

## **BAB III**

### **METODOLOGI PERANCANGAN KARYA**

#### **3.1. Tahapan Pembuatan**

Metodologi yang digunakan penulis dalam proses pengumpulan data yaitu dengan melakukan observasi, wawancara dengan klien (OneSmartServices), dan studi dokumen yang dilaksanakan bersama tim klien (OneSmartServices) serta tim kreatif Onedo Creative. Sedangkan, untuk metode perancangan video *company profile* OneSmartServices, penulis mengadopsi model *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)* versi Luther-Sutopo yang terdiri dari enam tahapan: *Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing, dan Distribution*. Model ini dipilih karena kesesuaian dengan kebutuhan pembuatan produk multimedia yang menggabungkan elemen visual, audio, dan narasi serta karena fleksibilitas tahapan yang memungkinkan iterasi antar tahap jika ditemukan ketidaksesuaian.

##### **3.1.1 Metode Pengumpulan Data**

Tahap pengumpulan data merupakan langkah fundamental yang dilakukan penulis sebelum memasuki proses teknis perancangan karya. Tujuan utama dari tahapan ini adalah untuk menggali informasi yang akurat, mendalam, dan relevan mengenai identitas perusahaan, kebutuhan pasar, serta tujuan strategis yang ingin dicapai oleh OneSmartServices. Selain itu, proses ini juga menjadi acuan utama dalam perancangan video *company profile*, sehingga arah visual, pesan naratif, dan gaya penyajian dapat selaras dengan identitas dan ekspektasi OneSmartServices. Dalam perancangan video *company profile* ini, penulis menerapkan empat metode pengumpulan data utama, yaitu observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.

### **3.1.1.1 Observasi**

Observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek permasalahan (Pujiyanto, 2021). Metode observasi dilakukan untuk mengumpulkan data visual dan kontekstual mengenai lingkungan kerja OneSmartServices, fasilitas, aktivitas operasional, serta budaya kerja yang akan direpresentasikan dalam video *company profile*. Observasi dilakukan dengan penulis yang mengunjungi kantor OneSmartServices secara langsung yang terletak di Green Office Park 9.

Observasi memungkinkan peneliti memahami kondisi nyata di lapangan, seperti ruang kantor, area kerja tim IT, interaksi antar karyawan, hingga alur kerja harian. Data observasional sangat penting untuk menentukan elemen visual yang relevan dan autentik sehingga video mencerminkan situasi faktual yang memperkuat kredibilitas perusahaan. Selain itu, observasi membantu peneliti mengidentifikasi potensi pengambilan gambar (*visual opportunities*), seperti momen kolaborasi tim, proses *troubleshooting*, aktivitas *meeting*, atau demonstrasi layanan yang dapat digunakan untuk memperkaya *storytelling* dalam video.

### **3.1.1.2 Wawancara**

Metode wawancara digunakan untuk memperoleh data primer dengan melibatkan *Chief Executive Officer* (Irvan Yasni), *Partnership Management* (Anisa Wulandari), dan *Executive Secretary* (Ivana) sebagai narasumber kunci. Metode wawancara digunakan untuk memperoleh data primer yang bersifat mendalam mengenai identitas dan layanan perusahaan, preferensi video *company profile* yang diinginkan, serta unsur apa saja yang ingin dimasukkan atau dihindari dalam pembuatan video *company profile*. Proses wawancara juga bertujuan mengidentifikasi harapan dan preferensi perusahaan terkait penyajian konten video, seperti gaya visual, *tone* komunikasi, durasi ideal, elemen visual yang wajib ditampilkan, serta pesan utama yang ingin ditekankan.

Dalam proses wawancara ini, pertanyaan diajukan oleh tim Onedo Creative sebagai tim yang akan merancang dan mengeksekusi pembuatan video *company profile* kepada narasumber yang sudah disebutkan tadi. Tim Onedo mengajukan pertanyaan terbuka tidak terstruktur melalui *meeting* yang diadakan. Data dari wawancara ini membantu penulis memahami bagaimana OneSmartServices ingin dipersepsikan oleh khalayak dan bagaimana mereka melihat peran video *company profile* sebagai bagian dari identitas perusahaan OneSmartServices.

### 3.1.1.3 Studi Dokumen

Studi dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder berupa arsip perusahaan, dokumen internal, *company profile* terdahulu, presentasi bisnis, laporan proyek, foto kegiatan, hingga materi pemasaran yang digunakan sebelumnya. Dokumentasi ini menjadi sumber penting untuk memahami sejarah perusahaan, struktur organisasi, perjalanan bisnis, pencapaian, serta lingkup layanan OneSmartServices.



Gambar 3.1 Video *Company Profile* OneSmartServices 2019  
Sumber: Youtube FW Production (2019)

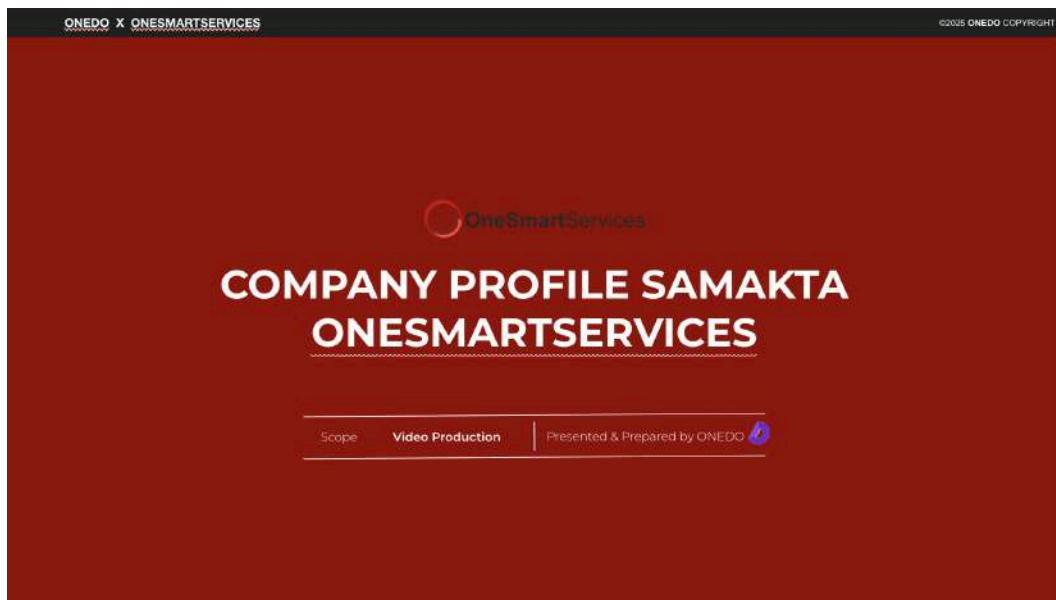
Gambar diatas merupakan salah satu dokumen berupa video *company profile* OneSmartServices terdahulu yang dijadikan sebagai studi dokumentasi untuk membantu penulis mengidentifikasi kekurangan materi pada video *company profile* sebelumnya. Mengingat video *company profile* terakhir dibuat pada tahun 2019, banyak elemen yang sudah tidak relevan lagi dengan perkembangan aktual perusahaan. Melalui dokumentasi, peneliti dapat melihat perubahan layanan, pembaruan model bisnis, penambahan tim, teknologi baru yang digunakan, serta pencapaian perusahaan dalam beberapa tahun terakhir. Analisis terhadap dokumen-dokumen ini bertujuan untuk memahami konsistensi *branding* yang selama ini dibangun, sehingga video yang akan dirancang tidak melenceng dari identitas visual (*visual identity*) yang sudah ada, melainkan memperkuatnya.

### **3.1.2 Metode Perancangan Karya**

Metode perancangan karya dalam tugas akhir ini menggunakan *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)* model Luther-Sutopo, yang terdiri dari enam tahapan utama, yaitu *Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing, dan Distribution*. Model ini dipilih karena struktur pengembangannya yang terurut dan sistematis, sehingga cocok diterapkan dalam proses pembuatan video *company profile* OneSmartServices yang membutuhkan alur kerja terencana mulai dari tahap konseptual hingga produk akhir siap dipublikasikan.

#### **3.1.2.1 *Concept* (Konsep)**

Tahap *concept* berfungsi sebagai tahap pondasi yang menentukan tujuan produksi, arah kreatif, kebutuhan teknis, dan ruang lingkup video *company profile*. Pada tahap ini, penulis merumuskan dasar pemikiran, strategi, dan arah kreatif proyek berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Semua data direkap menjadi *creative deck* yang akan digunakan pada pra-produksi dan eksekusi.



