

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1997). *Manajemen ekuitas merek: Memanfaatkan nilai dari suatu merek* (A. Ananda, Trans.). Jakarta: Mitra Utama
<https://lib.ui.ac.id/detail?id=20161868&lokasi=lokal>.
Diakses pada 28 Mei 2025.
- Alkautsar, M. F., Sukriyatma, M., Aminuddin, D. A., & Fami, A. (2024). *Pengaruh durasi terhadap retensi audiens dalam motion graphic wajib pajak non efektif*. Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media, 3(1), 30–41. <https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v3i1.2333>
Diakses pada 2 Mei 2025.
- Aprilia, S. (2024). *Perancangan Video Company Profile sebagai Media Informasi PT Rumah Publikasi Indonesia*. Universitas Pendidikan Indonesia. <https://repository.upi.edu/121978/>
Diakses pada 5 Juni 2025.
- Budimas. (2024). *Penyusunan Company Profile Kampung Tematik Cibagor sebagai Media Branding Wilayah*. Buletin Dimensi Masyarakat, 3(1), 13–22. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/download/13564/5390/42831>
Diakses pada 5 Juni 2025.
- CV KeMANGI. CV KeMANGI Semarang. <https://kemangi.co.id/>
Diakses pada 27 Mei 2025.
- Erica Weintraub Austin & Bruce E. Pinkleton. (2006). *Strategic Public Relations Management: Planning and Managing Effective Communication Programs* (2nd ed.). New York: Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781410616555>
Diakses pada 9 Juni 2025.
- Humas Indonesia. (2023). 6 Peran Strategis Humas di Era Digital. Diakses dari <https://humasindonesia.id>
Diakses pada 12 Mei 2025.
- HypeAuditor. (n.d.). *YouTube engagement rate calculator*. HypeAuditor. <https://hypeauditor.com/free-tools/youtube-engagement-calculator/>
Diakses pada 1 September 2025.

Judikatif. (2022). Perancangan *Company Profile Arh Construction Group* sebagai Media Komunikasi Visual. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 5(2), 47–56. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i2.56>
Diakses pada 5 Mei 2025.

Kesemat. Kesemat: Organisasi Mangrove Indonesia. <https://kesemat.or.id/>
Diakses pada 27 April 2025.

Lifia, C., & Anggraeni, R. P. D. (2023). *Efektivitas konten YouTube “Watchdoc Image: Ekspedisi 3 Sungai Episode 8” dalam menyuarakan isu pencemaran sungai*. *Environmental Pollution Journal*, 3(3), [153]. <https://doi.org/10.58954/epj.v3i3.153>
Diakses pada 30 Mei 2025.

Mongabay Indonesia. (2021). Abrasi di Jawa Tengah Capai 7.957 Hektar. <https://mongabay.co.id/2021/12/11/abrasi-di-jawa-tengah-capai-7-957-hektar/>
Diakses pada 20 Mei 2025.

Nababan, S. (2024). *Model Komunikasi Humas dalam Literasi Media Sosial (Studi pada Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Kominfo)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi (JIMIK)*, 4(1), 45–56. <https://ojs.mmtc.ac.id/index.php/jimik/article/view/88>
Diakses pada 2 Juni 2025.

Pamungkas, Y. C. ., Moefad, A. M. ., & Purnomo, R. . (2024). Konstruksi Realitas Sosial di Indonesia dalam Peran Media dan Identitas Budaya di Era Globalisasi. *Metta : Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 4(4), 28–36. <https://doi.org/10.37329/metta.v4i4.3737>
Diakses pada 13 Juni 2025.

Purnomo, H., & Novita, Y. (2024). *The impact of branding, advertising, and social media marketing on consumer purchase intention, brand loyalty, and brand equity in the Indonesian market*. *Jurnal Online Marketing & Branding*, 6(3). <https://doi.org/10.31539/jomb.v6i3.9653>
Diakses pada 7 Agustus 2025.

Purwati, A. A., & Ariyani, M. (2025). *The Role of Integrated Marketing Communication on Brand Equity in Social Media: A Case of Local Brands in Indonesia*. *Ilomata International Journal of Social Science*, 6(2), 170–180. <https://doi.org/10.52728/ijss.v6i2.1686>
Diakses pada 25 Mei.

