

DAFTAR PUSTAKA

- A.Caragliu, C. Del Bo, and P. Nijkamp. (2011). Smart Cities in Europe. *Journal of Urban Technology*, Vol. 18(2), hal. 65-82.
- Abdurrahman, Benjamin. (2008). *Pemahaman Dasar Regional Management & Regional Marketing Instrumen Strategis Pembangunan Wilayah Dan Kota Dalam Menghadapi Tantangan Globalisasi Dan Implikasi Pelaksanaan Otonomi Daerah*. Semarang: Lembaga Pengembangan dan Pemberdayaan Kerja Sama Antardaerah (LEKAD). Diakses dari <https://id.scribd.com/doc/54183121/Buku-Regional-Management-Web-Edition> pada Mei 2025.
- Adîr, V., Adîr, G., & Pascu, N. E. (2014). How to design a logo. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 122, 140–144. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1316>
- Ahmad, Agung & Budi Solihin. (2018). Pengembangan Internet of Things pada Smart City. *Jurnal Sistem Cerdas* Vol. 01, No.1.
- Akun media sosial Dinas Kominfo Denpasar. (2020). Denpasar Peringkat Tertinggi Program Gerakan Menuju 100 Smart City Tahun 2020. Diakses di https://www.instagram.com/kominfosdenpasar/p/CPXHrDiAgsU/?img_index=1 pada 11 Februari 2025.
- Albino, V., Berardi, U., & Dangelico, R. M. (2015). Smart cities: Definitions, dimensions, performance, and initiatives. *Journal of Urban Technology*, 22(1), 1–19. <https://doi.org/10.1080/10630732.2014.942092>
- Aliansyah, Helmi & Hermawan, Wawan. (2019). Peran Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Jawa Barat. *Bina Ekonomi*, 23(1).
- Alkarablieh, Ala' A. (2016). The Impact of Using Google Search Engine and Yahoo Bing Network on Attracting New Customers Online and on the Effectiveness of Online Advertisement. *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 8, No. 3.
- Amalia, Dini., Nesya N., & Tyrta M. (2023). Implementasi Kota Pintar (*Smart City*) di Kota Surabaya. *Jurnal Birokrasi & Pemerintahan Daerah*, 5(1).
- Andriani, Ini Ketut K., Pande I Made W.W.K., Ni Kadek A.S., & Putu Desi A.H. (2022). Peran Generasi Z Dalam Pemanfaatan Teknologi Pada Era Society 5.0. *Prosiding Webinar Nasional Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)*.



- Aragonez, T., Alves, G. C., & BlancoGonzález, A. (2017). Strategic management of city brands and its influence in smart cities. *Sustainable Smart Cities: Creating Spaces for Technological, Social and Business Development*.
- Aratuo, D. N., & Etienne, X. L. (2019). Industry Level Analysis of Tourism Economic Growth in the United State. *Tourism Management*.
- Arifin, Bustanol., Muzakki, Abdurohman & Kurniawan, M Wahyu. (2019). Konsep Digital Marketing Berbasis Seo (Search Engine Optimization) Dalam Strategi Pemasaran. *EKOMBIS: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 4(2).
- Artanto, hadian & Nurdiyansyah, Firman. (2017). Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *Journal of Information Technology and Computer Science (JOINTECS)*, 1(2).
- Ashworth, G., & Kavaratzis, M. (2009). Beyond the Logo: Brand Management for Cities. *Journal of Brand Management*, 16(8),520–531.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2018). Potret Zaman Now Pengguna & Perilaku Internet Indonesia. perilaku internet Indonesia!.. <https://apjii.or.id/>
- Asshagab, S. M. (2024). Smart Branding Award: Assessing Digital Brand Awareness and Image of the Recipients. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 18(1), 95–116. <https://doi.org/10.47608/jki.v18i12024.95-116>
- Astrieicia, Aisha. (2020). Pengaruh Tata Ruang Terhadap Perilaku Wisatawan di Kawasan Nol Kilometer Yogyakarta. *Sinektika: Jurnal Arsitektur*, Vol. 17 No. 1.
- Aswad, Wa Ode Sitti J & Titaley, Stevanus. (2024). Pembangunan Dan Pemasaran Wajah Kota (*City Appearance Branding*) Dalam Meningkatkan *Branding* Kota Ambon. *Action Research Literate*, 8(5).
- Aswad, Wa Ode Sitti J., & Titaley Stevianus. (2024). Pembangunan Dan Pemasaran Wajah Kota (*City Appearance Branding*) Dalam Meningkatkan *Branding* Kota Ambon. *Jurnal Action Research Literate* 8(5).
- Atmaja, T., Yanagihara, M., & Fukushi, K. (2020). Geospatial Valuation Of Urban Farming In Improving Cities Resilience: A Case Of Malang City, Indonesia. <https://10.5194/IsprsArchives-Xliii-B5-2020-107-2020>
- Avraham, Elli (2000). Cities and Their News Media Image. *Cities*, 17(2).
- Badai Penerapan Modernisasi Pertanian Provinsi Maluku. (2023). BSIP Maluku, BBPPTP Ambon, dan Dinas Pertanian Provinsi Maluku Distribusikan 10.000 Anakan Pala. Diakses di <https://maluku.bsip.pertanian.go.id> pada Mei 2025.

Badan Penghubung Provinsi Maluku. (2024). 8 Potensi Utama Yang Dimiliki Kota Ambon.

Diakses di <https://bpp.malukuprov.go.id/8-potensi-utama-yang-dimiliki-kota-ambon> pada Mei 2025.

Badan Pusat Statistik (BPS) Nasional. (2021). Statistik Telekomunikasi Indonesia 2021.

Bakıcı, T., Almirall, E., & Wareham, J. (2013). A Smart City Initiative: The Case of Barcelona. *Journal of the Knowledge Economy*, 4(2).
<https://doi.org/10.1007/s13132-012-0084-9>

Bangun, Ollani V., Savitri Wulandari., Eko Adityo Ananto & Iranisa. (2023). Pengaruh Anggaran Pariwisata Terhadap Produk Domestik Bruto, Tenaga Kerja, Dan Devisa Pariwisata. *Jurnal Budget: Isu dan Masalah Keuangan Negara* 8(2).

Bastian, I., Effendi, R., Susanto, E. A., Unggara, I., & Sumiyana, S. (2022). The government of Indonesia's smart city development: Fiscal capacity, cognitive models in decision making, excessive caution about future accrual of benefits, and null regulatory leadership. *Frontiers in Built Environment*, 8. Doi: <https://doi.org/10.3389/fbuil.2022.1065652>

Binkhorst, E.& Den Dekker, T. (2009) Agenda For Co-Creation Tourism Experience Research. *Journal Hosp Mark Manag*, 18.

Bjorner, Emma.(2013). International Positioning Trough Online City Branding (the case of Chengdu). *Journal of Place Management and development*, 6(3).

Blain, C., Levy, S. E., & Ritchie, J. B. (2005). Destination branding: Insights and practices from destination management organizations. *Journal of travel research*, 43(4).

Boes, K., Buhalis, D. and Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 2 No. 2, pp. 108-124. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2015-0032>

Bonte, D. (2018). Role of Smart Cities for Economic Development. White Paper, 1–16.

Boz, Yuksel & Cay Tayfun. (2024). How smart and sustainable are the cities in Turkiye? - National policies and the enthusiasm level of the local governments. *Heliyon*, Vol 10(4). Doi: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e26002>

Caesarina, Hanny Maria & Saubari, Nahdi. (2018). Peran Ruang Terbuka Hijau Dalam Perencanaan Kota Sebagai Potensi Pembentuk *Smart City*. *Seminar Nasional Teknik Lingkungan IV Universitas Lambung Mangkurat*.

Chan, Chung Shing., Peters Mike & Birgit Pikkemaat. (2019). Investigating Visitors' Perception Of Smart City Dimensions For City Branding In Hong Kong. *International Journal Of Tourism Cities* 5(4).



Citiasia, Inc. (2016). “6 Indikator Smart City untuk Mengukur Keberhasilan Kota Pintar”.

