

**STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL PEMERINTAH
KOTA SURABAYA DAN KOMUNITAS @info_surabaya
MELALUI MEDIA INSTAGRAM DALAM
MEMBANGUN CITRA KOTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Surabaya, guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.I.Kom)

Oleh

Avin Nur Aini
04010522008



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2025**

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Avin Nur Aini
NIM : 04010522008
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Digital Pemerintah Kota
Surabaya Dan Komunitas @info_surabaya
Melalui Media Instagram Dalam Membangun
Citra Kota

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 12 Desember 2025
Menyetujui Pembimbing,



Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag. M. Fil.I.
NIP.197110171998031001

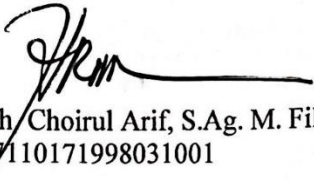
PENGESAHAN TIM PENGUJI
STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL PEMERINTAH KOTA
SURABAYA DAN KOMUNITAS @info_surabaya MELALUI
MEDIA INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN
CITRA KOTA
SKRIPSI

Disusun Oleh
Avin Nur Aini
04010522008

telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
pada tanggal 29 Desember 2025

Tim Penguji

Penguji I


Dr. Moch/Choirul Arif, S.Ag. M. Fil.I.
NIP. 197110171998031001

Penguji II


Dr. Pardianto S.Ag., M.Si.
NIP. 197306222009011004

Penguji III


Dr. Abu Amar Bustomi, M.Si
NIP. 197102042005011004

Penguji IV


Ariza Qur'ata A'yun, M.Med.Kom.
NIP. 199205202018012002

Surabaya, 29 Desember 2025
Dekan

Dr. Moch/Choirul Arif, S.Ag. M. Fil.I.
NIP. 197110171998031001



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Avin Nur Aini
NIM : 04010522008
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi/ Ilmu Komunikasi
E-mail address : avinaini19@gmail.com

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

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

**STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL PEMERINTAH KOTA SURABAYA DAN
KOMUNITAS @INFO_SURABAYA MELALUI MEDIA INSTAGRAM DALAM
MEMBANGUN CITRA KOTA.**

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, 5 Januari 2026

Penulis

(Avin Nur Aini)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Avin Nur Aini
NIM : 04010522008
Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **Strategi Komunikasi Digital Pemerintah Kota Surabaya Dan Komunitas @info_surabaya Melalui Media Instagram Dalam Membangun Citra Kota** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda rujukan dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya terima dari skripsi tersebut.

Surabaya, 12 Desember 2025

Yang membuat pernyataan,



Avin Nur Aini
04010522008

ABSTRAK

Avin Nur Aini, NIM 04010522008, 2025. **Strategi Komunikasi Digital Pemerintah Kota Surabaya Dan Komunitas @info_surabaya Melalui Media Instagram Dalam Membangun Citra Kota**

Penelitian ini membahas strategi komunikasi digital yang dilakukan Pemerintah Kota Surabaya dan komunitas @info_surabaya dalam membangun citra Kota Surabaya di media Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji dengan menggunakan triangulasi sumber dan teknik untuk memastikan validitas temuan penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital Pemerintah Kota Surabaya bersama @info_surabaya dijalankan melalui sinergi digital yang meliputi koordinasi konten, kolaborasi dalam publikasi kegiatan, serta penyamaan arah komunikasi publik. Adapun faktor-faktor yang menentukan keberhasilan strategi komunikasi digital tersebut meliputi kecepatan respons terhadap isu publik, konsistensi pesan yang disampaikan, serta pola komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadinya interaksi aktif antara pemerintah, akun komunitas, dan masyarakat.

Kata kunci: Strategi komunikasi digital, Pemkot Surabaya, @Info_Surabaya, sinergi digital

ABSTRACT

Avin Nur Aini, Student ID 04010522008, 2025. **Digital Communication Strategies of the Surabaya City Government and the @info_surabaya Community Through Instagram in Building the City's Image**

This study discusses the digital communication strategies employed by the Surabaya City Government and the @info_surabaya community in building the image of Surabaya City on Instagram. This study uses a descriptive qualitative method. Data collection techniques include observation, in-depth interviews, and documentation. The data obtained was analyzed through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Data validity was tested using source triangulation and techniques to ensure the validity of the research findings.

