

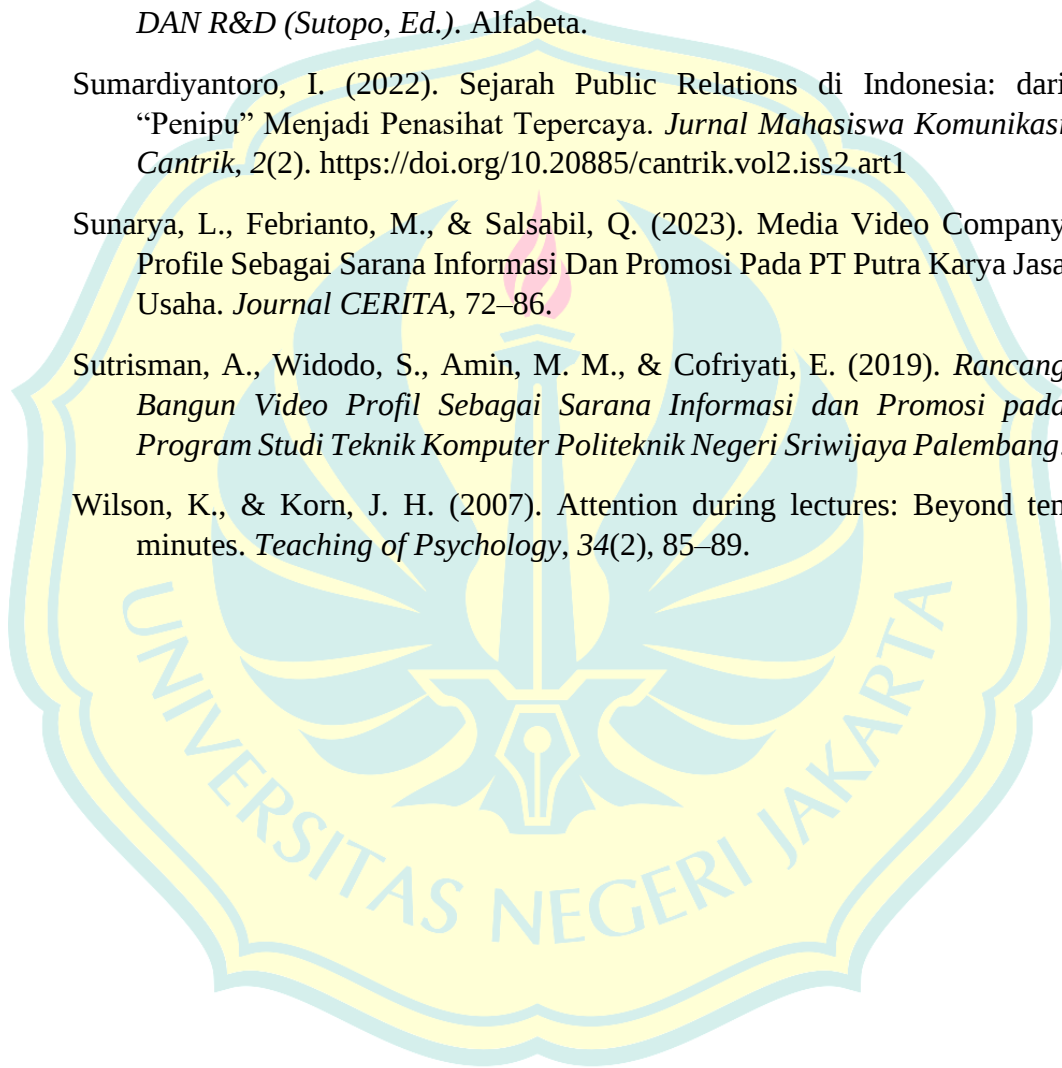
DAFTAR PUSTAKA

- Abuhamdeh, S. (2020). Investigating the “Flow” Experience: Key Conceptual and Operational Issues. *Frontiers in Psychology*, 11.
- Al -Anshori, M. F., & Tanjung, M. R. (2020). *PERANCANGAN COMPANY PROFILE HUMAS PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM BENTUK MOTION GRAPHIC Company Profile Design Public Relations Province of North Sumatra in Motion Graphic*. Perancangan Company Profile Humas... 255.
- Andhita, P. R. (2021). *Komunikasi Visual* (M. Fahmi, Ed.; Vol. 1, p. 3). Zahira Media Publisher.
- Arifianto, P. F. (2021). *PERAN KOMUNIKASI VISUAL MEDIA SOSIAL PADA BISNIS PANGAN DAN KULINER DI TENGAH PANDEMI COVID-19* (Vol. 24, Issue 2).
- Aulia, W., & Pebriyeni, E. (2023). *Video Promosi Warung Gunung Kubua Jawi, Sungai Kamuyang, Kecamatan Luak, Kabupaten Lima Puluh Kota*. <http://jonedu.org/index.php/joe>
- Baiq, M. P. A., Ramadhoni, F., Ariyanto, K. M., & Dillah, A. U. (2025). Video Company Profile Sebagai Media Informasi Pada DISINDAGKOPUKM Kota Tangerang. *MAVIB Journal*, 6(2), 215–231.
- BNSP. (2017). *Standar Buku Ajar dan Modul Ajar*. RistekdikTI.
- Bu’ulolo, W., & Hulu, M. K. (2025). *PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN ATAU MENGHAMBAT PRODUKTIVITAS MAHASISWA*.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2000). *Effective Public Relations* (9th ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Damayanti, A., Diah Delima, I., & Suseno, A. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang)*.
- Dewi, L. P., Ambulani, N., Wibowo, S. E., Suardana, I. M., Rata, D., Cindrakasih, R., & Saktisyahputra. (2024). *BUKU AJAR STRATEGI DAN TEKNIK PUBLIK RELATIONS* (Sepriano, Ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia. www.buku.sonpedia.com
- Febriani, R., & Mustofa, A. A. (2024). PENGGUNAAN VIDEOGRAFI SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI ALTERNATIF DALAM PENYAMPAIAN INFORMASI PUBLIK. *Merdeka Indonesia Journal International*, 4(1), 169–176. <https://doi.org/https://doi.org/10.5555/miji.v4i1.138>

