

Daftar Pustaka

A. Buku

- Best, J. W., Kahn, James V. (2006). *Research In Education Tenth Edition*. Boston: Pearson Education Inc.
- Chaffey, D. (2009). *E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice Fourth Edition*. Edinburgh Gate, Harlow: Pearson Education Limited.
- Cutlip, S. M., dkk. 2011. *Effective Public Relations Edisi Kesembilan*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Effendy, O. U. (1998). *Hubungan Masyarakat : Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Evans, D. (2010). *Social media marketing: the next generation of business engagement*. Indianapolis, Indiana: John Wiley & Sons.
- Onggo, B. J. 2004. *Cyber Public Relations*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative Research and Evaluations Methods, Fourth Edition*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Grasindo.
- Seitel, F. P. (2017). *The Practice of Public Relations*. Edinburgh Gate, Harlow: Pearson Education Limited.
- Stake, R. E. (2006). *Multiple Case Study Analysis*. New York: The Guilford Press.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research: Design and Methods, Sixth Edition*. Thousand Oaks: Sage Publications.

B. Karya Ilmiah

- Algesheimer, R., dkk. (2005). The Social Influence of Brand Community: Evidence from Europe Car Clubs. *Journal of Marketing* 69 (3), 19-34.
- Aziah, A. A., P. R. (2018). Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia). *Jurnal Cakrawala Vol 18 No. 2*, 149-156.
- Baxter, P., & Jack, S. (2008). Qualitative Case Study Methodology: Study Design and Implementation for Novice Researchers. *The Qualitative Report*, 13(4), 544-449.
- Bielski, L. (2008). Guided by feedback : Measuring Costumer Engagement. *ABA Banking Journal*, 100(8), 44-46.

- Cheung, C., dkk. (2011). Customer Engagement in an Online Social Platform: a Conceptual Model and Scale Development. *International Conference on Information Systems 2011.*, Shanghai, China.
- Cheung, C., dkk. (2015). Promoting sales of online games through customer engagement. *Electronic Commerce Research and Applications* , 241-250.
- Djap, Y. (2013). Strategi Pencitraan Otopedia Melalui Media Sosial Twitter. *Makalah Non Seminar Universitas Indonesia*.
- Guion, L., dkk. (2001). Conducting an in-depth interview. Florida: University of Florida Cooperative Extension Service, Institute of Food and Agricultural Sciences, EDIS.
- Han, K. J., & Cho, C. H. (2013). Twitter as a Tool for Corporate Communication: Exploring Interactive Communication Patterns between Fortune 500 Companies and Twitter Users. *International Journal of Online Marketing (IJOM)*, 3(4), 68-83.
- Hollebeek, L. D. (2011). Demystifying Customer Brand Engagement: Exploring the Loyalty Nexus. *Journal of Marketing Management* 27(7-8), 785-807.
- Kang, S., Norton, H. (2006). Colleges and universities' use of the World Wide Web: A publicrelations tool for the digital age. *Public Relations Review* 32, 426-428.
- Kurniasih, N., Sos, S., & Hum, M. (2013). Penggunaan Media Sosial Bagi Humas Di Lembaga Pemerintah. *Makalah*, 1-22.
- Kietzman, J., dkk. (2011). Social Media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 241-251.
- Krumm, J., Dkk. (2008). User Generated Content. *IEEE Pervasive Computing*, 7(4), 10-11.
- Li, T., dkk. (2013). Corporate Twitter Channels: The Impact of Engagement and Informedness on Corporate Reputation, *International Journal of Electronic Commerce*, 18(2), 97-126.
- Maier, M. (2010). Twitter as a Communication Channel for Corporate Public Relations: Analysis of Twitter Strategies. *Makalah*, 1-20.
- Nasution, Y. E. & Rochimah, T. H. (2018). Pengelolaan Digital Public Relations Rumah Sakit "JIH" Yogyakarta tahun 2017. *Thesis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Nugrahaeni, C. I. (2012). Pengaruh *Customer Engagement* Melalui Media Sosial Terhadap Kepercayaan Merek: Studi Pada Facebook Sunsilk Indonesia. *Skripsi Universitas Indonesia*.
- Putri, W., dkk. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Remaja. *Jurnal Prosiding KS: Riset dan PKM*, Vol 3, p.g 1-154

