

## DAFTAR PUSTAKA

- Anholt, S. (2006). Brand new justice. *Brand New Justice*, 1–173.  
<https://doi.org/10.4324/9780080457758>
- Anisah, L. (2022). *Kemenkes: Indikator Transisi Pandemi Menuju Endemi Covid-19 Sudah Terpenuhi*. <https://nasional.kontan.co.id/news/kemenkes-indikator-transisi-pandemi-menuju-endemi-covid-19-sudah-terpenuhi>
- Aulia, A. R., & Yulianti, A. L. (2017). *PENGARUH CITY BRANDING “ A LAND OF HARMONY ” TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE PUNCAK , KABUPATEN BOGOR THE EFFECT OF CITY BRANDING “ A LAND OF HARMONY ” TOWARDS INTEREST TO VISIT AND TOURISTS DECISION TO VISIT TO PUNCAK , BO.*
- Binus. (2022). Industri Pariwisata Terdampak Pandemi, Harus Bagaimana? *Jurnal Universitas Bina Nusantara*. <https://bbs.binus.ac.id/2022/05/industri-pariwisata-terdampak-pandemi-harus-bagaimana/>
- BPS. (2020). *Jumlah kunjungan wisman ke Indonesia Januari 2020 mencapai 1,27 juta kunjungan*.  
<https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/03/02/1712/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-januari-2020-mencapai-1-27-juta-kunjungan-.html>
- Chan, C. S., Marafa, L. M., Konijnendijk Van Den Bosch, C. C., & Randrup, T. B. (2018). Starting conditions for the green branding of a city. *Journal of Destination Marketing and Management*, 10(April 2017), 10–24.  
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.05.006>
- Cresswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. PUSTAKA PELAJAR.
- DetikSulSel. (2022). *Sandiaga Luncurkan 50 Event Pariwisata Makassar di 2022: Kuliner-Motocross Baca artikel detiksulsel, “Sandiaga Luncurkan 50 Event Pariwisata Makassar di 2022: Kuliner-Motocross” selengkapnya*  
<https://www.detik.com/sulsel/wisata/d-5946108/sandiaga-luncurkan>.  
<https://www.detik.com/sulsel/wisata/d-5946108/sandiaga-luncurkan-50-event-pariwisata-makassar-di-2022-kuliner-motocross>

- Dinnie, K. (2012). *City Branding : Theory and Cases*. Macmilla Publishers Limited.
- DisPar. (2022a). *Dinas Pariwisata Kota Makassar kini Menggandeng Forum Backstagers Indonesia untuk Berkolaborasi Menyukseskan Makassar Kota MICE*. [https://explore.makassarkota.go.id/en\\_gb/dinas-pariwisata-kota-makassar-kini-menggandeng-forum-backstagers-indonesia-untuk-berkolaborasi-menyukseskan-makassar-kota-mice/](https://explore.makassarkota.go.id/en_gb/dinas-pariwisata-kota-makassar-kini-menggandeng-forum-backstagers-indonesia-untuk-berkolaborasi-menyukseskan-makassar-kota-mice/)
- DisPar. (2022b). *F8 Masuk Top 10 Kharisma Event Nusantara 2022*. [https://explore.makassarkota.go.id/en\\_gb/keren-dari-319-event-f8-masuk-top-10-kharisma-event-nusantara-2022/](https://explore.makassarkota.go.id/en_gb/keren-dari-319-event-f8-masuk-top-10-kharisma-event-nusantara-2022/)
- DisPar Kota Makassar. (2019). *Pedoman Explore Makassar*.
- Gattupalli, A. (2022). *Place Branding: Reviving Cities through Brand Strategy*. <https://www.archdaily.com/991419/place-branding-reviving-cities-through-brand-strategy>
- Hanindharputri, M. A. (2021). Strategi City Branding Di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA)*, 4, 92–100. <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/523>
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding*.
- Humas Sekretariat Kabinet, R. (2022). *Presiden Jokowi Umumkan Pencabutan Kebijakan PPKM*. <https://setkab.go.id/presiden-jokowi-umumkan-pencabutan-kebijakan-ppkm/>
- Irawan, S. (2017). Makassar Jadi Kota Wisata Kuliner di Indonesia. *TribunMakassar.Com*. <https://makassar.tribunnews.com/2017/03/13/makassar-jadi-kota-wisata-kuliner-di-indonesia>
- Jojić, S. (2019). City Branding and the Tourist Gaze: City Branding for Tourism Development. *European Journal of Social Science Education and Research*, 5(3), 150–160. <https://doi.org/10.2478/ejser-2018-0066>
- Jon Crissandro, J., & Nasionalita, K. (2020). Pengaruh City Branding Purwakarta Istimewa Terhadap City Image Kabupaten Purwakarta dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Muda. *E-Proceeding of Management*, 7(1), 1719–

1729.

Kavaratzis, M. (2009). Cities and their brands: Lessons from corporate branding. *Place Branding and Public Diplomacy*, 5(1), 26–37.

<https://doi.org/10.1057/pb.2008.3>

KemenHub RI. (2017). *Menhub : Sulawesi Selatan Sebagai Gerbang di Indonesia*. <https://dephub.go.id/post/read/menhub-sulawesi-selatan-sebagai-gerbang-di-indonesia>

KemenKesRI. (2021). *Peran Ditjen Kesmas Daman Pndemi COVID 19 2020-2021*.

