

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. K., & Firman, F. (2025). Transformasi Digital Transportasi: Peran Aplikasi TIJE dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik di Jakarta. *Journal of Social Contemplativa*, 3(2), 62–78. <https://doi.org/10.61183/jsc.v3i2.98>
- Azzahra, N. I., Praptiningsih, N. A., & Rahmawati, Y. (2025). Strategi Digital Branding Kota Jakarta Timur Melalui Instagram @ kotajakartatimur dalam Program Ruang Terbuka Hijau. *Jurnal Riset Public Relation (JRPR)*, 5(1), 9–16. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v5i1/7048>
- Darminto, I., Putra, A. M., & Budianto, H. (2024). Strategi Komunikasi Humas Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek-Kementerian Perhubungan RI Dalam Membentuk Citra Positif. *MediaKom : Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 13(2), 112. <https://doi.org/10.22441/mediakom.v13i2.22309>
- Eko, F. R., Yulfa, A. A., & Aprianto, R. (2025). Peran Pelayanan Digitalisasi Surabaya Bus dalam Mewujudkan Smart Mobility di Kota Surabaya. *Sudo Jurnal Teknik Informatika*, 4(2), 124–129. <https://doi.org/10.56211/sudo.v4i2.927>
- Goodfellow, I. J., Bengio, Y., & Courville, A. (2016). *Deep Learning*. Cambridge: MIT Press.
- Gora, R. (2019). *Riset Kualitatif Public Relations*. Jakad Media Publishing.
- Handayani, D. N., Sri, D., Widhia, D. A., & Saleh, M. Z. (2025). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Guna Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Sektor Jasa Transportasi Online Gojek. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 3(1), 232-234. <https://doi.org/https://doi.org/10.30640/trending.v3i1.3726>
- Handrianto, Y., & Thomas Saputra, I. (2025). Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Transportasi Umum Terhadap Aplikasi TJ : Transjakarta. *Reputasi: Jurnal Rekayasa Perangkat Lunak*, 6(1), 45–51. <https://doi.org/10.31294/reputasi.v6i1.8488>
- Jakarta.Go.Id. (2025). *Transjakarta*. Diakses pada 10 Oktober 2025 dari <https://www.jakarta.go.id>
- Jevinger, A., Zhao, C., Persson, J., & Davidsson. (2023). Artificial Intelligence for Improving Public Transport: A Mapping Study. *Public Transport*, 16, 99-158. <https://link.springer.com/article/10.1007/s12469-023-00334-7>
- Kausar, I. (2025). *Transjakarta luncurkan “AI Assistant” untuk permudah akses informasi*. Diakses pada 10 Oktober 2025. https://www.antaranews.com/berita/5167085/transjakarta-luncurkan-ai-assistant-untuk-permudah-akses-informasi?utm_source
- Kriyantono, R. (2024). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta:

Kencana.

- Lubis, N. A., Islam, U., Sumatera, N., Zuhrinal, U., & Nawawi, M. (2025). Pengembangan Strategi Digital Marketing Berkelanjutan: Integrasi Media Sosial Dan Aplikasi Mobile Sebagai Alat Kolaboratif Masa Kini. *Jurnal Sains Student Research*, 3(3), 145–158. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jssr.v3i3.4657>
- Maisara, Hakiman, Hujiyanto, & Munandar, F. (2023). Analisis Pemilihan Moda Transportasi Angkutan Umum Di Kota Kendari. *Civil Engineering Journal (SCiEJ)*, 4.
- Martini, E., Wibowo, L. A., Rahayu, A., & Hurriyati, R. (2022). Website As an Communication Tool and Branding Strategy in Telecommunication Companies. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 24(1), 81–90. <https://doi.org/10.9744/jmk.24.1.81-90>
- Nurjayanti, N., & Arifin, I. (2025). Implementasi Strategi Digital Branding Melalui Media Sosial Di Indonesia. *MITZAL (Demokrasi, Komunikasi Dan Budaya) : Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, 10(1), 1-10. <https://doi.org/10.35329/mitzal.v10i1.6104>
- Prihatini, D. (2021). Pembentukan Reputasi Organisasimelalui Total Corporate Communication. *Jurnal Ilmiah Indonesia p-ISSN: 2541-0849 e-ISSN: 2548-1398*, 4(1), 6. <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i9.4088>
- Purnama, P., Fadhilah, C., Wardana, B., Sumah, J., Thaniket, R., Tomasila, G., Lapatta, N., & Pohan, N. (2025). *Artificial Intelligence*. Sumatera Barat: Serasi Media Teknologi.
- Rowles, D. (2018). *Digital Branding: Digital Branding A Complete Step-By-Step Guide to Strategy, Tactics, Tools and Measurement*. New York: Kogan Page.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta..
- Wardhana, A. (2024). Digital Branding Strategy., *Branding Strategy Di Era Digital*. Purbalingga: Penerbit CV. Eureka Media Aksara.