

**STRATEGI *CITY BRANDING* PEMERINTAH KOTA SURAKARTA
MELALUI SOLO KERONCONG FESTIVAL TAHUN 2024**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Dalam Bidang Hubungan Internasional



Oleh:

Alya Mulki Zahra

10020221035

**Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Januari, 2026**

PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim, yang bertanda tangan di bawah ini, Saya:

Nama : Alya Mulki Zahra

NIM : 10020221035

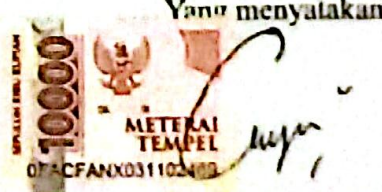
Program Studi : Hubungan Internasional

Judul Skripsi : Strategi *City Branding* Pemerintah Kota Surakarta melalui Solo Keroncong Festival Tahun 2024.

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar hasil karya Saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila Skripsi ini dikemudian hari terbukti sebagai karya plagiasi, maka Saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berlaku.

Surabaya, 05 Januari 2026

Yang menyatakan

Alya Mulki Zahra
NIM 10020221035

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan terhadap Skripsi yang ditulis oleh :

Nama : Alya Mulki Zahra

NIM : 10020221035

Program Studi : Hubungan Internasional

Berjudul *Strategi City Branding Pemerintah Kota Surakarta melalui Solo Keroncong Festival Tahun 2024*, Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut dapat diujikan sebagai salah satu persyaratan bagi yang bersangkutan untuk memperoleh Gelar Sarjana (S.Sos) dalam bidang Hubungan Internasional.

Surabaya, 5 Januari 2026

Dosen Pembimbing,



Hj. Siti Azizah, S.Ag, M.Si
NIP 197703012007102005

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi oleh Alya Mulki Zahra dengan judul **Strategi City Branding Pemerintah Kota Surakarta melalui Solo Keroncong Festival Tahun 2024**, telah dipertahankan dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji Skripsi Pada tanggal 5 Januari 2026.

Tim Penguji Skripsi

Penguji I

Hj. Siti Azizah, S.Ag, M.Si
NIP. 197703012007102005

Penguji II

Rizki Rahmadini Nurika, S.Hub.Int., M.A.
NIP. 199003252018012001

Penguji III

Ridha Amaliyah, S.IP, MBA
NIP. 198509172025212003

Penguji IV

Dr. Abid Rohman, S.Ag, M.Pd.I
NIP. 197706232007101006

Surabaya, 5 Januari 2026

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Dekan



Prof. Dr. H. Abd. Chalik, M.Ag.
NIP. 197306272000031002

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Alya Muiki Zahra
NIM : 10020221035
Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Hubungan Internasional
E-mail address : alyazara@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Strategi City Branding Pemerintah Kota Surakarta Melalui Sao Keroncong Festival Tahun 2024

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Januari 2026

Penulis



(Alya Muiki Zahra)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Zahra, Alya Mulki. 10020221035. “Strategi *City Branding* Pemerintah

Kota Surakarta melalui Solo Keroncong Festival Tahun 2024”

Kota Surakarta dikenal sebagai kota budaya dengan identitas kebudayaan Jawa yang kuat. Dalam upaya membangun dan memperkuat citra kota, Pemerintah Kota Surakarta memanfaatkan Solo Keroncong Festival (SKF) sebagai instrumen *city branding* berbasis kebudayaan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi *city branding* Pemerintah Kota Surakarta melalui penyelenggaraan Solo Keroncong Festival tahun 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan informan kunci, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan kerangka *City Brands Index* (CBI) yang dikemukakan oleh Simon Anholt, yang meliputi enam elemen, yaitu *The Presence*, *The Place*, *The Potential*, *The Pulse*, *The People*, dan *The Prerequisites*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Solo Keroncong Festival tahun 2024 dimanfaatkan sebagai strategi *city branding* dengan mengintegrasikan keenam elemen tersebut secara saling terkait. Melalui pengemasan festival yang adaptif, pemanfaatan ruang kota yang beragam, keterlibatan aktif masyarakat, serta dukungan infrastruktur dan kelembagaan, Kota Surakarta tidak hanya meningkatkan visibilitasnya, tetapi juga menghadirkan pengalaman budaya yang relevan dengan perkembangan gaya hidup urban. Dampak dari strategi tersebut tercermin pada terbentuknya persepsi positif audiens, khususnya penonton mancanegara, yang memandang Kota Surakarta sebagai kota dengan identitas kebudayaan Jawa yang kuat, namun tetap adaptif dan relevan dengan perkembangan zaman. Dengan demikian, Solo Keroncong Festival berperan sebagai media *city branding* yang menjembatani tradisi dan modernitas dalam membangun citra Kota Surakarta.

