

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & McLoughlin, D. (2010). *Strategic Market Management: Global Perspectives* (1st ed.). John Wiley & Sons Ltd.
- Albrighton, T. (2018). *Copywriting Made Simple: How to write powerful and persuasive copy that sells*. Troubador Publishing.
- Andhini, A., & Khuzaini, K. (2017). Pengaruh Transaksi Online Shopping, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen pada e-Commerce. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(7), 1–23.
- Argenti, P. A. (2010). *Komunikasi Korporat* (Edisi 1). Salemba Humanika.
- Ariyadi, W. (2020). *Jurus Jitu Menguasai Copywriting: Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Unicorn Publishing.
- Erich, Pujiyanto, & Muris, A. A. (2023). Pembuatan Company Profile Rutan Klas II B Baturaja Menggunakan Android Studio. *Jurnal Intech*, 4(1), 1–6. <https://doi.org/10.54895/intech.v4i1.1817>
- Fahril, M. F., & Farhan, M. F. (2021). Rancang Bangun Sistem Informasi Company Profile Berbasis Web pada PT. Gotrans Logistics. *Indonesian Journal of Informatic Research and Software Engineering*, 1(1), 45–52. <https://doi.org/10.57152/ijirse.v1i1.54>
- Fatimah, K. (2020). Perancangan Company Profile Sebagai Media Promosi CV. Barotek. *IKONIK: Jurnal Seni dan Desain*, 2(1), 13–20. <https://doi.org/10.51804/ijisd.v2i1.607>
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. CBS College Publishing.
- Hariri, F. R. (2025). *Cara Beli Voucher di TikTok, Bisa Dapat Banyak Diskon!* IDN Times. <https://www.idntimes.com/tech/trend/cara-beli-voucher-di-tiktok-q9t01-00-s66xw-3phshw>
- Hoechlin, N. (2018). *The Ultimate Copywriting Guide for Beginners to Advanced: A short course on learning copywriting that sells*. CreateSpace.
- Kontan.co.id. (2025). *Transaksi Ecommerce Indonesia 2019-2024*. Kontan.co.id. <https://pusatdata.kontan.co.id/infografik/88/Transaksi-Ecommerce-Indonesia-2019-2024>
- Kriyantono, R. (2016). *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Kencana.
- Liem, R., Erandaru, & Sutanto, R. P. (2019). Perancangan Buku Company Profile Sebagai Media Promosi Vegas Conceptual Show. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*, 2(7), 1–11. http://repository.unpas.ac.id/49571/1/JURNAL%28Novia%20Juni%20Nawarini_178020105_MMRS%29%281%29.pdf
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2018). *Teori Komunikasi: Theories of Human*

Communication. Salemba Humanika.

- Miliani, A., Pramudita, S., Rosanti, Febriyanti, G., & Kartika. (2025). Corporate Communication Sebagai Strategi Utama dalam Pengelolaan Citra Organisasi. *COMTE: Journal of Sociology Research and Education*, 1(6), 250–258. <https://naluriedukasi.com/index.php/comtejsre/article/view/177>
- Ningsih, Y. A., & Oemar, E. A. B. (2021). Perancangan Company Profile PT Wiradecon Multi Berkah Sebagai Media Promosi. *Jurnal Barik*, 2(3), 97–110. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Prihandini, A., & Seba, N. (2022). Penyusunan Company Profile Bagi Umkm. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 112, 1855–1861. <https://doi.org/10.18196/ppm.44.708>
- Rahastine, M. P. (2022). Analisa Peranan Public Relatin PT. Graha Bina Mandiri Dalam Pembuatan Company Profile Sebagai Media Informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 47–53. <https://doi.org/10.31294/kom.v9i1.12020>
- Rakhmawati, N. A., Permana, A. E., Reyhan, A. M., & Rafli, H. (2021). Analisa Transaksi Belanja Online pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknoinfo*, 15(1), 32–37. <https://doi.org/10.33365/jti.v15i1.868>
- Wahyuni, S., Miftahurrachmah, A., & Purwa, E. N. (2017). Media Company Profile Sebagai Penunjang Informasi dalam Meningkatkan Efektivitas Program Pemasaran pada Hotel Narita Tangerang. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia*, 5(1), 19–24. <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/semnasteknomedia/article/view/1639>
- Wheeler, A. (2017). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team* (5th ed.). John Wiley & Sons.
- Widowati, D. (2020). Peran Corporate Communication PT Krakatau Steel dalam Mengatasi Krisis. *Communicare : Journal of Communication Studies*, 6(2), 190–203. <https://doi.org/10.37535/101006220196>