

DAFTAR PUSTAKA

- Argenti, P. A. (2017). Strategic communication in the C-suite. *International Journal of Business Communication*, 54(2), 146–160.
<https://doi.org/10.1177/2329488416687053>
- Bangsawan, Nuryartono, N., & Pasaribu, S. H. (2023). Impact of information and communication technology on economic growth in western and Eastern Region of Indonesia. *JURNAL EKONOMI DAN KEBIJAKAN PEMBANGUNAN*, 12(2), 146–158.
<https://doi.org/10.29244/jekp.12.2.2023.146-158>
- Bora Kurum, B. (2023). *Marketing Communication Essentials: From Zero to Hero*
- Cornelissen, J. (2020). *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice*. SAGE.
- Deloitte. (2025, July 18). *2025 technology industry outlook*. Deloitte Insights.
<https://www.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/technology-media-telecom-outlooks/technology-industry-outlook.html>
- Dr. Dr. F. C. Sharma. (2020). *Marketing Management*. SBPD Publications.
- Enterprise, J. (2015). *Membuat Company Profile*. PT Elex Media Komputindo.
- Fahmi, M. F. Z. (2021). *Efektivitas Company Profil Sebagai Sarana Promosi Di Sosial Media Instagram (Studi Kasus LKP Indo Jaya Kebumen)*, 2.
<https://doi.org/10.53863/juristik.v2i2.514>
- Fauzi, A. A. (2023). *PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DI BERBAGAI SEKTOR PADA MASA SOCIETY 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia,.
https://books.google.co.id/books/about/PEMANFAATAN_TEKNOLOGI_INFORMASI_DI_BERBA.html?id=PQ-qEAAQBAJ&redir_esc=y
- Febrianti, A.D. (2023). *Naskah Humas dan Penyusunan Press Release di Media Massa*. Public Relation.
- Fill, C., & Turnbull, S. (2023). *Marketing Communications : Fame, Influencers And Agility* (Ninth Edition). Pearson.
- Fitriansyah, F. (2019). Analisis Kebutuhan Pengembangan Pembelajaran Penulisan Naskah PR I. *Cakrawala*, 19(1), 79-86. <https://doi.org/10.31294/jc.v19i1>

- Goeinawan, V., Natadjaja, L., & Salamoon, D. (2021). *Perancangan Ulang Company Profile JawaPos.Com Sebagai Media Informasi Dan Promosi*, 1.
- Hesniati, H., & Ellen, E. (2024). Pembuatan company profile pada pt win Keramindo Jaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 1414–1425. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2353>
- Hidayath, A., Razilu, Z., & Saputra, H. N. (2024). Pengembangan company profile berbasis video sebagai media Promosi Universitas Muhammadiyah Kendari. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 4(1), 108–117. <https://doi.org/10.57152/malcom.v4i1.979>
- Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan komunikasi ... (2023). <https://www.bps.go.id/en/publication/2024/09/30/b50f00b8615fc8716c8e02d4/indeks-pembangunan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-2023.html>
- Indonesia ICT market size, share, Trends & Outlook 2033*. Indonesia ICT Market Size, Share, Trends & Outlook 2033. (n.d.). <https://www.imarcgroup.com/indonesia-ict-market>
- Jamalullail, A. F. T. (2022). *Perancangan Buku Company Profile PD Apei Dki Jakarta*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management*. Pearson.
- Kurniawatik, A. T., Khaerunnisa, K., & Tasya, T. (2021). Melek Information and Communications Technology (ICT) Pada Masyarakat pedesaan di era Globalisasi. *Cebong Journal*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.35335/cebong.v1i1.3>
- Laia, Y., Sarumaha, M. S., & Laia, B. (2022). Bimbingan konseling Dalam Meningkatkan Kemandirian Belajar Siswa di SMA Negeri 3 susua Tahun pelajaran 2021/2022. *Counseling For All (Jurnal Bimbingan Dan Konseling)*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.57094/jubikon.v2i1.367>
- Madan, K. (2020). *NTA UGC NET/SET/JRF paper I: Teaching and research aptitude*. Pearson India Education