- Pujiastuti, A. (2024). Literasi Digital melalui Pelatihan Pembuatan Video di TBM Teras Mburi . *Media Informasi*, 33(1), 1-10. <https://doi.org/10.22146/mi.v33i1.11579>
Diakses pada 30 Mei 2025.
- Rahastine, A. (2022). Analisa Peranan *Public Relations* PT. Graha Bina Mandiri dalam Pembuatan *Company Profile* sebagai Media Informasi. Universitas Esa Unggul. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jika/article/view/12020>
Diakses pada 5 Juni 2025.
- Razak, M., Hidayat, M., & Rahman, M. H. (2021). Pengaruh Video *Advertising* dan Sosial Media Konten Melalui *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi GoFood di Kota Makassar. *AkMen JURNAL ILMIAH*, 18(1), 84–97. <https://doi.org/10.37476/akmen.v18i1.1602>
Diakses pada 7 Agustus 2025.
- This Works Media. (2025, June 7). *The ultimate guide to company profile video length: How long should it be?* Retrieved from <https://thisworksmedia.com/the-ultimate-guide-to-company-profile-video-length-how-long-should-it-be/>
Diakses pada 7 Agustus 2025.
- Saifullah, M. N. F. P. (2024). *Perancangan Video Company Profile Markas Wallet Sebagai Media Promosi Kepada Calon Mitra*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. <https://repository.upnjatim.ac.id/24107/>
Diakses pada 5 Juni 2025.
- Sembiring, M. A. E, Maulina, T.F , Harahap, M.Y & M Fharisi. (2024). Peran *Public Relations* dalam Membangun Brand Awareness di Era Digital. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 4(9), 31–40. <https://doi.org/10.6578/triwikrama.v4i9.5272>
Diakses pada 30 Mei 2025.
- Setiawan, D., Supriatna, N., & Maryani, E. (2024). *Membangun kecerdasan ekologis dengan menggunakan konten kreatif YouTube berbasis kearifan lokal dalam pembelajaran IPS*. *Edukasi IPS*, 7(2), 1–7. <https://doi.org/10.21009/EIPS.007.2.01>
Diakses pada 9 Juni 2025.
- Song, C., Majeed, M.T. (2023). *Digital inclusion to enhance energy sustainability: public participation and environmental governance in the*

new media era to achieve energy sustainable goals. Environ Sci Pollut Res 30, 123633–123642 (2023). <https://doi.org/10.1007/s11356-023-30837-6>
Diakses pada 14 Juni 2025.

Suryasuciramdhan, A., Nugroho, D., & Adinda, M. (2024). Peran Media *Public Relations* dalam Menciptakan *Engagement* di Era Digital. *Jurnal Kajian Media dan Komunikasi*, 7(2), 88–97. <http://dx.doi.org/10.37064/jki.v11i2.23408>
Diakses pada 30 Mei 2025.

Surtika, M., & Darwis, Y. (2024). *Strategi Kehumasan Dalam Pelayanan Informasi Publik*. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial Politik*, 1(3), 386–393. Diakses dari <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jiksp/article/view/665>
Diakses pada 9 Juni 2025.

Universitas Diponegoro. (2022). Studi Pemantauan Perubahan Garis Pantai Semarang menggunakan Citra Satelit Sentinel-2A dan Metode Digital *Shoreline Analysis System* (DSAS) periode 2016-2021. *Indonesian Journal of Oceanography (IJOCE)*, 7(1), 21–31. <https://doi.org/10.14710/jmr.v11i2.33395>
Diakses pada 25 Mei 2025.

Wachid, A., Wulandari, S., & Nasution, R. (2024). Pengaruh Media Audiovisual terhadap Peningkatan Citra Korporasi di Era Big Data. *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, 11(1), 22–34. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2025-4102-23>
Diakses pada 19 Juni 2025.

Yosef, M., & Setyanto, F. (2024). Analisis Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Media Publik*, 12(2), 60–73. <https://doi.org/10.24912/pr.v8i2.27639>
Diakses pada 30 Mei 2025.