

**PERANCANGAN VIDEO *COMPANY PROFILE* AGAVILAB  
DI PT AGRITAMA SINERGI INOVASI**

**SKRIPSI**

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar sarjana  
pendidikan Program Studi Pendidikan Multimedia



Oleh :  
Eva Riris Simanjuntak  
NIM 2003776

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN MULTIMEDIA  
KAMPUS UPI DI CIBIRU  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
2024**

**LEMBAR HAK CIPTA**  
**PERANCANGAN VIDEO *COMPANY PROFILE* AGAVILAB**  
**DI PT AGRITAMA SINERGI INOVASI**

Oleh:

Eva Riris Simanjuntak

diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Multimedia Universitas Pendidikan  
Indonesia Kampus di Cibiru

© Eva Riris Simanjuntak  
Universitas Pendidikan Indonesia  
2024

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-Undang  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan dicetak  
ulang, difotocopy, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**EVA RIRIS SIMANJUNTAK**  
**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* AGAVILAB DI PT AGRITAMA**  
**SINERGI INOVASI**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I

**Dian Rinjani, S.Pd., M.Ds.**

NIP. 920171219860906201

Pembimbing II

**Agus Juhana, S.Pd., M.T.**

NIP. 920230219940805101

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Pendidikan Multimedia,  
Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Daerah Cibiru

**Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T.**

NIP. 920171219870811201

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Perancangan Video Company profile AGAVILab di PT Agritama Sinergi Inovasi**" ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, Saya siap menanggung risiko/ sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya Saya ini.

Bandung, 31 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan

Eva Riris Simanjuntak

NIM. 2003776

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat penyertaan-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penulisan dan penyusunan skripsi yang berjudul "Perancangan Video *Company profile* AGAVILab di PT Agritama Sinergi Inovasi". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Multimedia.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bimbingan, saran, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Dian Rinjani, S.Pd., M.Ds. selaku dosen pembimbing I sekaligus dosen pembimbing akademik yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan, saran, dan motivasi selama proses perancangan dan penulisan skripsi;
2. Bapak Agus Juhana, S.Pd., M.T. selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan, saran, dan motivasi selama proses perancangan dan penulisan skripsi;
3. Ibu Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Multimedia sekaligus penguji 1 yang telah memberikan bimbingan, masukan dalam sidang maupun selama perkuliahan;
4. Bapak Nurhidayatulloh, S.Pd., M.T., selaku dosen penguji 2 dan Ibu Sri Lestari Harja, S.Pd., M.T., selaku dosen penguji 3 yang telah memberikan masukan dan pembelajaran berharga kepada penulis;
5. Ibu Sari Nurmayani, S.Pd., M.Si., dan seluruh jajaran di PT Agritama Sinergi Inovasi atas izin penelitian yang telah diberikan;
6. Ibu Lili Nailufhar, S.Pd., M.Si., yang telah memberi izin sekaligus memberi masukan kepada penulis terkait perancangan video ini;
7. Isfahanny Aldra Khaeriyati, Rezka Nadya Dwiyani, dan seluruh tim AGAVILab yang telah berkontribusi besar dalam proses perancangan produk skripsi;

8. Kedua orang tua, among dohot inong, yang telah memberikan dukungan penuh pada penulis, baik berupa materi maupun kasih sayang yang tidak terbatas dan menjadi salah satu alasan terkuat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
9. Teman-teman dekat penulis yang telah kebersamai selama perkuliahan, Jessica Joya Ribka, Christvetri Serafelia, Alifia Dini Ramdiani, dan Ibnu Aji Wicaksono, dan teman-teman Pendidikan Multimedia angkatan 2020 lainnya atas dukungan dan semangat yang diberikan;
10. Sahabat penulis, Deriski Surya Putri, Diana Nopita, Mega Dani E. Sihite, Siti Maryam, Rani Andriani, Hana Maharani Fadilah, Pingky Lestari Ningtyas, Lestari Cahya Nurani, dan Nindi Sulastri; dan
11. Seluruh anggota keluarga dan rekan-rekan yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati peneliti menerima kritik dan saran yang membangun untuk mengembangkan penelitian selanjutnya agar lebih baik lagi. Akhir kata, besar harapan agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan.

