

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin & Wahjusaputri, Sintha. (2018). *Bank dan Lembaga Keuangan: Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Almaida, Farahma Ayu. (2019). *Analisis Pengelolaan Konten Digital Marketing Media Sosial Institut Francais Indonesia Bandung*. Universitas Telkom Bandung.
- Aretha, Ferly. (2017). *Analisis Pengelolaan Konten Media Sosial Stasiun TV (Studi Kasus Analisis Pengelolaan Konten Melalui Account Twitter @netmediatama)*. Universitas Telkom Bandung.
- Azizah, Nadia Zulfa N. (2019). *Proses Public Relations PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Sosial Instagram @keretaapikita*. Universitas Telkom Bandung.
- Baharuddin, Muhammad Faried. (2018). *Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Pendekatan Teori Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus Pada UMKM Kota Bandung Bidang Kuliner)*. Universitas Telkom Bandung.
- Belanche, Daniel, *et al.* (2019). *Instagram Stories versus Facebook Wall: An Advertising Effectiveness Analysis*, Spanish Journal of Marketing – ESIC, Vol. 23/1.
- Buckingham, David. (2007). *Digital Media Literacies: Rethinking Media Education in the Age of the Internet*. Research in Comparative and International Education, Vol. 2, No. 1, 43-55.
- Chaffey, Dave & Ellis-Chadwick, Fiona. (2016). *Digital Marketing (6th Edition)*. London: Pearson.
- Creswell, John W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih di Antara Lima Pendekatan (Edisi ke-3)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, John W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches (3rd Edition)*. California: SAGE.
- Damayanti, Tyas Eka. (2016). *Pemanfaatan Twitter Sebagai Media Information Sharing Di Perpustakaan (Studi Kasus Tentang Pemanfaatan Media Sosial Twitter Sebagai Media Information Sharing Di Perpustakaan Wilayah Kota Surabaya)*. Diakses pada 4 September 2019 dari <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-lna3c10283b4full.pdf>.

- Departemen Pendidikan Nasional (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa (Edisi ke-4)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Diamond, Stephanie. (2015). *The Visual Marketing Revolution: 26 Kiat Sukses Pemasaran di Media Sosial*. Jakarta; Serambi Ilmu Semesta.
- Garcia, Chloe Krystyna & Vemuri, Ayesha. (2017). *Girls and Young Women Resisting Rape Culture through YouTube Videos*. *Girlhood Studies: An Interdisciplinary Journal*, Vol. 10, No. 2, 26-44.
- Gassing, Syarifuddin S. & Suryanto. (2016). *Public Relations*. Yogyakarta: ANDI.
- Ghony, M. Djunaidi & Almanshur, Fauzan. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- <https://finansial.bisnis.com/read/20180725/89/820446/ini-daftar-24-perusahaan-gadai-berizin-dan-terdaftar-di-ojk-jelang-tenggat-pendaftaran-berakhir-pada-29-juli-2018-> diakses pada 9 September 2019 pukul 21.55 WIB.
- [https://help.instagram.com/1660923094227526/?helpref=hc_fnav&bc\[0\]=368390626577968&bc\[1\]=898918476885209](https://help.instagram.com/1660923094227526/?helpref=hc_fnav&bc[0]=368390626577968&bc[1]=898918476885209) diakses pada 2 Oktober 2019 pukul 16:20 WIB.
- [https://help.instagram.com/1750528395229662/?helpref=hc_fnav&bc\[0\]=Bantuan%20Instagram&bc\[1\]=Menggunakan%20Instagram](https://help.instagram.com/1750528395229662/?helpref=hc_fnav&bc[0]=Bantuan%20Instagram&bc[1]=Menggunakan%20Instagram) diakses pada 2 Oktober 2019 pukul 16.49 WIB.
- [https://help.instagram.com/1986234648360433/?helpref=hc_fnav&bc\[0\]=368390626577968&bc\[1\]=898918476885209](https://help.instagram.com/1986234648360433/?helpref=hc_fnav&bc[0]=368390626577968&bc[1]=898918476885209) diakses pada 2 Oktober 2019 pukul 16:40 WIB.
- <https://jabarprov.go.id/index.php/news/32777/2019/04/24/164-juta-Pengguna-Medsos-Asal-Jawa-Barat> diakses pada 29 Juni 2020 pukul 22.30 WIB.
- <https://keuangan.kontan.co.id/news/penjualan-emas-pegadaian-galeri24-terkerek> diakses pada 25 September 2019 pukul 07.25 WIB.
- <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2019/05> diakses pada 7 Januari 2020 pukul 11.34 WIB.
- <https://republika.co.id/berita/ekonomi/keuangan/ppm9xp383/pegadaian-targetkan-jadi-emfinancial-company-terbesar> diakses pada 24 September 2019 pukul 23.29 WIB.
- <https://sumut.idntimes.com/business/economy/arifin-alamudi/the-gade-coffee-and-gold-strategi-pegadaian-rangkul-generasi-milenial> diakses pada 25 September pukul 01.58 WIB.

<https://teknologi.bisnis.com/read/20190629/84/939306/daftar-pengguna-instagram-terbanyak-di-dunia-indonesia-di-urutan-berapa> diakses pada 4 September 2019 pukul 10.30 WIB.