- Riandiatmi, O., Joewono, T. B. (2018). Persepsi Pengguna Terhadap Angkutan Online di Kota Bandung. *Jurnal Transportasi Vol 18(3)*, 153-160.
- Sakinah, S. (2014). Analisis Customer Engagement Body Shop Indonesia Melalui Twitter: Studi Kasus Akun Twitter @TheBodyShopIndo. *Makalah Non Seminar Universitas Indonesia*.
- Sidharta, I., Suzanto, B. (2015). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal Computech dan Bisnis Vol. 9 (1)*, 23-36.
- Triantafilidou, A., Prodromos, Y. (2014). How Public Relations Agencies in Greece Respond to Digital Trends. *Public Relations Review 40*, 815-817.
- Verhoeven, P., dkk. (2012). How European PR practitioners handle digital and social media. *Public Relations Review*, 38(1), 162-164.
- Wahid, U., Puspita, A.E. (2017). Upaya Peningkatkan Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Public Relations. *Jurnal Komunikasi Vol. 9(1)*, 31-43.
- Watie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *The Messenger 3(1)*, 69-75.
- Yolanda, T. (2013). Analisis Customer Engagement Starbucks Coffee Company Indonesia Periode 1 Desember – 15 Desember 2012. *Makalah Non Seminar Universitas Indonesia*.
- Yoni, N., dkk. (2017). Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial Dalam Pembentukan Citra Balebengong Sebagai Media Jurnalisme Warga. *Jurnal Universitas Udayana vol. 1(1)*, 81-97.
- Watie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *The Messenger 3(1)*, 69-75.

C. Internet

- Annur. C. M. (2019). CCTV hingga Tombol Darurat, Cara Grab dan Gojek Jaga Keamanan Konsumen. Diakses dari <https://katadata.co.id/berita/2019/06/25/cctv-hingga-tombol-darurat-cara-grab-dan-gojek-jaga-keamanan-konsumen>. Diakses tanggal 23 Januari 2020.
- Anonim. (2018). Kegunaan Media Sosial Pada Digital Public Relations. Binus. Diakses dari <https://communication.binus.ac.id/2018/04/04/kegunaan-media-sosial-pada-digital-public-relations/>. Diakses tanggal 22 Maret 2019.
- Antara. (2019). Gojek Sediakan Tombol Darurat, Apa Bedanya dengan Tombol SOS Grab. Diakses dari <https://tekno.tempo.co/read/1185611/gojek->

[sediakan-tombol-darurat-apa-bedanya-dengan-tombol-sos-grab/full&view=ok](#). Diakses tanggal 23 Januari 2020.

Asmardika, R. (2018). Mengenal Regulasi Taksi Online di Berbagai Negara. Okenews. Diakses dari <https://megapolitan.okezone.com/read/2018/01/29/338/1851607/mengenal-regulasi-taksi-online-di-berbagai-negara>. Diakses tanggal 29 Januari 2020.

Astutik, Y. (2019). Mengintip Ekspansi Besar Grab pada 2019. CNBC Indonesia. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190305170249-37-59044/mengintip-ekspansi-besar-grab-pada-2019>. Diakses tanggal 29 Januari 2020.

Ayuwuragil, K. (2018). Menjajal Tombol Darurat Grab, 'SOS' dalam Kondisi Bahaya. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180521133946-185-299975/menjajal-tombol-darurat-grab-sos-dalam-kondisi-bahaya>. Diakses tanggal 22 Januari 2020.

Bohang, F. K. (2016). Belum Ditarik, Iklan "Zombi" Grab yang Lecehkan Ojek Pangkalan. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2016/09/20/17135937/belum.ditarik.iklan.zombi.grab.yang.lecehkan.ojek.pangkalan?page=all>. Diakses tanggal 18 Januari 2020.

Cahya, P. (2018). Makin Ketat, Begini Persaingan Tiga Transportasi Online Terbesar di Indonesia. Idntimes. Diakses dari <https://www.idntimes.com/business/economy/putriana-cahya/persaingan-tiga-transportasi-online-terbesar/full>. Diakses tanggal 21 Maret 2019.

Chia, R. G. (2018). Grab, SEA's first 'decacorn', has mopped up 25% of investments in the region's internet economy since 2015: Google-Temasek report. Bussiness Insider Singapore. Diakses dari <https://www.businessinsider.sg/grab-seas-first-decacorn-has-mopped-up-25-of-investments-in-the-regions-internet-economy-since-2015-google-report/>. Diakses tanggal 23 November 2019.

Dewi, R. K. (2019). Rilis Aturan Dokumentasi, Grab Ingin "Memastikan Viral di Jalan yang Baik". Kompascom. Diakses dari <https://money.kompas.com/read/2019/07/16/162057426/rilis-aturan-dokumentasi-grab-ingin-memastikan-viral-di-jalan-yang-baik?page=all>. Diakses tanggal 26 Januari 2020.

Franedy, R. (2019). Grab Diterima di Indonesia, Kenapa Gojek Ditolak di Malaysia?. CNBC Indonesia. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190827115411-37-95004/grab-diterima-di-indonesia-kenapa-gojek-ditolak-di-malaysia>. Diakses tanggal 26 Januari 2020.

- Franedya, R. (2019). Ini 4 Penantang Baru Gojek & Grab di Transportasi Online RI. CNBC Indonesia. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190805220320-37-90039/ini-4-penantang-baru-gojek-grab-di-transportasi-online-ri/4>. Diakses tanggal 27 November 2019.
- Gabrillin, A. (2017). Dikira Taksi "Online", Mobil Ini Digulingkan. Diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2017/09/22/14092931/dikira-taksi-online-mobil-ini-digulingkan-sekelompok-orang>. Diakses tanggal 22 Januari 2020.
- Grab. (tanpa tanggal). Semua Bermula dari Sebuah Pertanyaan. Grab. Diakses dari <https://www.grab.com/id/brand-story/>. Diakses tanggal 23 November 2019.
- Hamdani, T. (2019). Grab Akuisisi Uber hingga Jadi Decacorn Pertama Asia Tenggara. Detik Finance. Diakses dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4448147/grab-akuisisi-uber-hingga-jadi-decacorn-pertama-asia-tenggara>. Diakses tanggal 23 November 2019.
- Handayani, S. N. (2018). Kiprah 4 Tahun Grab di Bisnis Transportasi Online Indonesia. SWA. Diakses dari <https://swa.co.id/swa/trends/kiprah-4-tahun-grab-di-bisnis-transportasi-online-indonesia>. Diakses tanggal 01 Oktober 2019.
- Handoyo. (2019). ABI Research: Grab memimpin pasar di Indonesia dan Vietnam. Kontan. Diakses dari <https://industri.kontan.co.id/news/abi-research-grab-memimpin-pasar-di-indonesia-dan-vietnam>. Diakses tanggal 23 November 2019.
- Herman. (2017). Indonesia Masuk Lima Besar Pengguna Twitter. Beritasatu. Diakses dari <https://www.beritasatu.com/ipitek/428591/indonesia-masuk-lima-besar-pengguna-twitter>. Diakses tanggal 13 Maret 2019.
- Kresna, M. (2017). Matinya Ojek Online Bermodal Cekak. TirtoID. Diakses dari <https://tirto.id/matinya-ojek-online-bermodal-cekak-clKL>. Diakses tanggal 11 September 2019.
- Latief. (2011). 80 Persen Perusahaan Asia Optimalkan Sosial Media. Kompascom. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2011/10/29/16164450/80.persen.perusahaan.asia.optimalkan.sosial.media?page=all>. Diakses tanggal 14 November 2019.
- Marchant, C. (2018). What is Digital PR? (and How It Can Improve Your SEO). Exposure Ninja. Diakses dari <https://exposureninja.com/blog/digital-pr-business/>. Diakses tanggal 20 September 2019.
- Nurhayat, W. (2017). Alasan Blue Bird Pilih Kerja Sama Bareng Go-Jek. Kumparan. Diakses dari <https://kumparan.com/kumparanbisnis/alasan-blue-bird-pilih-kerja-sama-bareng-go-jek>. Diakses tanggal 15 Januari 2020.

