

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makasar: Syakir Media Press
- Azzahrah, F. (2023). *Peran Komunitas Aleut Dalam Membangun Pemahaman Mengenai City Branding Kota Bandung*. Universitas Telkom.
- Braun, E., Kavaratzis, M., & Zenker, S. (2010). My City-My Brand: The Role of Residents in Place Branding. *Journal of Place Management and Development*, 6(1), 1–13.
- Bungin, Burhan. (2015). *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication) Pemasaran dan Brand Destinasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Dinnie, Keith. (2010). *City Branding: Theory and Cases*. Palgrave Macmillan London.
- Dokumen Rapat Induk Perencanaan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Kota Padang Tahun 2008-2017.
- Efrita, N. (2014). Komunikasi Persuasif Dalam Kepariwisata. *Jurnal Ilmiah Dakwah Dan Komunikasi*, 5(10), 21.
- Fitri, Raudaatil. J. (2022). Perencanaan Paket Wisata Sejarah Berdasarkan Pendekatan Demand di Kota Padang Provinsi Sumatera Barat. *Project Report IPB University*.
- Gusra, R. (2021). Kajian Prioritas Pengembangan Kawasan Kota Tua Padang Sebagai Wisata Sejarah dan Budaya. *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Civil and Planning Engineering, Bung Hatta University*, 2(3), 19–20.
- Haryanto, Bayu. (2023). *Selayang Pandang Komunitas Padang Heritage*. Komunitas Padang Heritage.
- Irianto, Agus. (2022). *Pengembangan Pariwisata Berwawasan Lingkungan (Ecotourism) Padang Kota Tua*.
- Kavaratzis, M. (2004). From City Marketing to City Branding: Towards a theoretical framework for developing city brand. *Place Branding*, 1(1).
- Kementerian Pariwisata. (2019). *Pedoman Pengembangan Wisata Sejarah dan Warisan Budaya*. Jakarta: Asisten Deputi Pengembangan Wisata Budaya Kementerian Pariwisata.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Prenada Media Group.
- Luthfi, A., & Widyaningrat, A. I. (2018). Konsep City Branding Sebuah Pendekatan “The City Brand Hexagon” Pada Pembentukan Identitas Kota. *UNEJ E-Proceeding*.
- Marta, R., Havifi. I., & Syafril, Fikri. (2022). Model Komunikasi City Branding Pariwisata Sumatera Barat Di Tengah Adaptasi Kebiasaan Baru Pandemi Covid-19. *Jurnal Niara*, 15(1), 112–124.
- Mihardja, E.J., Mulyasari, P., Widiastuti, T., & Bintoro, B. (2019). *Strategi City Branding*. Jakarta: Universitas Bakrie
- Miles, Matthew., Huberman, A., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook* (Third Edit). SAGE Publication.
- Padang, Faisal., Husna, Asmaul., & Fahrimal, Y. (2021). Penerapan Strategi City Branding Dalam Mewujudkan Subulussalam Sebagai Kota Santri di Provinsi Aceh. *Jurnal Common*, 5(2).

- Padang.go.id. (2024). Sejarah Kota Padang. <https://padang.go.id/sejarah-kota-padang>
- Peraturan Daerah Kota Padang Tahun 2019 tentang Pengelolaan dan Pelestarian Cagar Budaya.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 1979 tentang Penyerahan Sebagian Urusan Pemerintahan Dalam Bidang Kepariwisata Kepada Daerah Tingkat I.
- Peraturan Walikota Padang Nomor 5 Tahun 2023 tentang Rencana Detail Tata Ruang Kota Padang Tahun 2023-2024.
- Salam, Noor. E., Firdaus, M., Azwa, R., & Lubis, Evawani. (2024). Komunikasi Pariwisata Berbasis Komunitas untuk Pengembangan Desa Wisata Budaya di Bukit Batu, Kabupaten Bengkalis. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 159–174.
- Saverin, Werner. J. (2007). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa* (5th ed.). Kencana Preneda Media Group.
- Soemirat, S., & Suryana, A. (2018). *Komunikasi Persuasif (14th ed.)*. Tangerang Selatan: Penerbit Universitas Terbuka.
- Sugiarsono, Joko. (2009). *City Branding Bukan Sekedar Membuat Logo dan Slogan*. Majalah SWA.
- Surat Keputusan Nomor 3 Tahun 1998 tentang Penetapan Bangunan Cagar Budaya dan Kawasan Bersejarah di Kota Padang.
- Suryana, Cecep. (2021). *Pesan-pesan Pelatihan Terhadap Peningkatan Partisipasi Pembangunan di Kalangan Pegawai*. CV Luthfi Gilang
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Tim Redaksi Pustaka Setia
- Suwena, I.K., & Widyatmaja, I.G.N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Pustaka Larasan.
- Suwitra, I. M., & Suarjana, N. (2020). Iklan Layanan Kesehatan Masyarakat (ILKM): Kajian semiotik. *Kajian Linguistik Dan Sastra*, 5(1), 47–59. <https://doi.org/10.23917/cls.v5i1.7142>
- Yananda, M.R., & Salamah, U. (2014). *Branding Tempat (membangun kota, kabupaten dan provinsi berbasis identitas)*. Makna Informasi.
- Zulyan, P. & Setiawati. Sri. D., (2020). Peran Komunitas Seni Budaya Dalam Pembentukan City Branding. *Edutourism Journal of Tourism Research*, 2(2), 17–27.