Bandung, 31 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan

Eva Riris Simanjuntak

NIM. 2003776

# PERANCANGAN VIDEO *COMPANY PROFILE* AGAVILAB DI PT AGRITAMA SINERGI INOVASI

Eva Riris Simanjuntak

NIM. 2003776

## ABSTRAK

Perkembangan bisnis yang semakin ketat, perusahaan perlu memiliki media untuk memperkenalkan identitasnya kepada mitra dan konsumen. Salah satu cara memperkenalkannya adalah dengan memiliki *company profile*. AGAVILab merupakan salah satu unit bisnis dari PT Agritama Sinergi Inovasi yang bergerak di bidang penyedia produk dan media yang saat ini berfokus pada bidang bioteknologi. Dalam mempertahankan eksistensi perusahaan, AGAVILab belum memiliki video *company profile*. Oleh karena itu, diperlukan perancangan video *company profile* sebagai upaya perusahaan dalam menjaga eksistensi sekaligus menjadi upaya dalam meningkatkan *awareness* kepada masyarakat lebih luas, terutama pada mitra dan konsumen. Tahap penelitian dalam perancangan video *company profile* ini menggunakan metode ADDIE (*Analyze, Design, Development, Implementation, dan Evaluation*). Pada perancangan ini diawali dengan tahap *analyze* dimana pada tahap ini dilakukan proses menganalisis kebutuhan, lalu tahap *design* berupa proses mendesain konsep perancangan, tahap *development* merupakan tahap mengeksekusi konsep berupa perekaman dan *editing* video, selanjutnya hasil video tersebut dilakukan proses validasi ahli di tahap implementasi, setelah dinyatakan layak, kemudian video tersebut siap untuk disebarluaskan dan dilakukan proses pada tahap evaluasi. Hasil dari penelitian ini berupa produk video *company profile* yang telah diunggah di kanal YouTube perusahaan di YouTube AGAVI Indonesia pada 27 Juli 2024 dan mendapatkan tanggapan terhitung pada 28 Agustus 2024 mendapatkan tayangan video sejumlah 343 kali ditonton dengan jumlah *likes* sebanyak 122, 98 komentar, dan kenaikan jumlah *subscriber* sejumlah 26 *subscriber*. Media video *company profile* ini juga telah digunakan oleh perusahaan sebagai media informasi untuk menjaga eksistensi sekaligus menjadi upaya perusahaan dalam meningkatkan *brand awareness*.

Kata Kunci : *Company Profile, AGAVILab, Eksistensi, Brand Awareness.*

**AGAVILAB VIDEO PROFILE DESIGN IN PT AGRITAMA SINERGI  
INOVASI**

**Eva Riris Simanjuntak**

**NIM. 2003776**

**ABSTRACT**

*As business development is getting tighter, companies need to have a medium to introduce their identity to partners and consumers. One way to introduce it is by having a company profile. AGAVILab is one of the business units of PT Agritama Sinergi Inovasi, which is engaged in providing products and media that currently focus on the field of biotechnology. In maintaining the company's existence, AGAVILab does not yet have a company profile video. Therefore, it is necessary to design a video company profile as an effort for the company to maintain its existence as well as an effort to increase awareness to the wider community, especially to partners and consumers. The research stage in designing this company profile video uses the ADDIE method (Analyze, Design, Development, Implementation, and Evaluation). This design begins with the analyze stage where at this stage the process of analysing needs is carried out, then the design stage is the process of designing the design concept, the development stage is the stage of executing the concept in the form of video recording and editing, then the video results are carried out in the expert validation process at the implementation stage, after being declared feasible, then the video is ready to be disseminated and carried out the process at the evaluation stage. The results of this research are in the form of a company profile video product that has been uploaded on the company's YouTube channel on YouTube AGAVI Indonesia on 27 July 2024 and received a response as of 28 August 2024 getting 343 video views with 122 likes, 98 comments, and an increase in the number of subscribers by 26 subscribers. This company profile video media has also been used by the company as an information media to maintain its existence as well as an effort by the company to increase brand awareness*

*Keyword : Company Profile, AGAVILab, Existence, Brand Awareness.*



## DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH .....	iv
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.5 Batasan Penelitian .....	4
1.6 Struktur Organisasi Penelitian .....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	6
2.1 Company profile .....	6
2.2 Video Company profile .....	7
2.3 PT Agritama Sinergi Inovasi .....	9
2.4 AGAVI <i>Laboratory</i> .....	12
2.5 Brand Identity .....	13
2.6 Brand Awareness .....	15
BAB III METODE PENELITIAN .....	18