Kata kunci: *City branding*, Solo Keroncong Festival, Musik keroncong, Kota Surakarta, Pagelaran Budaya.

ABSTRACT

Surakarta City is widely recognized as a cultural city with a strong Javanese cultural identity. In an effort to build and strengthen its city image, the Government of Surakarta utilizes the Solo Keroncong Festival (SKF) as a cultural-based city branding instrument. This study aims to describe the city branding strategy of the Government of Surakarta through the implementation of the Solo Keroncong Festival in 2024. This research employs a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through in-depth interviews with key informants, observation, and documentation. The analysis is based on the City Brands Index (CBI) framework proposed by Simon Anholt, which consists of six elements: The Presence, The Place, The Potential, The Pulse, The People, and The Prerequisites. The results indicate that the Solo Keroncong Festival 2024 functions as a city branding strategy by integrating the six CBI elements in a coherent manner. Through adaptive festival packaging, the utilization of diverse urban spaces, active community involvement, and institutional as well as infrastructural support, Surakarta City not only enhances its visibility but also presents a cultural experience that is relevant to contemporary urban lifestyles. The impact of this strategy is reflected in the positive perceptions of audiences, particularly international visitors, who view Surakarta as a city with a strong Javanese cultural identity that remains adaptive and relevant to modern developments. Thus, the Solo Keroncong Festival serves as a city branding medium that bridges tradition and modernity in shaping the image of Surakarta City.

Keywords: City branding, Solo Keroncong Festival, Keroncong music, Surakarta City, Cultural Event.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	II
MOTTO.....	IV
PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI	V
ABSTRAK	VI
ABSTRACT.....	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI	XI
DAFTAR GAMBAR	XIII
DAFTAR TABEL.....	XV
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Teoritis	6
2. Manfaat Praktis	6
E. Kajian Pustaka.....	7
F. Sistematika Penulisan Skripsi	19
BAB II PERSPEKTIF TEORITIS DAN ARGUMENTASI UTAMA	21
A. Perspektif Teoritis	21
1. Strategi	21
2. Solo Keroncong Festival	23
3. City Branding	28
4. City Brands Indeks (CBI).....	31
B. Argumentasi Utama	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
A. Jenis dan Masalah Penelitian	44
B. Unit dan Peringkat Analisis.....	45