The results showed that the digital communication strategy of the Surabaya City Government and @info_surabaya was carried out through digital synergy, which included content coordination, collaboration in publishing activities, and alignment of public communication directions. The factors that determine the success of this digital communication strategy include the speed of response to public issues, consistency in the messages conveyed, and a two-way communication pattern that enables active interaction between the government, community accounts, and the public.

Keywords: Digital communication strategy, Surabaya City Government, @Info_Surabaya, digital synergy

المخلص

أفين نور عيني، رقم الطالب 04010522008، 2025. استراتيجيات الاتصال
في Instagram عبر @info_surabaya الرقمي لحكومة مدينة سورابايا ومجتمع
بناء صورة المدينة

تتناول هذه الدراسة استراتيجيات الاتصال الرقمي التي تستخدمها حكومة مدينة سورابايا
تستخدم Instagram. في بناء صورة مدينة سورابايا على @info_surabaya ومجتمع
هذه الدراسة طريقة وصفية نوعية. وتشمل تقنيات جمع البيانات الملاحظة والمقابلات
المتعمقة والتوثيق. تم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها من خلال مراحل تقليل البيانات
وعرضها واستخلاص النتائج. تم اختبار صحة البيانات باستخدام تقنية التثليث المرجعي
وتقنيات أخرى لضمان صحة نتائج البحث.

تظهر نتائج الدراسة أن استراتيجية الاتصال الرقمي التي تتبعها حكومة مدينة سورابايا
يتم تنفيذها من خلال التأزر الرقمي، الذي يشمل تنسيق المحتوى @info_surabaya و
والتعاون في أنشطة النشر ومواءمة اتجاهات الاتصال العام. تشمل العوامل التي تحدد نجاح
استراتيجية الاتصال الرقمي هذه سرعة الاستجابة للقضايا العامة، والاتساق في الرسائل
المنقولة، ونمط الاتصال الثنائي الذي يتيح التفاعل النشط بين الحكومة وحسابات المجتمع
والجمهور.

،الكلمات المفتاحية :استراتيجية الاتصال الرقمي، حكومة مدينة سورابايا
التأزر الرقمي، @Info_Surabaya

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

Sampul Dalam.....	i
Persetujuan Dosen Pembimbing	ii
Pengesahan Tim Penguji.....	iii
Motto Dan Persembahan	iv
Pernyataan Keaslian Skripsi	vi
Abstrak	vii
Abstract	viii
المخلص	ix
Kata Pengantar	x
Pedoman Penulisan Transliterasi.....	xiii
Daftar Isi.....	xv
Daftar Gambar	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi Konsep.....	9
1. Sinergi Digital	9
2. Strategi Komunikasi Digital.....	10
3. Pemerintah Kota Surabaya.....	11
4. Citra Kota.....	12
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN TEORETIK	14
A. Kajian Perspektif Teoretik	14

1. Strategi Komunikasi Digital.....	14
2. City Branding.....	18
3. Sinergi Digital	22
4. Teori Sinergi	26
B. Kajian Perspektif Dakwah Islam.....	30
1. Sinergi dalam Perspektif Islam	30
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	39
B. Lokasi Penelitian.....	40
C. Jenis dan Sumber Data	40
D. Teknik Pengumpulan Data	42
E. Teknik Analisis Data.....	43
F. Teknik Validitas Data.....	44
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	46
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	46
1. Profil Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Surabaya.....	46
2. Akun Instagram @info_surabaya.....	50
B. Penyajian Data.....	51
1. Strategi Komunikasi Digital Pemerintah Kota Surabaya dan @info_surabaya	51
2. Keberhasilan Strategi Komunikasi Digital.....	70
C. Analisis Data	81
1. Perspektif Teori.....	81
2. Perspektif Islam.....	93
BAB V PENUTUP	97

A. Simpulan	97
B. Rekomendasi	97
C. Keterbatasan Penelitian	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	107
BIOGRAFI PENELITI.....	116