3.1 Metode dan Desain Penelitian.....	18
3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	21
3.2.1 Observasi.....	21
3.2.2 Wawancara .....	21
3.2.3 Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, dan Threat) .....	22
3.2.4 Validasi Materi .....	22
3.2.5 Validasi Media.....	23
3.2.6 Perhitungan Validasi.....	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1 Tahap Analisis ( <i>Analysis</i> ).....	25
4.1.1 Observasi.....	25
4.1.2 Wawancara .....	26
4.1.3 Analisis SWOT ( <i>Strength, Weakness, Opportunities, Threats</i> ).....	27
4.2 Tahap Perencanaan ( <i>Design</i> ).....	29
4.2.1 Naskah.....	29
4.2.2 <i>Storyboard</i> .....	37
4.3 Tahap Pengembangan ( <i>Development</i> ).....	44
4.3.1 Perekaman Video .....	45
4.3.2 Perekaman Audio .....	50
4.3.3 <i>Editing</i> Video .....	51
4.3.4 <i>Editing</i> Audio.....	66
4.4 Tahap Implementasi ( <i>Implementation</i> ).....	72
4.5.1 Validasi Ahli Materi .....	73
4.5.2 Validasi Ahli Media.....	75
4.5 Tahap Evaluasi ( <i>Evaluation</i> ).....	76
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI .....	80

5.1 Simpulan .....	80
5.2 Implikasi.....	80
5.3 Rekomendasi .....	81
DAFTAR PUSTAKA .....	82
LAMPIRAN.....	85

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 <i>Storyboard</i> .....	37
Tabel 4. 2 Tim Produksi <i>Company profile</i> AGAVILab.....	44
Tabel 4. 3 Peralatan Produksi Video .....	46
Tabel 4. 4 Spesifikasi Laptop Lenovo Ideapad Slim 5 14IAL7.....	51
Tabel 4. 5 Tahapan Pembuatan Desain Aset Grafis .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Unit Bisnis PT Agritama Sinergi Inovasi .....	10
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Agritama Sinergi Inovasi .....	11
Gambar 3. 1 Metode Model ADDIE .....	18
Gambar 3. 2 <i>Flowchart</i> Perancangan Model ADDIE .....	20
Gambar 4. 1 Kantor PT Agritama Sinergi Inovasi .....	25
Gambar 4. 2 Dokumentasi Wawancara .....	26
Gambar 4. 3 Testimoni AGAVILab.....	28
Gambar 4. 4 Dokumentasi Pengambilan Video di AGAVILab.....	48
Gambar 4. 5 Dokumentasi Pengambilan Video di Peternakan Sapi Perah .....	48
Gambar 4. 6 Dokumentasi Pengambilan Video Pabrik Rumahan <i>Yoghurt</i> Mamazy .....	49
Gambar 4. 7 Dokumentasi Pengambilan Video Perguruan Tinggi .....	49
Gambar 4. 8 Dokumentasi Pengambilan Video di BRIN .....	50
Gambar 4. 9 Alat Perekam Audio Saramonic .....	50
Gambar 4. 10 Dokumentasi Perekaman <i>Voice Over</i> .....	50
Gambar 4. 11 Laptop Lenovo Ideapad Slim 5 14IAL7.....	51
Gambar 4. 12 Logo Davinci Resolve .....	52
Gambar 4. 13 Dokumentasi Reduksi Ase .....	53
Gambar 4. 14 Dokumentasi Penggabungan Aset Video .....	53
Gambar 4. 15 <i>Primaries – Colors Wheels</i> .....	54
Gambar 4. 16 <i>High Dynamic Range – Colors Wheels</i> .....	54
Gambar 4. 17 <i>Curves – Custom Nodes</i> .....	54
Gambar 4. 18 <i>Curves – Custom Sub Nodes</i> .....	55
Gambar 4. 19 <i>Nodes dan Sub-Nodes</i> .....	55
Gambar 4. 20 Penggabungan Video dan Audio .....	55
Gambar 4. 21 Logo Figma .....	56
Gambar 4. 22 <i>Mediapool</i> Davinci Resolve .....	60
Gambar 4. 23 <i>Editing</i> Aset Grafis di Davinci Resolve .....	60
Gambar 4. 24 Pengaturan Aset Grafis.....	61
Gambar 4. 25 <i>Keyframing</i> di Davinci Resolve 1 .....	61
Gambar 4. 26 <i>Keyframing</i> di Davinci Resolve 2 .....	61

