

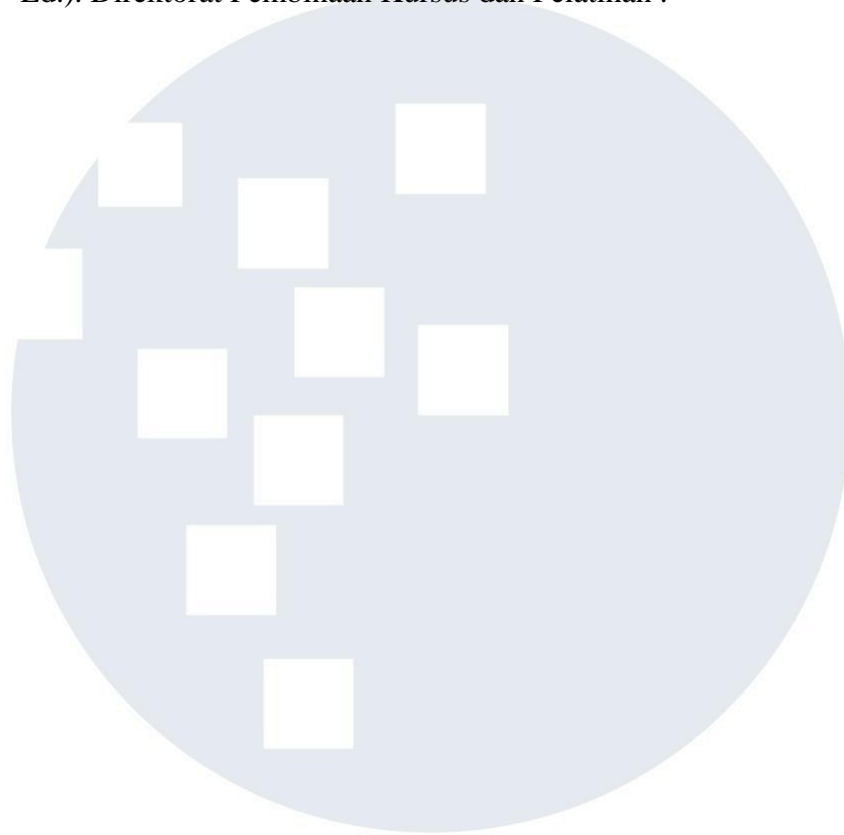
## DAFTAR PUSTAKA

- Acviansyah, F., & Mustaqim, K. (2021). PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNIVERSITAS ESA UNGGUL. *JCA of Design & Creative, 1*.
- Agassi, F. (2021). *Perancangan Company Profile Perusahaan Toffeedev*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Angela, C. V., & Suhartono, A. W. (2022). ANALISA TERHADAP FEEDS INSTAGRAM DYANDRA ACADEMY SEBELUM DAN SESUDAH PENERAPAN TEORI LAYOUT. *Jurnal DKV Adiwarna, 1*.
- Anggarini, A., Bangun, D. A. N., & Saripudin, I. (2020). ALTERNATIF MODEL PENYUSUNAN MOOD BOARD SEBAGAI METODE BERPIKIR KREATIF DALAM PENGEMBANGAN KONSEP VISUAL. *Journal Printing and Packaging Technology, 1*.
- Anindita, M., & Riyanti, M. T. (2016). TREN FLAT DESIGN DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain, 1*(1), 1–14. <https://doi.org/10.25105/jdd.v1i1.1816>
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi, 12*(2), 311. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Darmawan, B. F. (2018). *PERANCANGAN COMPANY PROFILE PT DINARA NISSYERA ADIKARYA SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN INFORMASI KEPADA PUBLIK EKSTERNAL*. Universitas BSI.
- Dindi, Y. R. A., & Damastuti, R. (2022). POLA KOMUNIKASI PEKERJA FULL REMOTE WORKING (STUDI KASUS PADA PEKERJA VISUALABS). *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2*.
- Enterprise, J. (2015). *Membuat Company Profile dengan WordPress* (1st ed.). PT Elex Media Komputindo.
- Fombrun, C. J. (2018). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Harvard Business School Press.
- Ganiem, L. M., & Kurnia, E. (2019). *Komunikasi korporat : konteks teoretis dan praktis* (D. Feirus, Ed.; 1st ed.). Prenadamedia Group.
- Google Trends. (2024). *Google Trends*. From Google Trends: Compare: <https://trends.google.co.id/trends/explore?geo=ID&q=%2Fg%2F11syrnyw2c,tru%20to%20skin,somethinc,%2Fg%2F11v6c7qz96&hl=id>
- Google Trends. (2024). *Google Trends*. From Google Trends: Compare: <https://trends.google.co.id/trends/explore?geo=ID&q=true%20to%20baby,moell.gently&hl=id>