Diakses di <https://institute.citiasiainc.id/artikel/6-indikator-smart-city> pada 25 September 2024.

Darmawan, Deni. (2013). *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Dastgerdi, A.S. & De Luca, G. (2019). Strengthening the city’s reputation in the age of cities: an insight in the city branding theory. *Journal of City, Territory and Architecture*, 6(2).

David, Landsbergen, Amanda Girth & Angie Westover Munoz. (2022). Governance rules for managing smart city information. *Urban Governance* 2(1). Doi: <https://doi.org/10.1016/j.ugj.2022.05.003>

De Jong, M., Joss, S., Schraven, D., Zhan, C., & Weijnen, M. (2015). Sustainable– smart– resilient–low carbon–eco– knowledge cities; making sense of a multitude of concepts promoting sustainable urbanization. *Journal of Cleaner production*, 109, 25-38.

Deakin, M. (2014). Smart cities: the state-of-the-art and governance challenge. *Triple Helix*, 1(1), 1-16.

Deka, Sanjib & Lahkar, Narendra. (2010). Performance evaluation and comparison of the five most used search engines in retrieving web resources. *Online Information Review* 34(5). Doi: <https://doi.org/10.1108/14684521011084609>

Del Chiappa, G., & Baggio, R. (2015). “Knowledge transfer in smart tourism destinations: analyzing the effects of a network structure”, *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol. 4 No. 3, pp. 145-50.

Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang. (2025). Cinta, Kenal dan Bangga Produk Semarang. Diakses di <https://www.diskopumkm.semarangkota.go.id/> pada Mei 2025.

Dinas Perdagangan Kota Denpasar. (2014). Produk Kerajinan Denpasar Dikagumi. Diakses di <https://www.perindag.denpasarkota.go.id/> pada Mei 2025.

Dinas Perhubungan Kota Ambon. (2025). Sistem Transportasi Kota Ambon. Diakses di <https://dishubambon.com/2025/01/sistem-transportasi-kota-ambon/> pada Mei 2025.

Dinas Perhubungan Kota Samarinda. (2025). Pengenalan Transportasi Darat di Samarinda. Diakses di <https://dishubsamarinda.com/2025/01/transportasi-darat-samarinda/> pada Mei 2025.

- Dinas Perhubungan Provinsi Bali. (2021). LKPJ Dinas Perhubungan Provinsi Bali. Diakses di <https://dishub.baliprov.go.id/> pada Mei 2025.
- Dinas Perkebunan Kalimantan Timur. (2023). Potensi Daerah Kota Samarinda. Diakses di <https://disbun.kaltimprov.go.id/halaman/potensi-daerah-kota-samarinda> pada Mei 2025.
- Djunaedi, Achmad dkk. (2018). *Langkah-Langkah Awal Menuju Smart City (Kasus Kota Yogyakarta 2016-2017)*. Bandung: Penerbit Nusa Media.
- DPMPTSP Kota Kediri. (2022). Realisasi Investasi DPMPTSP Kota Kediri. Diakses di <https://dpmptsp.kedirikota.go.id/investasi> pada Mei 2025.
- DPMPTSP Kota Surakarta. (2024). Realisasi Investasi Kota Surakarta pada Semester I Tahun 2024. Diakses di <https://dpmptsp.surakarta.go.id/> pada Mei 2025.
- DPRD Kota Kupang. (2020). Pengembangan Sektor Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Kupang. Diakses di <https://dprdkupang.com/> pada Mei 2025.
- DPRD Kota Kupang. (2025). Infrastruktur Transportasi Kupang. Diakses di <https://dprdkupang.com/2025/01/infrastruktur-transportasi-kupang/> pada Mei 2025.
- DPRD Kota Kupang. (2025). Pengelolaan Potensi Wisata Kupang. Diakses di <https://dprdkupang.com/2025/01/pengelolaan-potensi-wisata-kupang/> pada April 2025.
- DPRD Kota Pontianak. (2025). Pembenahan Sistem Transportasi Pontianak. Diakses di <https://dprdpontianak.com/2025/01/pembenahan-sistem-transportasi-pontianak/> pada Mei 2025.
- DPRD Kota Surakarta. (2025). Sosial Ekonomi Surakarta. Diakses di <https://dprdsurakarta.id/sosial-ekonomi-surakarta/> pada Mei 2025
- Dwija, I Kadek Pande M., Dewi Nyoman Diah U., & Riniti Luh. (2023). Kawasan Heritage Gajah Mada di Kota Denpasar sebagai Destinasi Wisata Alternatif (The Gajah Mada Heritage Area in Denpasar City as an Alternative Tourism Destination). *Jurnal Studi Perhotelan dan Pariwisata (JSPP)* 1(2).
- Eljawati. (2021). Peran Umkm Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran. *JEKP (Jurnal Ekonomi dan Keuangan Publik)* Vol. 8(1).
- Ernawati, hani & Hananto, Kombang. (2023). Pariwisata Digital: Perspektif Dan Agenda Riset Masa Depan. *Kepariwisata : Jurnal Ilmiah*, Vol 17(2).



- Esfandari, Diah Agung. (2019). Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Binjai dalam Program Binjai Smart City tahun 2017-2018. *e-Proceeding of Management*, Vol.6, No.1.
- Eshuis, Jasper., Klijn, Erik-Hans & Braun, Erik. (2013). Place marketing and citizen participation: branding as strategy to address the emotional dimension of policy making?. *International Review of Administrative Sciences*, 80(1).
- Exenberger, A., Strobl, P., Bischof, G., & Mokhiber, J. (2013). Globalization and the City: Two Connected Phenomena in Past and Present. Innsbruck University Press.
- Filanda, Shesa D., Wulandari, A., & Yuniarti, Erni. (2024). Analisis Kebutuhan Ruang Terbuka Hijau Publik Berdasarkan Luas Wilayah Kota Pontianak. *Jurnal JeLAST*, 11(1).
- Fletcher, R. (2011), "Sustaining tourism, sustaining capitalism? The tourism industry's role in global capitalist expansion", *Tourism Geographies*, Vol. 13 No. 3, pp. 443-61.
- Florek, Magdalena., Marta Here'zniak & Anna Augustyn. (2021). Measuring The Effectiveness of City Brand Strategy. in Search for a Universal Evaluative Framework. *Cities* 110. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2020.103079>
- Gajdosik, Tomas. (2018). Smart Tourism: Concepts and Insights from Central Europe. *Czech Journal of Tourism. Vol 1*.
- Ghafar, Norafida Abd., Nur Mazidah C.G., & Mastura Adam. (2022). A Review Of The Essence Of City Branding in Enhancing Image And Identity Of A City. *Planning Malaysia: Journal of the Malaysian Institute of Planners Vol. 20*. DOI:[10.21837/pm.v20i24.1184](https://doi.org/10.21837/pm.v20i24.1184)
- Giffinger, R., Fertner, C., Kramar, H., Kalasek, R., Milanovic, N. P., & Meijers, E. (2007). Smart Cities: Ranking of European Mid-Sized Cities. Vienna: Vienna University of Technology. <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/smart-cities>
- Gilboa, S., Jaffe, E. D., Vianelli, D., Pastore, A., & Herstein, R. (2015). A Summated Rating Scale For Measuring City Image. *Cities*, 44, 50–59. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2015.01.002>
- Girindra, Ida., Dewi Nyoman Diah U., & Widnyani, Ida Ayu. (2021). Optimalisasi Website Pemerintah Daerah Berbasis *Collaborative Governance* (Studi Pada Dinas Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Magister Administrasi Publik*, 9(1).
- Göktaş Kulualp, H., & Sarı, Ö. (2020). *Smart Tourism, Smart Cities, and Smart Destinations as Knowledge Management Tools* (pp. 371–390). <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-1989-9.ch017>

- Govers, R. (2013), "Why place branding is not about logos and slogans", *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol. 9 No. 2, pp. 71-5
- Govers, Robert & Frank M, Go. (2009). *Place Branding: Glocal, Virtual and Physical Identities, Constructed, Imagined and Experienced*. Netherlands: Palgrave.
- Guideline Masterplan Smart City tahun 2021*.
- Gulo, Elvin J., Manurung, A., Gultom, Parapat & Darnius, Open. (2023). Analisis Statistik Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat dalam Menggunakan Layanan PT Pos Indonesia (PERSERO). *FARABI: Jurnal Matematika dan Pendidikan Matematika*, 6(1).
- Gunawan, Raihan. (2022). Smart City in Indonesia: Review Studies and Lessons for Sumatra. *Smart Indonesia*. Doi: <https://journals.smartinsight.id/index.php/BS/article/view/289/267>
- Hajek, P., Youssef, A., & Hajkova, V. (2022). Recent developments in smart city assessment: A bibliometric and content analysis-based literature review. *Cities*, 126. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103709>
- Hamjen, Hilarion., Tomi Oktavianor & Taufik Arbain. (2023). Implementation of Smart Branding Policy in the River City of Banjarmasin. *Jurnal Bina Praja* 16(1).
- Hardyantoro, Surya & Prianti, Desi Dwi. (2012). Peran *Website* Sebagai Penjunjang *City Branding* Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- Hasriyanti & Erman Syarif. (2022). *Geografi Sumber Daya Implikasi Pendekatan dan Pengelolaan*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Hastuti. (2006). Dinamika Konsep dan Pendekatan Geografi. *Geomedia* Vol. 4, No.2. <https://www.researchgate.net/publication>
- Hereźniak, Marta. (2017). Place Branding And Citizen Involvement...: Participatory Approach To Building Andmanaging City Brands. *Interdisciplinary Political And Cultural Journal*, Vol. 19, No. 1. Doi: <http://dx.doi.org/10.1515/ipcj-2017-0008>
- Hidayat, Muhammad Taufik & Sunarharum Tri M. (2023). Keterikatan Program Inovasi Smart Branding dengan Pendapatan Asli Daerah di Sektor Pariwisata Kota Bandung. *Jurnal Multidisiplin West Science* Vol 2(5). Doi: <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i5.324>
- Huertas, A.; Moreno, A.; Pascual, J. (2021). Place Branding for Smart Cities and Smart Tourism Destinations: Do They Communicate Their Smartness? *Sustainability*, 13.
- IBM Institute for Business Value. (2009). *A vision of smarter cities*. IBM Global Services.
- Identitas Ibu Kota Kalimantan Timur. *Jurnal Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 6(2).



- Ihsan, Hisyam., Maya Sari W & Aleytha Ilahnugrah Kurnadipare. (2023). Penerapan Analisis Faktor Eksplanatori pada Pengambilan Keputusan Mahasiswa Membeli Produk Online di Kota Makassar. *Journal of Mathematics, Computations, and Statistics Vol (6) No. (2)*.
- IMD World Competitiveness Center (WCC). (2025). World Competitiveness Ranking. Diakses di <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitivenesscenter/rankings/world-competitiveness-ranking/> pada Juli 2025.
- Indriani, Etty. (2024). Social Media in City Branding Strategic: Empirical Study in Solo City, Indonesia. *International Journal of Social Science and Human Research*, 7(3).
- Indriani, Jesi & Kuswoyo, Chandra. (2017). Pengaruh City Branding Pada City Image Dan keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kabupaten Purwakarta. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1).
- Inriana, Alikha, Abdul Mahsyar & Hardianto Hawing. (2023). Pengembangan *Smart Branding* Perkotaan Dalam Pelayanan Kepariwisata Kota Makassar. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)*.
- Insch, A., Florek, M. (2008). *A great place to live, work and play: Conceptualising place satisfaction in the case of a city's residents*. Proceedings of the Inaugural Conference of the Institute for Place Management, London, England: Institute for Place Management.
- Isaksson, K.; Heikkinen, S. Sustainability Transitions at the Frontline. Lock-in and Potential for Change in the Local Planning Arena. *Sustainability* 2018, 10, 840.
- Ivani, S.Z.N. (2015). Pengaruh City Branding “Enjoy Jakarta” Terhadap Citra Kota Dan Keputusan Berkunjung Youth Traveler Ke Jakarta.
- Jahang, Benediktus & Laurensius, Molan. (2019). “Wali Kota Kupang: Kami fokus tata taman kota”. Diakses di <https://kupang.antaranews.com/> pada Januari 2025.
- Jannah, Hidana N., & Rachmawati, Rini. (2018). Skripsi. Pemanfaatan Aplikasi Gencil (Government and Smart City Landmark) dalam Implementasi Konsep Smart City di Kota Pontianak. Universitas Gadjah Mada.
- Jaya, G. B. P., & Widanta, A. A. B. P. (2014). Analisis Faktor Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 3(5). Doi: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/view/8292>
- Jaya, I Made, L.M. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Quadrant.



- Jayanti, eka S., Suliandari R., Mandasari V., & Rosyanti, Daisy M. (2023). Mengoptimalkan Branding Desa Wisata Melalui Teknologi Tepat Guna QR Code. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara Vol 5(3)*.
- Jo Hatch, M., & Schultz, M. (2003). Bringing the corporation into corporate branding. *European Journal of Marketing*, 37(7–8), 1041–1064. <https://doi.org/10.1108/03090560310477654>
- Jumanah., Rai, N., Saiful Fadilah., & Sela Diana. (2023). Perbandingan Implementasi Program Smart City Di Pulau Jawa Dan Sumatera. *Restorica: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara dan Ilmu Komunikasi*, Vol 9 No 1.
- Kabupaten Bojonegoro. (2019). Bojonegoro Raih Penghargaan Best of Smart Society 2019. Diakses di <https://bojonegorokab.go.id/berita/4156/bojonegoro-raih-penghargaan-best-of-smart-society-2019%20pada%2011%20Februari%202025> pada 11 Februari 2025.
- Kabupaten Gunungkidul. (2023). Gunungkidul Raih Predikat Implementasi Program Smart City Terbaik Kategori Smart Branding Dan Smart Society 2023. Diakses di <https://smartcity.gunungkidulkab.go.id/2023/12/11/gunungkidul-raih-predikat-implementasi-program-smart-city-terbaik-kategori-smart-branding-dan-smart-society-2023/> pada 11 Februari 2025.
- Kabupaten Wonogiri. (2022). Pemkab Wonogiri Raih Penghargaan Program Smart City Terbaik Untuk Kategori Kawasan Pariwisata Prioritas Nasional Tahun 2022. Diakses di <https://wonogirikab.go.id/pemkab-wonogiri-raih-penghargaan-program-smart-city-terbaik-untuk-kategori-kawasan-pariwisata-prioritas-nasional-tahun-2022/> pada 11 Februari 2025.
- Karlina, Ice., Nina Kurniah & Mona Ardina. (2018). Media Berbasis Information and Communication Technology (ICT) Dalam Pembelajaran Sains Pada Anak Usia Dini. *Jurnal Ilmiah Potensia*, 2018, Vol. 3 (1), 24-35.
- Kasali Rhenald. (2015). *City Branding Perlu Dukungan Pusat*. Diakses di <https://www.ciputra.ac.id/library/city-branding-perlu-dukungan-pusat/> pada 8 Februari 2025.
- Kaur, H.; Garg, P. (2019). Urban sustainability assessment tools: A review. *J. Clean. Prod.*
- Kemenkominfo. (2017). Buku Panduan Penyusunan Masterplan Smart City 2017 Gerakan Menuju 100 Smart City. Jakarta: Kemenkominfo.
- Kemenkominfo. (2022). Status Literasi Digital di Indonesia 2022.

- Kementerian Investasi. (2024). Siaran Pers: Daya Saing Indonesia Capai Peringkat Terbaik Sepanjang Sejarah. Diakses di <https://www.bkpm.go.id/id/info/siaran-pers/daya-saing-indonesia-capai-peringkat-terbaik-sepanjang-sejarah> pada Juli 2025.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2022). Kesenian dan Kebudayaan di Kota Samarinda. Diakses di <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbkalim/kesenian-dan-kebudayaan-di-kota-samarinda/> pada Mei 2025.
- Khan, M., Babar, M., Ahmed, S. H., Shah, S. C., & Han, K. (2017). Smart city designing and planning based on big data analytics. *Sustainable cities and society*, 35, 271-279.
- Kholifah, A. N., Sholikhah, I. M., & Wardani, E. (2021). Power and Branding: Language Commodification of Tourist Resorts. *Humanus: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Humaniora*, 20(1), 21–35. <https://doi.org/10.24036/humanus.v20i1.111026>
- Knox, Paul. L., & Marston, S. A. (2002). *Human Geography Places and Regions in Global Context*. New Jersey: Pearson Education.
- Komdigi. (2024). Digitalisasi Dorong Ekonomi Inklusif Usaha ‘Wong Cilik’. Diakses di <https://www.komdigi.go.id/> pada April 2025.
- Kominfo Denpasar. (2020). Denpasar Peringkat Tertinggi Program Gerakan Menuju 100 Smart City Tahun 2020. Diakses di <https://www.instagram.com/kominfosdenpasar/> pada 11 Februari 2025.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kowaas, Reimond., Jeane Cicilia Syamsia & Deske W. Mandagi. (2023). The Antecedents Of An Effective City Branding: A Comprehensive Systematic Review. *Jurnal Ekonomi, Volume 12, No 04*.
- Kraus, S., Richter, C., Papagiannidis, S., et al., (2015). Innovating and exploiting entrepreneurial opportunities in smart cities: Evidence from Germany. *Creativity and Innovation Management*, 24(4), 601–616. Doi: <https://doi.org/10.1111/caim.12154>
- Kreijnsa, K., van Acker, F., Vermeulend, M., & van Buuren, H. (2014). What stimulates teachers to integrate ICT in their pedagogical practices? The use of digital learning materials in education. *Computers in Human Behavior*, 29(1).
- Krismayani, Ika & Mafar, Fiqru. (2024). Tren Pencarian Informasi Masyarakat Indonesia Menggunakan Google Search Engine. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi dan Kearsipan*, 10 (1).



- Kusumawardhani, Yuviani. (2020). Kajian 14 Pillar Pada Travel and Tourism Competitiveness Indes (TTCI) Sebagai Indikator Daya Saing Pariwisata Suatu Negara. *Tourism Scientific Journal Vol. 6 No. 1*.
- Laba, Semara, dan Tunjungsari. (2018). Dampak Terpaan Informasi Media Digital Terhadap Perkembangan Pariwisata Dan Perilaku Masyarakat Bali. *Jurnal Kajian Bali*, 8(02).
- Landra, J.U & J. S. Setyono. (2012). Perkembangan Sosial Ekonomi Kota Kecil Di Jawa Tengah. *Jurnal Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, Vol 1(1). <https://doi.org/10.14710/tpwk.2012.632>
- Lara, A. P., Da Costa, E. M., Furlani, T. Z., & Yigitcanlar, T. (2016). Smartness that matters: Towards a comprehensive and human-centred characterisation of smart cities. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 2(1).
- Lebang Christian G., Gatra Priyandita & Trissia Wijaya. (2023) *Transformasi Digital Indonesia (Kondisi Terkini dan Proyeksi)*. Jakarta: Laboratorium Indonesia 2045.
- Ledford, J. L. (2009). *Search Engine Oprimization*. Canada: Wiley Publishing inc.
- Lewandowski, H. (2014). Evaluating the Retrieval Effectiveness of Web Search Engines Using a Representative Query Sample. *Journal of the American Society for Information Science and Technolog*, 66(9).
- Liem, Yoseph & Mahagarmitha, Rilia R. (2019). Habitat Perkotaan di Kota Kupang. *Jurnal ATRIUM*, 5(1).
- Lim, Y., Edelenbos, J., & Gianoli, A. (2019). Identifying the results of smart city development: Findings from systematic literature review. *Cities*, 95. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2019.102397>
- Lim, Yirang, Jurian Edelenbos & Alberto Gianoli. (2024). What is the impact of smart city development? Empirical evidence from a Smart City Impact Indeks. *Urban Governance 4*. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.ugj.2023.11.003>
- Lopez, Viktorianus Mahendra., Jusuf, Eddy & Juanim. (2024). Strategi Branding Kota Kupang Melalui Pendekatan Memorable Tourism Experience dan Tourism Product Characteristics. *Jurnal Communio: Jurnal Ilmu Komunikasi 13(2)*.
- Lumbantoruan, Walbiden. 2001. Pendekatan Geografi Sebagai Ciri Khas Ilmu Geografi. *Jurnal Pendidikan Science*.
- Luthfi, Adhiimsyah & Widyaningrat Aldila I. (2018). Konsep *City Branding* Sebuah Pendekatan “The City Brand Hexagon” Pada Pembentukan Identitas Kota. Seminar

Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

- Ma, Wenting., Daam Schraven., Marck de B., Martin de Jong & Haiyan Lu. (2019). Tracing the Origins of Place Branding Research: A Bibliometric Study of Concepts in Use (1980–2018). *Sustainability*.
- Mahesa, R., Yudoko, G., and Anggoro, Y. (2019). Dataset on the sustainable smart city development in indonesia. *Data in Brief*, page 104098.
- Mandic', A.& Pranic'evic', D.G. (2019). Progress on the role of ICTs in establishing destination appeal. *J. Hosp. Tour. Techno*, 10.
- Manggalou, Singgih., Binti Azizaton N., Yulinda U., & Avela Dewi. (2023). Smart City Development Strategy of Wonogiri Regency. *International Journal of Science, Technology & Management* 4(6).
- Mardiana, Ana., Puspitasari, Imelda & Lubis Siti Khodijah. (2013). Membandingkan Tiga Besar Search Engine. Konferensi Nasional Sistem Informasi STMIK Bumigora.
- Mariah, R., Fahrizal, E., & Olivia, S. (2023). Analisis Aksesibilitas pada Situs Cagar Budaya Kompleks Makam Sultan Al-Malik Ash-Shalih. Prosiding Seminar Nasional Teknik Sipil Dan Arsitektur (Senastesia), 1, 4.
- Martel, Frederic. (2022). Long Live the Smart, Sustainable and Creative City. *Zurich Centre for Creative Economies*.
- Mazaya, almas Izza & Faridatussalam, Sitti Restno. (2023). Analisis Potensi Unggulan Dan Daya Saing Sektor Pertanian Di Kota Samarinda Dan Kota Balikpapan. *Jurnal Inovasi Pembangunan-Jurnal Kelitbangan*, 11(3).
- Megawati, Suci., Mernawati, M. Farid Ma'ruf, Trenda A.O., Deby F.O., & Ahmad Nizar H. (2023). Jeneponto Smart Branding (JSB) Program Implementation in Jeneponto Regency, South Sulawesi Indonesia. *Technium Social Sciences Journal Vol. 50*.
- Mićić, L. (2017). Digital Transformation and Its Influence on GDP. *Economics*, 5(2), 135–147. <https://doi.org/10.1515/eoik-2017-0028>
- Mikulic, Josip; MiliÄevic, Katarina; Kresic, Damir. (2016). The relationship between brand strength and tourism intensity: empirical evidence from the EU capital cities. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research; Bradford Vol. 10, Iss. 1, 14-23*.
- Miliniillo, Sebastian, Anaya-Sánchez R., Morrison, A & Coca-Stefaniak A. (2019). Smart City Communication Via Social Media:Analysing Residents' And Visitors' Engagement. *Cities* 94.