C. Situasi Sosial dan Teknik Sampling	46
1. Situasi Sosial	46
2. Sampel dan Teknik Sampling	47
D. Teknik Pengumpulan Data	48
E. Teknik Analisis Data	50
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Latar Belakang Pemerintah Kota Surakarta Melakukan City Branding Melalui Solo Keroncong Festival	53
B. Pelaksanaan Solo Keroncong Festival Tahun 2024	60
1. Strategi City Branding Kota Surakarta melalui The Presence	62
2. Strategi City Branding Kota Surakarta melalui The Place	66
3. Strategi City Branding Kota Surakarta melalui The Potential	73
4. Strategi City Branding Kota Surakarta melalui The Pulse	80
5. Strategi City Branding Kota Surakarta melalui The People	90
6. Strategi City Branding Kota Surakarta melalui The Prerequisites	98
C. Dampak Solo Keroncong Festival dalam strategi City Branding Pemerintah Kota Surakarta	102
BAB V PENUTUP	106
A. Kesimpulan	106
B. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	109
Lampiran	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tangkapan layar tentang pemberitaan Solo Keroncong Festival Tahun 2024 melalui laman resmi Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf).	65
Gambar 2. Tangkapan layar pemberitaan Solo Keroncong Festival Tahun 2024 melalui laman resmi Liputan 6.....	65
Gambar 3. Suasana Solo Keroncong Festival Tahun 2024 di Pamedan Pura Mangkunegaraan, sumber: Wawancara dengan Creative Director SKF.	68
Gambar 4. Suasana pra-acara Solo Keroncong Festival Tahun 2024 di atrium Solo Square Mall, Sumber: Wawancara dengan Creative Director SKF.....	69
Gambar 5. Suasana pra-acara Solo Keroncong Festival Tahun 2024 di food court Solo Square Mall, Sumber: Wawancara dengan Creative Director SKF.	69
Gambar 6. Suasana pra-acara Solo Keroncong Festival tahun 2024 di aviary plaza Solo Safari, Sumber: Wawancara dengan Creative Director SKF.	70
Gambar 7. Suasana area 'Keplek Ilat' di Solo Keroncong Festival, Sumber: Wawancara dengan Creative Director SKF.....	74
Gambar 8. Unggahan bertajuk Road To Solo Keroncong Festival 2024 pada media sosial resmi Instagram SKF.....	77
Gambar 9. Data Jangkauan media sosial instagram resmi Solo Keroncong Festival pada tahun 2024, Sumber: Wawancara dengan Creative Director SKF.....	78
Gambar 10. Suasana penyelenggaraan Solo Keroncong Festival tahun 2024 di Pamedan Pura Mangkunegaraan, Sumber: Wawancara dengan Creative Director SKF.....	82
Gambar 11. Suasana aktivitas Nail Art pada Solo Keroncong Festival tahun 2024, Sumber: Wawancara dengan Creative Director SKF.	84
Gambar 12. Suasana aktivitas tattoo henna pada Solo Keroncong Festival Tahun 2024, Sumber: Wawancara dengan Creative Director SKF.	85
Gambar 13. Suasana aktivitas membantik pada Solo Keroncong Festival Tahun 2024, Sumber: Wawancara dengan Creative Director SKF.	85
Gambar 14. Suasana aktivitas barbershop pada Solo Keroncong Festival tahun 2024, Sumber: Wawancara dengan Creative Director SKF.	86
Gambar 15. Suasana aktivitas buku musik pada Solo Keroncong Festival Tahun 2024, Sumber: Wawancara dengan Creative Director SKF.	86
Gambar 16. Suasana aktivitas apparel motor pada Solo Keroncong Festival Tahun 2024, Sumber: Wawancara dengan Creative Director SKF.	87
Gambar 17. Penampilan delegasi Singapura, Orkes Keroncong Nobat Kota Singa pada Solo Keroncong Festival tahun 2024, Sumber: Wawancara dengan Creative Director SKF.	89

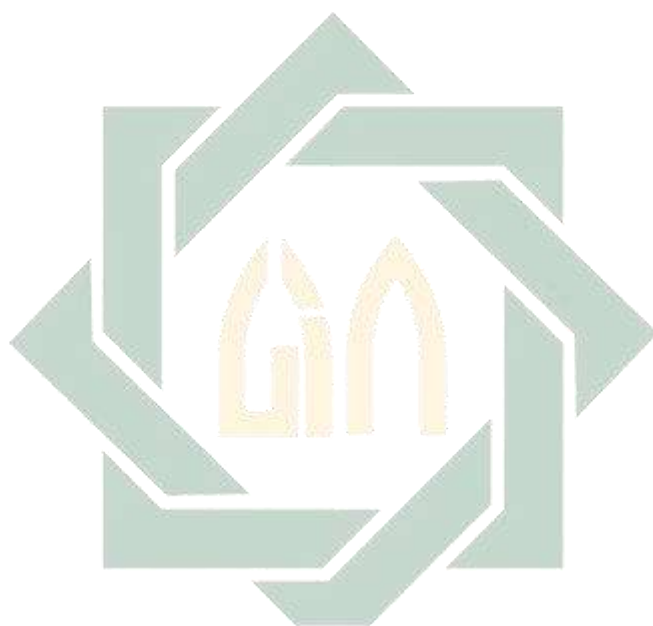
Gambar 18. Potret kebersamaan relawan Solo Keroncong Festival tahun 2024, Sumber: Postingan Instagram @234scsolo.....	92
Gambar 19. Potret kebersamaan pengunjung asing dengan pengunjung lokal pada Solo Keroncong Festival tahun 2024, Sumber: Wawancara dengan Creative Director SKF.	95
Gambar 20. Potret pengunjung asing pada Solo Keroncong Festival tahun 2024, Sumber: Wawancara dengan Creative Director SKF.	95



