

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat M, A., & Widjajanta, B. (2022). The Role of Corporate Identity on Brand Trust and Consumer-Brand Relationship Quality. *Jurnal Riset Manajemen*, 4(2), 1–13.
- Rifai, M. (2020). Pentingnya Menjaga Citra Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Perusahaan*, 12(3), 1–10.
- Santoso, T., & Astuti, R. . (2023). Pengaruh Call to Action (CTA) Terhadap Respon Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal Riset Manajemen*, 6(1), 21–30.
- Widyastuti, W., & Kusumawati, A. (2020). Peran Bukti Sosial (Social Proof) dan Kredibilitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 82(1), 162–171.
- Wulandari, S., & Pratiwi, Y. (2020). Peran Corporate Social Responsibility (CSR) dan Citra Merek dalam Membangun Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 1–10.
- <https://germanybrilliant.com/>
- Kapferer, (2017). The New Strategic Brand Management: Advanced Insight and stategic Thinking (5th). Kogan Page 101 of 125
- APA, T. A. P. A. (Ed.). (2020). *Publication manual of the American Psychological Association*. American Psychological Association.
- Corden, A., & Sainsbury, R. (2006). *Using verbatim quotations in reporting qualitative social research: researchers' views*. The University of York. <https://doi.org/10.1007/BF01762869>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Edisi Keli). SAGE Publications Inc.
- Merriam, S. B., & Grenier, R. S. (2019). *Qualitative Research in Practice: Examples for Discussion and Analysis* (Edisi Kedu). Jossey-Bass.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications* (Keenam). SAGE Publications, Inc.

- Everly, (2025) PERANCANGAN COMPANY PROFILE COLLATION BY VIVERE UNTUK MENDUKUNG PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN
- Milka, (2024) PEMBUATAN COMPANY PRFOILE COMMERCIAL PT BUMI SERPONG DAMAI
- Landa, Robin. (2019). *Graphic Design Solutions*. 6th Edition. Boston: Cengage Learning.docx].
- Royhan, M. G., & Ngabekti, D. K. (2021). Problematika Desain Komunikasi Visual dan Plagiarisme dalam Dunia Desain Grafis. *CITRAWIRA: Journal of Advertising and Visual Communication*, 1(1), 1-13.
- Hidayath, A., Razilu, Z., & Saputra, H. N. (2024). Pengembangan Company Profile Berbasis Video Sebagai Media Promosi Universitas Muhammadiyah Kendari. *MALCOM: Indonesian Journal of Communication and Media*, 3(1), 1-10.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Walidjo, W. (2020). *Kapita Selekta Metodologi Penelitian*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media. (Catatan: Karena kutipan Anda merujuk pada Walidjo dalam Kapita Selekta, Walidjo dicantumkan sebagai penulis utama/kontributor dalam buku tersebut.)
- Berger, A. A. (2020). *Media and Communication Research Methods: A Practical Approach* (3rd ed.). SAGE Publications. (Catatan: Karena Anda menyebut Berger 2020, ini adalah edisi yang paling mungkin. Beberapa skripsi di Indonesia juga merujuk Berger melalui buku Kriyantono, R. (2020).)
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Agung Widhi Kurniawan, & Zarah Puspitaningtyas. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design*:

Choosing Among Five Approaches. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Azizah, N., Sagiyanto, A., & Astuti, F. D., (2025). Strategi Rebranding Melalui Pemanfaatan Website Untuk Meningkatkan Citra PT Lumos Inisiatif Indonesia. *Journal of Innovative and Creativity (JOECY)*.

Feryanda, J. O., & Wijaya, L. S., (2024). Strategi Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness Pada PT. Finfo Media Nusantara. *Jurnal Pustaka Komunikasi*.

Heraziza, D. P., (2025). Strategi Corporate Communication dalam Membangun Corporate Identity (Studi Pada Perusahaan RH Petrogas di Indonesia). *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*.

Rahastine, M. P., (2022). Analisa Peranan Public Relation PT. Graha Bina Mandiri Dalam Pembuatan Company Profile Sebagai Media Informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Santoso, K., & Vidyarini, T. N., (2020). Perancangan Company Profile Sebagai Media Informasi dan Citra Korporat. *Jurnal E-Komunikasi*.

Tim Peneliti (Universitas Telkom/Kristen Petra), (2023). Perancangan Identitas Visual (Corporate Identity) Sebagai Strategi Rebranding Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal BARIK / Jurnal RUPA*.

