



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- American Bankers Association. (2019). *The State of Social Media in Banking*. America: American Bankers Association.
- Annual Report Id. (2017, January 30). *Apa Pentingnya Media Sosial bagi Perusahaan?* Retrieved from annualreport.id: <http://annualreport.id/kiat-strategi/apa-pentingnya-media-sosial-bagi-perusahaan>
- Cahyono, A. S. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. *Journal UNITA*, 140-158.
- King, B. (2010). *BANK 2.0 How Customer Behavior and Technology Will Change The Future of Financial Services*. Singapore: Marshall Cavendish. Retrieved from <https://banker.az/files/books/bank2.pdf>
- Mekari. (2017). *5 Alasan Kenapa Bisnis Membutuhkan Social Media*. Retrieved from Jurnal Entrepreneur: <https://www.jurnal.id/id/blog/2017-5-alasan-kenapa-bisnis-membutuhkan-media-sosial/>
- Rowles, D. (2014). *Digital branding : a complete step-by-step guide to strategy, tactics and measurement*. London: Kogan Page Limited.
- Schultz, M., Antorini, Y. M., & Csaba, F. (2005). *CORPORATE BRANDING: Purpose/People/Process*. Koge, Denmark: Business School Press. Retrieved from https://www.google.co.id/books/edition/Corporate_Branding/
- Smith, R. D. (2021). *Strategic Planning for Public Relations, 6th Edition*. USA: Routledge.