<https://www.antaranews.com/berita/978966/pegadaian-regenerasi-nasabah-karena-didominasi-usia-di-atas-36-tahun> diakses pada 20 Maret 2020 pukul 14.01 WIB.

<https://www.facebook.com/Marketing-Executive-Pegadaian-Kanwil-X-Bandung-725619244500133/> diakses pada 5 September 2019 pukul 12.07 WIB.

<https://www.facebook.com/The-Gade-Coffee-Gold-Bandung-335479510551525/> diakses pada 5 September 2019 pukul 12.20 WIB.

<https://www.instagram.com/galeri24.bandung> diakses pada 5 September 2019 pukul 12.07 WIB.

<https://www.instagram.com/pegadaiankanwilbandung> diakses pada 5 September 2019 pukul 12.09 WIB.

<https://www.instagram.com/thegade.coffeebandung> diakses pada 5 September 2019 pukul 12.15 WIB.

<https://www.pegadaian.co.id/profil/sejarah-perusahaan> diakses pada 9 September 2019 pukul 22.39 WIB.

<https://www.pegadaian.co.id/profil/visi-dan-misi> diakses pada 14 September 2019 pukul 00.06 WIB.

<https://www.pesonna.co.id/about-us/the-gade-coffee-gold/> diakses pada 25 September 2019 pukul 06.54 WIB.

<https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/> diakses pada 15 September 2019 pukul 02.42 WIB.

<https://www.tribunnews.com/nasional/2018/04/05/sasar-segmen-milenial-pegadaian-luncurkan-the-gade-coffee-gold> diakses pada 25 September 2019 pukul 06.50 WIB

Hu, *et al.* (2014). *What We Instagram: A First Analysis Of Instagram Photo Content And User Types*, Proceedings of the 8th International Conference on Weblogs and Social Media, ICWSM 2014, 595-598. The AAAI Press.

Jefkins, Frank & Yadin, Daniel. (2004). *Public Relations (Edisi ke-5)*. Jakarta: Erlangga.

Jonathan, Job Onesimus. (2014). *Analisis Penggunaan Media Sosial dalam Menangani Krisis Perusahaan (Studi Kasus Pemanfaatan Twitter oleh PT ANTAM)*,

- Tbk. dalam Menangani Isu Penipuan Calon Tenaga Kerja*). Diakses pada 4 September 2019 dari <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/2015-9/20392686-MK-Job%20Onesimus%20Jonathan.pdf>.
- Kartika, Jessica Diana & Wijaya, Rudyant Siswanto. (2015). *Logo: Visual Asset Development*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kasmir. (2011). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya: Edisi Revisi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa Buku 2 (Edisi ke-6)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nova, Firsan. (2012). *Republic Relations: Knowing Your Public is a Halfway to Win The Battle*. Jakarta: Media Bangsa.
- Prastowo, Andi. (2011). *Memahami Metode-Metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoretis & Praktis*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Ratu, Indah Sari. (2015). *Analisis Elemen Visual Corporate Identity Proxis Consulting Group*. Universitas Telkom Bandung.
- Romadhoni, Alfian, et al. (2017). *Pengelolaan Instagram @Humas_Jabar Oleh Bagian Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 8 No. 2, 101-116.
- Ruliana, Poppy et al. (2019). *Model Komunikasi Korporat Sari Ater Hotel & Resort Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0*, Jurnal ASPIKOM, Vol. 4 No. 1, 60-82.
- Ryan, Damian. (2015). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation (4th Edition)*. London: Kogan Page.
- Samara, Timothy. (2007). *Design Element: A Graphic Style Manual: Understanding the Rules and Knowing When to Break Them*. United States of America: Rockport Publisher, Inc.

- Sembiring, Evaninta Olviana. (2017). *Strategi Humas Kementerian Komunikasi dan Informatika (Studi Kasus Sosialisasi Registrasi Ulang Kartu Prabayar)*. Universitas Telkom Bandung.
- Severin, Werner J. & Tankard Jr, James W. (2008). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa (Edisi ke-5)*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Susilowati, Ety & Cakranegara, Pandu Adi. (2017). *Analisis Strategi Implementasi Media Sosial (Studi Kasus UKM "XYZ"*, FIRM: Journal of Management Studies, Vol 2, No. 2.
- Syuderajat, Fajar & Puspitasari, Kenanga. (2017). *Pengelolaan Media Sosial Oleh Unit Corporate Communication PT GMF Aeroasia*, Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi, Vol. 9 No. 2, 81-97.
- Ting, et al. (2015). *The Use of Instagram: An Exploratory Study*. International Journal of Business Innovation and Research, Vol. 2, No. 2, 15-31.
- Vivian, John. (2008). *Teori Komunikasi Massa (Edisi ke-8)*. Bandung: Kencana.
- Ward, Janabeth. (2016). *A Content Analysis of Celebrity Instagram Posts and Parasocial Interaction*, Elon Journal of Undergraduate Research in Communications, Vol. 7 No. 1.
- Wright, Donald K. & Hinson, Michelle D. (2008). *How Blogs and Social Media are Changing Public Relations and the Way it is Practiced*, The Public Relations Journal, Vol. 2 No. 2, 1-21.
- Wuebben, Jon. (2012). *Content is Currency: Developing Powerful Content for Web and Mobile*. Boston: Nicholas Brealey Publishing.