- Google Trends. (2024). *Google Trends*. From Google Trends: Compare: <https://trends.google.co.id/trends/explore?geo=ID&q=true%20to%20skin,true%20to%20baby&hl=id>
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif* (Dr. H. Sazali M.A, Ed.). Wal ashri Publishing.
- Hasian, I., Putri, I., & Ali, F. (2021). Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika. *Magenta / Official Journal STMK Trisakti*, 5(01), 726–739. <https://doi.org/10.61344/magenta.v5i01.63>
- Kapriadi, P. R., & Irwansyah, I. (2020). IMPLEMENTASI COMPUTER MEDIATED COMMUNICATION DALAM DIGITAL STAFFING BERBASIS MOBILE APPLICATION DAN ONLINE PLATFORM DI PERUSAHAAN STARTUP. *KAREBA : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9.
- Khairunnisa, A. L., & Anggraeny, E. (2022). PENGELOLAAN KOLEKSI RARE BOOK MELALUI KONSERVASI ANTIQUARIAT DI PUSAT PERPUSTAKAAN DAN PENYEBARAN TEKNOLOGI PERTANIAN BOGOR JAWA BARAT 2018. *Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 15.
- Kriyantono, R. (2016). *Public Relations Writing. Teknik Produksi, Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Kencana.
- Kurniasih, N. (2017). Infografis. *OSF*.
- Lani, O. P., Mastanora, R., Handayani, B., & Maimori, R. (2021). KOMUNIKASI VERBAL DAN NONVERBAL PADA FILM KARTUN SHAUN THE SHEEP. *2021 Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*.
- Liem, R., Erandaru, & Sutanto, R. P. (2015). Perancangan Buku Company Profile Sebagai Media Promosi Vegas Conceptual Show. *Jurnal DKV Adiwarna*, 2.
- LittleJohn, S. W., & Foss, K. A. (2018). *Teori Komunikasi : Theories of Human Communication*. Salemba Humanika.
- Maria, F. (2018). *Komunikasi pemasaran melalui desain visual* (1st ed.). Deepublish.
- Mariati, M., Anderson, J., Yussyca, Y., & Angela, S. J. (2022). ELEMEN VISUAL PADA INFOGRAFIS: Studi Infografis Karya Mahasiswa Mata Kuliah Identitas Merek. *Prosiding Seri Seminar Nasional (SERINA)*, 2.
- Moto, M. M. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Pembelajaran dalam Dunia Pendidikan. *Indonesian Journal of Primary Education*, 3(1), 20–28. <https://doi.org/10.17509/ijpe.v3i1.16060>
- Muhammad, A. M., Prawiradiredja, S., & Fitriyah, I. (2018). Corporate Value: Persona pada Company Profile PT. Kereta Api Indonesia. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 2(1). <https://doi.org/10.25139/jkp.v2i1.843>

- Nilamsari, N. (2014). MEMAHAMI STUDI DOKUMEN DALAM PENELITIAN KUALITATIF. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 13.
- Nureko, A. P., Yuniarti, E., & Kusumantoro, HB. R. (2022). OPTIMALISASI UKURAN BLEED TERHADAP JUMLAH KATERN RUSAK DAN KEBUTUHAN KERTAS. *Jurnal Poli-Teknologi*, 21(3), 130–135. <https://doi.org/10.32722/pt.v21i3.3790>
- Oktaviani, F., & Marsudi, M. (2024). PERANCANGAN GUIDEBOOK PEMILIHAN WARNA PAKAIAN BERDASARKAN SKIN TONE MENGGUNAKAN SEASONAL COLOR THEORY. *Jurnal Barik*, 5.
- Pahlevi, R. (2022, September 4). *Survei: 54% Konsumen Kosmetik Lebih Pilih Brand Lokal*. Databoks.
- Puspa, A. Y. G., & Jatisidi, A. (2020). Perancangan Ui (User Interface) Company Profile Berbasis Aplikasi Android Sebagai Media Pengenalan Pt. Machara Konstruksitama. *PANTAREI*, 3.
- Puspa, R. (2014). Pengertian-pengertian dasar hubungan masyarakat. *Modul Hubungan Masyarakat*.
- Rahastine, M. P. (2022). Analisa Peranan Public Relatin PT. Graha Bina Mandiri Dalam Pembuatan Company Profile Sebagai Media Informasi. *J-IKA*, 9(1), 47–53. <https://doi.org/10.31294/kom.v9i1.12020>
- Sejati, V. A. (2019). Penelitian Observasi Partisipatif Bentuk Komunikasi Interkultural Pelajar Internasional Embassy English Brighton, United Kingdom. *JURNAL SOSIAL: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(1), 21–24. <https://doi.org/10.33319/sos.v20i1.33>
- Seliang, A. C. (2023). *Perancangan Company Profile sebagai Media Komunikasi Internal dan Upaya Peningkatan Keterlibatan Karyawan PT Kobe Boga Utama*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Smith, R. D. (2019). *Becoming a Public Relations Writer: Strategic Writing for Emerging and Established Media* (6th ed.). Routledge.
- Statista Market Insights. (2024, March). *Cosmetics - Indonesia*. Statista Market Insights.
- Ummah, A. H., Djuanda, G., Ahmad, D., Afriza, E. S. D., Athalarik, F. M., Moekahar, F., Diwyarthi, N. D. M. S., Sukri, A., Arifudin, O., Dewi, N. P. S., Rayhaniah, S. A., Pratama, I. W. A., & Kairupan, D. J. I. (2021). *Komunikasi Korporat: Teori dan Praktis* (A. Masruroh, Ed.; 1st ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan di BSI Pemuda). *Komunikasi: Jurnal Komunikasi*, 8.
- Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: an essential guide for the entire branding team* (5th ed.). John Wiley & Sons.

Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2019). *Pengantar Desain Grafis* (B. Trim, Ed.). Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan .



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA