations* (1 ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sukmaraga, A., Nirwana, A., City Branding: Sebuah Tinjauan Metodologis Dengan Pendekatan Elaboratif, Praktis, dan Ilmiah <http://journal2.um.ac.id/index.php/dart/article/view/183> (diakses tanggal 14 Agustus 2022)

Tentang Kami – Kuasakata.com [Tentang Kami - KuasaKata.com | merinci dan mengunci kemajemukan](#) (diakses tanggal 2 September 2022)

Tentang Kami – RADARSEMARANG.ID [Tentang Kami \(jawapos.com\)](#) (diakses tanggal 2 September 2022)

Tentang Kami – Jatengnews.id [Tentang Kami - Jatengnews.id](#) (diakses tanggal 2 September 2022)

Tjiptono, F. (2014). *Branding & Brand Longevity di Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset.