

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif : Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta : RajaGrafindo Persada
- Anholt, Simon. 2007. *Competitive Identity : The New Brand Management for Nation, Cities and Region*. New York : Palgrave MacMilan
- Anshori, Dadang S. 2017. *Etnografi Komunikasi*. Jakarta: RajaGrasindo Persada
- Artikel Jamal D Rahman. Teks dan Konstruksi Identitas:Indonesia, www.jamaldrahman.wordpress.com
- Barker, Chris. 2004. *Cultural Studies, Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Bastaman, Aam. Membangun “Village Branding”, Mengembangkan Pariwisata Desa. Diakses melalui <https://gemari.id/gemari/2020/4/20/membangun-village-branding-mengembangkan-pariwisata-desa>
- Berger, Peter L. & Thomas Luckmann. 1966. *The Social Contruction of Reality*. United States. Anchor Book.
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP
- CEOs for Cities. 2006. *Branding Your City*. London : CEOs for Cities
- Creswell, John W. 2015. *Penlitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Endraswara, Suwardi. 2012. *Metodologi Penelitian Kebudayaan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- ETC UNWTO. 2005. *City Tourism & Culture*. UNWTO. 2010. *Handbook of Tourism Destination Branding* . UNWTO.
- Harahap, Dr. Zulkifli. 2019. *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta

- Intyaswono, S dkk . 2016. Peranan *City Branding* Kota Batu dalam *Trend* Peningkatan Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Studi Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 30 No. 1 Januari 2016. Hal 65.
- Kertamukti, Rama et al. 2019. Konstruksi Identitas melalui Stories Highlight Instagram Kalangan Kelas Menengah. *Jurnal ASPIKOM*, Volume 4 Nomor 1, Juli 2019, hlm 26-44.
- Kumbara, A.A. Ngr Anom. 2008. Konstruksi Identitas Orang Sasak Di Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat. *Humaniora*, Vol. 20, No. 3 Oktober 2008: 315-326.
- Littlejohn, Stephen W. 2009. *Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika
- Luzar, Laura C. Teori Konstruksi Realitas Sosial. Diakses melalui <https://dkv.binus.ac.id/2015/05/18/teori-konstruksi-realitas-sosial/>.
- Masruroh. 2018. Analisis *Branding* Dalam Upaya Pengembangan Destinasi Wisata Religi Sunan Drajat. Tesis : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Diakses melalui http://digilib.uinsby.ac.id/25725/1/Masruroh_F12416275.pdf
- Mekari. Fungsi dan Tujuan *Branding*. Diakses melalui <https://www.jurnal.id/id/blog/unsur-jenis-tujuan-dan-manfaat-branding/>
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nurohman, Taufik & Hendra Gunawan. 2019. Konstruksi Identitas Nasional Pada Masyarakat Adat: (Studi Kasus Di Kampung Naga Desa Neglasari Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya). *Journal of Politics and Policy* Volume 1, Number 2, Juni 2019

- Perbawasari, Susie dkk. 2019. Peran *stakeholder* dalam membangun identitas Purwakarta yang berwawasan nilai budaya lokal. *PROfesi Humas*, Volume 4, No. 1, 2019, hlm. 23-46
- Prastowo, Andi. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta : Ar-ruzz Media.
- Setyorini, Woro P. 2011. Tesis: Pola Aliran Distribusi Komoditas Kopi Di Kabupaten Temanggung. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Solikatun, Kartono, D. T., & Demartoto, A. 2015. Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi: Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi Di Kedai Kopi Kota Semarang. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4(1), 60–74.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfa Beta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Yogyakarta: ALFABETA
- Tyas, Ninik W & Maya Damayanti. 2018. Potensi Pengembangan Desa Kliwonan sebagai Desa Wisata Batik di Kabupaten Sragen. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, Februari 2018, 2 (1): 74-89
- Tjiptono, Fandy & Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran: Esensi Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI OFFSET