Kotler, & Keller. (2006). *Marketing Management : twelve edition*. Prentice Hall.

Kusumawati, A. (2020). *City Branding : Konsep dan Isu dalam Pemasaran Pariwisata*. Deepublish.

Luthfi, A., & Widyaningrat, A. I. (2018). Konsep city branding sebuah pendekatan “the city brand hexagon” pada pembentukan identitas kota.

*Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 3(2013), 315–323.

<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/9178>

Makassar, P. K. (2021). *POTENSI PARIWISATA KOTA MAKASSAR*.

<https://makassarkota.go.id/potensi/potensi-pariwisata/>

Melsarda, M. (2017). PERILAKU SIMBOLIK DALAM UPACARA ADAT RAMBU SOLO’ YANG BERLANGSUNG SELAMA 6 HARI DI SUKU TORAJA SULAWESI SELATAN. *Journal of Atmajaya University Yogyakarta*, 110265, 110493.

Mohammadi Aydoghmish, F., & Rafieian, M. (2022). Developing a comprehensive conceptual framework for city branding based on urban planning theory: Meta-synthesis of the literature (1990–2020). *Cities*, 128(May), 103731. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103731>

Muhibban, M. A., & Ali, D. S. F. (2021). Strategi City Branding Dinas Pariwisata Dan Budaya Kabupaten Lumajang “lumajang Eksotik” Sebagai Destinasi Wisata Baru Di Masa Pandemi Covid-19 Tahun .... *EProceedings ...*, April, 1–5.

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/managemen>

- t/article/view/15012%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/15012/14912
- Mulyana, P. D. (2008). *Ilmu Komunikasi : Sebagai Pengantar*. PT REMAJA ROSDAKATA.
- Neumeier, M. (2014). *The Dictionary of Brand* (BrandLab). PDF - Google / Printed - Almaden Press.
- 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(October 2021), 103621. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103621>
- Pranata, A. (2016). *Gelar festival F8, Makassar diklaim cetak sejarah baru*. <https://m.merdeka.com/makassar/kabar-makassar/gelar-festival-f8-makassar-diklaim-cetak-sejarah-baru-1609088.html>
- Rahmanto, A. (2020). *City Branding : Strategi Komunikasi dalam Memasarkan Potensi Daerah*.
- Rangkuti, F. (2002). *The Power of Brands*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rijal, S. (2019). Kuliner Tradisional Sebagai Daya Tarik Kota Makassar Sebagai Destinasi Wisata Kuliner. *Poltekpar Makassar*.
- Rosa, M. C. (2022). *Indonesia Menuju Pasca Pandemi, Kapan Masyarakat akan Bebas Masker?* <https://www.kompas.com/wiken/read/2022/03/12/075000281/indonesia-menuju-pasca-pandemi-kapan-masyarakat-akan-bebas-masker-?page=all>
- Salam, R. (2022). *Wisatawan Asal Amerika hingga Brasil Kunjungi F8 Makassar*. <https://makassar.tribunnews.com/2022/09/10/wisatawan-asal-amerika-hingga-brasil-kunjungi-f8-makassar>
- Salshabilla, R. A. (2022). STRATEGI PEMBENTUKAN CITY BRANDING DALAM MEWUJUDKAN POSITIONING SMART CITY (Studi Kasus Kabupaten Sumedang Dalam Mewujudkan Sumedang Smart City Oleh Dinas Komunikasi Informatika Persandian dan Statistik Kabupaten Sumedang). *Universitas Telkom*.
- Sari, F. R. (2021). Strategi Pengembangan Pariwisata Kota Makassar Sebagai

- Pendukung Peningkatan City Branding. *Jurnal Universitas Hasanuddin*.
- SehatNegeriku. (2022). *Pemerintah Tidak Terburu-buru Melakukan Transisi dari Pandemi ke Endemi*. <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/rilis-media/20220315/1539530/pemerintah-tidak-terburu-buru-melakukan-transisi-dari-pandemi-ke-endemi/>
- Sevin, H. E. (2014). Understanding cities through city brands: City branding as a social and semantic network. *Cities*, 38, 47–56.  
<https://doi.org/10.1016/j.cities.2014.01.003>
- Siallagan, A. (2021). ANALISA PLACE BRANDING UNTUK MENINGKATKAN CITRA WISATA DI KECAMATAN PANGURURAN KABUPATEN SAMOSIR. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 1(3), 82–91.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif ; untuk penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretif, interaktif, dan konstruktif*. Alfabeta.
- Sukmaraga, A. A., & Nirwana, A. (2016). City Branding: A Methodological Review with a Collaborative, Practical and Scientific Approach. *Journal of Art, Design, Art Education & Culture Studies*, 1(1), 1–19.
- Sulselprov. (2009). *Data Kota Makassar*.  
[https://sulselprov.go.id/pages/info\\_lain/22](https://sulselprov.go.id/pages/info_lain/22)
- Surachman. (2008). *Dasar Manajemen Merek*. Bayumedia Publishing.
- Tomasoa, P. A., & Dianita, I. A. (2020). PENGELOLAAN CITY BRANDING KOTA AMBON SEBAGAI CITY OF MUSIC SELAMA MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Universitas Telkom*.
- West, R., & Turner, L. H. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi Buku 1*. Salemba Humanika.
- Yananda, M. R., & Syahbana, B. (2014). *Branding Tempat : Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. MaknaInformasi.