Gambar 3.2 *Creative Deck* video *company profile* OneSmartServices

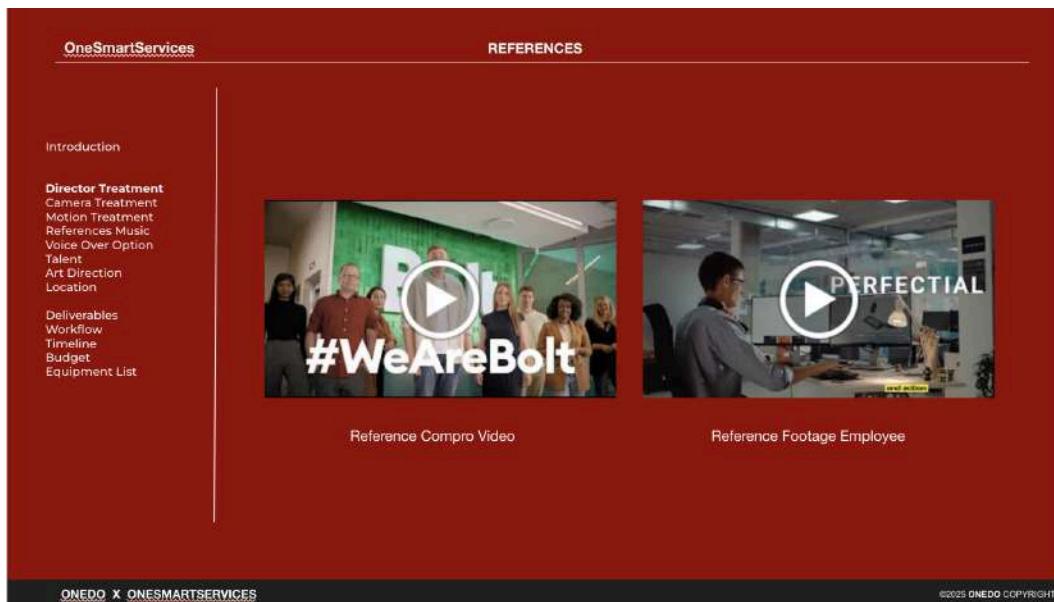
Sumber: *Creative deck*

*Creative deck* dibuat sebagai panduan visual dan konseptual utama. Dokumen ini berfungsi untuk menyelaraskan visi antara tim produksi dan pihak klien sebelum eksekusi teknis dimulai, mencakup elemen-elemen krusial seperti referensi gaya visual (*moodboard*), *tone and manner*, perlakuan kamera (*camera treatment*), arahan seni (*art direction*), hingga rancangan grafis gerak (*motion graphic*). *Creative Deck* ini tidak hanya menjadi alat komunikasi untuk meminimalisir mispersepsi, tetapi juga menjadi acuan baku dalam setiap tahapan *MDLC*, mulai dari pemilihan talenta dan lokasi pada tahap pra-produksi hingga penentuan gaya penyuntingan dan pewarnaan pada tahap pasca-produksi, guna memastikan hasil akhir video memiliki kualitas estetika yang konsisten dan profesional.

Fokus utama pada tahap ini adalah menentukan tujuan utama video *company profile* sebagai identitas perusahaan, media *pitching*, media perkenalan saat *event*, serta pembaruan profil perusahaan. Informasi dikumpulkan melalui wawancara dengan *CEO*, *VP Services*, dan tim *Partnership* untuk mengetahui *brand values*, diferensiasi layanan, dan pesan inti yang ingin dikomunikasikan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa

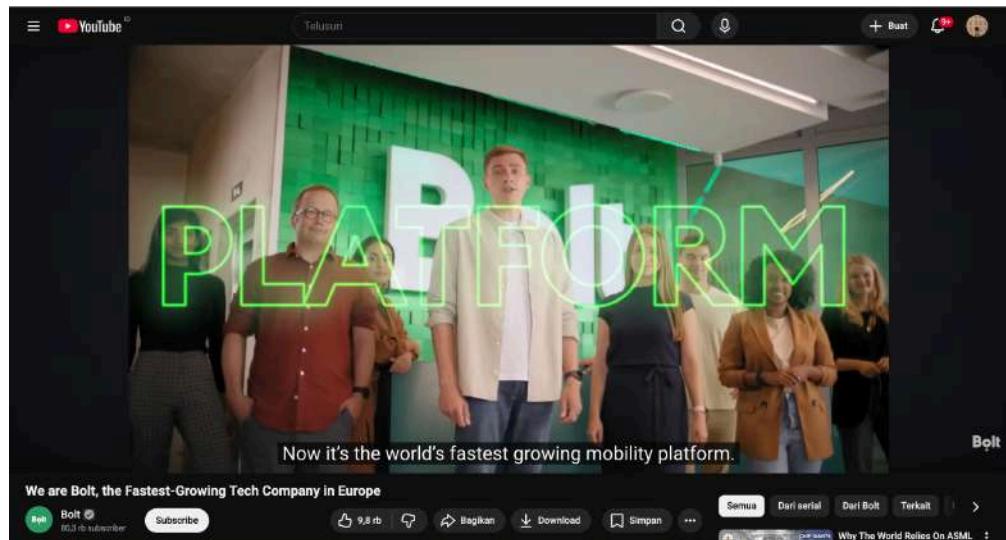
video harus menonjolkan *expertise*, *kecepatan layanan*, *scalability*, dan peran OneSmartServices sebagai *digital growth partner*.

## 1. Referensi



Gambar 3.3 Referensi video *company profile* OneSmartServices  
Sumber: *Creative deck*

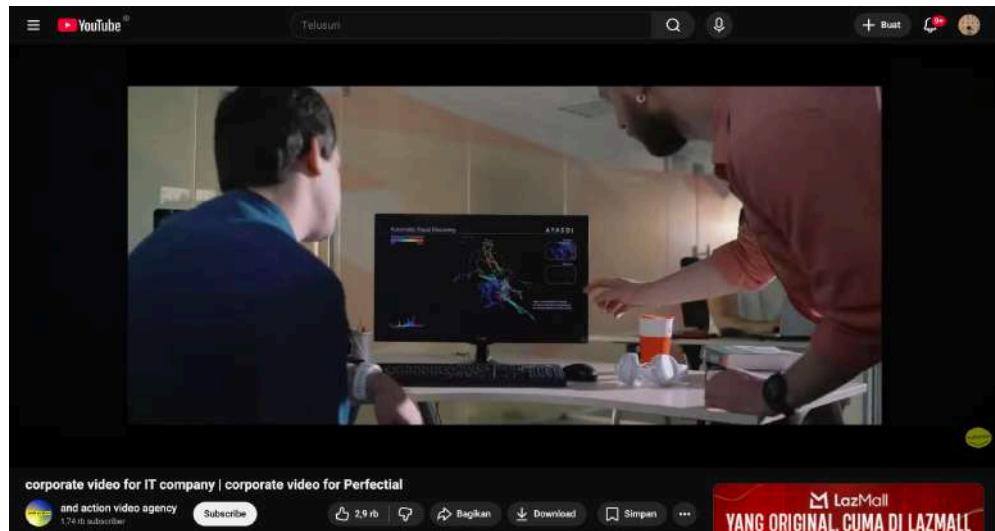
Sebagai bagian dari tahap konseptual dan penetapan arah kreatif, proses perancangan video *company profile* OneSmartServices turut mengacu pada beberapa *benchmark* video referensi yang telah ditetapkan dalam *creative deck*, yaitu *Bolt* dan *Perfectial*. Kedua referensi ini dipilih karena memiliki karakter visual dan ritme *storytelling* yang selaras dengan citra profesional dan teknologi yang ingin dibangun oleh OneSmartServices. Video referensi *Bolt* menonjolkan penggunaan visual yang energik, transisi modern, perpaduan *live-shoot* dan *motion graphic* yang presisi, serta *pacing* yang cepat namun tetap informatif mencerminkan ekosistem teknologi yang dinamis. Sementara itu, *Perfectial* memberikan rujukan yang kuat dari sisi *tone* narasi, pemilihan *shot corporate* yang bersih dan minimalis, serta integrasi visual yang menekankan keahlian tim dan pendekatan solusi berbasis kolaborasi.