- Maulana, I. (2022). Peran penggunaan search engine optimization Dan Media Sosial Sebagai media Promosi Dalam meningkatkan Minat Beli e-commerce Elevenia Pada Mahasiswa Kabupaten Purwakarta. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 12–18. <https://doi.org/10.34308/eqien.v9i2.384>
- Muttaqin, A. R., Wibawa, A., & Nabila, K. (2021). Inovasi digital untuk Masyarakat Yang Lebih CERDAS 5.0: Analisis tren teknologi informasi Dan prospek Masa Depan. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 1(12), 880–886. <https://doi.org/10.17977/um068v1i122021p880-886>
- Ningsih, Y. A., & Basuki Oemar, E. A. (2021). *PERANCANGAN COMPANY PROFILEPT WIRADECON MULTI BERKAH SEBAGAI MEDIA PROMOSI*, 2. <https://doi.org/10.26740/jdkv.v2i3.42273>
- Nur Fatah, A., & Pudjo Santosa, H. (2023). Coffee Shop Marketing Communication Strategy to increase sales (case study at Kedai Kopi Inspirasi bogor). *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 3(2), 235–243. <https://doi.org/10.35877/454ri.daengku1498>
- Nurhanifah, H., Ibrahim, R. N., Kusnandar, T., & Utami, A. T. (2024). Company profile application design as promotional media using Laravel: Case Study in Creative Design Field. *Journal of Economics, Management, and Entrepreneurship*, 2(1), 13–30. <https://doi.org/10.55208/jeme.v2i1.135>
- Oscar Ade Gunawan, & Masnuna Masnuna. (2023). Perancangan company profile sebagai media Promosi PT bhineka advertising. *Student Research Journal*, 1(6), 62–69. <https://doi.org/10.55606/srjyappi.v1i6.785>
- 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>
- Rio, M., & Maulana, A. (2022). Perancangan Company profile ARH Construction Group. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 51–56. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i2.56>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>

- Singh, S., & Stephanie, D. (2020). *Social media marketing*. John Wiley & Sons.
- Smith, R. (2017). *Strategic Planning for Public Relations* (5th Edition). Routledge.
- Soegijanto, & Lestari, H. A. (2016). *Aplikasi Company Profile Digital PT. Minnara Sejahtera Raya Jakarta* , 15.
- Sulung , U., & Muspawi, M. (2024). *MEMAHAMI SUMBER DATA PENELITIAN : PRIMER, SEKUNDER, DAN TERSIER*, 5.
- Taqiya, T. B., Sugiyono, T., & Nugroho, A. A. (2021). Peningkatan Aktivitas Dan Hasil belajar Siswa Pada Tema 8 peristiwa Alam melalui model kooperatif tipe stad di Masa Pandemi covid-19. *Jurnal Paedagogy*, 8(3), 369. <https://doi.org/10.33394/jp.v8i3.3892>
- Tri Harto Katamso, & Sugianto Sugianto. (2024). Pengaruh brand image, Brand experience Dan Influencer marketing Terhadap Keputusan pembelian konsumen melalui minat Beli Sebagai variabel intervening Pada produk kecantikan Scarlett whitening. *MASMAN : Master Manajemen*, 2(1), 165–183. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i1.324>
- Wahyuni, S. (2023). *Pembuatan Company Profile Dan PPDB Online Di SMK Islam Al Amin Cikarang Bekasi* , 4. <https://doi.org/10.36312/abdimandalika.v4i1.1691>
- Yellonita, V., Nugroho, S. H., & Maheni, Mrr. T. (2023). *Penerapan Teori Design Thinking Terhadap Perancangan Company Profile Digital PT. Meditera Global Teknologi*. .