

DAFTAR PUSTAKA

- Alifah, P. H. (2022). Pengaruh Pesan Kampanye #Semuajugabisa di Instagram Terhadap Brand Image MS Glow For Men. *Journals UMS*, 15.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Sitinjak, Tony. (2017). Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fikri, R., Mujahidin, M. H., Sutisna, N. A., Najat, N. K., & Laksana, A. (2024). Dinamika Komunikasi Korporasi dalam Meningkatkan Keterlibatan Karyawan Generasi Z. *Education And Social Science Journal*, 1(2), 107-118.
- Hasbun, B & Ruswanty, E. 2016. Komperansi Antara Kelompok yang Melihat Iklan dan Tidak Melihat Iklan dengan Moderasi Brand Awareness Terhadap Niat Beli (Studi Pada Commuter Line). *Journal of Business Studies*, 2:1. 2- 4.
- Hidayat, W., Wandanaya, A. B., & Fadriansyah, R. (2016). Perancangan Video Profile Sebagai Media Promosi dan Informasi di SMK Avicena Rajeg Tangerang. *Journal Cerita*, 2(1), 56-69.
- Honarto, D. O., H, A. D., & Malkisedek, M. H. (2020). Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi CV. Eureka Architect. *Jurnal DKV Adiwarna*, 2(17), 1-10.
- Kotler & Keller. 2016. Marketing Management 15e Global Edition. England. Pearson Education Limited.
- Lesca Gadai Premier. (2023). *Lesca Gadai Premier Profile*. Retrieved from [lescagadai.co.id: https://www.lescagadai.co.id/profile](https://www.lescagadai.co.id/profile)
- Liem, R., Srisanto, E., & Sutanto, R. P. (2015). Perancangan Buku Company Profile Sebagai Media Promosi Vegas Conceptual Show. *Jurnal DKV Adiwarna*, 2(7).
- Moss, D., & DeSanto, B. (Eds.). (2014). Komunikasi Korporat: Teori, Konsep, dan Praktik. Routledge.
- M. V. Yogantari dan N. K. A. Dwijendra, "Visual Content by Consumer in promoting Sustainable Culinary Business," *J. Soc. Polit. Sci.*, vol. 2 no. 3 hal. 610-615, 2019, doi:10.31014/aior.1991.02.03.102

- Nugroho, M. T., & Kurniawan, H. (2022). Perancangan Video Company Profile PT Fala Group Indonesia Berbasis Multimedia Sebagai Media Promosi. *Jurnal Teknologi Informasi*, 17(2), 71-77.
- Rifai, D., Astriyani, E., & Indria, U. (2018). Pembuatan Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi PT. Daiichi Elevator Indonesia. *Technomedia Journal (TMJ)*, 3(1), 98-109.
- Smith, J. (2020). *Komunikasi Korporat: Strategi dan Praktik Terbaik*. ABC Publishers.
- Tuhuteru, A., & Sukmawati, L. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran (Suatu Perencanaan Komunikasi Pemasaran pada PT. Quipper Edukasi Indonesia). *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 62-68.
- Wahyuni, D. U., & Janah, M. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dewi Hijab. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(4), 1-20.
- Wardi, J., Putri, G. E., & Johar, O. A. (2022). Promosi Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru: Sebuah Tinjauan Kegiatan Promosi di Universitas Lancang Kuning. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 19(1). doi:<https://doi.org/10.31849/jieb.v19i1.8250>

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA