

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori. (2015). *Company Profile Sebagai Media Promosi*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Batik Seratan Kleco. (2018). Perancangan Video Company Profile sebagai Media Promosi Batik Seratan Kleco. *Journal of Fashion and Design*, 1(1), 1-10.
- Chang, N. and Utami, L. (2022). Pengaruh kredibilitas food vlogger terhadap brand awareness omija (studi kasus akun youtube ria sukma wijaya). *Prologia*, 6(1), 141. <https://doi.org/10.24912/pr.v6i1.10346>
- Endyarto, M. T., & Kabelen, N. W. (2022). Video Company Profile Sanggar Alam Batik Pasuruan Sebagai Media Informasi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 6(01), 1-13.
- GMLS. (t.thn.). Diambil kembali dari <https://www.gmls.org/>
- Indrayana, T. F., Romadhan, M. I., & Pradana, B. C. (2023). 722-726. PROSIDING SEMINAR NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI (SEMAKOM), 1(1), 722-726.
- Izzat Mustafa Alif. (2020). Perancangan Video Company Profile PT. Pembangkitan Jawa-Bali Investasi sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness. *Journal of Communication Studies*, 1(1), 1-10.
- Juliana, J. (2019). Pengaruh brand awareness, brand image dan brand loyalty terhadap brand equity pada pengguna sepatu nike di jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(4). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i4.4986>
- Kurniawati, D. (2020). Komunikasi Mitigasi Bencana sebagai Kewaspadaan Masyarakat Menghadapi Bencana. *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study*, 6(1), 51-58.
- Make Use Of. (2023). How to Create a Company Profile. Retrieved from Make Use Of website.
- Nasyrullah, S. and Abdullah, A. (2021). Implementasi digital marketing bangbeli apps dalam meningkatkan jumlah pengguna di kalangan umkm. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 2(5), 236. <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v2i5.13824>
- Oktaviani, F. and Rustandi, D. (2018). Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness. *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>

- Owens, J. (2017). *Video Production Handbook*. New York: Routledge.
- Prestianta, A. M., Fakhruddin, I., & Kustiwa, A. (2023). KEMANDIRIAN KOMUNIKASI WARGA DESA PANGGARANGAN DALAM LINGKUP KEBENCANAAN. *Jurnal Sinergitas PkM dan CSR*, 7(1).
- PT. Fala Group Indonesia. (2019). Perancangan Video Company Profile PT. Fala Group Indonesia Berbasis Multimedia sebagai Media Promosi. *Journal of Multimedia*, 1(1), 1-10.
- Rahman, D. F. (2022, 8 16). Databoks. Diambil kembali dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/16/ini-jenis-konten-video-yang-paling-disukai-netizen-global>
- Rizki Fauzi. (2020). The Impact of Video Production on Brand Awareness: A Study on Indonesian Companies. *Journal of Marketing and Communication*, 1(1), 1-10.
- Rizki Fauzi. (2020). The Role of Video Production in Enhancing Corporate Image: A Study on Indonesian Companies. *Journal of Corporate Image*, 1(1), 1-10.
- Rizky, F. U., & Syam, N. (2021). Komunikasi persuasif konten youtube kementerian agama dalam mengubah sikap moderasi beragama. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 16- 33.
- Rumapea, S., Pasandaran, C., & Juliadi, R. (2022). Social network analysis about brand awareness of shopee indonesia on twitter. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(5), 516-533. <https://doi.org/10.25139/jkp.v6i5.5190>
- Tinambunan, T. M. (2022). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa Dikalangan Pelajar. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).
- Universitas Indonesia. (2019). Video Production as a Tool for Corporate Communication: A Study on Indonesian Companies. *Journal of Corporate Communication*, 1(1), 1-10.
- Widiandari, A. (2021). Penanaman Edukasi Mitigasi Bencana pada Masyarakat Jepang. *Jurnal Studi Kejepangan*, 5(1).