

ABSTRAK

Unique selling point yang dipromosikan restoran Keuken Van Elsje adalah restoran keluarga dengan hidangan Belanda-Indonesia di bangunan cagar budaya. Keunikan yang paling menonjol Keuken Van Elsje terletak pada penggunaan bangunan bersejarah yang sudah ditetapkan menjadi cagar budaya. Namun untuk sejarah menarik Keuken Van Elsje hanya dideskripsikan melalui *caption* serta foto-foto sejarah dari bangunan cagar budaya yang digunakan oleh Keuken Van Elsje. Perancangan *video company profile* Keuken Van Elsje dibuat untuk memperkuat *brand story* yang dapat menceritakan kisah personal Oma Elsje dalam membuat resep turun-menurun dan cerita menarik tentang sejarah Keuken Van Elsje. Sebagai *digital creative director*, penulis berperan dalam merancang membuat kerangka *brand story* yang kuat dan menyentuh. Dalam proses pembuatannya, terdapat beberapa elemen penting yaitu keaslian, keringkasan, dan adanya titik balik yang menghidupkan narasi. Pembuatan *brand story* dibuat berdasarkan informasi yang didapat melalui wawancara dengan pemilik dan beberapa pihak restoran Keuken Van Elsje serta observasi dan kuesioner ke target audiens. Hasil karya *video company profile* Keuken Van Elsje telah diunggah pada akun Instagram @keukenvanelsje setelah melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. *Brand story* dalam *video company profile* tersebut memastikan bahwa elemen keaslian, keringkasan, dan titik balik dapat dipraktikkan dengan bantuan teori sinematografi dan elemen *video company profile*.

Kata Kunci : *Brand Story, Video Company Profile, Digital Creative Director, Sinematografi*