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Pengunjung Asing Tahun 2024, Sumber: Wawancara dengan Creative Director Solo Keroncong Festival	63
--	----



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Anholt, Simon. *Competitive Identity*. Palgrave Macmillan UK, 2007.
<https://doi.org/10.1057/9780230627727>.
- Mas'oed, Mochtar. *Ilmu Hubungan Internasional : Disiplin dan Metodologi*. LP3ES, 1990.
- Nye, Joseph S., Jr. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. 2004.
- Prof. Dr. Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cetakan ke-19. ALFABETA, CV, 2013.
- Pusat Bahasa, Tim Penyusun. *Kamus Bahasa Indonesia*. Pusat Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional, 2008.
- Rumelt, Richard P. *Good Strategy/Bad Strategy: The Difference and Why It Matters*. Crown Business, 2011.
- S.PD.,M.Si, Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Grad.Cert.Biotech, Roushandy Asri Fardani, S.Si.,M.Pd, et al. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Cetakan I. Pustaka Ilmu, 2020.
- Taecharungroj, Viriya. *Strategic City Branding: Insights from Asian Cities*. 1st edition. Routledge, 2025. <https://www.taylorfrancis.com/books/oa-mono/10.4324/9781003587194>.

SKRIPSI / TESIS

- Cahyani, Heni. "Pengaruh Event 'Solo Imlek Festival' terhadap City Branding Kota Solo Sebagai Kota Budaya." Universitas Katolik Widya Mandala, 2023.
- Rahajeng, Shabrina O. "Solo 'The Spirit of Java.'" Semarang, 2007.
http://eprints.undip.ac.id/1031/1/solo%2C_spirit_of_java.pdf.
- Rahmadita, Zulfani Putri. "Upaya City Branding Pemerintah Kota Solo Dalam Memperkenalkan Budaya Batik di Asia Tenggara: Studi Kasus Solo Batik Carnival." Universitas Muhammadiyah Malang, 2024.
- Riansyah. "'City Branding' Kota Singkawang melalui Festival Cap Go Meh." Institut Seni Yogyakarta, 2023. <http://digilib.isi.ac.id/id/eprint/14590>.

ARTIKEL JURNAL

- A. Palinkas, Lawrence, Sarah M. Horwitz, Carla A. Green, Jennifer P. Wisdom, Naihua Duan, and Kimberly Hoagwood. "Purposeful Sampling for Qualitative Data Collection and Analysis in Mixed Method Implementation Research." *Springer Science+Business Media New York* 42, no. 5 (n.d.). <https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y>.
- Adjie, Bergas Anggito, and Winda Fuji Anggina. "Efektivitas City Branding 'Solo, The Spirit of Java' Terhadap Implementasi Program Perencanaan Kepariwisata." *Jurnal Pariwisata dan Budaya Cakrawisata* 24, no. 1 (2023).
- Anholt, Simon. "The Anholt-GMI City Brands Index: How the World Sees the World's Cities." *Place Branding* 2, no. 1 (2006): 18–31. <https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990042>.
- Bachri, Bachtiar S. *Meyakinkan Validitas Data melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*. 10, no. 1 (2010). <https://www.semanticscholar.org/paper/Meyakinkan-Validitas-Data-Melalui-Triangulasi-Pada-Bachri/7bc214c98e7919f0c63ac05b708084bdf200f1c>.
- Gönüllüoğlu, Sedat, and Semra Arslan Selçuk. "City Branding in the Context of Architecture, Tourism, Culture, and Cultural Identity Interaction—Bibliometric Analysis of Literature." *Place Branding and Public Diplomacy* 21, no. 2 (2025): 189–206. <https://doi.org/10.1057/s41254-024-00365-2>.
- Juan, Tamara Sofyan, Tri Yulianti, and Prihandari Satvikadewi. *City Branding Kabupaten Lumajang Melalui Festival Loemadjang Mbiyen*. 7, no. 2 (2021). <https://doi.org/10.30996/representamen.v7i02.5735>.
- Kavaratzis, Mihalis. "Place Branding: A Review of Trends and Conceptual Models." *The Marketing Review* 5, no. 4 (2005): 329–42. <https://doi.org/10.1362/146934705775186854>.
- Kurniawan, Luthfi. "Proses City Branding YOGYAKARTA (Studi Kualitatif Pada Merek 'Jogja Istimewa')." *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie*, 2015.
- Kusumorasri, Irawati, Nanik Sri Prihatini, and Bambang Sunarto. "Governance of Flagship Events in Surakarta City: Case Studies of SIPA, SBC, and SKF." *Gelar: Jurnal Seni Budaya* 21, no. 1 (2023): 47–56. <https://doi.org/10.33153/blr.v21i1.4348>.
- Lestari, Seyla Pratiwi, and Glorya Agustiningsih. "Strategi City Branding Melalui Gelaran Budaya Tari Sparkling Sebagai Komunikasi Pariwisata Kota

