UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Representasi Baru Pengemudi Ojek Online: Studi Kasus Media Sosial Tiktok
Jonathan Probo Bawono, Dr. Elan Ardri Lazuardi, S. Ant., M. A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, F. N. (2020). Survey motivasi kerja driver ojek online grab. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 251-260.

Anugrah, A., Ardiningrum, T. A., & Ramadhan, A. S. F. (2022). Representasi rasisme iklan grab terhadap ojek pangkalan. *Jurnal Audiens,* vol. 3, no. 2. https://doi.org/10.18196/jas.v3i2.11961

Azizah, A., & Adawia, P. R. (2018). Analisis perkembangan industri transportasi online di era inovasi disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia). *Cakrawala Jurnal Humaniora*, 18(2), 149-156.

Bahasoan, A. N., & Rahmat, A. (2024). Transformasi sosial dan ekonomi: dampak go-jek dan grab di Indonesia. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, *3*(4), 1557-1569.

Bohang, F. K., & Nistanto, R. K. (2017). Berapa jumlah pengguna dan pengemudi go-jek?. *Kompas.com*, diakses Juni 2025 dari https://tekno.kompas.com/read/2017/12/18/07092867/berapa-jumlah-pengguna-dan-pengemudi-go-jek

Cosseboom, Leighton. (2015). *This guy turned Go-Jek from a zombie into Indonesia's hottest startup.* Diakses Juli 2025, dari https://www.techinasia.com/indonesia-go-jek-nadiem-makarim-profile

Darmaputra, R., Hidayat, R., Nurjana, J., Bulan, W. R., Widianingsih, Y., & Manolu, R. (2024). Dampak profesi ojek online bagi perekonomian driver ojek online. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 2(1), 139-150.

Faridah, S. (2019). *Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat bekerja menjadi driver ojek online sebagai mata pencaharian ekonomi di Jakarta*. Skripsi. Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah.

Fathurrahman, I. (2021). "Melestarikan pekerja rentan di balik ekonomi inovasi: Praktik kerja perusahaan teknologi kepada mitra pengemudi ojek online di Indonesia". Dalam Y. T. Keban, A. Hernawan, & A. Novianto (Eds.),

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Representasi Baru Pengemudi Ojek Online: Studi Kasus Media Sosial Tiktok
Jonathan Probo Bawono, Dr. Elan Ardri Lazuardi, S. Ant., M. A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Menyoal Kerja Layak dan Adil dalam Ekonomi Gig di Indonesia (hal. 79-99). IGPA Press.

Frey, B. (2020). Platform labor and in/formality: Organization among motorcycle taxi drivers in Bandung, Indonesia. *Anthropology of Work Review, 41*(1), 36-49.

Guang, T., Hong, W., & Lifang, J. (2019). Advertising, symbols, and culture: A perspective of business anthropology. *Journal of Sociology and Social Anthropology, 10*(1-3), 127-136.

Hall, Stuart. (1997). "The Work of Representation". Dalam Hall, Stuart. (Eds.), *Representation: Cultural representations and signifying practices* (hal 13-74). SAGE Publications.

Huberman, A. M. M. B. (2014). *Qualitative data analysis a methods sourcebook*.

Indainanto, Y. I., & Nasution, F. A. (2020). Representasi di media sosial sebagai pembentuk identitas budaya populer. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, *14*(1).

INDEF. (2022). Dampak penetapan batas atas biaya komisi pada industri digital Indonesia. *Publikasi INDEF*. Diakses Januari 2025 dari https://indef.or.id/publikasi/dampak-penetapan-batas-atas-biaya-komisi-pada-industri-digital-di-indonesia/

Iriansyah, M. N. (2025). "Demo mahasiswa sudah kelewat batas": Pengaruh pemberitaan media dan persepsi publik terhadap ketahanan sosial-budaya di kota Makassar. *Responsive: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Publik*, *8*(1), 42-55.

Juwita, H. P., & Lazuardi, E. (2024). The death of basecamps?. *Lembaran Antropologi*, *3*(1), 99-107. https://doi.org/10.22146/la.13294

Keban, Y. T., Hernawan, A., & Novianto, A. (Eds.). (2021). *Menyoal kerja layak dan adil dalam ekonomi gig di Indonesia*. IGPA Press.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2023, Feb 28). *Pemerintah dorong pemulihan ekonomi lebih cepat dengan optimalkan potensi ekonomi digital*. https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4957/pemerintah-dorong-

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Representasi Baru Pengemudi Ojek Online: Studi Kasus Media Sosial Tiktok
Jonathan Probo Bawono, Dr. Elan Ardri Lazuardi, S. Ant., M. A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

pemulihan-ekonomi-lebih-cepat-dengan-optimalkan-potensi-ekonomi-digital

Kusuma, G.G.& Darmastuti, R. (2019). Strategi public relations melalui acara sitcom ok-jek di NET TV. *Jurnal Studi Komunikasi, 3*(1). doi: 10.25139/jsk.3i1.1427

Lembaga Demografi FEB UI. (2018). Ringkasan hasil survei dampak go-jek terhadap perekonomian Indonesia.

