

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhyati, N. (2022). *Strategi Komunikasi Humas PT Kereta Commuter Indonesia dalam Memanfaatkan Media Sosial Instagram untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi Publik*. Diploma thesis, Universitas Nasional.
- Amirin, T. M. (1995). *Menyusun Rencana Penelitian*. Raja Grafindo Persada.
- Andini, F. J. (2021). *Strategi Komunikasi Publik dari Corporate Communication PT Kereta Api Indonesia (Persero) di masa Pandemi Covid-19*. [Skripsi, Telkom University]. Repository Telkom University. <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/170712/strategi-komunikasi-publik-dari-corporate-communication-pt-kereta-api-indonesia-persero-di-masa-pandemi-covid-19.html>
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Austin, L., & Jin, Y. (2017). *Social Media and Crisis Communication* (1<sup>st</sup> Edition). Neew Yorrk: Routledge.
- Azizah, M. A. (2018). *Strategi Komunikasi Krisis KFC di Media Sosial*. Bogor: Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor.
- Badan Pusat Statistik. (2020, 1 Juni). Hasil Survei Sosial Demografi Dampak Covid-19 2020. Diakses melalui <https://www.bps.go.id/id/publication/2020/06/01/669cb2e8646787e52dd171c4/hasil-survei-sosial-demografi-dampak-covid-19-2020.html>
- Badan Pusat Statistik. (2021a). Jumlah Penumpang Kereta Api (Ribuan Orang), 2020. Diakses dari <https://www.bps.go.id/indicator/17/72/1/jumlah-penumpang-kereta-api.html>
- Badan Pusat Statistik. (2021b). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2020. Diakses melalui <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen>
- Badan Pusat Statistik. (2021c). Berita Resmi Statistik. Diakses melalui <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/01/1796/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-bulan-desember-2020-mencapai-164-09-ribu-kunjungan-.html> pada 15 September 2023
- Barnard, C. I. (1938). *The Functions of the Executive*. Cambridge: Harvard University Press.
- Barton, L. (1993). *Crisis in Organization. Managing and Communication in heat of Chaos*. Ohio: South Western Publishing.
- Bisnis.com. (2020, 4 Maret). Gerak Transportasi Umum Tangkal Virus Corona. Diakses dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200304/98/1208993/gerak-transportasi-umum-tangkal-virus-corona/1>.
- Boyd, M. D., dan Ellison, B. N. (2009). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(1).
- Braden, V., dkk. (2005). *Crisis-A Leadership Opportunity*. Cambridge: Harvard University.
- Broom, G. M., dan Dozier, D. M. (1986). Advancement for Public Relations Role Models. *Public Relations Review*, 12(1), 37-56.
- Broom, G.M. & Sha, B. (2013). *Cutlip and Center's Effective Public Relations (Edisi 11)*. Boston: Pearson Education.

- Bungin, B. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikatif, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Kencana.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Caropeboka, R. M. (2017). *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Citilink. (2022). Laporan Tahunan 2021. Diakses melalui <https://www.citilink.id/docs/default-source/default-document-library/annual-report-2021-pt-citilink-indonesia.pdf?sfvrsn=0>
- Coombs, W. T. (2007). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*. Los Angeles: Sage.
- Coombs, W. T. (2009). Conceptualizing Crisis Communication (dalam Handbook Of Risk and Crisis Communication). Routledge.
- Coombs, W. T. (2010). Parameters for Crisis Communication. Dalam W. T. Coombs dan S. J. Holladay (Ed.). *The Handbook of Crisis Communication* (h. 17-53). Chicester: Wiley-Blackwell.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran* (Edisi ke-4). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Daryanto. (1998). *Administrasi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Deavani, K. B. (2019). *Strategi Public Relations dalam Pengelolaan Media Sosial PT Kereta Api Indonesia*. [Skripsi, Universitas Pasundan]. Repository Universitas Pasundan. <http://repository.unpas.ac.id/42422/>
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Evans, D. dan McKee, J. (2010). *Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement*. Indiana: Wiley Publishing.