Gambar 3.4 *Video company profile* Bolt

Sumber: Youtube Bolt

Video *company profile* milik Bolt digunakan sebagai salah satu referensi dalam perancangan video *company profile* OneSmartServices karena memiliki struktur visual dan gaya penyampaian yang sangat relevan untuk menampilkan profil para *Vice President (VP)* OneSmartServices sesuai dengan yang ada dalam *storyline*, *script*, dan *Storyboard* untuk perancanaan video *company profile* OneSmartServices. Referensi ini ini menonjolkan *expertise highlight* melalui pengambilan gambar yang rapi, komposisi yang profesional, dan penggunaan *motion text highlight* yang menekankan poin-poin penting dari narasumber. Bolt juga menggunakan pendekatan *clean corporate visual* dengan *tone* modern, minimalis, dan *high-tech* yang selaras dengan citra perusahaan IT B2B seperti OneSmartServices. Gaya penyampaian narasi Bolt yang langsung, *to-the-point*, serta fokus pada *thought leadership* sangat cocok dijadikan acuan untuk mengemas dialog VP OneSmartServices agar terlihat kredibel, *authoritative*, dan *solution-oriented*.



Gambar 3.5 Video *corporate profile* Perfectial  
Sumber: Youtube and action video agency

Sementara itu, video *corporate* milik Perfectial dijadikan referensi karena dianggap memiliki kekuatan dalam membangun *storytelling* berbasis aktivitas karyawan dan dinamika lingkungan kerja. Perfectial menampilkan alur cerita yang menggambarkan masalah, proses kolaborasi, dan penyelesaian melalui teknologi menjadi sebuah pola naratif yang sangat sesuai untuk menggambarkan perjalanan para karyawan OneSmartServices dari situasi frustasi terhadap masalah IT hingga menemukan solusi melalui layanan perusahaan. Visualisasi rutinitas kerja, interaksi tim, serta *B-roll* aktivitas kantor pada video Perfectial sangat membantu dalam merancang adegan yang humanis dan *relatable* untuk OneSmartServices. *Tone* komunikasinya yang lebih emosional, *down-to-earth*, dan menekankan nilai kerja sama tim menjadi acuan ideal untuk membangun hubungan emosional antara audiens dengan narasi internal perusahaan.

## 2. *Audience Profiling*

Selain mencari referensi, *audience profiling* juga menjadi bagian fundamental di tahap ini untuk memastikan bahwa pesan, visual, dan gaya penyampaian video selaras dengan kebutuhan serta ekspektasi target penonton. Secara demografis, target audiens video ini terdiri atas pengambil

keputusan (*decision makers*) di perusahaan menengah hingga besar, termasuk direktur, *Vice President*, *head of IT*, *CIO*, dan manajer operasional yang berperan langsung dalam menentukan vendor teknologi. Profil audiens tambahan mencakup calon mitra bisnis, investor potensial, serta *stakeholders* internal OneSmartServices yang membutuhkan materi komunikasi visual konsisten untuk memperkuat *positioning* perusahaan.

### 3. Dress Code

Untuk mencapai estetika visual yang konsisten, penulis menetapkan *dress code* yang mengikuti *art direction* pada *creative deck*. *Talent* utama terutama diwajibkan mengenakan setelan *smart casual* dengan menggunakan kaos OneSmartServices sebagai *inner* dan blazer berwarna hitam sebagai *outer* dengan bawahan bebas untuk menunjukkan profesionalitas. Sementara *supporting talent* dianjurkan menggunakan setelan *office formal casual* menampilkan identitas korporat.

#### 3.1.2.2 Design (Desain)

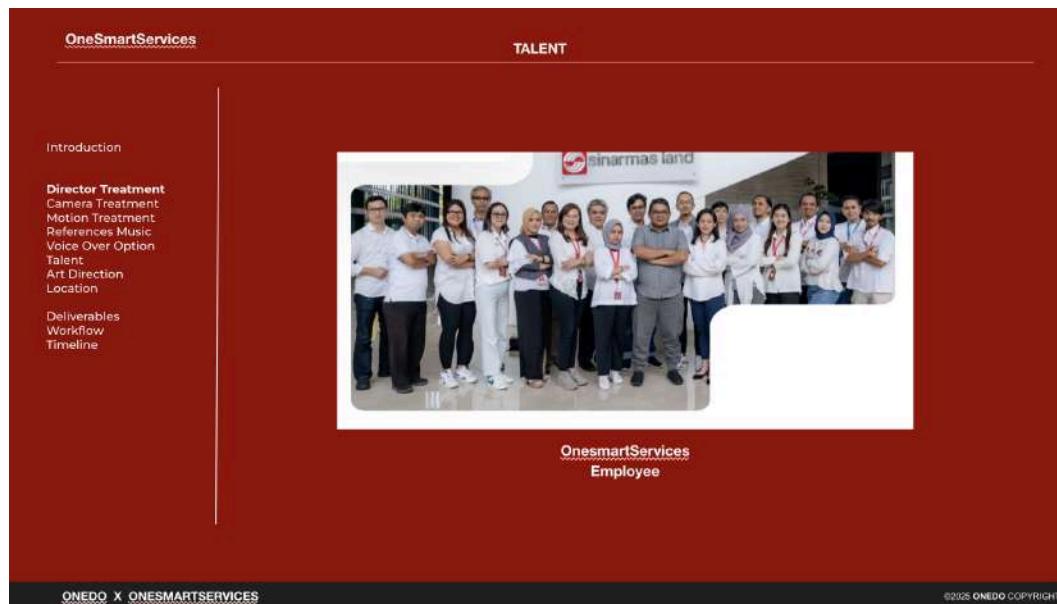
Tahap *design* merupakan tahap perancangan kreatif dan teknis yang menjembatani hasil analisis pada tahap *concept* dengan proses produksi *video company profile* OneSmartServices. Di tahap ini, penulis menerjemahkan seluruh temuan yang ada di tahap *concept* menjadi bentuk desain visual, struktur cerita, serta perencanaan teknis yang akan digunakan selama proses produksi. Pada tahap ini, elemen-elemen seperti pengembangan *storyline*, *script*, *Storyboard*, penentuan gaya komunikasi, pemilihan talent internal, perencanaan visual *treatment*, *camera treatment*, *motion treatment*, hingga rencana lokasi dan tata produksi disusun secara detail agar seluruh proses produksi berjalan konsisten, efisien, dan mampu menghasilkan output sesuai standar OneSmartServices. Dengan demikian, tahap *design* menjadi fondasi utama yang menetapkan pedoman kreatif, alur visual, dan kebutuhan teknis untuk memastikan keseluruhan video memiliki identitas visual yang seragam, narasi yang solid, serta kualitas produksi yang profesional.

## 1. Gaya Komunikasi & *Talent List*

Gaya komunikasi pada video *company profile* OneSmartServices dirancang supaya terdengar profesional, terpercaya, dan berorientasi pada solusi, dengan penekanan pada bahasa yang ringkas, *direct*, dan berfokus pada dampak layanan terhadap operasional bisnis klien. *Tone* yang digunakan harus memadukan unsur teknis yang kredibel, seperti terminologi IT, kapabilitas layanan, dan keunggulan operasional, namun tetap mudah dipahami oleh pengambil keputusan non-teknis di perusahaan B2B. Penyampaian narasi dibuat tegas, *confident*, dan *authoritative* untuk menegaskan posisi OneSmartServices sebagai mitra transformasi digital, bukan sekadar vendor.

Dalam menyusun *design*, penulis perlu untuk menentukan *talent list* yang akan muncul sebagai narasumber dalam video *company profile* OneSmartServices. Pemilihan *talent* ini dilakukan secara strategis untuk menampilkan konfigurasi *leadership* yang autentik, kredibel, dan representatif terhadap struktur organisasi perusahaan. *Talent* utama merupakan jajaran pimpinan dari setiap departemen yang nantinya akan menjelaskan *expertise* di bidang masing-masing dalam bentuk narasi monolog. *Talent* utama meliputi :

- a. Pak Irvan Yasni (*Chief Executive Officer*)
- b. Ibu Ivana (*Executive Secretary*)
- c. Pak Benny Sihombing (*Vice President - Cloud Services*)
- d. Pak Ahmad Ari Wibawa (*Vice President - Managed Services*)
- e. Pak Efriansyah (*Vice President - Partnership & Project Management*)
- f. Pak Rizky Zandra (*Vice President - Advanced Technology Services*)
- g. Pak Wysnu Eka Lesmana (*Vice President - Data Center Services*)
- h. Ibu Anisa Wulandari (*Partnership Management*)



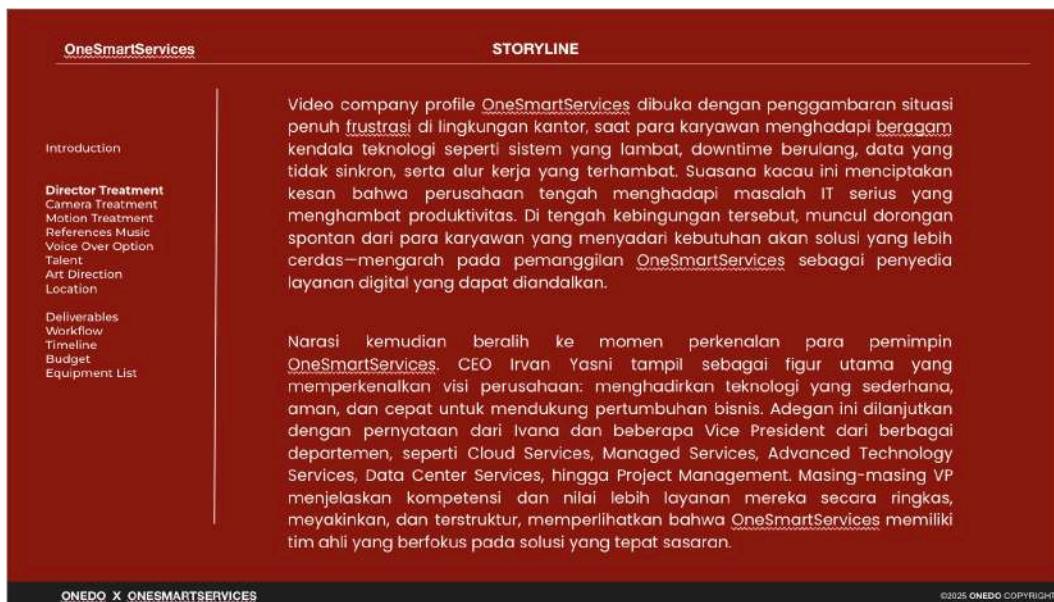
Gambar 3.6 Jajaran *talent* untuk video *company profile* OneSmartServices  
Sumber: *Creative deck*

Selain jajaran manajemen, pembuatan video *company profile* ini juga melibatkan *supporting talents* yang merupakan karyawan OneSmartServices. Mereka hadir untuk memvisualisasikan aktivitas operasional, suasana kolaboratif, dan dinamika kerja internal perusahaan sesuai dengan *storyline*, *script*, serta *Storyboard* yang sudah dibuat. *Supporting talents* ditempatkan pada adegan yang merepresentasikan aktivitas *real* seorang karyawan di sebuah perusahaan IT hingga momen transisi antara adegan demonstratif dan narasi utama.

## 2. *Storyline*

*Storyline* dalam perancangan video *company profile* berfungsi sebagai gambaran menyeluruh mengenai alur naratif yang akan dibangun dalam video *company profile*. Berbeda dari *script* yang menjabarkan dialog, visual, dan detail per *frame*, *storyline* merangkum inti cerita dalam bentuk paragraf yang utuh, sehingga memudahkan tim kreatif, klien, dan seluruh pihak produksi memahami arah narasi yang hendak dicapai. Penyusunan *storyline* penting dilakukan pada tahap perancangan, karena menjadi dasar

pengembangan *tone* komunikasi, ritme visual, serta struktur adegan dalam video *company profile*.



Gambar 3.7 *Storyline* video *company profile* OneSmartServices

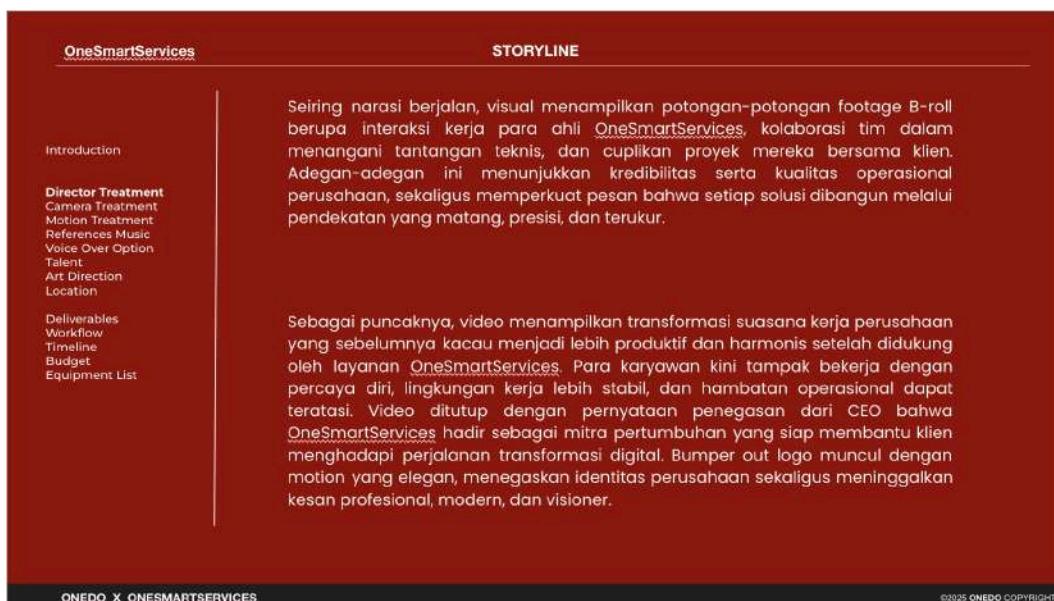
Sumber: *Creative deck*

*Storyline* video *company profile* OneSmartServices menggambarkan perjalanan naratif yang menunjukkan kebutuhan akan solusi digital yang andal serta bagaimana OneSmartServices hadir sebagai jawaban atas berbagai tantangan teknologi yang dihadapi perusahaan. Secara umum, *storyline* ini dirancang untuk membangun alur yang bergerak dari masalah, solusi, hingga penegasan identitas perusahaan sebagai mitra transformasi digital yang kompeten.

Cerita dibuka dengan situasi chaos di lingkungan kantor, ketika para karyawan digambarkan sedang menghadapi berbagai hambatan operasional akibat sistem IT yang tidak optimal. Adegan-adegan seperti komputer lambat, downtime berulang, data yang tidak sinkron, dan alur kerja yang tersendat memperlihatkan betapa besar dampak gangguan teknologi terhadap produktivitas perusahaan. Ketegangan suasana ini menjadi titik awal yang menggambarkan urgensi kebutuhan akan mitra IT yang lebih responsif dan

kompeten. Puncak adegan pembuka ditandai dengan momen ketika para karyawan menyadari bahwa mereka membutuhkan dukungan dari pihak luar membawa alur cerita menuju kehadiran OneSmartServices sebagai solusi.

Narasi kemudian bergerak ke segmen perkenalan perusahaan. OneSmartServices ditampilkan sebagai organisasi yang solid, dipimpin oleh para ahli yang berkomitmen menghadirkan teknologi yang sederhana, aman, dan cepat. CEO OneSmartServices, Pak Irvan Yasni tampil sebagai figur utama yang memperkenalkan visi perusahaan secara jelas dan persuasif. Adegan ini berlanjut dengan pernyataan dari Kak Ivana (*Executive Secretary*) dan jajaran *Vice President* dari berbagai departemen, masing-masing menjelaskan fokus layanan mereka, mulai dari *Cloud Services*, *Managed Services*, *Advanced Technology Services*, *Data Center Services*, hingga *Project Management*. Setiap VP memberikan gambaran mengenai pendekatan kerja, ruang lingkup layanan, dan nilai yang dihadirkan bagi klien, sehingga audiens dapat memahami keahlian teknis OneSmartServices secara komprehensif.



Gambar 3.8 *Storyline* video *company profile* OneSmartServices  
Sumber: *Creative deck*

Setelah memperkenalkan struktur dan kompetensi perusahaan, *storyline* beralih kepada visualisasi hasil dan dampak layanan OneSmartServices. *B-roll* menunjukkan interaksi tim dengan klien, proses kerja di lapangan, hingga lingkungan kantor yang dinamis. Bagian ini menekankan bahwa solusi yang diberikan bukan hanya konsep, tetapi diterapkan secara nyata dan memberikan manfaat langsung bagi pengguna jasa. Narasi juga dirancang untuk menunjukkan profesionalitas tim, koordinasi antar departemen, serta teknologi yang digunakan untuk mendukung operasional klien.

Video ditutup dengan pernyataan penegasan dari CEO, bahwa OneSmartServices bukan sekadar vendor, tetapi juga sebagai mitra pertumbuhan jangka panjang bagi perusahaan yang sedang menapaki transformasi digital. Seluruh tim ditampilkan secara utuh sebagai simbol kekuatan, kebersamaan, dan dedikasi perusahaan dalam menghadirkan solusi yang efektif dan terpercaya.



