

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). Building strong brands. New York: The Free Press.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024). Laporan survei penetrasi dan profil perilaku pengguna internet Indonesia 2024.
- Dewidianto, R., Manalullaili, M., & Ningsih, C. P. A. (2024). Peran komunikasi organisasi dalam event *Organizer* (studi pada EO Soundtrack Indonesia Kota Palembang). *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 3(1), 45–58.
- Hidayath, R. (2024). Efektivitas komunikasi visual dalam produksi konten audiovisual: Pendekatan strategi desain dan pesan. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nusantara (JDKVN)*, 6(1), 55–67.
- Hidayath, R. (2024). Video *Company profile* sebagai bentuk corporate storytelling: Integrasi nilai visual dan identitas organisasi. *Jurnal Komunikasi Visual Nusantara (JKVN)*, 6(1), 45–58.
- Keller, K. L. (2013). Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity (4th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.
- Kusmayanti, D. (2024). Peran Video *Company profile* dalam membangun kredibilitas lembaga. *Jurnal Komunikasi Visual Indonesia*, 6(2), 23–34.
- Setyati, D. A., & Dirgantara, A. (2024). *Brand performance* dan kepuasan konsumen sebagai determinan loyalitas. *Jurnal Manajemen Bisnis Terapan*, 5(2), 101–115.
- Setyati, D., & Dirgantara, F. (2024). Komunikasi visual dan persepsi kinerja merek pada media digital. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 12(1), 45–57.
- Sulistiawati, D. (2024). Peran komunikasi visual dalam penyampaian pesan informasi digital di era media baru. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Kreatif Indonesia*, 8(2), 120–134.