- Perhumas. (n.d). Sejarah Perhumas. Perhumas. Diakses dari http://www.perhumas.or.id/?page_id=16. Diakses tanggal 11 Desember 2019.
- Pertiwi, W. K. (2018). 9 April, Aplikasi Uber Tidak Bisa Dipakai Lagi di Indonesia. Kompascom. Diakses dari <https://pemilu.kompas.com/read/2018/03/27/10143307/9-april-aplikasi-uber-tidak-bisa-dipakai-lagi-di-indonesia>. Diakses tanggal 11 September 2019.
- Pertiwi, W. K. (2019). Facebook Jadi Medsos Paling Digemari di Indonesia. Kompascom. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2019/02/05/11080097/facebook-jadi-medsos-paling-digemari-di-indonesia>. Diakses tanggal 18 Juni 2019.
- Rahayu, R. (2019). Kasus Pelecehan Seksual Ojek Online Terulang, SOP Pencegahan Dianggap Belum Memadai. Diakses dari https://www.vice.com/id_id/article/59np3/kasus-pelecehan-seksual-ojek-online-terulang-sop-pencegahan-dianggap-belum-memadai. Diakses tanggal 22 Januari 2020.
- Ratih, D. (2019). Sejarah Grab dari Tahun 2012 Hingga Jadi Decacorn. Dream. Diakses dari <https://www.dream.co.id/dinar/sejarah-grab-dari-tahun-2012-hingga-jadi-decacorn-1902284.html>. Diakses tanggal 23 November 2019.
- Rifai, B. (2017). Tolak Ojek Online, Ratusan Opang Datangi DPRD Banten. Detikcom. Diakses dari https://news.detik.com/berita/d-3676838/tolak-ojek-online-ratusan-opang-datangi-dprd-banten?_ga=2.83613142.1555584290.1580022327-1986273170.1526187912. Diakses tanggal 26 Januari 2020.
- Rouse, M. (2013). Public Relations Society of America (PRSA). Tech Target. Diakses dari <http://whatis.techtarget.com/definition/Public-Relations-Society-of-America-PRSA>. Diakses tanggal 11 Desember 2019.
- Tan, E. (2011). 2011 asia-pacific corporate social media study. Campaign. Diakses dari <https://www.campaignasia.com/tag/2011%20asiapacific%20corporate%20social%20media%20study>. Diakses tanggal 16 Desember 2019.
- Tantomi, I. (2019). 7 Tahun Berkiprah, Ini Sejarah Grab Raih Decacorn Pertama di Asia Tenggara. Fimela. Diakses dari <https://www.fimela.com/lifestyle-relationship/read/3909299/7-tahun-berkiprah-ini-sejarah-grab-raih-decacorn-pertama-di-asia-tenggara>. Diakses tanggal 23 November 2019.
- The Daily Oktagon. (2015). Bagaimana Perkembangan Transportasi Online Menurut Pakar?. Daily Oktagon. Diakses dari <https://daily.oktagon.co.id/bagaimana-perkembangan-transportasi-online-menurut-pakar/>. Diakses tanggal 27 November 2019.

Wiyono, A. S. (2016). Demo tolak taksi online, ribuan sopir kepung Balai Kota Bandung. Merdekacom. Diakses dari <https://www.merdeka.com/peristiwa/demo-tolak-taksi-online-ribuan-sopir-kepung-balai-kota-bandung.html>. Diakses tanggal 15 januari 2020.

D. Wawancara

Danuwinata, B. (25 April 2019). Personal Interview.

Danuwinata, B. (4 Desember 2019). Personal Interview.

Putri, M. N. (4 Desember 2019). Personal Interview.

Ibrahim, A.R. (4 Desember 2019). Personal Interview.

Satria, I. D. (4 Desember 2019). Personal Interview.

Argawijaya, T.W. (4 Desember 2019). Personal Interview.

Oktafiandi, I. (4 Desember 2019). Personal Interview.

Ratrianto, W. (4 Desember 2019). Personal Interview.

Syafitri, G. (4 Desember 2019). Personal Interview.

Prihandini, S. (5 Desember 2019). Personal Interview.

Prabowo, O. T. (5 Desember 2019). Personal Interview.

Agus, F. (5 Desember 2019). Personal Interview.

Patria, O.Z. (5 Desember 2019). Personal Interview.

Fasya, F. (5 Desember 2019). Personal Interview.

Susilo, E. (9 Desember 2019). Personal Interview.

Listyaningtyas, S. H. (13 Februari 2020). Personal Interview.