Gambar 3.9 *Storyline* video *company profile* OneSmartServices

Sumber: *Creative deck*

*Storyline* video *company profile* OneSmartServices versi pendek dirancang sebagai representasi visual yang ringkas dan padat untuk menyampaikan pesan utama perusahaan secara cepat dan efektif. Alur cerita diawali dengan

visual aktivitas kerja karyawan yang tampak berantakan dan penuh tekanan sebagai representasi dari permasalahan operasional yang kerap dihadapi perusahaan akibat kendala teknologi. Situasi tersebut kemudian menjadi pengantar bagi kemunculan CEO OneSmartServices yang hadir untuk merepresentasikan solusi. Melalui kehadiran CEO, pesan utama perusahaan disampaikan secara singkat mengenai peran OneSmartServices dalam membantu mengatasi permasalahan teknologi dan meningkatkan efektivitas kerja.

Pada bagian akhir, visual beralih pada suasana kerja yang lebih tertata, lancar, dan harmonis sebagai bentuk transformasi setelah didukung oleh layanan OneSmartServices. Karyawan digambarkan bekerja dengan lebih percaya diri dan produktif, lalu ditutup dengan kemunculan CEO bersama para *Head of Department* sebagai penegasan kekuatan tim dan struktur profesional perusahaan. Penutup ini berfungsi memperkuat citra OneSmartServices sebagai mitra teknologi yang andal, solutif, dan siap mendukung kebutuhan bisnis klien.



Gambar 3.10 *Storyline* video *company profile* OneSmartServices  
Sumber: *Creative deck*

*Storyline* video *company profile* versi *core services* dirancang untuk menampilkan kapabilitas utama OneSmartServices secara ringkas dan fokus

melalui pendekatan *motion graphic* dan teks informatif. Video ini memperkenalkan tiga layanan inti yang dimiliki perusahaan, yaitu *Cloud Services*, *Managed Services*, dan *Advanced Technology Services*, sebagai solusi teknologi yang mendukung kebutuhan operasional bisnis klien. Penyajian konten dilakukan secara terstruktur agar audiens dapat dengan mudah memahami peran masing-masing layanan serta relevansinya dalam konteks transformasi digital.

Setiap layanan inti dijelaskan melalui visual ilustratif yang merepresentasikan penerapan teknologi informasi modern, seperti sistem *smart city*, infrastruktur IT berbasis *cloud*, serta aktivitas profesional karyawan IT. Penjelasan layanan juga dilengkapi dengan menyebutkan produk-produk terkait untuk memberikan gambaran konkret mengenai solusi yang ditawarkan OneSmartServices. Melalui pengemasan visual yang konsisten dan profesional, video *company profile* versi *core services* berfungsi sebagai media pengenalan layanan yang informatif sekaligus memperkuat citra OneSmartServices sebagai perusahaan teknologi yang kompeten dan berorientasi solusi.



Gambar 3.11 *Storyline* video *company profile* OneSmartServices  
Sumber: *Creative deck*

*Storyline* video *company profile* versi sejarah singkat OneSmartServices dirancang untuk menyampaikan perjalanan awal perusahaan secara ringkas, komunikatif, dan mudah dipahami oleh audiens. Alur cerita dibuka dengan pengenalan singkat yang dibawakan oleh dua *talent* dengan pembawaan santai untuk menciptakan kesan akrab dan menarik perhatian. Pada bagian awal ini, audiens diperkenalkan pada konteks video serta tujuan penyampaian cerita, yaitu memberikan gambaran singkat mengenai latar belakang dan asal-usul OneSmartServices. Pendekatan naratif yang ringan dipadukan dengan elemen audio dan visual pendukung, seperti cuplikan foto dan musik pembuka, guna membangun suasana yang dinamis sekaligus informatif.

Selanjutnya, *storyline* berfokus pada perjalanan transformasi OneSmartServices, yang bermula sebagai divisi IT internal Sinarmas Land hingga berkembang menjadi perusahaan independen di bawah PT Samakta Mitra. Narasi menjelaskan alasan pemisahan tersebut sebagai langkah strategis untuk memperluas jangkauan layanan dan fokus pada pengembangan solusi teknologi informasi. Cerita kemudian ditutup dengan proses *rebranding* yang melahirkan OneSmartServices sebagai identitas baru yang merepresentasikan perusahaan teknologi yang profesional, inovatif, dan tepercaya. Melalui alur cerita ini, video tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menegaskan *positioning* OneSmartServices sebagai mitra teknologi yang terus berkembang dan berorientasi pada solusi bagi kebutuhan bisnis.

### 3. *Script*

Rancangan *script* disusun berdasarkan alur kreatif yang tercantum dalam *creative deck*, kemudian dipetakan ke dalam struktur *shooting* yang lebih teknis menjadi sebuah *Storyboard*. *Script* ini berfungsi sebagai acuan utama dalam keseluruhan proses produksi karena memuat urutan adegan, pesan inti tiap *scene*, alur perpindahan shot, serta integrasi audio visual yang akan digunakan. Penyusunan *script* pada tahap konsep juga memastikan bahwa

seluruh elemen selaras dengan tujuan komunikasi perusahaan dan tone profesional OneSmartServices.

Alur cerita dibangun dengan pola *problem-solution*, memvisualisasikan perjalanan dari kondisi pengguna yang frustasi menuju hadirnya solusi konkret yang diberikan oleh tiap departemen OneSmartServices. Struktur *script* disusun untuk durasi final 2-3 menit dengan pendekatan sinematik yang memadukan *live-action*, narasi *talent*, *motion graphics*, serta *transition* sesuai treatment yang tercantum pada *creative deck*.

OneSmartServices	SCRIPT
<b>&lt;Opening scene 1 - Problem Issue:&gt;</b>	
<b>Visual:</b>	
Tampak para karyawan perusahaan yang frustasi dengan sistem IT yang rumit: komputer berjalan lambat, data tidak sinkron, sering terjadi downtime, dan berbagai kendala lainnya. Para karyawan tampak kesal dan kebingungan, hingga akhirnya salah satu dari mereka mengusulkan sesuatu.	<b>Visual:</b> Lalu disusul <b>Mbak Ivana</b> berbicara ke arah kamera.
<b>Karyawan A:</b> "We Need OneSmart" <b>Karyawan B:</b> "Onesmart?" <b>Karyawan C:</b> "OneSmart?" <b>Karyawan D:</b> "OneSmart."	<b>Mbak Ivana:</b> <i>Behind every service, there's a team of experts. Each focused on solving real challenges with tailored solutions that work.</i>
<b>&lt;Cut to scene 2 - OneSmartServices Profile:&gt;</b>	<b>&lt;Cut to Scene 3 - Cloud Services&gt;</b>
<b>Visual:</b>	<b>Visual:</b>
Tujuh orang berjalan tegak di sebuah ruang gelap dengan cahaya dramatis. Menyusul satu pria berjasa masuk dan berdiri di tengah barisan. Dialah <b>Pak Irfan Yasni</b> , CEO OneSmartServices, ia mulai berbicara.	Tujuh terlihat pak Benny Sihombing berdiri dengan yakin menjelaskan materi tentang departemennya, sembari melihat ke arah kamera.
<b>Pak Irfan Yasni (CEO):</b> <i>"At OneSmartServices, we believe technology should be simple, secure, and fast. Our mission is to help businesses operate without friction, because your systems should support growth, not slow it down.</i>	<b>Pak Benny Bisara Sihombing (Cloud Services):</b> <i>Our cloud solutions are built for scale. Whether it's infrastructure, platforms, software, storage, security, as a services. We provide flexible services that match your needs and your budget.</i>
	<b>Visual:</b> Terlihat kerjasama OneSmartServices dengan berbagai macam client mulai makin banyak.

Gambar 3.12 Script scene 1-3 video company profile OneSmartServices  
Sumber: *Creative deck*

*Scene* pertama dibuka dengan penggambaran situasi problematis yang sering dialami perusahaan ketika menghadapi isu teknologi informasi. Visual menampilkan para karyawan yang frustasi akibat komputer yang berjalan lambat, data yang tidak sinkron, *downtime* yang berulang, dan kendala teknis lainnya. Interaksi antar tokoh menggambarkan kebingungan dan ketidakpastian hingga akhirnya muncul usulan untuk mencari solusi melalui OneSmartServices. Bagian ini berfungsi sebagai *opening hook* untuk membangun konteks mengapa layanan OneSmartServices relevan bagi banyak organisasi.