- Guo, P. J., Kim, J., & Rubin, R. (2014). How video production affects student engagement: An empirical study of MOOC videos. *L@S 2014 - Proceedings of the 1st ACM Conference on Learning at Scale*, 41–50. <https://doi.org/10.1145/2556325.2566239>
- Hamidoyo, R. S., & Riyanti, S. (2022). AKTIVITAS FOTO JURNALISTIK DI HARIAN DISWAY. In *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi* (Vol. 02, Issue 03).
- Hamirul, O., Alhidayat, N., Elsyra, N., & Tinggi Ilmu Administrasi Setih Setio, S. (2022). VIRAL DULU, USUT KEMUDIAN!(STUDI TENTANG KONTROL SOSIAL MELALUI MEDIA SOSIAL). In *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora* (Vol. 1, Issue 3). <https://bajangjournal.com/index.php/JPDSH>
- Hidayat, S., & Suwarno, J. (2023). *MEDIA BERBENTUK VIDEO COMPANY PROFILE SEBAGAI PENUNJANG INFORMASI DAN PROMOSI* (Vol. 1, Issue 1).
- Honarto, D. O., Dektisa, A. H., & Malkisedek, M. H. (2021). *PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI CV. EUREKA ARCHITECT*.
- Johan, J. R., Iriani, T., & Maulana, A. (2023). Penerapan Model Four-D dalam Pengembangan Media Video Keterampilan Mengajar Kelompok Kecil dan Perorangan. In *Jurnal Pendidikan West Science* (Vol. 01, Issue 06). Juni. <https://wnj.westsciences.com/index.php/jpdws/index>
- Kotler, S., Mannino, M., Kelso, S., & Huskey, R. (2022). First few seconds for flow: A comprehensive proposal of the neurobiology and neurodynamics of state onset. In *Neuroscience and Biobehavioral Reviews* (Vol. 143). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2022.104956>
- Kurniawan, R., & Kamal, M. N. (2021). Video Profile Balai Diklat Industri Padang. *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 11(4), 403. <https://doi.org/10.24036/dekave.v11i4.114744>
- Ladistin, R., Erwin, T. H., & Septyandi, C. B. (2022). *Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung*.
- Lester. Paul Martin. (2013). *Visual Communication: Images with Messages* (6th ed.). Cengage Learning.
- Mayer, R. (2009). *Multimedia Learning* (2nd ed.).
- Melati, D., & Syarief, S. (2022). OPTIMASI PRODUKSI ASET DIGITAL VIRTUAL EVENT DALAM MENINGKATKAN KUALITAS EVENT VIRTUAL (STUDI KASUS PADA KEMENKUMHAM LEGAL EXPO). *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 7(2), 89–98.

