

DAFTAR PUSTAKA

- Adelina, S. (2015). *Implementasi City Branding Kota Solo Demi Menjamin Keberlangsungan Slogan "The Spirit of Java"* (Doctoral dissertation, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana).
- Adjie, B. A., & Anggina, W. F. (2020). Efektivitas city branding "solo, the spirit of java" terhadap implementasi program perencanaan kepariwisataan. *Cakra wisata*, 24(1), 10-21.
- Afrilia, a. M. (2018). City branding berbasis local wisdom dalam kampanye "better banyumas". *Metacommunication; Journal of Communication Studies*, 3(2).
- Ardiffa Eka. (2023, October 10). *Asal-usul Julukan Purwokerto Sebagai Kota Satria*. Radarbanyumas.co.id; Radar Banyumas. <https://radarbanyumas.disway.id/read/82562/asal-usul-julukan-purwokerto-sebagai-kota-satria> (Dikutip pada tanggal 14 Februari 2025)
- Arifianto, P. F., & Nofrizaldi, N. (2020). Komunikasi Visual Kuliner Banyumas sebagai Media Pendukung City Branding "Better Banyumas.". *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 6(1).
- Asrulla, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320-26332.
- Damastuti, K. P. (2018). *Strategi City Branding Kabupaten Malang "The Heart Of East Java" dalam Rangka Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Devany. (2025, March 16). *Bawor Maskot Banyumas yang Mewakili Kearifan Lokal - Jejak Persepsi*. Jejak Persepsi. <https://jejakpersepsi.com/budaya/bawor-maskot-banyumas-yang-mewakili-kearifan-lokal/> (Dikutip pada tanggal 2 Agustus 2025)
- Diana, D. M. (2017). Analisis City Branding "Depok A Friendly City" Dalam Rangka Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Ke Kota Depok
- Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan destinasi pariwisata*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Faradies, H. I. (2020). Strategi komunikasi city branding pemerintah kota Pekalongan dalam mempromosikan world's city of Batik. *COMMICAST*, 1(1), 20-25.

- Fitriani, N. (2019). *Strategi City Branding Memperkuat Potensi Wisata (Studi Deskriptif Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman Dalam Brand "Sleman The Living Culture Part Of Jogja")* (Doctoral dissertation, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA).
- Gunawan, G. O., & Tandyonomanu, D. (2023). Korelasi antara efektivitas wisata heritage dengan city branding kota malang. *The Commercio*, 7(1), 156-165.
- Intyaswono, S., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2016). *Peran Strategi City Branding Kota Batu Dalam Trend Peningkatan Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Studi Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Jihan Nisrina Khairani. (2023, November 30). *Mengapa Jogja Disebut Daerah Istimewa? Ini Penjelasan Sejarahnya*. Detikjogja; detikcom. <https://www.detik.com/jogja/budaya/d-7065166/mengapa-jogja-disebut-daerah-istimewa-ini-penjelasan-sejarahnya> (Dikutip pada tanggal 2 Agustus 2025)
- Kompas, T. H. (2022, March 29). *Mural Ikon Banyumas Hiasi Dinding Area Stasiun Purwokerto*. Kompas.id. <https://www.kompas.id/artikel/mural-ikon-banyumas-hiasi-dinding-area-stasiun-purwokerto/amp> (Dikutip pada tanggal 2 Agustus 2025)
- Marta, R., & Hasfera, I. P. (2021). City Branding Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Al-Ma'arif: Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam*, 1(2), 229-238.
- Mahfudz, A. (2020). *Strategi Branding Dalam Membangun Citra Tpa Percontohan Daerah Istimewa Yogyakarta (Studi Deskriptif Kualitatif Tpa Anwar Rasyid Gondokusuman Kota Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA).
- Megantari, K. (2018). Penerapan Strategi City Branding Kabupaten Ponorogo "Ethnic Art of Java". *Aristo*, 7(1), 130-146.
- Muktiali, M. (2011). Kaji Banding City Branding Kota Semarang dengan Kota di Indonesia (Solo & Surabaya) dan Kota Dunia (Kota Amsterdam). In *Seminar Nasional City Branding*.
- Padang, F., Husna, A., & Fahrimal, Y. (2021). Penerapan strategi city branding dalam mewujudkan Subulussalam sebagai Kota Santri. *Jurnal Common*, 5(2), 165-177.
- Pellokila, I. R., Lamoren, D. S., & Otemusu, R. (2024, February). The Effect of City Branding on Tourism Business Through City Image as a Moderating Variable. In *International*

- Conference on Applied Science and Technology on Social Science 2023 (iCAST-SS 2023)* (pp. 295-300). Atlantis Press.
- Pratiwi, E. S. (2019). Kajian Konsep City Branding Kota Pekanbaru Baru.
- Prakoso, G. P. (2017). *City Branding Communication Kota Tulungagung Dalam Upaya Menciptakan "Tulungagung Kota Wisata Bahari"*(Studi pada Dinas Pariwisata Kota Tulungagung) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Putri, R., Rosmalia, D., Sihombing, P. R., Siregar, S., Suardika, I. K., Warsitasari, W. D., ... & Zahari, M. (2022). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Rasyid, S. R. (2023, September 7). *Mengenal Kudhi, Senjata Tajam Serba Guna Milik Masyarakat Banyumas*. Merdeka.com; <https://www.merdeka.com/jateng/mengenal-kudhi-senjata-tajam-serba-guna-milik-masyarakat-banyumas-21339-mvk.html> (Dikutip pada tanggal 2 Agustus 2025)
- Rivando, J. M., & Parsono, S. (2024). STRATEGI BRANDING COFFEE SHOP SEKO BANDUNG DI MEDIA SOSIAL TIKTOK@ sekoindonesia. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, 3(1), 40-53.
- Romandhona, D. (2016). Pengelolaan, Partisipasi, Potensi dan City Branding sebagai Upaya Pengembangan Industri Pariwisata di Kota Surabaya. *Universitas Airlangga*.
- Romli, R., & Romli, N. A. (2020). Implementasi strategi komunikasi "Bandung Juara" sebagai bagian dari city branding Kota Bandung. *PROfesi Humas*, 4(2), 263-289.
- Rusadi, S., & Wedayanti, M. D. (2019). Strategi City Branding oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Siak dalam Peningkatan Daya Tarik Pariwisata. *WEDANA: Jurnal Kajian Pemerintahan, Politik dan Birokrasi*, 5(2), 16-21.
- Sagena, U., Lawelai, H., & Dema, H. (2023). *Metode Penelitian Sub Rumpun Ilmu Politik (Teori & Referensi berbasis Studi Kasus)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sari, I. M., & Risanto, Y. (2016). Analisis implementasi city branding (studi pada kota batu, jawa timur). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(2).
- Satria, F., & Fadillah, F. (2021). Konsep City Branding dan Identifikasi Nilai Lokal pada Kota-Kota Indonesia dalam Mendukung Nation Branding Indonesia. *Jurnal Desain*, 8(2), 147-158.

- Sawir, M., Delyanet, D., Fatihah, N. A., Deliana, D., Soewandi, E., & Afriani, M. (2023). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Global Eksekutif Teknologi.
- Setyanto, R. P. (2023). Efektifitas City Branding Banyumas: Pendekatan Case Study. In *seminar nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)* (Vol. 2, pp. 125-131).
- Sodede, B. M., & Alifahmi, H. (2022). Analisis City Brand Hexagon Untuk Pengembangan Destinasi Nagekeo The Heart of Flores. *Syntax Lit. J. Ilm. Indones*, 7(9), 15810-15826.
- Soewargono, W. A. (2012). Bawor dan Kearifan Budaya Islam Jawa Banyumasan. *IBDA: Jurnal Kajian Islam dan Budaya*, 10(2), 187-198.
- Soliha, E., Rozak, H. A., Basiyo, R., & Purwanto, U. (2014). Pengaruh city branding terhadap keputusan berkunjung ke Kota Semarang. *Program Pasca Sarjana Universitas Stikubank Semarang*.
- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160-166.
- Wandari, L. A. (2014). *Pengaruh City Branding "Shining Batu" Terhadap City Image Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kota Batu Tahun 2014* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Widodo, B. (2014). Strategi Pencitraan Kota (City Branding) Berbasis Kearifan Lokal (Studi Kasus di Kota Solo, Jawa Tengah dan Kabupaten Badung, Bali). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 7(2).
- Yusriani, Y. (2021). Metodologi penelitian pendidikan.