Scene kedua menampilkan perkenalan OneSmartServices sebagai perusahaan penyedia solusi IT. Visual menunjukkan tujuh orang berjalan tegap dalam ruang gelap dengan pencahayaan dramatis, kemudian CEO OneSmartServices, Irfan Yasni, masuk ke dalam barisan dan memperkenalkan perusahaan. Pernyataan CEO menekankan filosofi perusahaan mengenai teknologi yang harus sederhana, aman, dan cepat, serta fokus untuk membantu bisnis beroperasi tanpa hambatan. *Scene* ini memperkenalkan identitas inti (*corporate identity*) melalui representasi pimpinan serta penyampaian visi yang kuat.

*Scene* berikutnya memperkenalkan masing-masing departemen secara bergantian dimulai dari *Cloud Services*. Pak Benny Sihombing digambarkan berdiri dengan yakin, menjelaskan bahwa solusi *cloud* OneSmartServices dibangun untuk kebutuhan berskala besar dan fleksibel, mencakup infrastruktur, *platform*, *software*, *storage*, dan *security*. Visual pendukung menampilkan berbagai bentuk kerja sama OneSmartServices dengan klien. Pendekatan ini bertujuan menekankan kompetensi teknis sekaligus bukti nyata implementasi layanan.

OneSmartServices	SCRIPT
<b>&lt;Cut to Scene 4 – Manage Services&gt;</b>	
<b>Visual:</b> Dilanjut pak Ari Wibawa menjelaskan departemennya sembari melihat kamera.	<b>Pak Ahmad Ari Wibawa (Manage Services):</b> <i>IT operations can be complex. So, let us handle it. Our managed services cover everything: service desks, and security operation center, all designed to keep your business running without interruptions.</i>
<b>Visual:</b> Terlihat para expertise <i>OneSmartServices</i> kembali dengan pekerjaannya yang rumit.	<b>Pak Rizky Zandra Kurniawan (Advanced Tech Services):</b> <i>Smart technology isn't about buzzwords. It's about results. From Smart Cities and Infrastructure to SAP and tailored platforms, we deliver systems that boost performance.</i>
<b>&lt;Cut to scene 5 – Partnership &amp; Project Management&gt;</b>	
<b>Visual:</b> Lalu kita melihat pak Efriansyah melanjutkan materi penjelasan departemennya, sembari tersenyum menatap kamera.	<b>Pak Wisnu (Data Center):</b> <i>Your data infrastructure needs more than just storage. Our integrated data center solutions keep your operations safe, reliable, and ready for the future.</i>
<b>Pak Efriansyah (Partnership &amp; Project Management):</b> <i>"We work side by side with our clients. Our projects are built on alignment, so every outcome serves your business goals with precision."</i>	<b>Visual:</b> Animasi transisi lubang kunci, menuju para karyawan yang sudah happy.
<b>ONEDO X ONESMARTSERVICES</b>	<small>©2025 ONEDO COPYRIGHT</small>

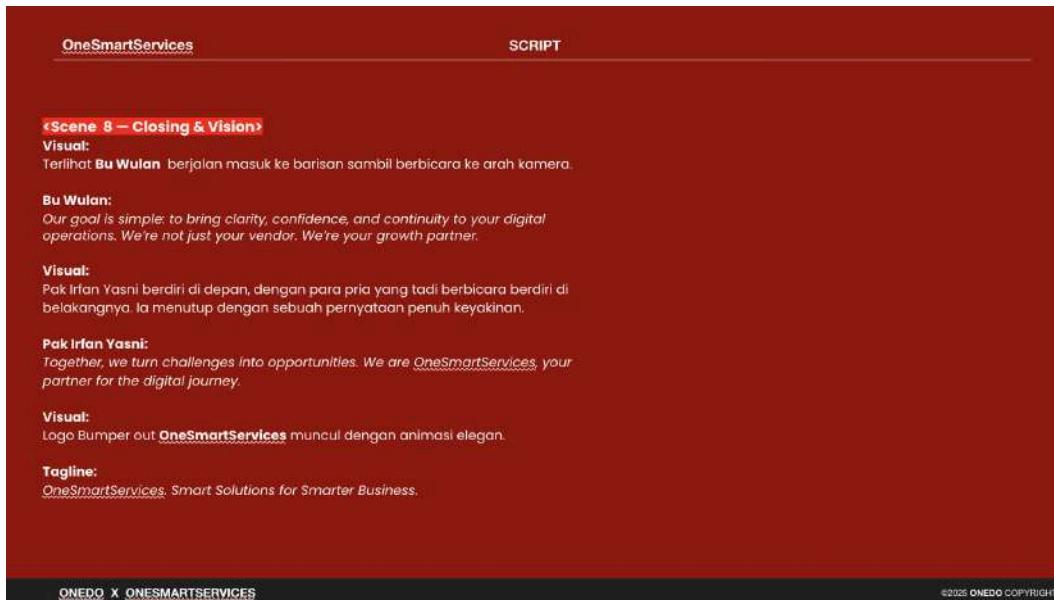
Gambar 3.13 *Script scene 4-7 video company profile OneSmartServices*  
Sumber: *Creative deck*

*Scene* keempat menampilkan Managed Services yang diwakili oleh Pak Ahmad Ari Wibawa. Ia menjelaskan kompleksitas operasional IT dan bagaimana divisinya memberikan layanan seperti *service desk*, *ticketing*, *monitoring system*, *technical support*, dan *Security Operations Center* (SOC). Visual menunjukkan para tenaga ahli (*expertise*) OneSmartServices yang bekerja dengan sistem dan perangkat kerja yang kompleks. Tujuannya adalah memberikan gambaran profesionalisme tim serta lingkup layanan yang managed dan berkelanjutan.

*Scene* kelima memperkenalkan Partnership & Project Management melalui penjelasan Pak Efriansyah. *Scene* ini menekankan bahwa proyek OneSmartServices dibangun berdasarkan *alignment* dengan kebutuhan dan tujuan bisnis klien. Visual memperlihatkan karyawan yang sebelumnya mengalami kesulitan kini mendapatkan bantuan dari tim OneSmartServices. Narasi ini menonjolkan pendekatan kolaboratif dan hasil yang terukur.

*Scene* keenam memperkenalkan Advanced Technology Services melalui penjelasan Pak Rizky Zandra Kurniawan. Ia menegaskan bahwa teknologi harus menghasilkan dampak nyata dan tidak hanya sebatas jargon. Layanan divisinya mencakup *Smart Cities*, infrastruktur, SAP, dan *platform* terpersonalisasi. Visual menampilkan tim ahli yang mengerjakan berbagai proyek teknis. *Scene* ini menjadi representasi kapabilitas OneSmartServices dalam teknologi tingkat lanjut.

*Scene* ketujuh memperkenalkan Data Center Services yang diwakili oleh Pak Wysnu Eka Lesmana. Ia menjelaskan pentingnya infrastruktur data yang tidak hanya sebatas penyimpanan, tetapi juga harus aman, andal, dan siap menghadapi kebutuhan masa depan. Visual menampilkan transisi animasi lubang kunci yang membawa audiens menuju adegan para karyawan yang kini terlihat lebih produktif dan bahagia, menandakan terselesaiannya permasalahan yang diangkat di awal video.



Gambar 3.14 Script scene 8 video company profile OneSmartServices  
Sumber: Creative deck

*Scene* kedelapan menjadi penutup sekaligus penguatan visi perusahaan. Bu Wulan memasuki *frame* dan menjelaskan komitmen OneSmartServices dalam memberikan *clarity*, *confidence*, dan *continuity* terhadap operasional digital klien. Setelah itu CEO menutup dengan pernyataan tegas bahwa OneSmartServices hadir sebagai *partner* dalam perjalanan digital dan transformasi perusahaan. Video ditutup dengan animasi *bumper* logo OneSmartServices diikuti tagline: “*Smart Solutions for Smarter Business.*”



Gambar 3.15 Script video company profile OneSmartServices  
Sumber: Creative deck

*Script company profile* versi pendek ini dirancang untuk menyampaikan pesan utama OneSmartServices secara ringkas, kuat, dan berfokus pada permasalahan serta solusi teknologi informasi yang relevan dengan kebutuhan bisnis modern. Alur cerita diawali dengan penggambaran permasalahan yang umum dialami perusahaan, seperti sistem IT yang lambat, tidak terintegrasi, sering mengalami gangguan, serta menimbulkan kebingungan dan frustasi bagi karyawan. Visual memperlihatkan suasana kerja yang tidak produktif, diperkuat dengan narasi suara latar yang menekankan bahwa hambatan dalam pekerjaan sering kali berasal dari sistem yang rumit dan sulit dipahami. Bagian pembuka ini berfungsi untuk membangun empati audiens sekaligus menegaskan urgensi akan kebutuhan solusi IT yang handal.