Muhammad, D. Y., Roospita, R. A., & Nugraheni, N. A. (2021). "Mitos kemitraan dan konstruksi normalitas kerja gig: Kajian operasi kekuasaan hegemonik". Dalam Y. T. Keban, A. Hernawan, & A. Novianto (Eds.), *Menyoal kerja layak dan adil dalam ekonomi gig di* Indonesia (hal. 157-173). IGPA Press.

Nastiti, A. D. (2017). Worker unrest and contentious labor practice of ride-hailing services in Indonesia. In *Arryman Symposium* (Vol. 13).

Nastiti, A. D. (2021). "Dijamin regulasi, dikontrol aplikasi: keterbatasan kebijakan transportasi dalam melindungi kerja pengemudi gig". Dalam Y. T. Keban, A. Hernawan, & A. Novianto (Eds.), *Menyoal kerja layak dan adil dalam ekonomi gig di indonesia* (hal. 21-46). IGPA Press.

Nathalia, H. B., & Irwansyah, I. (2018). Aplikasi transportasi online GO-JEK bentuk dari konstruksi sosial teknologi dalam media baru. *Mediator: Jurnal Komunikasi, 11*(2), 227-235.

Nugraha, P. P. (2023). Keunikan model marketing dari mulut ke mulut dalam era digital. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, *2*(10), 3160-3169.

Octaviano, R. A. (2024). Representasi gaya hidup masyarakat kota besar dalam iklan gojek versi "ribet nyari parkir kalo nyetir, sekarang tinggal nge-gojek aja!". *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, *24*(1), 72-80. https://doi.org/10.9744/nirmana.24.1.72-80

Prima, Erwin. (2023). Dukung kreativitas mitra pengemudi, grab gelar kelas kreator konten. *Tempo Online*. Diakses dari https://www.tempo.co/digital/dukung-kreativitas-mitra-pengemudi-grab-gelar-kelas-kreator-konten-146772

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Representasi Baru Pengemudi Ojek Online: Studi Kasus Media Sosial Tiktok
Jonathan Probo Bawono, Dr. Elan Ardri Lazuardi, S. Ant., M. A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Rafsanjani, S. R., Akbar, M. F., & Allifiansyah, S. (2025). Representasi fenomena fomo: Analisis fenomenologi aksi demonstrasi 25 agustus 2025 para ojol di tiktok. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, *3*(04), 2047-2054.

Sari, O. V. (2024). *Konstruksi bentuk-bentuk komunikasi dan identitas diri konten kreator Dio Prayogi pada media sosial TikTok dalam dunia virtual* (Doctoral dissertation, Prodi Ilmu Komunikasi).

Schellewald, A. (2021). Communicative forms on TikTok: Perspectives from digital ethnography. *International journal of communication*, *15*, 21-21.

Setiyorini, K., & Hendrastomo, G. (2018). Persaingan antara ojek online dengan ojek konvensional di stasiun lempuyangan, daerah istimewa yogyakarta. *JSPH (Jurnal Sosiologi Pendidikan Humanis)*, *3*(1), 29-35.

Soelistyowati, R. D. (2018). Peran youtube dalam membangun brand image bagi pengguna aplikasi go-jek (studi deskriptif kualitatif peran youtube dalam komunikasi pemasaran online bagi pengguna aplikasi go-jek tentang iklan promo gojek versi kamu). In *Dynamic Media, Communications, and Culture: Conference Proceedings* (Vol. 1, pp. 165- 176).

Sunardi. (2021). "Ilusi insentif di gojek: Cara perusahaan platform mengontrol pekerja gig dalam relasi kemitraan yang semu". Dalam Y. T. Keban, A. Hernawan, & A. Novianto (Eds.), *Menyoal kerja layak dan adil dalam ekonomi gig di Indonesia* (hal. 63-77). IGPA Press.

Susanto, R. I. (2024). Personal branding konten kreator @pandawaragroup melalui media sosial Instagram. *Jurnal Audiens*, *5*(2), 270-289.

Syaihuputra, B. M. M., Fauzyyah, N. P., Aritonang, C. D., & Putri, G. T. (2025). Gamifikasi dalam industri ojek online: Pengaruh terhadap perlindungan dan kesejahteraan pekerja. *Forschungsforum Law Journal*, *2*(03), 236-246.

Vanessa, V., & Hidayat, W. G. P. A. (2024). An empirical investigation of the impact of interest value, social, and economic factors on the application intentions towards gojek startup. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, *9*(SI19), 163-170. https://doi.org/10.21834/e-bpj.v9iSI19.5760

Wicaksono, D. A. (2020). Gamifikasi sistem kerja dan siasat pengemudi Gojek. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *2*(2), 132-144.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Representasi Baru Pengemudi Ojek Online: Studi Kasus Media Sosial Tiktok
Jonathan Probo Bawono, Dr. Elan Ardri Lazuardi, S. Ant., M. A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Wiharsianti, E. (2020). Determinan minat individu menjadi pengemudi kendaraan online. *Jurnal Manajemen, 10*(1), 37-46.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. (2011). *Menata Kembali Transportasi Jakarta*. Diakses 13 Juni 2025, dari https://ylki.or.id/menata-kembali-transportasi-Jakarta/

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. (2017). *Warta konsumen: Ttransportasi online; Kawan atau lawan?*. Diakses 13 Juni 2025, dari https://ylki.or.id/warta-konsumen-transportasi-online-kawan-atau-lawan/