Gambar 4. 27 Keyframing di Davinci Resolve 1 .....	62
Gambar 4. 28 <i>Code Text+</i> .....	63
Gambar 4. 29 <i>Text+ 1</i> .....	63
Gambar 4. 30 <i>Text+ 2</i> .....	63
Gambar 4. 31 <i>Rendering 1</i> .....	64
Gambar 4. 32 <i>Rendering 2</i> .....	64
Gambar 4. 33 <i>Rendering 3</i> .....	64
Gambar 4. 34 <i>Rendering 4</i> .....	65
Gambar 4. 35 Hasil <i>Render</i> .....	65
Gambar 4. 36 Spesifikasi Hasil Video .....	65
Gambar 4. 37 Dokumentasi Tampilan Akhir Video .....	66
Gambar 4. 38 Logo Audacity .....	66
Gambar 4. 39 Reduksi Audio .....	67
Gambar 4. 40 Penggabungan Audio 1 .....	67
Gambar 4. 41 Penggabungan Audio 2 .....	68
Gambar 4. 42 <i>Selection Tool</i> .....	68
Gambar 4. 43 <i>Envelope Tool</i> .....	68
Gambar 4. 44 <i>Delete</i> atau <i>Cut Tool</i> .....	68
Gambar 4. 45 Hasil <i>Editing</i> Audio .....	69
Gambar 4. 46 <i>Export 1</i> .....	69
Gambar 4. 47 <i>Export 2</i> .....	69
Gambar 4. 48 <i>Export 3</i> .....	70
Gambar 4. 49 <i>Select</i> Audio .....	70
Gambar 4. 50 Fitur <i>Mixer</i> dan <i>Meters</i> .....	70
Gambar 4. 51 <i>Mixer</i> dan <i>Effect</i> .....	71
Gambar 4. 52 Fitur <i>Restoration</i> dan <i>Noise Reduction</i> .....	71
Gambar 4. 53 Opsi <i>Noise Reduction</i> .....	71
Gambar 4. 54 <i>Auto Speech Mode</i> .....	71
Gambar 4. 55 <i>Barcode</i> Video <i>Company profile</i> AGAVILab .....	72
Gambar 4. 56 Dokumentasi Distribusi Validasi Ahli Materi .....	73
Gambar 4. 57 Distribusi Video <i>Company profile</i> AGAVILab di YouTube .....	77
Gambar 4. 58 Dokumentasi Distribusi Video <i>Company profile</i> AGAVILab .....	77

Gambar 4. 59 Dokumentasi Distribusi Video <i>Company profile</i> AGAVILab .....	77
Gambar 4. 60 Apresiasi <i>Viewers</i> dan <i>Like</i> .....	78
Gambar 4. 61 Apresiasi Komentar .....	78
Gambar 4. 62 Engagement Rate Youtube AGAVILab .....	79
Gambar 4. 63 Kanal YouTube AGAVI Indonesia .....	79
Gambar 4. 64 Subscriber Youtube AGAVI Indonesia Terbaru .....	79

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Pembimbing.....	85
Lampiran 2 Kartu Bimbingan I.....	88
Lampiran 3 Kartu Bimbingan II.....	89
Lampiran 4. Surat Izin Penelitian.....	89
Lampiran 5 Permohonan Izin Penelitian.....	90
Lampiran 6 Wawancara AGAVILab Awal .....	91
Lampiran 7 Dokumentasi Wawancara dan Observasi Awal .....	101
Lampiran 8 Dokumentasi Izin Observasi Peternakan .....	102
Lampiran 9 Dokumentasi Izin Observasi Rumah Sakit.....	103
Lampiran 10 Dokumentasi Izin Observasi Yoghurt Mamazy .....	104
Lampiran 11 Dokumentasi Izin Observasi BRIN .....	105
Lampiran 12 Surat Permohonan Validasi Materi .....	106
Lampiran 13 Surat Permohonan Validasi Media .....	107
Lampiran 14 Lembar Persetujuan Menjadi Evaluator Materi.....	108
Lampiran 15 Lembar Persetujuan Menjadi Evaluator Media .....	109
Lampiran 16 Lembar Angket Validasi Materi.....	110
Lampiran 17 Lembar Angket Validasi Media .....	114
Lampiran 18 Hasil Wawancara Distribusi dan Apresiasi Perusahaan.....	118
Lampiran 19 Apresiasi Karya.....	120
Lampiran 20 Cek Plagiarisme .....	121



## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & McLoughlin, D. (2010). *Strategic Market Management*. John Wiley & Sons Ltd.
- Anggara, I. G. A. S., Setiawan, A. H., Indrawan, I. G. A., Setiawan, I. K., & Fitryani, Y. P. (2024). Video *Company Profile* Sebagai Media Promosi Pratama Widya Pasraman Rare Semesta. *Kolaborasi Masyarakat Berbasis Teknologi, 1*(1).
- Bernarto, I., Berlianto, M. P., Meilani, Y. F. C. P., Masman, R. R., & Suryawan, I. N. (2020). The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen* , 24(3).
- Dewi, W. N., Nas, C., Aries, J., & Norhan, L. (2022). Perancangan *Company Profile* CV. AAF Print Cirebon menggunakan Video Animasi sebagai Media Promosi. *Jurnal Digit, 12*(2), 203.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fadhallah, R. A. (2021). Wawancara. Unj Press.
- Fadlillah, M. G. Z., & Febriana, P. (2024). Video Profil untuk Promosi SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. *Jurnal Inovasi Daerah, 3*(2).
- Hujairi, A. W., Agustien, L., & Akbar, A. S. N. (2023). Pendampingan Pembuatan Video Profil LPP RRI Sumenep Sebagai Media Informasi Radio di Era Konvergensi Media. *Jurnal Pengabdian Masyarakat, 8*(3).
- Jasmine, A. M., & Loen, R. B. (2020). Penggunaan Video *Company Profile* sebagai Sarana Informasi dan Meningkatkan Promosi pada PT Avoir Industry. *JTIM : Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia, 2*(2), 125–132.
- Keller, K. L., Parameswaran, A. M. G., & Jacob, I. (2015). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th ed.). Pearson India Education Services Pvt. Ltd.

- Komputer, W. (2008). *Video Editing dan Video Production* (1st ed.). PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson India Education Services.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (1st ed.). Kencana.
- Moleong, L. J. (2007). Metodologi penelitian kualitatif edisi revisi.
- Nugroho, M. T., & Kurniawan, H. (2022). Perancangan Video *Company Profile* PT Fala Group Indonesia Berbasis Multimedia Sebagai Media Promosi. *Jurnal Teknologi Informasi*, 17(2).
- Nurrohmah, F., Putra, F. G., & Farida, F. (2018). Development of sparkol video scribe assisted learning media. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 8(3), 233-250.
- Orisa, M., Faisol, A., & Ashari, M. I. (2023). Perancangan Website *Company profile* menggunakan *Design Science Research Methodology* (DSRM). *Jurnal Informatika Teknologi Dan Sains*, 5(1), 160–164.
- Rahastine, M. P. (2022). Analisa Peranan Public Relation PT.Graha Bina Mandiri Dalam Pembuatan *Company profile* Sebagai Media Informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1).
- Padmasari, A. C., (2021). Buku Ajar Praktikum Digital Video. *CV. Al Paristeam*.
- Pradana, F. A. P., & Mawardi, M. (2021). Pengembangan Instrumen Penilaian Sikap Disiplin Menggunakan Skala Likert dalam Pembelajaran Tematik Kelas IV SD. *Fondatia*, 5(1), 13-29.
- Putra, P. B. A. A. (2019). Pengembangan aplikasi kuesioner survey berbasis web menggunakan skala likert dan guttman. *Jurnal Sains dan Informatika p-ISSN*, 2460, 173X.
- Rimayanti, N., Yulianti, A., Nasution, B., & Lubis, E. E. (2019). Pembuatan Video Profil Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Riau sebagai Media

- Promosi Berbasis Multimedia. *IT Journal Research and Development (ITJRD)*, 3(2).
- Saverino, F. O. (2021). Increasing the Brand Awareness of PT. Banmadju Mandiriperkasa's Customers Through A *Company profile* Video. *Kata Kita : Journal of Language, Literature, and Teaching*, 9(1).
- 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).
- Siswanto, E., Kusumajaya, R. A., & Fitriani, N. (2021). Pembuatan Multimedia *Company profile* CV. Sarana Wijaya sebagai Media Informasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1).
- Sudiby, R. Y., & Pribadi, J. D. (2022). Pembuatan Video *Company profile* dengan menggunakan Aplikasi Adobe Premiere Pro sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Brand Awareness pada Lika Souvenir Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(1).
- Valentino, D. E., & Hadiansyah, M. J. (2020). Perancangan Video *Company profile* pada Hotel de Java Bandung. *TEMATIK*, 7(1), 1–20.
- Wheeler, A. (2009). *Designing Brand Identity : An Essensial Guide for the Entire Branding Team* (3rd ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Yona, S. (2006). Penyusunan studi kasus. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 10(2), 76-80.