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian	29
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Diskominfo	48
Gambar 4.3 Perbandingan angle visual unggahan Pemkot Surabaya pada kegiatan upacara 10 November	60
Gambar 4.4 Perbandingan angle visual unggahan @info_surabaya pada kegiatan upacara 10 November	60
Gambar 4.5 Perbandingan gaya pengemasan unggahan Pemkot Surabaya terkait informasi banjir	61
Gambar 4.6 Perbandingan gaya pengemasan unggahan @info_surabaya pada peristiwa banjir	62
Gambar 4.7 Perbandingan gaya penyampaian unggahan Pemkot Surabaya dengan format resmi.....	64
Gambar 4.8 Perbandingan gaya penyampaian unggahan @info_surabaya dengan visual khas.....	64
Gambar 4.9 Konten event Pemkot yang viral pada unggahan @info_surabaya	68

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Dwi Putri Robiatul, And Moch Choirul Arif. “Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Sampang Dalam Merukunkan Penganut Sunni-Syiah.” *Jurnal Komunikasi* 15, No. 2 (2021): 131–44. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v15i2.11477>
- Aditya, Komang Gede Dimas Bagus, Ni Made Ras Amanda Gelgel, And I. Gusti Agung Alit Suryawati. “Strategi Pengelolaan Konten Digital Instagram Studio Tigapagi Sebagai Agensi Kreatif Digital.” *E-Jurnal Medium* 6, No. 2 (August 2025): 185–97. <https://doi.org/10.24843/SrOt9x85>.
- Ali, Ahmad. “Mengokohkan Prinsip Berjamaah Bagi Kemajuan Bangsa.” *Situs Resmi Yayasan Manhajuna | Madania Salam*, August 13, 2024. <https://manhajuna.id/2024/08/13/Mengokohkan-Prinsip-Berjamaah-Bagi-Kemajuan-Bangsa/>.
- Alshaikh, Rafah, Mufeed Shok, Zahraa Al-Hussaini, And Amer Alkinani. “The Impact Of Digital Technologies On Urban Life Quality And Social Dynamics In Bismayah.” *IIETA*, (2024): 3405–3416. <https://doi.org/10.18280/Ijsdp.190911>.
- Amory, Jeffriansyah Dwi Sahputra, Naska Nabhan, J. Fuji Inzani Sl, And Ratna Ratna. “Sinergi Transformasi Digital Dalam Pendidikan Tinggi Dan Dampaknya Terhadap Inovasi Sosial Untuk Mendorong Pembangunan Ekonomi Berbasis Pengetahuan.” *Jurnal Minfo Polgan* 14, No. 1 (July 2025): 1388–1398. <https://doi.org/10.33395/Jmp.V14i1.15052>.
- Amrullah, Amrullah, Nurbaeti Nurbaeti, Heny Ratnaningtyas, David Manumpak, Muh Rajesh Singh, And Joshua Budi. “Pengaruh City Branding Dan City Image Terhadap City Identity Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kota Jakarta, Indonesia.” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 11, No. 2 (August 2022): 325–336. <https://doi.org/10.23887/Jish.V11i2.44960>.
- Aprianto, Happy, Renny Nurhasana, And Ahmad Ibrahim Badry. “Transformasi City Branding Di Jakarta Menuju Kota

