

**DAFTAR PUSTAKA**

- Argenti, Paul A. 2010. *Komunikasi Korporat*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Butterick, Keith. 2012. *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Chariri, A dan Ghazali, I. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik – Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Hasan, Erliana. 2005. *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: Refika Aditama.
- Hankinson, G. 2007, “*The management of destination brands: Five guiding principles based on recent developments in corporate branding theory*” *Journal of Brand Management*. vol. 14 No. 3.
- Khasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Pustaka Tama Grafiti.
- Komala, Lukiati. 2009. *Ilmu Komunikasi – Perspektif, Proses, dan konteks*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Krisna, Bayu. 2008. *Mendulang Rupiah Lewat Kemampuan Berbicara*. Jakarta: Tangga Pustaka.

- Kusno, Fera. 1999. Manajemen Perhotelan; *Analisa Hubungan Brand Strategy Yang Dilakukan Goota Japanese Charcoal Grill And Cafe Dan Brand Equity Yang Sudah Diterima Konsumen*, dikutip dalam Schultz dan Barnes, *Strategic brand communication campaigns*. USA: NTC Business Books.
- Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, 2005, *Komunika – Warta Ilmiah Populer Komunikasi Dalam Pembangunan* Vol. 8, No 2, Jakarta: Lipi Press.
- Merrilees, Miller and Herington, 2009, *Antecedents of residents' city brand attitudes* *Journal of Business Research* No. 62.
- Moilanen, Teemu & Rainisto. 2009. *How to Brand Nations, Cities and Destinations, A Planning Book for Place Branding*. USA: Palgrave Macmillan.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi – Suatu Pengantar*. Bandung: Remajarsdakarya.
- Nurcholis, Hanif. 2005. *Teori dan Praktik Pemerintahan dan Otonom Daerah*. Jakarta: Grasindo.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power Of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1995. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

- Raubo, Anna. 2010. *City Branding and its Impact on City's Attractiveness for External Audiences*. Rotterdam: Erasmus University Rotterdam.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Sadat, Andi M. 2009. *Brand Belief*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarosa, Samiaji. 2012. *Penelitian Kualitatif Dasar-dasar*. Jakarta: Indeks.
- Semiawan, Conny R. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif - Jenis Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Soeroso, Andreas. 2008. *Sosiologi 1*. Jakarta : Yudhistira.
- Susanto, A. B. dan Himawan Wijanarko. 2004. *Power Branding : Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Mizan Publika.
- Waluya, Bagian. 2007. *Sosiologi : Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat*. Bandung: Setia Purna Inves.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.
- Yani, Ahmaddan Mamat Ruhimat. 2007. *Geografi – Menyingkap Fenomena Geosfer*. Jakarta: Grafindo Media Pratama.
- Yuliantanti, Ana. 2008. *Bekerja Sebagai Desainer Grafis*. Jakarta: Erlangga.
- Zeitlin, Irving M. 1998. *Memahami Kembali Sosiologi. Kritik terhadap teori Sosiologi Kontemporer*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

## **Dokumentasi Pemerintah**

Dokumentasi Bupati Kediri tentang Penjabaran Tugas dan Fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika tahun 2008.

Dokumentasi Laporan Kerja Pertanggung Jawaban Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kediri tahun 2012.

Dokumentasi data statistik Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kediri tahun 2013

Dokumentasi Gambaran Umum Bagian Humas dan Protokol Kabupaten Kediri tahun 2008.

Dokumentasi Kecamatan, *Kecamatan Pare Dalam Angka* 2012.

## **Sumber dari Internet**

<http://www.dgip.go.id/merek>.

[http://kedirikab.go.id/index.php?option=com\\_content&view=article&id=93&Itemid=180&lang=en](http://kedirikab.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=93&Itemid=180&lang=en).

[http://kedirikab.go.id/index.php?option=com\\_content&view=article&id=68&Itemid=785&lang=en](http://kedirikab.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=68&Itemid=785&lang=en).

<http://kecamatan-pare.blogspot.com/>

<http://indonesiangeographic.blogdetik.com/2012/01/06/kediri-pare-english-village-what-it-is/>

## BIODATA PENULIS



Penulis bernama Danus Ardiansah atau yang lebih akrab disapa Danus. Lahir di Kediri pada tanggal 26 Mei 1990 dan sekarang bertempat tinggal di Jl. Semolowaru Utara gang 4, no 10 Surabaya. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara yang lahir dari pasangan Bapak Dasar dan Ibu Sri Yuliani.

Penulis mulai mengenal dunia pendidikan sejak berusia 4 tahun dan mulai belajar ilmu pengetahuan mulai tingkat TK PKK Kartini, SDN Semolowaru II 262 dan lulus SD pada tahun 2002. Kemudian dilanjutkan ke tingkat SMP. SMP penulis di SMP Negeri 30 Surabaya dan lulus pada tahun 2005. Dan pada tingkat SMA, penulis sekolah di SMK PGRI-4 Surabaya mengambil jurusan Elektronika Komunikasi dan lulus pada tahun 2008.

Setelah itu, penulis tidak langsung melanjutkan kuliah, tapi terlebih dahulu bekerja di PT. Guna Indah Makmur sebagai Supervisor Marketing selama 6 bulan, lalu bekerja PT Danpac Futures sebagai Telemarketing selama 3 bulan, dan menjadi Operator Warnet di Auranet selama 3,5 tahun hingga berakhir pada bulan Maret 2013.

Baru pada tahun 2010, penulis bisa menempuh pendidikan di Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, mengambil jurusan Ilmu Komunikasi. Dan saat ini, penulis masih aktif sebagai *copywriter* di Industri kreatif Lookatme Desain dan *Branding* yang bernaung di bawah PT. Allib Indonesia.

**Pedoman Wawancara :**

1. Bagaimana kronologi munculnya isu sosial tentang wacana pengangkatan Pare sebagai Ibukota Kabupaten Kediri, namun terdapat pertentangan dan akhirnya wacana tersebut dibatalkan?
2. Publik menganggap dan telah berasumsi bahwa kota Pare telah lahir dan berkembang menjadi Kampung Inggris di Indonesia, hal ini dikarenakan banyak tempat pelatihan Bahasa Inggris yang telah tersebar di daerah Pare. Bagaimana Pemerintah Kabupaten Kediri merespons hal tersebut?
3. Bagaimana upaya dari Pemerintah Kabupaten Kediri agar kota Pare bisa terus eksis dan berkembang, serta mempunyai ciri yang bisa membedakan dengan daerah-daerah di Indonesia?
4. Perencanaan-perencanaan apa saja yang perlu diagendakan untuk merealisasikan tujuan tersebut?
5. Bagaimana bentuk-bentuk komunikasi Pemerintah Kabupaten Kediri untuk menginformasikan dan mempromosikan potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Kediri, khususnya kota Pare?
6. Dengan pihak mana saja Pemerintah Kabupaten Kediri bekerja sama dengan stakeholder untuk membangun dan memberdayakan potensi kota Pare?
7. Bagaimana upaya Pemerintah Kabupaten Kediri untuk mempersuasi warga kota agar pemahaman warga bisa senada dan sejalan dalam menjalankan program-program *city branding* Kabupaten Kediri?
8. Hambatan-hambatan apa saja yang sering muncul ketika Pemerintah Kabupaten Kediri mengkomunikasikan program *city branding* untuk Publik?