- Muis, A. M. (2023). Strategi City Branding “Republik Kopi” Bondowoso dalam Mendorong Umkm dan Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 18(2), 159–170. <https://doi.org/10.47441/jkp.v18i2.329>
- Mursidi, A. P., Prananto, I. W., Arifani, F., & Setyawati, R. (2022). Pengembangan Flipbook Interaktif untuk siswa kelas 5 sekolah dasar pada materi siklus air. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(2), 128. <https://doi.org/10.30659/pendas.9.2.128-141>
- Musi, S., & dkk. (2022). *Kreatif PUBLIC RELATIONS*.
- Nugraha, Y. R., Svenson, E. A. D., & Husada, S. (2024). Harnessing the Power of Testimonial Videos: A Deep Dive into the #1Minute2Quit Campaign for Spreading Awareness on the Health Hazards of Tobacco. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 40(4), 450–465. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2024-4004-25>
- Nurfadhila, E., & Khotimah, K. (2022). *Pengembangan Video Motion Graphic Materi Komunikasi Non Verbal untuk Mahasiswa S1 Teknologi Pendidikan Universitas Negeri Surabaya*.
- Nurullah, M. A. R., & Marsudi. (2023). PERANCANGAN VIDEO PROFIL PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNESA SEBAGAI MEDIA INFORMASI BAGI MASYARAKAT. *Jurnal Barik*, 5(1), 96–109. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Pratama, S. A., Samsudin, & Rianto, B. (2022). *PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFIL DI SMAN 2 TEMBILAHAN 1*. 143–153.
- Putri, I., Dendi, Syukerti, N., Mulyadi, A. I., & Maulana, I. (2022). *MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PERGESERAN INTERAKSI SOSIAL REMAJA* (Vol. 2, Issue 2).
- Ridha, A. (n.d.). *Attention Span dan Cognitive Flow dalam Konsumsi Iklan Tiktok: Studi Kualitatif tentang Pengalaman Perhatian Audiens*.
- Rohmad, & Sarah, S. (2021). *PENGEMBANGAN INSTRUMEN ANGKET* (A. Murtadho, Ed.). K-Media.
- Rosyidah, R. (2024). *Pembuatan Video Profil Sebagai Media Informasi dan Promosi dalam Menunjang Eksistensi Desa Penanggulan*. 2(7). <https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/index>
- Sembiring, E. B., & Afriya, W. (2022). Netnographic Analysis of Public Behavior on Ms Glow Product Advertisement Article Info. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 12(3), 2022.

- Shalahuddin, M. A., & Nurfauizah, A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran di Era Digital. *PROPAGANDA*, 3(2), 124–130. <https://doi.org/10.37010/prop.v3i2.1607>
- Sudirman, T. M. H. (2024). *Videografi: Teori dan Praktek* (A. Fahrudin, Ed.). Penerbit Adab.
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF,, DAN R&D* (Sutopo, Ed.). Alfabeta.
- Sumardiyantoro, I. (2022). Sejarah Public Relations di Indonesia: dari “Penipu” Menjadi Penasihat Tepercaya. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 2(2). <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol2.iss2.art1>
- Sunarya, L., Febrianto, M., & Salsabil, Q. (2023). Media Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Pada PT Putra Karya Jasa Usaha. *Journal CERITA*, 72–86.
- Sutrisman, A., Widodo, S., Amin, M. M., & Cofriyati, E. (2019). *Rancang Bangun Video Profil Sebagai Sarana Informasi dan Promosi pada Program Studi Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang*.
- Wilson, K., & Korn, J. H. (2007). Attention during lectures: Beyond ten minutes. *Teaching of Psychology*, 34(2), 85–89.



Intelligentia - Dignitas