

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, M. (2020). *Modul Pengantar Bisnis*. <http://esaunggul.ac.id/0/>
- Andy, P. W., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing* (N. A. Fransiska, Ed.; 1 ed., Vol. 1). Edulitera.
- Armala, L. O., & Khabibah, U. (t.t.). Desain Video Company Profile Berbasis Adobe Premiere Pro Cc Sebagai Media Promosi Pada PT Andhika Lugas Swara (City Guide 911 Fm) Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis (JAB)*.
- Bahri, S. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis : Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS* (1 ed.). ANDI. <https://opac.ut.ac.id/detail-opac?id=39232>
- Bilkistiana, Y., Sari, M. S., & Sasongko, I. M. (2021). Membuat Strategi Promosi Dalam Membangun Brand Awareness Terhadap Rumah Makan Padang Panjang Di Instagram. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1–8.
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/10960/6244>
- Binanto, I. (2013). Perbandingan Metode Pengembangan Perangkat Lunak Multimedia. *Prosiding Seminar RiTekTra 2013*.
https://repository.usd.ac.id/4399/1/255_ke_RITEKTRA_format.pdf
- Biosa, S. F., & Marianto, M. D. (2020). Combination Of Documentation, Animation, and Live Action In The Film Pink Pastel. *Capture : Jurnal Seni Media Rekam*, 11(2), 191–203. <https://doi.org/10.33153/capture.v11i2.3008>
- Bonafix, D. N. (2011). Videografi: Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar. *Humaniora*, 2(1), 845–854.

- Carsana, Y., & Kevin, D. (2020). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di PT. Arista Suskes Abadi Tanjung Pinang. *Jurnal Manajerial dan Bisnis Tanjungpinang*, 3(1), 1–13.
- Diansyah, A. N., & Khabibah, U. (2021a). Pengembangan Media Promosi Dengan Video Company Profile Menggunakan Aplikasi Adobe Premiere Pro Cc 2018 Pada UMKM D'sil Homemade Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis (JAB)*, 7(2), 85–88.
- Diansyah, A. N., & Khabibah, U. (2021b). Pengembangan Media Promosi Dengan Video Company Profile Menggunakan Aplikasi Adobe Premiere Pro Cc 2018 pada UMKM D'sil Homemade Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 85–88.
- Eko Valentino, D., Jodi Hardiansyah, M., Kampus Pekanbaru, I. K., & Bandung, I. (2020). Perancangan Video Company Profile Pada Hotel de Java Bandung. *TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(1), 1–20.
- Fanny Setyawan, M., & Khabibah, U. (2022). Pengembangan Digital Marketing Dengan Video Company Profile Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada CV. Putra Panji Kediri. *Jurnal Aplikasi Bisnis (JAB)*, 8(1), 44–48.
- Fitriani Pamungkas, L., & Supardianto. (2023). Analisis Desain Video Company Profile Tax Center Aplikasi Bantu Pajak Dengan Strategi Visual Storytelling. *Journal of Applied Multimedia and Networking (JAMN)*, 7(1), 13–24.
<http://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAMN>
- Gunawan, H. (t.t.). *Metode Pengembangan Multimedia Versi Villamil Mollina*. academi edu. Diambil 9 Agustus 2023, dari
https://www.academia.edu/43181331/Metode_Pengembangan_Multimedia_Versi_Vilamil_Mollina

- Pelangi, G. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia Jenjang SMA/MA. *Jurnal Sasindo Unpam*, 8(2), 79–96.
- Habibi, A., Djumrianti, D., & Ummasyroh. (2022). Pengembangan Digital Content Youtube Sebagai Media Promosi Pada Habibie Tour Development of Youtube Digital Content as a Promotion Media at Habibi Tour. *Jurnal Pesona Sriwijaya*, 1(1), 6–10. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7684657>
- Hakim, L. N. (2013). Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 4(2), 165–172. <https://doi.org/https://doi.org/10.46807/aspirasi.v4i2.501>
- Hanafri, M. I., & Rohmawati, E. A. (2014). Aplikasi Company Profile Multimedia Pada PT. Tuntex Garment Indonesia. *Jurnal Sisfotek Global*, 4(1), 57–61. <https://journal.global.ac.id/index.php/sisfotek/article/view/42/43>
- Haryanto, T., & Nugroho, S. (2015). Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Perusahaan Pada Pt. Propan Raya ICC Semarang. *PIXEL : Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 81, 47–52.
- Hasanah, H. (2016). Teknik - Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum : Jurnal Peningkatan Mutu Keilmuan dan Kependidikan Islam*, 8(1), 21–46. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Krisgaharu, T., & Kusuma, B. O. P. (2021). Tingkat Efektivitas Online Marketing Untuk UMKM Semasa Pandemi Covid-19. *EXERO : Journal of Research in Business and Economics*, 4(2), 207–227. <https://doi.org/10.24071/exero.v4i2.5033>

