

REFERENSI

- Anggara, D. S. (2018). *Kebijakan Publik* (2nd ed.). Bandung: Pustaka Setia. Hal 34
- Aprilianto, Jefri T. (2016). *Analisis Peran Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Pada Kabupaten dan Kota di Jawa Timur*. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya.
- Dinnie, K. (2011). *City Branding: Theory and Cases*. London: Palgrave Macmillan.
- Edwards, I., & George, C. (1984). *Public Policy Implementing*. London: Jai Press Inc.
- Fendler, L. (2010, pp. 43-47). Michel Foucault. Continuum Library of Educational Thought, Vol. 22, Richard Bailey, (Series Ed.) London: Continuum Press.
- Gelder, Sicco Van 2003. *Global Brand Strategy - Unblocking Brand Potential Accross Countries, Cultures & Markets*. London : Kogan Page.
- Kaho, D. R. (2007). *Prospek otonomi daerah di negara Republik Indonesia: Identifikasi Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Penyelenggaraannya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nizar, M. A. (2011). Pengaruh Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Kepariwisata Indonesia* , 6(2), 195-211.
- Nurjanah, A. (2016). Humas Pemerintah & Digital Public Relations (PR) (Studi Kasus : Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Mensosialisasikan Tagline "jogja istimewa"). *Jurnal Komunikasi Acta Diurna*, 12(1), 87-108.
- Robert A. Dahl & Charles E. Lindblom, (1953) *Politics, Economics And Welfare: Planning And Politico-Economic Systems Resolved Into Basic Social Processes*. New York: Harper And Row.
- Yanuarsyad, M. A. (2020). *Implementasi Kebijakan Pemerintah Kota Semarang Tentang Revitalisasi Kota Lama Semarang Guna Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Sektor Pariwisata*. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

2013-2018. Retrieved from BAPPEDA DIY:
http://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/index/35-pajak-daerah

Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. (2022, Mei 10). *Pelatihan Pemandu Keistimewaan untuk Pelaku Pariwisata*. Retrieved from Website Dinas Pariwisata DIY: <https://visitingjogja.jogjaprov.go.id/webdinas/40979-pelatihan-pemandu-keistimewaan-untuk-pelaku-pariwisata/>

Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. (2022, Maret 22). *Industri Pariwisata Diskusikan Peran Dalam Pengembangan Pariwisata Jogja*. Retrieved from Website Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta: <https://pariwisata.jogjakota.go.id/detail/index/909>

\Pinsker, Y. L. (2019, November 5). *Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kota Yogyakarta Terus Alami Peningkatan Tiap Tahun*. (M. Fatoni, Editor) Retrieved from Tribun Jogja: <https://jogja.tribunnews.com/2019/11/05/jumlah-kunjungan-wisatawan-di-kota-yogyakarta-terus-alami-peningkatan-tiap-tahun>.

Priherdetyo, E. (2016). GIPI Targetkan Pengembangan Pariwisata dalam 100 hari. From CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20161205122352-269-177410/gipi-targetkan-pengembangan-wisata-dalam-100-hari>

Razak, A. H. (2018, September 3). *HOTEL JADI PENYUMBANG PAJAK TERBESAR*. Retrieved from BPK RI Perwakilan Provinsi D.I. Yogyakarta: <https://yogyakarta.bpk.go.id/hotel-jadi-penyumbang-pajak-terbesar/>

Romli Khomsarial. (2013). Bureau Communication and Governmenr Organizational Culture. The First International Conference on Law, Business and Government, UBL, Indonesia.

Strange, S. (1989). *States and Market, Structures of Power in The World Economy*. London: Pinter Publisher.

A (2020). Hasil Pengamatan Pribadi pada magang di Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta tahun 2020. November 2020



Implementasi Kebijakan City Branding Jogja Istimewa dalam Strategi untuk Peningkatan Pengembangan

Pariwisata di Kota Yogyakarta

SHANIA SOFIA GUDONO, Miftah Adi Ikhsanto, S.I.P., M.I.O.P

Universitas Gadjah Mada, 2023 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

AL. (2022). "Posisi kebijakan Jogja Istimewa di lingkungan Dinas Pariwisata

Yogyakarta". *Hasil Wawancara Pribadi*: Desember 2022.