Selanjutnya, *scene* beralih pada pengenalan OneSmartServices sebagai jawaban atas permasalahan tersebut. Visual menampilkan jajaran pimpinan perusahaan dengan pencahayaan dramatis yang merepresentasikan profesionalisme dan kredibilitas, dipimpin oleh CEO OneSmartServices. Narasi dan pernyataan CEO menekankan visi perusahaan dalam menghadirkan teknologi yang sederhana, aman, dan cepat untuk mendukung pertumbuhan bisnis tanpa hambatan. Alur kemudian dilanjutkan dengan penjelasan singkat mengenai solusi data center terintegrasi yang ditawarkan, ditampilkan melalui transisi visual menuju kondisi kerja yang lebih positif dan produktif. Video ditutup dengan pernyataan visi yang menegaskan OneSmartServices sebagai mitra strategis dalam perjalanan transformasi digital, sekaligus memperkuat positioning perusahaan sebagai penyedia solusi IT yang terpercaya dan berorientasi pada masa depan.

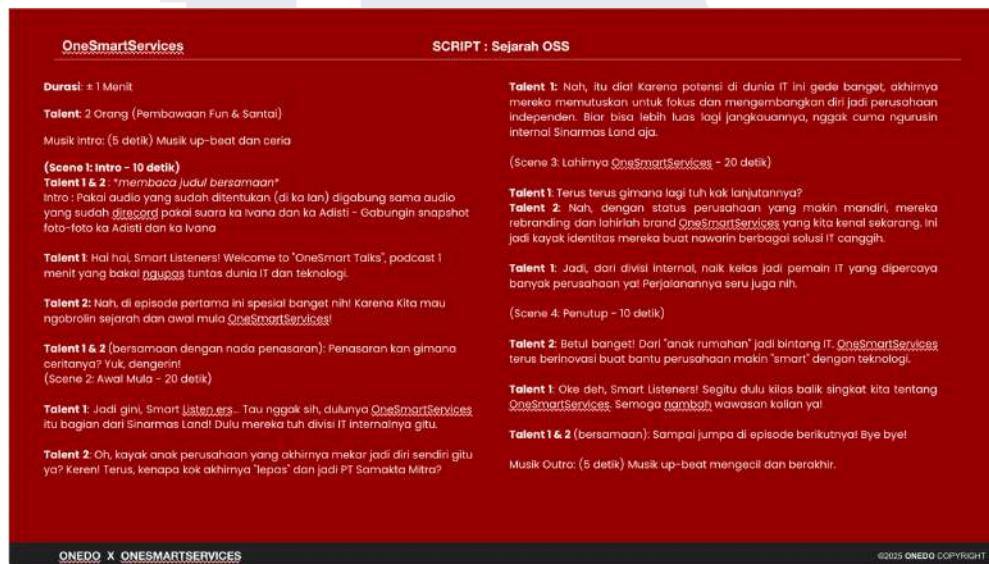


Gambar 3.16 Script video *company profile* OneSmartServices  
Sumber: Creative deck

Script video *company profile* versi *Core Services* disusun untuk menampilkan layanan utama OneSmartServices secara ringkas dan terfokus sebagai bentuk penguatan komunikasi korporat kepada audiens. Video diawali dengan visual gedung-gedung tinggi yang merepresentasikan lingkungan bisnis modern, kemudian bertransisi ke sosok individu di dalam gedung. Pada bagian ini, ditampilkan teks "*Our Core Services. Berbagai layanan unggulan yang kami siapkan untuk mendukung kemajuan bisnismu*" sebagai pengantar yang menegaskan bahwa video berfokus pada layanan inti perusahaan. Selanjutnya, pembahasan *Cloud Services* ditampilkan melalui visual lanskap perkotaan dan infrastruktur digital, diikuti aktivitas karyawan yang sedang menjelaskan sistem kerja. Teks pendukung menjelaskan bahwa layanan ini membantu perusahaan mengelola infrastruktur IT secara efisien dan hemat biaya, dengan cakupan produk seperti *IaaS*, *PaaS*, *SaaS*, *Daas*, *STaaS*, dan *SECaas*.

Pembahasan kemudian berlanjut ke *Managed Services* yang divisualisasikan melalui animasi keamanan data berlapis dan aktivitas tim yang sedang membahas proyek. Teks pendukung menegaskan peran layanan ini dalam meningkatkan efisiensi serta keamanan operasional IT melalui

produk seperti *Service Desk*, *NOC*, *SOC*, dan *Uptime*. Pada bagian akhir, *Advanced Technology Services* ditampilkan melalui visual gedung berteknologi tinggi dan karyawan yang sedang bekerja menggunakan perangkat digital. Layanan ini dijelaskan sebagai solusi teknologi inovatif yang mendukung peningkatan produktivitas dan kinerja perusahaan, dengan produk unggulan seperti *Smart Estate*, *Smart Building*, *Smart City Platform*, *Infrastructure*, dan *SAP*, sehingga menegaskan posisi OneSmartServices sebagai penyedia solusi teknologi terintegrasi bagi kebutuhan bisnis.



Gambar 3.16 *Script video company profile OneSmartServices*  
Sumber: *Creative deck*

*Script video company profile* versi *Sejarah OneSmartServices* disusun dengan pendekatan naratif ringan menyerupai format *podcast short-form* berdurasi ±1 menit agar informasi historis perusahaan dapat disampaikan secara ringkas, komunikatif, dan mudah dipahami. Pada bagian pembuka (*Scene 1*), dua talent berperan sebagai pembawa acara menyapa langsung kepada audiens. Penggunaan audio *intro* yang dikombinasikan dengan suara internal perusahaan bertujuan membangun kedekatan emosional sekaligus memberikan konteks awal bahwa konten ini merupakan bagian dari komunikasi resmi perusahaan. Pembuka ini berfungsi sebagai *attention*

*grabber* sekaligus pengantar topik utama, yaitu sejarah dan awal mula berdirinya OneSmartServices.

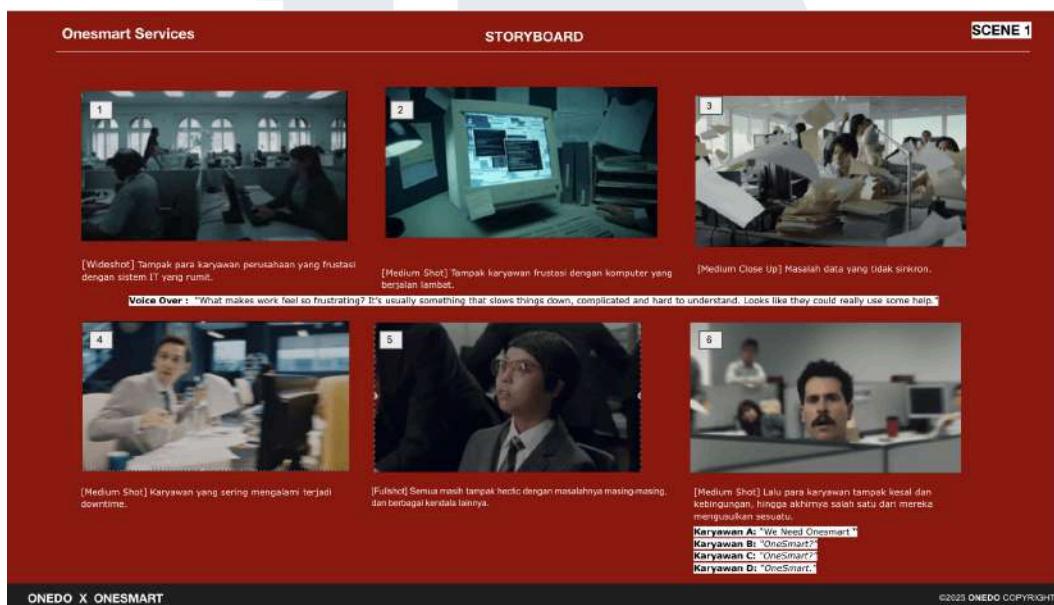
Memasuki bagian inti (*Scene 2* dan *Scene 3*), alur cerita berfokus pada perjalanan transformasi OneSmartServices dari divisi IT internal Sinarmas Land hingga menjadi perusahaan independen bernama PT Samakta Mitra dengan identitas brand OneSmartServices. Dialog antar *talent* digunakan untuk menyampaikan informasi historis secara dialogis, sehingga narasi tidak terasa kaku atau terlalu informatif. Penjelasan mengenai keputusan untuk menjadi perusahaan mandiri menekankan potensi industri teknologi informasi serta kebutuhan untuk memperluas jangkauan layanan ke luar lingkup internal. Proses *rebranding* yang melahirkan OneSmartServices kemudian diposisikan sebagai titik penting dalam pembentukan identitas perusahaan sebagai penyedia solusi IT yang profesional, inovatif, dan dipercaya oleh berbagai klien.

