

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B. (2020). *Teknik produksi televisi dan film*. Prenada Media.
- Ardianto, E., & Erdinaya, A. (2019). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, E., & Ibrahim, R. (2019). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Rajawali Pers.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (12th ed.). McGraw-Hill.
- Brown, B. (2021). *Cinematography: Theory and practice* (4th ed.). Routledge.
- Budiman, A. (2021). *Komunikasi pemasaran kreatif*. Salemba Humanika.
- Dewi, W. N., Nas, C., Aries, J., & Norhan, L. (2022). Perancangan company profile CV. AAF Print Cirebon menggunakan video animasi sebagai promosi usaha. *Jurnal Digit*, 12(2), 203.
- Febrian, R. A. (2022). Pengaruh emotional branding dalam video promosi terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 101–110.
- Firmansyah, M. (2018). *Komunikasi pemasaran*. Prenadamedia Group.
- Fog, K., Budtz, C., Munch, P., & Blanchette, S. (2020). *Storytelling: Branding in practice*. Springer.
- Handayani, A. (2020). Efektivitas durasi video dalam konten pemasaran digital. *Jurnal Komunikasi Visual*, 5(1), 34–42.
- Hermawan, A. (2020). *Komunikasi pemasaran dan corporate branding*. Prenadamedia Group.
- Hidayat, A. (2015). Narasi visual dalam media promosi. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 9(2), 45–53.
- Jewitt, C. (Ed.). (2020). *The Routledge handbook of multimodal analysis* (2nd ed.). Routledge.
- Kemendikbudristek. (2021). *Panduan kurikulum Merdeka Belajar untuk program studi desain komunikasi visual*. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi.

- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2022). *Tren konten digital dan strategi komunikasi di era digital*. Kominfo Press.
- Kertajaya, H. (2020). *Branding lokal: Membangun identitas merek melalui budaya lokal*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Pratama, D., & Amelia, F. (2021). Strategi visual branding pada video profil industri pangan lokal. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nusantara*, 6(1), 45–56.
- Putri, R. N., & Adiyoga, G. (2020). Efektivitas media video dalam meningkatkan engagement konsumen di era digital. *Jurnal Komunikasi dan Media Digital*, 3(2), 110–120.
- Rakhmat, J. (2020). *Psikologi komunikasi* (Edisi Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Rifai, D., Astriyani, E., & Indria, U. (2018). Pembuatan video company profile sebagai penunjang informasi dan promosi pada PT. Daiichi Elevator Indonesia. *Technomedia Journal*, 3(1), 98–109.
- Santosa, B. (2019). *Dasar-dasar desain komunikasi visual*. Alfabeta.
- Setiawan, D. (2019). Pentingnya testimoni dalam video promosi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(3), 102–114.
- Setyawan, M. F., & Khabibah, U. (2022). Pengembangan digital marketing dengan video company profile untuk meningkatkan minat beli konsumen pada CV. Putra Panji Kediri. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(1), 43–48.
- Siregar, M. A. (2021). Implementasi project-based learning dalam meningkatkan kompetensi mahasiswa desain komunikasi visual. *Jurnal Pendidikan Seni & Desain*, 5(2), 89–97.
- Sugandi, D. (2021). *Desain komunikasi visual dinamis*. Deepublish.
- Suyanto, M. (2020). *Strategi branding: Desain identitas visual dan positioning*. Andi Publisher.
- Wahyuni, R. (2020). Teknik penyuntingan video dalam produksi konten kreatif. *Jurnal Seni Media Rekam*, 6(2), 45–55.
- Wheeler, A. (2018). *Designing brand identity* (5th ed.). Wiley.

- Wibowo, A. (2021). Peran storytelling dalam komunikasi visual perusahaan. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 9(1), 12–23.
- Wijaya, T. (2021). Pengaruh gaya sinematik pada media promosi. *Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia*, 14(1), 78–89.
- Wijayanto, H., & Muzaini, F. (2022). Perancangan video company profile berbasis motion graphic sebagai media promosi pada Kopi Nalar di Jakarta Selatan. *WARNARUPA (Journal of Visual Communication Design)*, 3(1), 45–56.

