

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Adian, D.G. (2010). Pengantar Fenomenologi. (cet.1). Depok: Koekoesan.
- Berger, Peter. L & Luckmann, T. (1991). *The Social Construction of Reality: A Treatise in The Sociology of Knowlegde*. England: Penguin Books.
- Bungin, Burhan. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa, Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*. Ed 1. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Creswell, John W. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Penelitian Riset: Memilih di antara Lima Pendekatan* (ed. 3). (Ahmad Lintang Lazuardi, Trans). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Damsar. (2015). *Pengantar Teori Sosiologi* (ed. 1). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Effendy, Onong Uchjana. (2007). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. (cet.3). Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Fajar, Marhaeni. (2009). *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fiske, John. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (ed. 3). (Hapsari, Trans). Jakarta: Rajawali Pers.
- Kuswarno, Engkus. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi, Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruben, B.D., & Stewart, L.P. (2013). *Komunikasi dan Perilaku Manusia* (ed. 1). (Ibnu Hamad, Trans). Jakarta: Rajawali Pers.
- Salim, Peter & Salim, Yenny. (1995). *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Modern English Press.
- Schutz, Alfred. (1972). *The Phenomenology of The Social World*. Amerika: Northwestern University Press.
- Sedarmayanti. (2018). *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Supangkat, Suhono H. (2015). *Pengenalan dan Pengembangan Smart City*. Bandung: LPIK ITB.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (cet.1). Jawa Barat: CV. Pustaka Setia.

Tubbs, SL & Moss, Sylvia. (2005). Human Communication, Prinsip-prinsip Dasar. (ed. 1). (Deddy Mulyana, Trans). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

**Jurnal:**

Abikusno, P. (2013). Pengaruh Pengalaman Menggunakan Produk dan Persepsi Konsumen Berdasarkan Kelompok Referensi Terhadap kesediaan Konsumen Untuk Melakukan Word of Mouth. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 10, No. 1, Juni 2013, 25-40.

Anggini, T., & Rachmawati, R. (2016). Pemanfaatan Media Center dalam Pelayanan Publik Sebagai Upaya Mewujudkan Surabaya Smart City. Jurnal Bumi Indonesia. Vol.5 No.1 Tahun 2016, 439-448.

Dewi, M., & Nulul, N. A. (2018). Komunikasi Partisipatif Masyarakat Industri dalam Mendukung Branding Kota Madiun. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 15, No. 1, Juni 2018, 75-90.

Esabella, Shinta. (2016). Menuju Konsep *Smart City*. Dapat diunduh pada: [https://www.researchgate.net/publication/322303099 Menuju Konsep Smart City](https://www.researchgate.net/publication/322303099_Menuju_Konsep_Smart_City) diakses pada 7 Februari 2019 jam 03.47 wib

Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. Mediator. Vol 9, No. 1, Juni 2008, 163-180.

Khoiriana, R, & Nurlambang, T. (2017). Brand Image Kota Bandung. Industrial Research Workshop dan Nasional Seminar ke-8. Politeknik Negeri Bandung, 102-109.

Kuswarno, Engkus. (2007). Tradisi Fenomenologi pada Penelitian Komunikasi Kualitatif; Sebuah Pedoman Penelitian dari Pengalaman Penelitian. Jurnal Sosiohumaniora, Vol. 9, No. 2, Juli 2007, 161-176.

Lestari, Retno Budi. (2016). Membangun Citra sebuah Kota dalam Persaingan Global Melalui City Branding. Jurnal Ilmiah STIE MDP. Vol.5 No.2 Maret 2016, 68-79.

Maudia, Fasya, dkk. (2018). Konstruksi Makna Reputasi Digital Melalui Perspektif Penyiar Radio. Profetik Jurnal Komunikasi, Vol.11, No 01, April 2018, 54-70.

Mursalim, S.W. (2017). Implementasi Kebijakan Smart City di Kota Bandung. Jurnal Ilmu Administrasi, Vol.14, No.1, Juni 2017, 126-138.

Noveriyanto, B., dkk. (2018). E-Government Sebagai Layanan Komunikasi Pemerintah Kota Surabaya. Profetik Jurnal Komunikasi Vol. 11, Nomor 1, April 2018, 37-53.

- Novianti, K & Syahid, C. (2017). Menuju Kota Cerdas: Pelajaran Dari Konsep *Smart City* Yang Diterapkan di Jakarta dan Surabaya. Dapat diunduh pada: [https://www.researchgate.net/publication/312173841\\_MENUJU\\_KOTA\\_CERDAS\\_Pelajaran\\_dari\\_Konsep\\_Smart\\_City\\_yang\\_Diterapkan\\_di\\_Jakarta\\_dan\\_Surabaya/link/5874ae3208aebf17d3b3acaf/download](https://www.researchgate.net/publication/312173841_MENUJU_KOTA_CERDAS_Pelajaran_dari_Konsep_Smart_City_yang_Diterapkan_di_Jakarta_dan_Surabaya/link/5874ae3208aebf17d3b3acaf/download) diakses pada 8 Januari 2019 jam 22.22
- Nugraha, Aat Ruchiat dkk. (2017). Branding Kota Bandung di Era Smart City. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 8, Nomor 1, Juni 2017, 1-16.
- Nurtyasrini, S., & Hafiar, H. (2016). Pengalaman Komunikasi Pemulung Tentang Pemeliharaan Kesehatan Diri dan Lingkungan di TPA Bantar Gebang. *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol 4, No 2, Desember 2016, 219-228.
- Pasquinelli, Cecilia. (2015). City Branding and Local SMEs: A Smart Specialisation Perspective, *Symphonya. Emerging Issues in Management* (symphonya.unimib.it), No.1, 2015, 63-76.
- Poernomo, Djoko. (2015). Manajemen Strategis Smart City. Seminar Nasional Riset Terapan 2015. [https://www.researchgate.net/publication/287743913\\_MANAJEMEN\\_STRATEGIS\\_SMART\\_CITY](https://www.researchgate.net/publication/287743913_MANAJEMEN_STRATEGIS_SMART_CITY) diakses pada 8 Januari 2019 jam 22.07 wib
- Prabowo, B. N. (2015). Kajian Citra Kota dalam City Branding Magelang Kota Sejuta Bunga. *Jurnal Modul*, Vol. 15 No. 2 Tahun 2015, 163-170.
- Pramuningrum, A. D, dkk. (2017). Strategi City Branding Humas Pemerintah Kota Bandung Sebagai Smart City Melalui Program Smart Governance. *Jurnal Acta diurna*, Vol. 13 No. 2 Tahun 2017, 21-32.
- Putra, A. M., & Febrina, A. (2019). Fenomena Selebgram Anak: Memahami Motif Orang Tua. *Jurnal ASPIKOM*, Vol. 3, No. 6, Januari 2019, 1093-1108.
- Rathnakar, G. (2012). A Study of Workers Participation In Management Decision Making At Bhel, Hyderabad. *International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research*, Vol.1 Issue 9, 135-141.
- Sagita, Novie Indrawati. (2016). Partisipasi Warga Masyarakat Dalam Penilaian Kinerja Kecamatan di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Pemerintahan CosmoGov*, Vol.2 No.2, 308-329.
- Silalahi, Ulber. (2004). Komunikasi Pemerintahan: Mengirim dan Menerima Informasi Tugas dan Informasi Publik. *Jurnal Administrasi Publik*, Vol.3 No.1, 36-54.
- Siswanto, Dwi. (1997). Refleksi Aktualitas Fenomenologis Edmund Husserl. *eJurnal Edisi Khusus Agustus '97*. <https://media.neliti.com/media/publications/223246-refleksi-aktualitas-fenomenologi-edmund.pdf> diakses pada 12 September 2019 jam 10.51 wib.

Sukma, R.N, dkk. (2016). Pengalaman Komunikasi Pelaku Bisnis Keluarga Dalam Mengembangkan Bisnis Kuliner di Kota Sukabumi. *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol 4, No 1, Juni 2016, 28-43.

Sulaiman, A.I. (2013). Model Komunikasi Formal dan Informal Dalam Proses Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, Vol 16, No 2, Desember 2013, 173-188.

Utamidewi, Wahyu, dkk. (2017). Pengalaman Komunikasi Keluarga Pada Mantan Buruh Migran Perempuan. *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol 5, Nomor 1, Juni 2017, 69-80.

