

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alan Bryman, & Bell, E. (2016). *Social Research Methods: Fourth Canada Edition*. UK: Oxford University Press.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan aplikasi di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press
- Blakeman, R. (2018). *Integrated Marketing Communication: Creative Strategy From Idea to Implementation Third Edition*. Maryland: Rowman & Littlefield.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed. Edisi ketiga*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Egan, J. (2022). *Marketing communications*. London: SAGE Publications
- Ferdiansyah, D. S., Enisa, Reffita, L. I., Wijaya, I. S., & Permatasari, R. F. (2021). *Human Relations*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Kim, C. M. (2021). *Social Media Campaigns: Strategies for Public Relations and Marketing Second Edition*. New York: Routledge.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Murthy, D. (2018). *Twitter: Social Communication in the Witter Edge*. Cambridge: Polity Press.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Cet.IX*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tasnim, Sudarso, A., & dkk. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Urquhart, C. (2013). *Grounded Theory for Qualitative Research*. London: SAGE Publications.
- Yesiloglu, S., & Costello, J. (2020). *Influencer Marketing: Building Brand Communities and Engagement*. New York: Taylor & Francis.

Jurnal

- Narti. (2016). *Melihat Hubungan masyarakat Dalam Praktik*. Jurnal Professional FIS UNIVED Vol. 3 No.1 Juni 2016
- Putri, N.E., & Mutiah. (2022). *Strategi Pengemasan Pesan E-Marketing Pada Food Vlogger (Studi Kasus Terhadap Akun Tiktok @Almasqol)*.
- Widjaya, A. E., Grafitia, M. P., Vasha, N. A., Perbawasari, S., & Anisa, R. (2020). Strategi Marketing Public Relations Grab For Good Untuk Penyandang Disabilitas di Indonesia. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan) Volume 3*, 167-184.

Skripsi

- Amalia, N. N. (2019). *Pengaruh pesan kampanye "Against Animal Testing" Terhadap Persepsi Mahasiswi (Studi Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi UMM Angkatan 2015)*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Cahyati, N. (2014). *Empati Anak Prasekoah (Studi Deskriptif di TK Islam Permata Iman 3 Sukun Malang)*. Malang: Universitas Islam negeri (UIN) Maulana Ibrahim Malang.
- Indraningrum, M. (2014). *Strategi Komunikasi Pengemasan Pesan 24 Mobile Spa Dalam Meraih Calon Pelanggan*.
- Muliani, A. (2017). *implementasi strategi online pr tanamera coffee dalam menciptakan brand image: studi kasus terhadap akun instagram tanamera coffee*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.
- Nugraha, P. P. (2017). *TA : Perancangan Buku Katalog Batik Lituhrdaya Indonesia Menggunakan Teknik Fotografi Fashion Sebagai Upaya Mengenalkan kepada Masyarakat Surabaya*. Surabaya: Institut Bisnis dan Informatika Stikom.
- Utomo, R. T. (2017). *Konstruksi Media Online Nasional Pada Pemberitaan Razia Warung Makan di Kota Serang (Analisis Framing di Kompas.com dan Republika.co.id Periode 11- 16 Juni 2016)*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang

Sumber Online

- Cretivox. (2022, September). *#PercayaKaryaGue, Kolaborasi FOLKATIVE dan GRAB dalam Backyard Session*. Retrieved from Cretivox: <https://cretivox.com/home/2022/10/04/percakaryague-backyard-session-grab-folkative/>
- GrabForGood. (2022). *Kampanye #Percaya*. Retrieved from Grabforgood.id: <https://grabforgood.id/percayaprojex/tentang/>
- Liputan6.com. (2019, March 9). *Kisah Perjalanan Grab dari Lahir Hingga Jadi Decacorn*. Retrieved from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/teknoread/3912922/kisah-perjalanan-grab-dari-lahir-hingga-jadi-decacorn>
- Rizaty, M. A. (2022, August 10). *Pengguna Twitter di Indonesia Capai 18,45 Juta pada 2022*. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-twitter-di-indonesia-capai-1845-juta-pada-2022>
- TribunNews.com. (2023, January 28). *Lewat PercayaProjex, Grab Raih Penghargaan Kampanye Tema Teknologi Terbaik Mata Lokal Award 2023 Artikel ini telah tayang di Tribunnews.com dengan judul Lewat PercayaProjex, Grab Raih Penghargaan Kampanye Tema Teknologi Terbaik Mata Lokal Award 2023, ht*. Retrieved from Tribunnews.com: <https://www.tribunnews.com/nasional/2023/01/28/lewat-percayaprojex-grab-raih-penghargaan-kampanye-tema-teknologi-terbaik-mata-lokal-award-2023>
- We Are Social. (2023, February 9). *Digital 2022: Indonesia*. Retrieved from DataReportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>