Surabaya.” *Kwik Kian Gie School of Business* 8, no. 1 (2020).
<https://doi.org/10.46806/jkb.v8i1.646>.

Muljadinata, Albertus Sidharta, and Bayu Widianoro. “Karsten’s Work as a City Branding Strengtheners for The Semarang City, Indonesia.” *Journal of Architecture and Human Experience* 1, no. 1 (2023): 11–22.
<https://doi.org/10.59810/archimane.v1i1.2>.

Nursanty, Eko, Joesron Alie Syahbana, and Atik Suprpti. “Using City Branding as the Part of the Intersection Point of Modernization and Tradition. Case Study: Surakarta City (Solo), Indonesia.” *SHS Web of Conferences* 41 (2018): 04001. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20184104001>.

Pandansari, Dyah Ayu, Eko Priyo Purnomo, and Aulia Nur Kasiwi. “Dinamika City Branding Kota Surakarta Dalam Menarik Minat Berkunjung Wisatawan.” *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja* 46, no. 1 (2020).

Ratna Sari, Dani. “Perkembangan Musik Keroncong di Surakarta Tahun 1960-1990.” *Avatara: Jurnal Pendidikan Sejarah* 3, no. 2 (2015).
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/avatara/article/view/11654>.

Trida, Mutiara, Reza Safitri, and Bambang Dwi Prasetyo. “City Branding: Perspektif Event sebagai Simbolis pada Festival Pacu Jalur Kabupaten Kuantan Singingi, Riau.” *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi* 6, no. 3 (2024). <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jrmdk/article/view/31262>.

Wetarani, Karnhura. “City Branding World Craft City Kabupaten Gianyar.” *E: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan Pembangunan* 11, no. 3 (2025).

Wirman, Welly, and Ramahwati Saputri. “Strategi City Branding Provinsi Bengkulu Melalui Festival Tabot.” *Journal of Research and Development on Public Policy* 2, no. 4 (2023).

DOKUMEN RESMI PEMERINTAH

A. Palinkas, Lawrence, Sarah M. Horwitz, Carla A. Green, Jennifer P. Wisdom, Naihua Duan, and Kimberly Hoagwood. “Purposeful Sampling for Qualitative Data Collection and Analysis in Mixed Method Implementation Research.” *Springer Science+Business Media New York* 42, no. 5 (n.d.). <https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y>.

Adjie, Bergas Anggito, and Winda Fuji Anggina. “Efektivitas City Branding ‘Solo, The Spirit of Java’ Terhadap Implementasi Program Perencanaan Kepariwisata.” *Jurnal Pariwisata dan Budaya Cakrawisata* 24, no. 1 (2023).

- Anholt, Simon. *Competitive Identity*. Palgrave Macmillan UK, 2007.
<https://doi.org/10.1057/9780230627727>.
- Anholt, Simon. "The Anholt-GMI City Brands Index: How the World Sees the World's Cities." *Place Branding* 2, no. 1 (2006): 18–31.
<https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990042>.
- Bachri, Bachtiar S. *Meyakinkan Validitas Data melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*. 10, no. 1 (2010).
<https://www.semanticscholar.org/paper/Meyakinkan-Validitas-Data-Melalui-Triangulasi-Pada-Bachri/7bc214c98e7919f0c63ac05b708084bdff200f1c>.
- Cahyani, Heni. "Pengaruh Event 'Solo Imlek Festival' terhadap City Branding Kota Solo Sebagai Kota Budaya." Universitas Katolik Widya Mandala, 2023.
- Gönüllüoğlu, Sedat, and Semra Arslan Selçuk. "City Branding in the Context of Architecture, Tourism, Culture, and Cultural Identity Interaction—Bibliometric Analysis of Literature." *Place Branding and Public Diplomacy* 21, no. 2 (2025): 189–206. <https://doi.org/10.1057/s41254-024-00365-2>.
- Juan, Tamara Sofyan, Tri Yulianti, and Prihandari Satvikadewi. *City Branding Kabupaten Lumajang Melalui Festival Loemadjang Mbiyen*. 7, no. 2 (2021). <https://doi.org/10.30996/representamen.v7i02.5735>.
- Kavaratzis, Mihalis. "Place Branding: A Review of Trends and Conceptual Models." *The Marketing Review* 5, no. 4 (2005): 329–42.
<https://doi.org/10.1362/146934705775186854>.
- Kusumorasri, Irawati, Nanik Sri Prihatini, and Bambang Sunarto. "Governance of Flagship Events in Surakarta City: Case Studies of SIPA, SBC, and SKF." *Gelar: Jurnal Seni Budaya* 21, no. 1 (2023): 47–56.
<https://doi.org/10.33153/blr.v21i1.4348>.
- Lestari, Seyla Pratiwi, and Glorya Agustiningsih. "Strategi City Branding Melalui Gelaran Budaya Tari Sparkling Sebagai Komunikasi Pariwisata Kota Surabaya." *Kwik Kian Gie School of Business* 8, no. 1 (2020).
<https://doi.org/10.46806/jkb.v8i1.646>.
- Mas'ood, Mochtar. *Ilmu Hubungan Internasional : Disiplin dan Metodologi*. LP3ES, 1990.
- Nye, Joseph S., Jr. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. 2004.

- Pandansari, Dyah Ayu, Eko Priyo Purnomo, and Aulia Nur Kasiwi. "Dinamika City Branding Kota Surakarta Dalam Menarik Minat Berkunjung Wisatawan." *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja* 46, no. 1 (2020).
- Prof. Dr. Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cetakan ke-19. ALFABETA, CV, 2013.
- Pusat Bahasa, Tim Penyusun. *Kamus Bahasa Indonesia*. Pusat Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional, 2008.
- Rahmadita, Zulfani Putri. "Upaya City Branding Pemerintah Kota Solo Dalam Memperkenalkan Budaya Batik di Asia Tenggara: Studi Kasus Solo Batik Carnival." Universitas Muhammadiyah Malang, 2024.
- Ratna Sari, Dani. "Perkembangan Musik Keroncong di Surakarta Tahun 1960-1990." *Avatara: Jurnal Pendidikan Sejarah* 3, no. 2 (2015).
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/avatara/article/view/11654>.
- Riansyah. "'City Branding' Kota Singkawang melalui Festival Cap Go Meh." Institut Seni Yogyakarta, 2023. <http://digilib.isi.ac.id/id/eprint/14590>.
- Rumelt, Richard P. *Good Strategy/Bad Strategy: The Difference and Why It Matters*. Crown Business, 2011.
- S.PD.,M.Si, Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Grad.Cert.Biotech, Roushandy Asri Fardani, S.Si.,M.Pd, et al. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Cetakan I. Pustaka Ilmu, 2020.
- Surakarta, Pemerintah Kota. *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Surakarta Tahun 2010–2015*. Government Document. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) Kota Surakarta, 2010.
- Surakarta, Pemerintah Kota. *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Surakarta Tahun 2016–2021*. Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 9 Tahun 2016. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) Kota Surakarta, 2016.
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/19592/perda-kota-surakarta-no-9-tahun-2016>.
- Taecharungroj, Viriya. *Strategic City Branding: Insights from Asian Cities*. 1st edition. Routledge, 2025. <https://www.taylorfrancis.com/books/oa-mono/10.4324/9781003587194>.
- Trida, Mutiara, Reza Safitri, and Bambang Dwi Prasetyo. "City Branding: Perspektif Event sebagai Simbolis pada Festival Pacu Jalur Kabupaten Kuantan Singingi, Riau." *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan*

Komunikasi 6, no. 3 (2024). <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jrmdk/article/view/31262>.

Wetarani, Karnhura. "City Branding World Craft City Kabupaten Gianyar." *E: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan Pembangunan* 11, no. 3 (2025).

Wirman, Welly, and Ramahwati Saputri. "Strategi City Branding Provinsi Bengkulu Melalui Festival Tabot." *Journal of Research and Development on Public Policy* 2, no. 4 (2023).



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A