- Fuchs, C. dkk. (2010). Theoretical Foundations of the Web: Cognition, Communication, and Co-Operation. *Towards an Understanding of Web 1.0, 2.0, 3.0. Future Internet*, 2(1), 41-59.
- Garuda Indonesia. (2022). Laporan Tahunan 2021. Diakses melalui <https://www.garuda-indonesia.com/my/en/investor-relations/annual-report-dan-sustainability-report/annual-report>.
- Gibson, J. L., dkk. (2012). *Organizations Behavior, Structure, Processes*. New York: McGraw-Hill Education.
- Grunig, J. (2009). Paradigms of Global Public Relations in An Age Of Digitalisation. *Prism*, 6, 1-19.
- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Hakiki, F. F. (2013). Beberapa Konsep Perencanaan Komunikasi. Dalam K. Widjajanto (Ed.). *Perencanaan Komunikasi Konsep dan Aplikasi* (h. 21-42). Bandung: Ultimius.
- Harun, R. (2008). *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Mandar Maju.
- Huang, Y. H. C., dkk. (2017). Does Research on Digital Public Relations Indicate A Paradigm Shift? An Analysis and Critique of Recent Trends. *Telematics*

- and Informatics*, 34(7), 1364–1376.  
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.08.012>
- Indrasastria, M. R. & Harahap, H. (2023). Strategi Komunikasi dalam Operasional Pelayanan pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 66-81. DOI: 10.31539/jomb.v5i1.5390
- Juwita, R. (2017). Media Sosial dan Perkembangan Komunikasi Korporat. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(1), 47-60.
- KAI. (2020, 5 Februari). Kereta Api Menjadi Moda Transportasi Umum Favorit Masyarakat Selama Angkutan Nataru 2019/2020. Diakses dari [https://www.kai.id/information/full\\_news/3178-kereta-api-menjadi-moda-transportasi-umum-favorit-masyarakat-selama-angkutan-nataru-20192020](https://www.kai.id/information/full_news/3178-kereta-api-menjadi-moda-transportasi-umum-favorit-masyarakat-selama-angkutan-nataru-20192020)
- KAI. (2021a). Laporan Tahunan dan Keberlanjutan 2020. Diakses dari [https://www.kai.id/hubungan\\_investor/laporan/](https://www.kai.id/hubungan_investor/laporan/)
- KAI. (2021b, 16 Agustus). Kiprah KAI di Masa Pandemi untuk Indonesia Tangguh, Indonesia Tumbuh. Diakses dari [https://www.kai.id/information/full\\_news/4975-kiprah-kai-di-masa-pandemi-untuk-indonesia-tangguh-indonesia-tumbuh](https://www.kai.id/information/full_news/4975-kiprah-kai-di-masa-pandemi-untuk-indonesia-tangguh-indonesia-tumbuh)
- KAI. (2021c, 6 November). KAI Berhasil Raih Predikat Diamond dalam The 3rd ASEAN PR Excellence Awards 2021. Diakses dari [https://www.kai.id/information/full\\_news/5157](https://www.kai.id/information/full_news/5157).
- KAI. (2022a, 24 Maret). KAI Raih Penghargaan Best of The Best Communication dalam Ajang BCOMSS 2022. Diakses dari [https://www.kai.id/information/full\\_news/5269](https://www.kai.id/information/full_news/5269).
- KAI. (2022b, 27 Maret). KAI Raih 5 Penghargaan Pada Ajang PR Indonesia Awards 2022. Diakses dari [https://www.kai.id/information/full\\_news/5273](https://www.kai.id/information/full_news/5273).
- KAI. (2023a). Laporan Tahunan dan Keberlanjutan 2022. Diakses melalui [https://www.kai.id/hubungan\\_investor/laporan/](https://www.kai.id/hubungan_investor/laporan/)
- KAI. (2023b). Company Profile. Diakses melalui [https://www.kai.id/corporate/about\\_kai/](https://www.kai.id/corporate/about_kai/) pada 30 Mei 2023.
- KAI. (n.d.). Anak Perusahaan dan Joint Venture. Diakses melalui <https://www.kai.id/corporate/organization/> pada 7 Juni 2023.