- Kolaborasi.” *Jurnal Ilmiah Edunomika* 8, No. 1 (2024).
<https://doi.org/10.29040/jie.v8i1.10774>.
- Baliya, Muhammad, Aryo Bayu Wibisono, Andrian Ferdi Ramdhani, Natasyia Sisca Eka, Oknisa Qadrin Saraswati, And Robby Krisdianto. “Strategi Branding Kota Surabaya Sebagai Kota Sejarah, Budaya, Dan Perdagangan.” *Narada : Jurnal Desain Dan Seni* 7, No. 3 (January 2021): 357–378.
<https://doi.org/10.22441/narada.2020.v7.i3.005>.
- Corning, Peter. *Nature’s Magic: Synergy In Evolution And The Fate Of Humankind*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511546426>.
- Corning, Pette A. “The Co-Operative Gene: On The Role Of Synergy In Evolution.” *Evolutionary Theory* 11 No. 3 (2015): 183–207.
- Dewi, Indah Ratna, And Willy Bachtiar. “Strategi Komunikasi Digital Melalui Produksi Konten Video Oleh Content Creator Di Redaksi Suara.Com.” *Jurnal Kolaboratif Sains* 8, No. 5 (May 2025): 2517–2531. <https://doi.org/10.56338/jks.v8i5.7620>.
- “Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Surabaya.” Accessed December 7, 2025. <https://dinkominfo.surabaya.go.id/>.
- Fadhila, Shafa. “Mengenal Sejarah Surabaya Sebagai Kota Perdagangan.” *Liputan6.Com*. Accessed August 13, 2025. <https://www.liputan6.com/surabaya/read/4149494/mengenal-sejarah-surabaya-sebagai-kota-perdagangan?>
- Febilianingtyas, Ajeng, Poppy Febriana, Ferry Adhi Dharma, And Kuziyev Umidjon Yandashalievich. *Decoding City Branding Through Social Media: Overseas Student Perceptions Of An Instagram Account*. Vol. 846. Advances In Social Science, Education And Humanities Research. Paris: Atlantis Press SARL, (2024.): 175-203. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-242-2_2.
- Febriyanti, Irma, And Doan Widhiandono. “Strategi Komunikasi Media Massa Dalam Destination Branding Indonesia: Analisis Kampanye ‘Wonderful Indonesia.’” *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi (E-ISSN: 2807-6818)* 5, No. 03 (April 2025): 1–16. English.
<https://doi.org/10.69957/relasi.v5i04.2053>.

- Fidinia, Vitra. “Strategi Komunikasi Humas Dalam Mempertahankan Citra Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Melalui Media Sosial Instagram @Humasjogja.” Bachelor, Universitas AMIKOM Yogyakarta, (2023): 1-145. <https://Eprints.Amikom.Ac.Id/Id/Eprint/20746/>.
- Genda, Silahuddin. “The Role Of Social Media In Increasing Public Trust In The Government In Parepare.” *Journal Social Civilecial* 3, No. 1 (March 2025): 1–10. <https://Doi.Org/10.71435/610508>.
- Idtesis.Com. “Teori Lengkap Tentang Strategi Komunikasi Menurut Para Ahli Dan Contoh Tesis Strategi Komunikasi.” Accessed August 14, 2025. <https://Idtesis.Com/Teori-Lengkap-Tentang-Strategi-Komunikasi-Menurut-Para-Ahli-Dan-Contoh-Tesis-Strategi-Komunikasi/>.
- Imaddudin, Imaddudin, And Annisa Eka Syafrina. “Sinergi Informasi Pemerintah Melalui Komunikasi Publik Dalam Penanganan Pandemi Virus Covid-19 Di Indonesia.” *Gandiwa Jurnal Komunikasi* 2, No. 1 (August 2022): 32–40. <https://Doi.Org/10.30998/G.V2i1.1045>.
- Indriani, Ety. “Social Media In City Branding Strategic: Empirical Study In Solo City, Indonesia.” *IJSSHR* 07, No. 03 (August 2025): 1511–22. <https://Doi.Org/10.47191/Ijsshr/V7-I03-03>.
- Iwan, Nyoman, Tatit. “Pengaruh City Branding Pada City Image Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Wisata Hutan Bambu Kabupaten Lumajang.” *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 2 No 2 (2021): 99–108.
- Kavaratzis, Mihalís. “Is ‘City Branding’ Worth Re-Visiting?” *Econpapers* 111, No. 1 (2020): 24–27. <https://Doi.Org/10.1111/Tesg.12403>.
- Kisdiyatama, Raka, Hari Wiryawan, And Dyah Retno Pratiwi. “Strategi Public Relations TA Radio Dalam Menciptakan Branding Radio Anak Muda.” Other, Universitas Sahid Surakarta, (2018): 1-124. <https://Repository.Usahidsolo.Ac.Id/313/>.
- Ko Dong Hwan. “‘Seoul, My Soul’ Becomes City’s New Brand Slogan.” *The Korea Times*. Accessed August 13, 2025.