- Minggra, R. (2020). Kajian Penanda Identitas Sebagai Grafis Pada Ruang Luar Dan Bagian Dari Wayfinding System Kawasan. *Jurnal Arsitektur ZONASI*, 3(1), 11–19.
- Mohamad, B., Adetunji, R.R., Alarifi, G., Ismail, A.R. & Akanmu, M.D. (2022). A visual identity-based approach of Southeast Asian city branding: A netnography analysis. *Journal of ASEAN Studies*, 10(1), 21–42. Doi: <https://doi.org/10.21512/jas.v10i1.7330>
- Molinillo, S., Anaya-Sánchez, R., Morrison, A. M., & Coca-Stefaniak, J. A. (2019). Smart city communication via social media: Analysing residents' and visitors' engagement. *Cities*, 94, 247-255.
- Morgan, N. (2012). Time for ‘mindful’ destination management and marketing. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1(1–2). <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2012.07.003>
- Mumpuni, Asih. (2010). Analisis Pola Perkembangan Fungsi Wilayah Kota Surakarta Tahun 1995-2005. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Munajad, Arief. (2024). Top City Branding Award dan Top Government Leader For Personal Branding Award 2022 Berlangsung Sukses. Diakses di <https://suarapemerintah.id/2022/01/top-city-branding-award-dan-top-government-leader-for-personal-branding-award-2022-berlangsung-sukses/> pada 16 Februari 2024.
- Munawaroh, Al., Aziz M.F., Ridhoi, Reno., Pramudito, Tri D. & Pranoto, Wawan J. (2023). Implementasi E-Government Berbasis Aplikasi Santer Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik Di Kota Samarinda. *Jurnal Insan Pengabdian Indonesia (JOUPI)*, 1(4).
- Muslimah, Tikka., Dida Sussane & Setiyanti, Y. (2021). *City Branding* Pariwisata Dalam Media Sosial. *Jurnal Acta Diurna*, 17(2). Doi: <http://dx.doi.org/10.20884/1.actadiurna.2021.17.2.4087>
- Muta'ali, Luthfi. (2019). *Kota Berkelanjutan (Kasus Kota Hijau, Ruang Terbuka Hijau dan Adipura di Indonesia)*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Geografi.
- Nandi. (2010). Dampak Teknologi Informasi Terhadap Perubahan Struktur Kota Dan Sistem Transportasi. *Jurnal Geografi Gea*, Vol 10(2).
- Natanegara, Amira Husna. (2023). “Mungkinkah Perdesaan Kejar Kesenjangan dengan Perkotaan?”. Diakses di <https://www.cnbcindonesia.com/opini/20230706170708-14-452017/mungkinkah-perdesaan-kejar-kesenjangan-dengan-perkotaan> pada 19 November 2024.



- Neuhof, B.; Buhalis, D.; Ladkin, A. (2012). Conceptualising Technology Enhanced Destination Experiences. *Journal Destin Mark Manag*, 1.
- Njatrijani, Rinitami. (2018). Kearifan Lokal Dalam Perspektif Budaya Kota Semarang. *Gema Keadilan*, 5(1).
- Noya, Aksa. (2020). City Branding Ambon City of Music sebagai Folk Music Identity di Maluku. *Restital*, 21(3).
- Nurhalijah, Siti D., Cahyati, Nina., Romadhona, Arin., Maulani N., & Rahayu, M.S. (2024). Analisis Korelasi Spearman Untuk Mengetahui Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial Dan Tingkat Produktivitas Akademis Mahasiswa Agribisnis (Studi Kasus : Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Agustus 2024, 10 (16).
- Nuryasman MN. (2008). Menggali Dan Mengembangkan Potensi Daerah Dalam Perwujudan Otonomi Daerah “Perspektif Konseptual”. *Jurnal Ekonomi No.3*.
- O'connor, P. (1999). *Electronic Information Distribution in Tourism Hospitality*. Oxford. CABI.
- Organization for Economic Cooperation and Development (OECD). (2019). The OECD Programme on Smart Cities and Inclusive Growth. Diakses di <https://www.oecd.org/en/about/programmes/the-oecd-programme-on-smart-cities-and-inclusive-growth0.html> pada 18 Februari 2025.
- Palupi, Santi., Adi, A., & Nur, Dewa Sagita. (2023). Sungai Kapuas sebagai Destinasi Wisata Unggulan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(3).
- Pandansari, Dyah Ayu., Eko Priyo P., & Aulia Nur Kasiwi. (2020). Dinamika *City Branding* Kota Surakarta Dalam Menarik Minat Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja* 46(1).
- Pasquinelli, C., Trunfio, M., Bellini, N., & Rossi, S. (2022). Reimagining Urban Destinations: Adaptive and Transformative City Brand Attributes and Values in the Pandemic Crisis. *Cities*, 124, 103621.
- Pemerintah Kota Denpasar. (2023). “Dua Warisan Budaya Denpasar Ditetapkan Jadi WBTB Indonesia Tahun 2023”. Diakses di <https://www.denpasarkota.go.id/berita/dua-warisan-budaya-denpasar-ditetapkan-jadi-wbtb-indonesia-tahun-2023> pada Mei 2025.
- Pemerintah Kota Kediri. (2014). Potensi Kota Kediri. Diakses di <https://www.kedirikota.go.id/page/investasi/14> pada Mei 2025.

- Pemerintah Kota Kediri. (2018). Bidang Industri, Perdagangan dan Pengembangan Usaha. Diakses di <https://www.kedirikota.go.id/> pada Mei 2025.
- Pemerintah Kota Kediri. (2019). *Masterplan Smart City Kota Kediri Tahun 2019-2025*. Kediri: Pemerintah Kota Kediri.
- Pemerintah Kota Samarinda. (2017). Buku I Masterplan Smart City Kota Samarinda. Samarinda: Pemerintah Kota Samarinda.
- Pemerintah Kota Surakarta. (2022). Tradiri Khas di Kota Solo. Diakses di <https://elingsolo.com/Portal/beritaSingle/148> pada Mei 2025.
- Peraturan Daerah Provinsi Bali No.5 Tahun 2005 Tentang Persyaratan Arsitektur Bangunan Gedung Di Bali.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 48 Tahun 2014 tentang Masterplan Percepatan dan perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia 2011-2025.
- Persada, Citra., Kesuma, Yunita & Fadhilah R. (2019). A City Branding Framework in Regional Development Planning: The Case Study of Pringsewu Regency, Lampung Province, Indonesia. 55th ISOCARP World Planning Congress Jakarta-Bogor, Indonesia International Society of City and Regional Planners.
- Popescu, G. H. (2015). The Economic Value Of Smart City Technology. *Economics, Management, And Financial Markets*, 10(4), 76-82.
- Porter, M. E. and Heppelmann, J. E. (2014). How Smart, Connected Products Are Transforming Competition. *Harvard Business Review*, Vol. 92 No. 11, pp. 64-88.
- PPID Kota Samarinda. (2025). Wujudkan Transportasi Ideal, Samarinda Dapat Dukungan Program Kerja Sama Bappenas dan Pemerintah Korea. Diakses di <https://ppid.samarindakota.go.id/> pada Mei 2025.
- PPID Kota Semarang. (2024). Profil Kota Semarang. Diakses di <https://ppid.semarangkota.go.id/profil-kota-semarang/> pada Mei 2025.
- Prakoso, BD. (2020). Pengaruh *City Branding* Dan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Di Lumpur Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 08 (01).
- Prasetya, A.J.,& Laksono,Y.T. (2021). City Branding in Jember: Perspective An alysis of Visitors. *Procedia Business and Finansial Technology,I*. Doi: <https://doi.org/10.47494/pbft.2021.1.15>
- Prathama, Argha Y. (2021). City Branding, Representasi Kotakah?. Prosiding Seminar Nasional - Pusaran Urban I.