- KAI. Peraturan Direksi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Nomor: Per.U/KO.104/II/2/KA-2019 tentang Perubahan Atas Peraturan Direksi Nomor Per.U/KO.104/I/3/KA-2018 tentang Organisasi dan Tata Laksana Sekretariat Perusahaan. Bandung.
- Kartono, K. (1991). Pemimpin dan Kepemimpinan. Jakarta: Rajawali.
- Kasali, R. (2003). *Manajemen Public Relations. Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Grafiti.
- Kementerian BUMN. (n.d.). Nilai-Nilai. Diakses dari Kementerian Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia: <https://bumn.go.id/profil/erabarukami/nilai-organisasi> pada 5 Juni 2023.
- Kementerian Kesehatan. (2021, 19 Januari). Berisiko Tinggi Penularan, Lakukan 7 Langkah Berikut Saat Naik Transportasi Umum. Diakses dari <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/umum/20200701/5334280/berisiko-tinggi-penularan-lakukan-7-langkah-berikut-saat-naik-transpotasi-umum/>

- Kominfo dan Katadata Insight Center. (2022). Status Literasi Digital di Indonesia 2022. Diakses dari <https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/ReportSurveiStatusLiterasiDigitalIndonesia2022.pdf>
- Koran SINDO. (2021, 18 Oktober). Banyak Warga Fobia Naik Angkutan Publik. Sindonews.com. Diakses melalui <https://nasional.sindonews.com/read/571906/15/banyak-warga-fobia-naik-angkutan-publik-1634526645?showpage=all>
- Lerbinger, O. (1997). The Crisis Manager: Facing Risk and Responsibility. *Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates*, 3–18.
- Loilatu, M. J., Irawan, B., Salahudin, S., & Sihidi, I. T. (2021). Analysis of Twitter's Function as a Media communication of Public Transportation. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 54-68
- Mahriva, M. N. (2020). Corporate Communication PT. XL Axiata Tbk. Merespon Masa Krisis Pandemi Virus Covid-19. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(1), 137-149.
- McLennan, A. dan Howell, G.V.J. (2011). Social Networks and the Challenge for Public Relations. *Asia Pacific Public Relations Journal*, 11, 11-19.
- Meleong, L. J. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, A. (1989). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Muhariani, W. (2017). Komunikasi Krisis PT Blue Bird Tbk dalam Memperbaiki Reputasi Perusahaan (Studi Kasus: Penolakan Transportasi Online) [SKRIPSI]. Jakarta: Universitas Mercu Buana.
- Muzain, F. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Customer Service (CS) PT Garuda Indonesia dalam Pelayanan Pelanggan pada Branch Office Medan Tahun 2020 [SKRIPSI]. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nova, F. (2014). *PR War*. Jakarta: Grasindo.
- Nurita, D. (2021, 2 Juli). Gonta-ganti Istilah dari PSBB, PPKM Mikro, PPKM Darurat, Apa Bedanya?. Tempo.co. Diakses dari <https://nasional.tempo.co/read/1478808/gonta-ganti-istilah-dari-psbb-ppkm-mikro-ppkm-darurat-apa-bedanya>
- Pace, W. R. dan Faules, D. F. (2002). *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan* (Mulyana, D., Engkuswarno, Gembirasari, penerjemah). Bandung: Rosdakarya.
- Permana, I. (2021). Strategi Komunikasi Pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten di Era Covid-19 [Skripsi]. Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Permatasari, A. N., dkk. (2021). Digital Public Relations: Trend and Required Skills. *Jurnal ASPIKOM*, 6(2), 373-386. <http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v6i2.836>

- Pinsdorf, M. K. (1991). Crashes Bare Values Affecting Response Success. *Public Relations Journal*, 47(1), 32–34.