- <https://www.koreatimes.co.kr/Southkorea/Society/20230816/Seoul-My-Soul-Becomes-Citys-New-Brand-Slogan>.
- Lemmetyinen, Arja, Lenita Nieminen, Johanna Aalto, And Tuomas Pohjola. "Enlivening A Place Brand Inclusively: Evidence From Ten European Cities." *Place Branding And Public Diplomacy* 21, No. 1 (March 2025): 67–80. <https://doi.org/10.1057/S41254-024-00362-5>.
- Maulana, Rio Yusri. "Collaborative Digital Transformation Pemerintah Daerah Di Indonesia." *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial* 7, No. 2 (June 2022): 263–77. <https://doi.org/10.33506/Jn.V7i2.1784>.
- Muslimah, Tikka. "City Branding, Media Sosial City Branding Pariwisata Dalam Media Sosial." *Acta Diurna: Jurnal Ilmu Komunikasi* 17, No. 2 (October 2021): 789-803. <https://doi.org/10.20884/1.Actadiurna.2021.17.2.4087>.
- Nabilla, Tanisya Farah, And Catur Suratnoaji. *Personal Branding Walikota Surabaya Di Media Sosial Instagram | JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*. N.D. Accessed August 13, (2025):89-103. <https://jiip.stkipyapisdampu.ac.id/jiip/index.php/jiip/article/view/3068>.
- "Pemerintah Kota Surabaya." Accessed August 13, 2025. <https://surabaya.go.id/id/berita/24000/pemkot-surabaya-kenalkan-identitas-visual-baru-surabaya-city-of-heroes-lambangkan-semangat-kemajuan-warga>.
- Prayudi, Kartika Ardhanariswari, And Ninik Probosari. "Branding The Creative City Of Design: Lesson From Singapore." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 20 No. 3 (2022): 303–14. <https://doi.org/10.31315/Jik.V20i3.8331>.
- Puri, Dyah Ayu Asrining, And Vinda Maya Setianingrum. "Strategi Komunikasi Publik Dan Statistik Melalui Penggunaan Platform Instagram @Surabaya (Studi Kasus Pada Dinkominfo Kota Surabaya)." *The commercium* 9, No. 1 (2025): 195–204. <https://doi.org/10.26740/Tc.V9i1.64924>.
- Putri, Kinkin, Dini Safitri, And Saparudin Mukhtar. *Strategi Komunikasi Dan Statistik Sosial*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada, (2019): 60-85.

- Putri, Marinda Noor Fajrina Noviana. “Kajian Teori Keterkaitan Setting Fisik Dan Identitas Kota Dalam Konteks City Branding.” *Jurnal Teknik Indonesia* 3, No. 1 (May 2024): 30–37. <https://doi.org/10.58860/Jti.V3i1.342>.
- Rizqiyah, Umara Hasmarani, Armiwaty Armiwaty, Firnawaty Firnawaty, And Andi Firman Muhibuddin. “Identifikasi Elemen Citra Kota Menurut Teori Kevin Lynch Pada Koridor Jalan Sulawesi Di Kota Makassar.” *Urban And Regional Studies Journal* 7, No. 2 (June 2025): 86–90. <https://doi.org/10.35965/Ursj.V7i2.5721>.
- Salsabila, Oka, Sri Hastjarjo, And Ignatius Satyawan. “Government Public Relations Strategy In The Digital Age: Social Media Influencer (SMI) Collaboration In Building Community Participation In Madiun Regency.” *Informasi* 54, No. 1 (June 2024): 89–104. <https://doi.org/10.21831/Informasi.V54i1.70577>.
- Salshabilla, Raina Aifha, And Itca Istia Wahyuni. “Strategi City Branding Dalam Mewujudkan Smart City Di Kabupaten Sumedang.” *Medium* 10, No. 1 (February 2022): 1–18. [https://doi.org/10.25299/Medium.2022.Vol10\(1\).8803](https://doi.org/10.25299/Medium.2022.Vol10(1).8803).
- Setiawati, Sri, Asep Suryana, Dandang Sugiana, And Centurion Priyatna. “Pendekatan Triple Helix Dalam Membentuk City Branding.” *The ALTASIA Journal* 2 No 2 (2019): 345–367. <https://doi.org/10.37253/Altasia.V2i2.561>.
- Sugiyono, And Puji Lestari. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Alfabeta, 2021. <http://eprints.upnyk.ac.id/27727/1/Buku%20Metode%20Penelitian%20Komunikasi.Pdf>.
- Svirak, Nikola, And Tomáš Urbánek. “Enhancing Citizen Participation Through Social Media Engagement: The Case Of Czech Municipal Facebook.” *Scientific Papers Of The University Of Pardubice, Series D: Faculty Of Economics And Administration* 31, No. 1 (May 2023): 1–120. <https://doi.org/10.46585/Sp31011553>.
- Tandayu, Gading Kusumo. “City Branding Kota Surabaya Pada Akun Instagram Bangga Surabaya.” Undergraduate, Upn Veteran