#### **e-Book:**

Baccarne, Bastiaan, et al. (2014). Empowered Cities? An Analysis of the Structure and Generated Value of the Smart City Ghent. In R.P. Dameri (Ed.). *Smart City: How to Create Public and economic Value with High Technology in Urban Space* (pp.157-182). Switzerland: Springer International Publishing.  
<https://www.springer.com/gp/book/9783319061597> diakses pada 29 April 2019 jam 15.20 wib

Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (2007). *Qualitatif Research for Education: an Introduction to Theory and Methods*. (5th ed). Amerika Serikat: Pearson Education, Inc.  
[https://www.academia.edu/25034807/Bogdan\\_Bliklen\\_Qualitative\\_Research\\_Education\\_Introduction\\_Theory\\_Methods](https://www.academia.edu/25034807/Bogdan_Bliklen_Qualitative_Research_Education_Introduction_Theory_Methods) diakses pada 31 Juli 2019 jam 16.46 WIB

Dameri, R. P. (2014). Comparing Smart and Digital City: Initiatives and Strategies in Amsterdam and Genoa. Are They Digital and/or Smart?. In R.P. Dameri (Ed.). *Smart City: How to Create Public and economic Value with High Technology in Urban Space* (pp.157-182). Switzerland: Springer International Publishing.  
<https://www.springer.com/gp/book/9783319061597> diakses pada 29 April 2019 jam 15.20 wib

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. (3rd ed). London: Sage Pubication Ltd.  
<http://93.174.95.29/ads/FAD5A9278C21C1C2DAB32963433DC2C8> diakses pada 29 Juli 2019 jam 22.30 wib

Dinnie, Keith. (2011). Introduction to the Theory of City Branding. In Keith Dinnie (Ed.). *City Branding: Theory and Cases* (pp.3-7). London: Palgrave Macmillan. <https://epdf.pub/city-branding-theory-and-cases.html> diakses pada 1 Februari 2019 jam 04.56

Fontana, Frederico. (2014). The Smart City and The Creation of Local Public Value. In R.P. Dameri (Ed.). *Smart City: How to Create Public and*

economic Value with High Technology in Urban Space (pp.117-137). Switzerland: Springer International Publishing. <https://www.springer.com/gp/book/9783319061597> diakses pada 29 April 2019 jam 15.20 wib

Giffinger, R., et al. (2007). Smart Cities: Ranking of European Medium-Sized Cities. Centre of Regional Science SRF: Vienna University of Technology. [http://www.smart-cities.eu/download/smart\\_cities\\_final\\_report.pdf](http://www.smart-cities.eu/download/smart_cities_final_report.pdf) diakses pada 29 April 2019 jam 14.08 wib

Griffin, E. A. (2012). A First Look at Communication Theory. 8th ed. New York : McGraw - Hill. [http://rosalia.mercubuana-yogya.ac.id/wp-content/uploads/2016/04/ebooksclub.org\\_A\\_First\\_Look\\_at\\_Communication\\_Theory\\_8th\\_Edition.pdf](http://rosalia.mercubuana-yogya.ac.id/wp-content/uploads/2016/04/ebooksclub.org_A_First_Look_at_Communication_Theory_8th_Edition.pdf) diakses pada 26 Maret 2019 jam 16.21

Insch, Andrea. (2011). Branding the City as an Attractive Place to Live. In Keith Dinnie (Ed.). City Branding: Theory and Cases (pp.8-14). London: Palgrave Macmillan. <https://epdf.pub/city-branding-theory-and-cases.html> diakses pada 1 Februari 2019 jam 04.56

Kemenpppa. (2018). Profil Generasi Milenial.

<https://www.kemenpppa.go.id/lib/uploads/list/9acde-buku-profil-generasi-milenia.pdf> diakses pada 5 Maret 2020 jam 15.18 wib

Merli, M.Z & Bonollo, E. (2014). Performance Measurement in the Smart Cities. In R.P. Dameri (Ed.). Smart City: How to Create Public and Economic Value with High Technology in Urban Space (pp.139-155). Switzerland: Springer International Publishing. <https://www.springer.com/gp/book/9783319061597> diakses pada 29 April 2019 jam 15.20 wib

Wood, J. T. (2009). Communication in Our Lives. Fifth Edition. USA: Wadsworth Cengage Learning. <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132310007/pendidikan/ebook-julia-t-wood-communication-our-lives-2008.pdf> diakses pada 27 Maret 2019 jam 17.26 wib

**Dokumen:**

BPS Kota Pariaman. (2019). Kota Pariaman Dalam Angka 2018.

Diskominfo Kota Pariaman. (2018). Master Plan e-Government Kota Pariaman 2019-2023.

Diskominfo Kota Pariaman. (2018). Rencana Strategis Dinas Kominfo Kota Pariaman 2018-2023.