- Kurniawan, E. P., Karsam, & Laksono, Y. T. (2019). Pengambilan Gambar dan Editing Dalam Produksi Film Pendek Bergenre Drama Tentang Makna dan Filosofi Aksara Jawa Berjudul “HANA.” *Jurnal Art Nouveau*, 8(1).
<https://jurnal.dinamika.ac.id/index.php/ArtNouveau/article/view/2971>
- Kuspriyono, T., & Ramadhayanti, A. (2021). Strategi promosi kreatif dan strategi pemasaran inteksin dalam meningkatkan penjualan. *Akuntabel: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 18(3), 551–562.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30872/jakt.v18i3.9662>
- Kusumo, F., & Sulartopo. (2019). Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi dan Informasi Pada Toko Citra Meubel Semarang. *Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 12(1), 33–41.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(2), 1–13.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/38118>
- Limbong, T., Napitupulu, E., & Sriadhi. (2020). *Multimedia: Editing Video dengan Corel VideoStudio X10* (J. Simarmata, Ed.; 1 ed., Vol. 1). Yayasan Kita Menulis. <http://digilib.unimed.ac.id/48206/1/Book.pdf>
- May Dawati, F., Yamtinah, S., Budi Rahardjo, S., & Yunita Indriyanti, N. (2017). Uji Validitas Computerized Two-Tier Multiple Choice (CTTMTC) Melalui Focus Group Discussion (FGD) Untuk Mendiagnosis Kesulitan Belajar Siswa. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Sains (SNPS)*, 26, 260–265.
- Nazir, Moh. (2009). *Metode Penelitian* (R. Sikmumbang, Ed.). Ghalia Indonesia.
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=711887#>

- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada Happy Go Lucky House. *Jurnal Common*, 3(1).
- Rahmat, & Irfan, D. (2019). Rancang Bangun Media Pembelajaran Interaktif dan Jaringan Dasar Di SMK. *Jurnal Vokasional Teknik Elektronika dan Informatika (VOTEKNIKA)*, 7(1).
<http://ejournal.unp.ac.id/index.php/voteknika/index>
- Ramadhayanti, A. (2019). Strategi Pemasaran di YouTube Melalui Subscriber & Komentar dan Perspektif Persuader Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 10(1), 9–21.
<https://jurnal.usk.ac.id/JInoMan/article/view/14379/10809>
- Romdonny, J., & Rosmadi, M. L. N. (2018). Peran Media Sosial Dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 1(2), 25–30. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/379>
- Saman Saman. (2017). Tinjauan Teoritis Pembelajaran Berbasis Videoscribe Pada Siswa. *Prosiding Seminar Nasional*, 386–391.
- Saropi, A., & Riwinoto. (2019). Pembuatan 3D Motion Graphic Objek Wisata Tanjungriau Fisherism Menggunakan Aspek Spatial, Temporal, Live Action, dan Typography. *Journal of Applied Multimedia and Networking (JAMN)*, 3(2). <http://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAMN>

- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Graha Ilmu.
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=707703>
- Setyawan, B., Hidayat, W., & Listyorini, S. (2015). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Suara Merdeka Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis (JIAB)*, 4(3), 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2015.8813>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (6 ed.). Alfabeta.
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=281396>
- Sukendra, I. K., & Atmaja, I. K. S. (2020). *Instrumen Penelitian* (T. Fiktorius, Ed.). Mahameru Press.
<http://repo.mahadewa.ac.id/id/eprint/1742/1/1.%20Buku%20Instrumen%20Penelitian.pdf>
- Suryaningsih, I. B., & Widi, K. S. N. (t.t.). EPIC Model: Efektivitas Iklan Destinasi Wisata Kabupaten Banyuwangi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Domestik. *Management Insight*, 13(2), 8–26.
www.emarketer.com
- Trias Aprilya. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*, 5(1), 13–23.
- Widijaya, Alvina, Santi, A., Floren Elvinis, J., Rosliana, & Silvana, V. (2021). Perancangan Company Profile Dan Marketing Tools Sebagai Alat Perluasan Pemasaran Di Toko Yummybowl. *Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 158–163.
<http://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro>

- Yusra, Z., Zulkarnain, R., & Sofino. (2021). Pengelolaan LKP Pada Masa Pandemi Covid-19. *JOLL : Journal Of Lifelong Learning*, 4(1), 15–22.
- Zaini, M. S., & Nugraha, J. (2020). Pengembangan Media Pembelajaran Multimedia Interaktif Berbasis Adobe Premiere Pro Pada Kompetensi Dasar Mengelola Kegiatan Humas Kelas XI Administrasi Perkantoran di SMK Negeri 2 Buduran Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 9(2), 349–361. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpap>
- Zed, M. (2008). *Metode penelitian kepustakaan* (2 ed.). Yayasan Pustaka Obor Indonesia. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=432941#>