- Jawa Timur, (2019): 1-134.
<https://Repository.Upnjatim.Ac.Id/20053/>.
- “The Digital Communication Tools And Citizens’ Relationship With Local Governments: A Comparison Of Georgian And Polish Cities - Maia Maziashvili, Agnieszka Pleśniak, Izabela Kowalik, 2023.” Accessed September 17, 2025.
<https://Journals.Sagepub.Com/Doi/10.1177/00208523221079746>.
- Timur, Natalia Citra Bintang, And Priyatno Harsasto. “Revitalisasi Kawasan Kota Lama Sebagai Upaya City Branding Di Kota Semarang.” *Journal Of Politic And Government Studies* 9, No. 01 (December 2019): 101–110.
- Tuhana, Veki Edizon, Lukas Lebi Daga, Muhammad Aslam, Henny L. L. Lada, And Joan Edo. “Strategi Digital Public Relations Pemerintah Kota Kupang Melalui Media Sosial.” *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi* 12, No. 2 (July 2023): 297–315.
<https://Doi.Org/10.35508/Jikom.V12i2.9173>.
- Unerman, Jeffrey. “Achieving The United Nations Sustainable Development Goals.” *Emerald Insight* 31, No. 1 (2018):1-56.
<https://Doi.Org/10.1108/AAAJ-05-2017-2929>.
- Wahyudi, Prima, Ismandianto, Yasir, And Suyanto. “Strategi Komunikasi ‘City Branding’ Dalam Mengembangkan Potensi Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi Riau.” *Jurnal Niara* 14, No. 13 (2022): 157–167.
<https://Doi.Org/10.31849/Niara.V14i3.6357>.
- Yang, Jikai. “Creating A New City Brand Through Social Media Platforms? The Case Of Zibo.” *Advances In Economics, Management And Political Sciences* 164 (February 2025): 18–26. <https://Doi.Org/10.54254/2754-1169/2025.20716>.
- Yuliani, Sarah, Nidya Calista Sasi Ramadhani, And Aura Nabila Putri Sentosa. “Sinergi Bisnis Digital Dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Era Globalisasi.” *Jurnal Inspirasi Ilmu Manajemen* 3 No 2 (2025): 157-189.
<https://Doi.Org/10.32897/Jiim.2025.3.2.4152>.
- Yuliani, Wiwin. “Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling.” *Quanta Journal*:

- Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan* 2, No. 2 (February 2018): 83–91.
<https://doi.org/10.22460/Q.V2i2p83-91.1641>.
- Zahrah, Fatimatu. “City Branding Dimensions, Strategies, And Obstacles: A Literature Review.” *Jurnal Bina Praja* 15, No. 1 (April 2023): 101–109.
<https://doi.org/10.21787/Jbp.15.2023.101-109>.
- Zharfan, Selby Zahirah, Rudiana Rudiana, And Selvi Centia. “Perencanaan Komunikasi Pemerintahan Dalam Pengelolaan Konten Media Sosial Untuk Meningkatkan Pelayanan Publik Diskominfo Jabar.” *Responsive: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Publik* 7, No. 4 (2024): 240–253.
<https://doi.org/10.24198/Responsive.V7i4.61240>.
- Zulyan, Pupung, And Sri Dewi Setiawati. “Peran Komunitas Seni Budaya Dalam Pembentukan City Branding.” *EDUTOURISM Journal Of Tourism Research* 2, No. 02 (December 2020): 100–111.
<https://doi.org/10.53050/Ejtr.V2i02.135>.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A