- Pratiknya. (2007). Pengembangan Kawasan Industri Dalam Meningkatkan Investasi di Kota Semarang. Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Pratiwi, Eka Surya. (2019). Kajian Konsep City Branding Kota Pekanbaru. Skripsi. Riau: Fakultas Teknik Universitas Islam Riau.
- Prayudi., Kartika Ayu, A., & Ninik Probosari. (2022). Branding the Creative City of Design: Lesson from Singapore. *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 20 No. 3*. Doi: <https://doi.org/10.31315/jik.v20i3.8331>
- Priporas, C.-V., Stylos, N., & Kamenidou, I. (Eirini). (2020). City Image, City Brand Personality and Generation Z Residents' Life Satisfaction Under Economic Crisis: Predictors of City-Related Social Media Engagement. *Journal of Business Research*, 119, 453–463.
- Putra, Putu Pendi Amdika. (2021). Strategi City Branding Kota Denpasar “The Heartofbali” Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Ke Museum Bali. Seminar Nasional Pertumbuhan Ekonomi, 2(1).
- Putra, Yudiarto Perdana & Heryanto, Budi. (2017). Pemetaan Kepemilikan Badan Hukum Dan Tingkat Penggunaan Teknologi Informasi Pada UMKM (Studi Pada Kelurahan Pojok Kecamatan Mojoroto – Kota Kediri). *Ekonika*, 1(2).
- Putri, Shinta P. (2023). Pengaruh Smart City Dalam Menentukan Keberhasilan City Branding Pada Kelompok Target Penduduk Di Kota Surabaya. *Jurnal Arisp Rekayasa Sipil dan Perencanaan (JARSP)*, 6(1).
- Putro, Saptono. (2009). Pemodelan Tingkat Pelayanan Jalan (Level Of Services) Berbasis Sistem Informasi Geografis Untuk Mengurai Kemacetan Lalu Lintas Kota Semarang. *Jurnal Geografi*.
- Qi, Shanshan. (2021). Smart Tourism Development in Small and Medium Cities: The Case of Macao. *Journal of Smart Tourism Vol. 1 No. 2*.
- Rachmatarwata, Isa. (2020). “Strategi Komunikasi: Membangun *Brand Awareness* Lelang Indonesia”. Webinar Kementerian Keuangan: Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. Diakses di <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-jatim/baca-berita/22234/Pentingnya-Strategi-Branding-untuk-Tingkatkan-Layanan-Publik.html> pada 16 Februari 2024.
- Rachmawati, R. dkk. (2020). Various ICT-based applications and their uses to support smart city implementation in the Regency of Blora. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 200, p. 07004). EDP Sciences.



- Rachmawati, R., R. Rijanta & Achmad Djunaedi. (2015). Location Decentralization Due to the Use of Information and Communication Technology: Empirical Evidence from Yogyakarta, Indonesia. *Hum. Geogr. J. Stud. Res. Hum. Geogr* 9, 5–15.
- Rachmawati, Rini. (2014). *Pengembangan Perkotaan dalam Era Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Rachmawati, Rini. (2018). Pengembangan Smart Village untuk Penguatan *Smart City* dan *Smart Regency*. *Jurnal Sistem Cerdas* Vol. 1 No. 2.
- Rachmawati, Rini. (2019a). ICT-Based Innovation in the Smart City Masterplan and Its Relation to Regional Planning. *The 4rd International Conference in Planning in the 2019 Era of Uncertainty IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science*.
- Rachmawati, Rini. (2019b). Toward Better City Management Through Smart City Implementation. *Human Geographies – Journal of Studies and Research in Human Geography* Vol. 13 No. 2.
- Rachmawati, Rini. (2021). The Implementation Of Smart City Through Android-Based Device: "Klaten Smart City Application". *The 3rd International Conference on Smart City Innovation IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science*.
- Rachmawati, Rini., Anindya P.E.S., Prananta R., Tria Sofie & M. Yudha A. (2024). Sustainable Regional Development Through the Development of Smart Village and Smart Branding: A Case Study of Bangsri Village, Blora Regency. *Jurnal Sistem Ceras* Vol.7, No.2. Doi: <https://doi.org/10.37396/jsc.v7i2.441>
- Rachmawati, Rini., Imami, Q., Rinawati, D. A., & Wibowo, A. D. (2020). Urban environmental management: an effort toward Magelang smart city. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 451(1), 012029. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/451/1/012029>
- Radchenko, Karina. (2023). The Economic And Social Impacts Of Smart Cities: Multistakeholder Pre-Study Results. *Smart Cities and Regional Development Journal* 7(12).
- Rafa, Siti., Febrianti A., & Ghofur. (2022). Government fitur Aplikasi E-Plesiran kota Tangerang dan Solo Destinations dengan studi Smart Branding. *Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*, 32(1).
- Rahman, F. A., Wijayanto, I. N. A., & Silmina, J. M. (2015). Aspek hukum regional branding dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek dan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang hak cipta (Studi kasus Jogja

- Istimewa sebagai brand Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Penelitian Hukum*, 2(3).
- Rahmanda, Rifki., Utie Lies Siti K., Cecep Ucu R. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Penerapan Konsep Smart Tourism Di Kabupaten Pangandaran. *JUMPA* Volume 7, Nomor 1.
- Rahmanto, A. N. (2022). Branding for province: is it useful? Study on branding communications of Jateng Gayeng in the Ganjar Pranowo's leadership. *Informasi*, 52(1), 23-46. Doi: <https://doi.org/10.21831/informasi.v52i1.46370>
- Rahmi, Lela A. (2023). Tinjauan Pertumbuhan Populasi Kota Sedang Dan Kota Kecil Di Indonesia Periode Tahun 2000-2020. *Journal Of Architecture Innovation*, Vol 7(1).
- Rainisto, S. K. (2003). *Success Factors of Place Marketing: A Study of Place Marketing Practices in Northern Europe and The United States*. Doctoral Dissertation, Helsinki University of Technology, Finland.
- Ramadhan, A. H., Suharyono, S., & Kumadji, S. (2015). Pengaruh City Branding Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei Pada Wisatawan Kota Surabaya 2015). *Jurnal Administrasi Bisnis* (JAB), 28(1).
- Ramadhani, I. S., & Indradjati, P. N. (2023). Toward Contemporary City Branding in the Digital Era: Conceptualizing the Acceptability of City Branding on Social Media. *Open House International*, 48(4), 666–682. <https://doi.org/10.1108/OHI-08-2022-0213>.
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Tahun 2015—2019.
- Retnoningtyas, Dyah A & Handayeni, Ketut Dewi M. (2020). Kajian Preferensi Angkutan Umum di Kota Kediri dengan Pendekatan IPA (Importance Performance Analysis). *Jurnal Teknik ITS*, 9(2).
- Rialita, Agnes J., Nikmah, Amantun N., & Aeni, Nur. (2024). Peran Pemasaran Digital Dalam Pengembangan Pariwisata Kota Metro. *Jurnal on Education*, Vol 7(1).
- Rifayanti, R., Kristina, G., Doni Sri R., Setiani, R., & Welha Three P. (2017). Filosofi Sarung Tenun Samarinda Sebagai Simbol Dan
- Riyanto M. & Kovalenko Vitalina. (2023). Partisipasi Masyarakat Menuju Negara Kesejahteraan: Memahami Pentingnya Peran Aktif Masyarakat Dalam Mewujudkan Kesejahteraan. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia* 5(2).
- Riza, Müge., Naciye Doratli & Mukaddes Fasli. (2012). City Branding and Identity. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 35 (2012) 293 – 300.



- Rizkinaswara, L. (2022). Gerakan Menuju 100 Smart City. Aptika Kominfo. <https://aptika.kominfo.go.id/2022/07/gerakan-menuju-100-smart-city-2/>
- Rohmah, Wirda., Ramadhani, Marina & Winarno, Budi. (2024). Pentingnya Integrasi Transportasi Publik di Kota Surakarta Sebagai Kota Urbanisasi di Jawa Tengah. *Jurnal Bengawan Solo : Pusat Kajian Riset dan Inovasi Daerah Kota Surakarta*, 3(1).
- Rohman, T., Susanto T.D., & Rizkiantono R.E. (2019). Smart Branding Indicators Identification In Indonesian Smart Cities. *International Conference on Vocational Innovation and Applied Sciences*.
- Rowley, J. (2004). Online Branding. *Online Information Review*. 28(2).
- Rumlawang, Francis Y & Adela Toaman. (2007). Analisis Faktor Studi Kasus : Untuk Mengetahui Faktor-Faktor Dasar Yang Mempengaruhi Pelayanan Pada Fmipa Unpatti. *Burekeng Vol.1, No.2*.
- Rusandi & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. Al-Ubudiyah: *Jurnal Pendidikan dan Studi Islam (2021) 2(1)*.
- Salamah, Ummi & Yananda, Muhammad R. (2018). Constructing A Smart City Brand Identity: The Case of South Constructing A Smart City Brand Identity: The Case of South Tangerang. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(3).
- Salshabilla, R. A., & Wahyuni, I. I. (2022). Strategi City Branding Dalam Mewujudkan Smart City Di Kabupaten Sumedang. *Medium*, 10(1), 1-18.
- Santi, Anis Epita & Aji, Gilang Gusti. (2019). Strategi *City Branding* Kota Kediri Melalui “Harmoni Kediri : The Service City”. *Commercium*, 2(2).
- Santika, Alfiyawati. (2021). Analisis Online City Branding Kota Cirebon “The Gate Of Secret” Oleh Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan, & Pariwisata. Yogyakarta: UII.
- Santoso, Anang D., Januar E.K., & Annada N. (2024) Writing about Smart Cities in Indonesia: A Bibliometric Analysis. *Journal of Regional and City Planning*. Doi: 10.5614/jpwk.2024.35.1.4
- Sarma, S., & Sunny, S. A. (2017). Civic entrepreneurial ecosystems: Smart city emergence in Kansas City. *The Generative Potential of Emerging Technology*, 60(6), 843–853.
- Satria, Firmanda & Fadillah. Konsep City Branding Dan Identifikasi Nilai Lokal Pada Kota-Kota Indonesia Dalam Mendukung *Nation Branding* Indonesia. *Jurnal Desain*, 8(2). Doi: <http://dx.doi.org/10.30998/jd.v8i2.8118>



- Saygin, Muhammet. (2023). Competitiveness Of The Cities: Branding And Positioning. *Internasional Journal of Professional Business Review*. Doi: <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i6.2210>
- Senggae, Alfred. (2025). “Kupang Menuju Kota Modern Berbasis Komunitas”. Diakses di <https://www.rri.co.id/daerah/1461693/kupang-menuju-kota-modern-berbasis-komunitas> pada Januari 2025.
- Şentürk, E. E. & Kartal, C. (2024). The Role of City Brands in National Branding, *Kent Akademisi Dergisi*, 18(1). <https://doi.org/10.35674/kent.1499601>
- Septianto, Andika., Suyono, Rudi S., & Sulandari, Eti. (2018). Studi Angkutan Pemukiman Di Kota Pontianak (Studi Kasus: Kelurahan Tanjung Hulu Kecamatan Pontianak Timur). *JeLAST:Jurnal PWK, Laut, Sipil, Tambang*.
- Setiadi Amos dkk. (2021). City Tourism Branding Resilience During The Covid-19 Pandemic In Yogyakarta, Indonesia. *SPATIUM* 45 1-8.
- Setianingsih, Novie A., & Setiadi, Arvieka S. (2022). Pengaruh Prodamas Plus Terhadap Peningkatan Perekonomian Kota Kediri. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1).
- Setiawan, Irfan & Aindita, elfrida T. (2022). Penerapan Konsep *Smart City* dalam Tata Kelola Pemerintahan Kota Semarang. *Jurnal Ailmiah Administrasi Pemerintahan Daerah*, 14(1).
- Shahid, K., Hassan, M., Husnain, A., & Mukhtar, S. (n.d.). Information and Communication Technologies for New Generation of Sustainable Smart Cities. www.intechopen.com
- Simarmata, J. 2010. *Rekayasa Web*. Yogyakarta: Andi.
- Singh, R. L., & Singh, P. K. (2017). Global environmental problems. *Principles and applications of environmental biotechnology for a sustainable future*, 13-41.
- Sofie, T., & Rachmawati, R. (2024). The Role of Government in the Implementation of Smart Branding in Blora Regency. *Jurnal Bina Praja*, 16(2), 261–278. <https://doi.org/10.21787/jbp.16.2024.261278>
- Steve, Master., Somayeh Amiri & Tara Kamangar. (2021). *Smart Branding (Smart Marketing Book Series)*. Canada: Silk Road Publishing.
- SuaraPemerintah TV. (2022). Top City Branding Award dan Top Government Leader For Personal Branding Award 2022. Diakses di <https://www.youtube.com/watch?v=s0n0k7xuTmo> pada 16 Februari 2024.



- SuaraPemerintah.ID, & TRAS N CO Indonesia. (2022). Top City Branding Award dan Top Government Leader For Personal Branding Award 2022 Berlangsung Sukses. SuaraPemerintah.ID. <https://suarapemerintah.id/2022/01/top-city-branding-award-dan-topgovernment-leader-for-personal-branding-award-2022-berlangsung-sukses/>
- Subawa, Nyoman Sri & Leonita, I Gusti. (2024). Transformasi Pelayanan Digital Dalam Pariwisata Bali: Studi Kasus Aplikasi Denpasar Prama Sewaka. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, Vol 21(2).
- Sudaryono, Lucianus. (2013). Terapan Pendekatan Keruangan dalam Penelitian Geografi. *Jurnal Geografi, Volume 11 Nomor 22*. <https://statik.unesa.ac.id/>
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujiatmi, Sri., Eko Eddy, S., Diryo Suparto & Meida Rachmawati. (2023). Revitalizing the Branding of Tegal City as the Japanese of Indonesia. *Jurnal Bina Praja* 15(1).
Doi: <https://doi.org/10.21787/jbp.15.2023.15-27>
- Sukmaraga, A. A., & Nirwana, A. (2016). City Branding: Sebuah Tinjauan Metodologis dengan Pendekatan Elaboratif, Praktis, dan Ilmiah. *JADECS (Journal of Art, Design, Art Education & Cultural Studies)*, 1(1).
- Sukmaraga, Ayyub A., & Nirwana, Aditya. (2016). City Branding : Sebuah Tinjauan Metodologis Dengan Pendekatan Elaboratif, Praktis, Dan Ilmiah. *Journal of Art, Design, Art Education & Culture Studies* 1 (1).
- Sukono, Widiyanto, Herri & Supriyanto, Arseto E. (2023). Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Warisan Budaya di Kota Surakarta. *Jurnal Bengawan Solo: Pusat Kajian Riset dan Inovasi Daerah Kota Surakarta*, 2(2).
- Sulistiana A., Ade Sudarma & Leonita Siwiyanti. (2024). Analysis of City Branding and Smart City on The Decision to Visit Geopark Ciletuh Sukabumi. *Sinomic Journal* 3(4). Doi: <https://doi.org/10.54443/sj.v3i4.395>
- Sulistyaningsih, Tri., Rika Ayu P., & Umi Kulsum. (2023). Smart City Policy: Strategy and Implementation to Realize Smart Urban Governance in Indonesia. *Journal of Governance and Public Policy* Vol.10 No.2.
- Sulistyawati, W., Wahyudi, Trinuryono, S. (2022). Analisis (Deskriptif Kuantitatif) Motivasi Belajar Siswa dengan Model *Blended Learning* di Masa Pandemi Covid-19. *Kadikma*, 13(1), 68—73.
- Susanto, A., dkk. (2022). Dukungan Pemerintah Pusat dalam Pembangunan Transportasi di Daerah. *Jurnal Pembangunan Nasional*, 19(3).