- Prastiwi, A. M. (2016, 3 Agustus). Detik-Detik Kebakaran Pesawat Emirates Airlines di Bandara Dubai. Liputan 6.com. Diakses dari <https://www.liputan6.com/global/read/2568352/detik-detik-kebakaran-pesawat-emirates-airlines-di-bandara-dubai>
- Prastya, N. M. (2011). Komunikasi Krisis di Era *New Media* dan *Social Media*. *Jurnal komunikasi*, 6 (1), 1-20.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Purwanti, T. (2023, 13 Februari). Simak Kesiapan Indonesia Hadapi Digitalisasi 2023. Diakses melalui <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230213202943-37-413498/simak-kesiapan-indonesia-hadapi-digitalisasi-2023>
- Putra, I. G. N. (1999). *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta: Penerbit Universitas Atma Jaya.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metode Penelitian*. Antasari Press.
- Reitz, A. (2012). Social Media's Function in Organizations: A Functional Analysis Approach. *Global Media Journal*, 5(2), 41-56.
- Rernawan, E. (2011). *Organization culture, budaya organisasi dalam perspektif ekonomi dan bisnis*. Bandung: Alfabet.
- Rezkisari, I. (2020, 11 Mei). Kereta Luar Biasa Angkut Penumpang Sesuai Protokol Covid-19. Republika. Diakses melalui <https://news.republika.co.id/berita/qa5n0s328/kereta-luar-biasa-angkut-penumpang-sesuai-protokol-covid19>.
- Ruslan, R. (1999). *Praktik dan Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ruslan, R. (2000). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Safko, L. & Brake, D. K. (2012). *The Social Media Bible*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Salma, A. N. (2017). Berkomunikasi Saat Krisis: Strategi Penggunaan Media Internet dalam Menghadapi Krisis di Era Digital. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 1(1), 53-65.
- Salma, A. N. (2018). Strategi Komunikasi Krisis di Era Digital: Penggunaan Internet dari Sebelum hingga Sesudah Krisis. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, 22(1), 19-36.
- Saraswati, H. D. & Afifi, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata di Masa Pandemi Covid-19. *CoverAge Journal of Strategic Communication*, 12(2), 138-155. <https://doi.org/10.35814/coverage.v12i2.2743>
- Seol, S. dkk. (2016). Continuance Usage of Corporate (SNS) Pages: A Communicative Ecology Perspective. *Information & Management*, 53(6), 740-751
- Seyitoglu, F. & Yuzbasioglu, N. (2015). The role of strategic communication in hospitality industry. *The Case Of Antalya*. 2 (2), 16-35.



- Shrivastava, P. dan Mitroff, I. (1987). Strategic Management of Corporate Crises. *Columbia Journal of World Business*, 22 (1), 5–11.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarsono, S. (2006). *Pendidikan Kewarganegaraan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suryadinatha, R. H., & Hendrawan, D. (2015). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pengakses Akun Twitter Garuda Indonesia @IndonesiaGaruda Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 3(2), 1-13.
- Suseno & Triwanggono, A. (2018). Karakteristik Budaya Organisasi, Kemampuan Adaptasi, dan Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah. *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 1(1), 90-110. Doi: [doi.org/10.24071/exero.2018.010105](https://doi.org/10.24071/exero.2018.010105)
- Suyitno. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip, dan Operasionalnya (Edisi Pertama)*. Akademia Pustaka.
- Tatham, S. (2008). *Strategic communication: a primer*. Shrivenham: Defence Academy of the United Kingdom.
- Terry, G. R. (1992). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tran, M. (2009, 23 Juli). Singer gets his revenge on United Airlines and soars to fame. *The Guardian*. Diakses melalui <https://www.theguardian.com/news/blog/2009/jul/23/youtube-united-breaks-guitars-video>
- We Are Social dan Hootsuite. (2022). Digital 2021: Indonesia. Diakses melalui <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- We Are Social dan Kepios. (2022). Digital 2022: Indonesia. diakses melalui <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>.
- West, R & Turner, L. H. (2007). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi (Edisi 3)*. Terjemahan oleh Maria Natalia. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.
- Wursanto, I. (2003). *Dasar-dasar ilmu organisasi*. Yogyakarta: Andi.
- Yin, R. K. (2002). *Case study research: design and methods*(Edisi Ke-2). California: Sage.
- Zimmerman, J. & Sahlin, D. (2010). *Social Media Marketing, All in one for Dummies*. Indiana: Wiley Publishing Inc.