- Susanto, Ari. (2021). Pelaksanaan *Smart Branding* Melalui Manajemen Pariwisata Dalam Upaya Peningkatan Pariwisata Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Indonesia* Vol. 6, Special Issue No. 2.
- Suyanto, Budi & Myrza Rahmanita. (2024). Pemetaan Pemangku Kepentingan: Analisis Visual Branding Untuk Meningkatkan Keterlibatan Masyarakat Di Kota Cirebon. *Jurnal Dimensi* 20(2).
- Syabhana, B., Yananda, R. M., Baresby, R. A., Haryadi, R., & Salama, U. (2014). Branding Tempat Membangun Kota, Kabupaten, dan Propinsi Berbasis Identitas (R. M. Yananda & U. Salamah (eds.)). Makna Informasi.
- Syativa, Roro A., Kusuma, Aji R., & Rande, Santi. (2022). Efektivitas Revitalisasi Kawasan Citra Niaga Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Publik*, 9(4).
- Syifa Adristi N., Evanny Sinviana I.W., Midori Reiginina Y., Reni Sara I., & Adek Media. (2024). Kesenjangan Digital Dan Akses Internet Di Kabupaten Katingan: Studi Kasus Pada Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Kaganga Vol. 8 No.1*.
- Thomas, M. B., Fay, D. L., & Berry, F. S. (2021): More than a logo: Branding viewpoints from city managers leading to testable propositions. *Public Performance & Management Review*, Doi: 10.1080/15309576.2021.1897634
- Townsend, A. M. (2013). *Smart Cities: Big Data, Civic Hackers, and the Quest for a New Utopia*. W. W. Norton & Company, New York.
- Tubuludji Robin., Tapatfeto Jasinta D., & Matta Rosdiana. (2018). Penataan Area Slum Pedagang Ikan Basah Pantai Pasir Panjang Sebagai Objek Wisata Pesisir Dan Kuliner Kota Kupang. *Jurnal Akuntansi (JA)*, 5(2).
- Ulimaz, Mega. (2021). Pengaruh Elemen Branding Kota Terhadap Tingkat Keamanan Di Balikpapan. *Jurnal Plano Madani* 10(1).
- Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Urban, Glen L. (2004). *Digital Marketing Strategy (Text and Cases)*. Penerbit: Pearson Prentice Hall.
- Wahyudi, Meydheana P. & Devi Triwidya Sitaresmi. (2023). Analisis Elemen Citra Kota Terhadap Peningkatan Dimensi Smart Branding pada Penerapan Konsep Smart City di Kota Balikpapan. *Ruang* Vol.9 No. 2.
- Wang, Y. and Feng, D. (William) (2023) 'History, modernity, and city branding in China: a multimodal critical discourse analysis of Xi'an's promotional videos on social media', *Social Semiotics*, 33(2), pp. 402–425.



- Wang, Ruoyu., Cleland, Claire L., Weir Ruth., McManus, S., Martire, A., Grekousis, G., Bryan, D., & Hunter, R. (2024). Rethinking the association between green space and crime using spatial quantile regression modelling: Do vegetation type, crime type, and crime rates matter?. *Urban Forestry & Urban Greening*. <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2024.128523>
- Waratmanto. 2014. Analisis Faktor Dan Penerapannya Dalam Mengidentifikasi Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Penjualan Media Pembelajaran. Yogyakarta: UNY.
- Watkins, Mark dkk. (2018). Digital Tourism as a Key Factor in the Development of the Economy. *Economic Annals-XXI* 169(1).
- Wiagustini, Ni Luh Putu., Mustanda I Ketut., Meydianawathi, G, L., & Abundanti, Nyoman. (2023). Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan, 10(2).
- Wibowo, Bagus Y., & Arrezqi Misbakhul. (2023). Digital Marketing of Brand Awareness (At Daikin Kota Semarang). *Indonesian Journal of Business Analytics (IJBA) Vol. 3(2)*.
- Widiastuti, Tuti, Eli Jamilah Mihadja & Prima Mulyasari Agustini. (2020). Smart City Branding Strategy of the Samarinda in East Kalimantan. *Proceedings of the Second International Conference on Social, Economy, Education and Humanity (ICoSEEH 2019) - Sustainable Development in Developing Country for Facing Industrial Revolution 4.0*.
- Widiyanti, N. & Dewanti, D. S. (2017). Analisis Pengaruh Jumlah Obyek Wisata, PDRB, Jumlah Hotel, Jumlah Restoran dan Rumah Makan, Terhadap Pendapatan Asli Daerah Sektor Pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2010-2015. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 1(2), 101-109.
- Widiyastuti Inasari, Nupikso Daru, Putra Novian A., & Intanny Vieka A. (2021). Smart Sustainable City Framework: Usulan Model Kota Cerdas Yang Berkelanjutan Dan Integratif. *Jurnal PIKOM Vol 22(1)*.
- Widjaja, Andree E., Hery & Riswan E Tarigan. (2016). Meningkatkan Potensi Pariwisata Danau Toba Melalui Konsep *Smart Tourism*: Aplikasi Dan Tantangannya. *Prosiding Seminar Nasional Inovasi dan Teknologi Informasi SNITI- 3*.
- Wijaya, I Wayan S., & Tejawati, Ni Luh Putu. (2021). Dinamika Transportasi Umum di Kota Denpasar tahun 1992-2018. *Jurnal Nirwasita*, 1(2).
- Wikan, Asmono., Kartika R., Salsabila A., Vardya R., Fera R., Budiharto & Wiradi Hendra. (2019). *PR Indonesia; Edisi 53*. Jakarta: PT Media Piar Indonesia.



- Winoto, Suhartono., Ima Kumalasari & Ulfa Binada. (2023). Analisis Perencanaan Pengembangan “Smart Branding” Kota Malang. *Jurnal Pangripta* Vol.6 No.2. Doi : <https://doi.org/10.58411/pangripta.v6i2.221>
- World Competitiveness Center. (2024). World Digital Competitiveness Ranking 2024. Diakses di <https://imd.widen.net/s/xvhldkrrkw/20241111-wcc-digital-report-2024-wip> pada Juli 2025.
- World Economic Forum (WEF). (2023). Why Developing Nations Are Defining The Smart Cities Of The Future. Diakses di <https://www.weforum.org/stories/2023/01/smart-cities-developing-nations-davos23/> pada 18 Februari 2025.
- Xiao, Y., & Watson, M. (2019). Guidance on conducting a systematic literature review. *Journal of Planning Education and Research*, 39(1), 93–112. <https://doi.org/10.1177/0739456X17723971>.
- Yananda, M. Rahmat & Salamah, Umami. (2014). *Branding Tempat: Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta: Makna Informasi.
- Yaphyaputra, V., & Maichal, D. (2018). The Influence Of Brand Awareness And Brand Image On The Purchase Decision Of Sealantwax Products In Surabaya. In Performa. *Journal of Management and Business Start-Up* Vol. 3(2).
- Yesicha, Chelsy., Suyanto., Ismandianto., Susanti H., & Zurani, Ikhma. (2019). Pemanfaatan Teknologi Komunikasi Sektor Pariwisata Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Riau. *J-DEPACE*, Vol 2(2).
- You, Shuying., Christofi, K., Tsappi, E., & Papageorgiou. (2024). Developing a Framework for City Brand-Image Promotion via Social Media Communication. PEMIB 2024 - 6th International Conference on Finance, Economics, Management and IT Business.
- Yunus, Hadi Sabari. (2005). *Penelitian Geografi Manusia: Pendekatan dan Permasalahan Penelitian*. Yogyakarta: Seminar Pendekatan Metode Penelitian Geografi, Fakultas Geografi UGM.
- Yuristiadhi, Ghifari & Shintya Dewi L.S. (2017). Strategi Branding Pariwisata Indonesia Untuk Pemasaran Mancanegara. *ETTISAL: Journal of Communication*. Doi: <http://dx.doi.org/10.21111/ettisal.v2i2.1265>
- Zanella, A. & Vangelista, L. (2014). Internet Of Things For Smart Cities. *IEEE Internet of Things Journal* Vol. 1, No. 1.
- Zenker, S., & Martin, N. 2011. Measuring success in place. *Place Branding and Public Diplomacy*, 7(1).



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Implementasi Smart Branding Dalam Smart City Pada Kota-Kota di Indonesia

TRIA SOFIE, Prof. Dr. Rini Rachmawati, S.Si., M.T., Dr. Agr. Evita Hanie Pangaribowo, S.E., M.IDEC.

Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

- Zhang, L., & Zhao, S. X. (2009). City Branding and the Olympic Effect: A Case Study of Beijing. *Cities* 26(5). <https://doi.org/10.1016/j.cities.2009.05.002>
- Zinaida, R. S., Sunarto, & Sunuantari, M. (2022). Revealing the new identity element to construct palembang city branding. *Jurnal ASPIKOM*, 7(2). <http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v7i2.1110>
- Zulmi, F. (2018). Peranan Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Provinsi Lampung. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia*.