Pada bagian penutup (*Scene 4*), narasi diarahkan pada refleksi singkat mengenai perkembangan OneSmartServices sebagai perusahaan teknologi yang terus berinovasi. Pernyataan penutup menegaskan *positioning* perusahaan sebagai mitra teknologi yang membantu bisnis menjadi lebih “smart” melalui pemanfaatan teknologi. Penutupan dengan sapaan dan musik *outro* bernuansa *upbeat* berfungsi menjaga kesan positif dan optimis, sekaligus menutup video dengan gaya komunikasi yang konsisten sejak awal. Secara keseluruhan, *script* ini dirancang untuk menyampaikan sejarah perusahaan secara padat, informatif, dan engaging, sehingga dapat berfungsi sebagai bagian dari video *company profile* yang memperkuat pemahaman audiens terhadap latar belakang dan identitas OneSmartServices.

#### 4. *Storyboard*

*Storyboard* pada tahap *design* merupakan elemen krusial dalam proses perancangan video *company profile* karena berfungsi sebagai representasi visual awal dari seluruh alur cerita (*storyline*) dan *script* yang akan dieksekusi

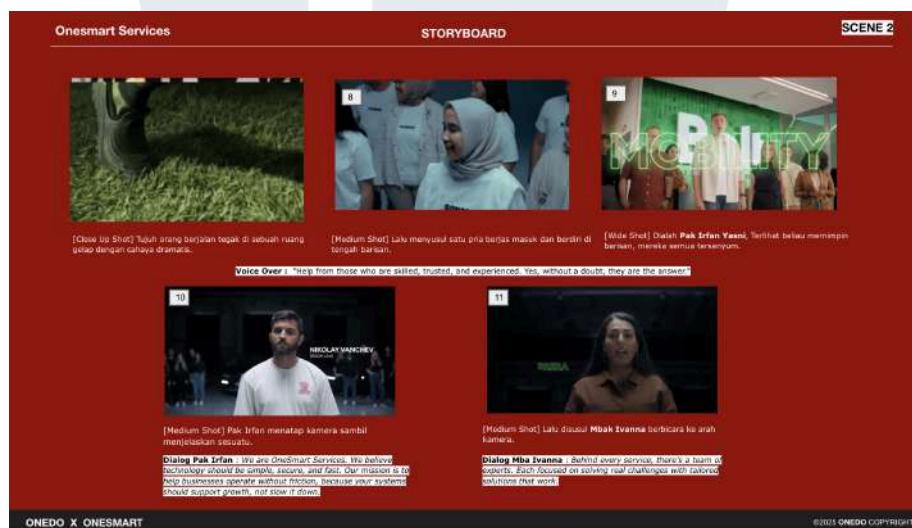
pada proses produksi. Dalam konteks perancangan video *company profile* OneSmartServices, *storyboard* berperan sebagai pedoman detail yang menjabarkan urutan *scene*, komposisi gambar, pergerakan kamera, dialog, serta elemen naratif yang akan muncul dalam video. Dokumen *storyboard* dalam proyek ini diadaptasi secara langsung dari *creative deck* yang telah disusun oleh tim kreatif Onedo Creative, kemudian ditransformasikan menjadi visual plan yang lebih terstruktur dan sistematis agar dapat digunakan sebagai rujukan teknis untuk seluruh divisi produksi.



Gambar 3.17 *Storyboard scene 1* video *company profile* OneSmartServices  
Sumber: *Creative deck*

*Scene* pembuka dalam video *company profile* dimulai dengan gambaran kondisi operasional sebuah perusahaan yang tengah mengalami berbagai kendala sistem IT. Pada *frame* pertama, terlihat suasana ruang kerja dengan karyawan yang tampak frustasi akibat komputer yang berjalan lambat serta proses kerja yang terganggu. *Frame* berikutnya menyorot tampilan layar komputer yang eror, menandakan adanya permasalahan teknis yang menghambat produktivitas. Situasi semakin kacau pada *frame* berikutnya, ketika data yang tidak sinkron dan *downtime* berulang digambarkan melalui aktivitas karyawan yang tergesa-gesa dan ekspresi kebingungan.

*Frame* selanjutnya memperlihatkan beberapa individu yang menghadapi masalah berbeda-beda namun saling berkaitan, menggambarkan bahwa hambatan teknologi berdampak pada keseluruhan alur kerja. Ketegangan ini mencapai puncaknya saat salah satu karyawan mengusulkan solusi, diikuti respons ragu-ragu dari rekan-rekannya. Adegan ini ditutup dengan dialog singkat antar karyawan yang menyebut nama “OneSmart,” membangun premis bahwa mereka membutuhkan bantuan profesional untuk menyelesaikan problem IT tersebut. *Voice over* pada *scene* ini turut memperkuat narasi masalah dengan kalimat: “*What makes work feel so frustrating? It's usually something that slows things down... Looks like they could really use some help.*”



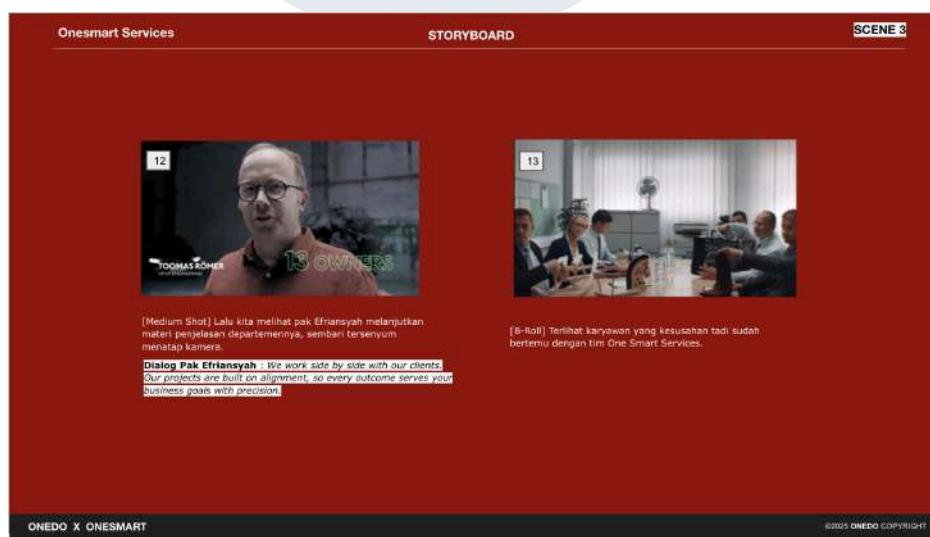
Gambar 3.18 Storyboard scene 2 video company profile OneSmartServices

Sumber: Creative deck

Pada *scene* kedua, visual dibuka dengan *frame* yang menampilkan tujuh orang berjalan tegap di sebuah ruangan gelap dengan pencahayaan dramatis yang memperkuat kesan profesional dan berwibawa. *Frame* berikutnya menunjukkan salah satu karyawan perempuan yang berdiri di barisan depan, diikuti oleh seorang pria berjas yang masuk dan mengambil posisi di tengah formasi, mempertegas fokus narasi yang akan beralih pada pengenalan pimpinan perusahaan. Setelah itu, visual memperlihatkan Pak Irvan Yasni

sebagai CEO yang menjadi pusat perhatian, berdiri tegak dan memimpin barisan sambil memberikan ekspresi yakin.

Dalam *frame* selanjutnya, ia mulai menyampaikan pernyataan utama mengenai identitas dan nilai perusahaan, yaitu komitmen untuk menghadirkan teknologi yang sederhana, aman, dan cepat sebagai landasan dukungan terhadap pertumbuhan bisnis. Transisi berikutnya menampilkan Kak Ivana yang berbicara langsung ke arah kamera, memberikan penjelasan mengenai tim ahli di balik setiap layanan OneSmartServices. Ia menekankan bahwa tiap layanan didukung oleh para profesional yang berfokus pada pemecahan tantangan nyata melalui solusi yang dirancang secara khusus. Seluruh rangkaian *frame* dalam *scene* kedua ini membangun citra perusahaan yang kuat, menonjolkan kepemimpinan, profesionalisme, serta keunggulan sumber daya manusia sebagai inti dari layanan yang ditawarkan OneSmartServices.

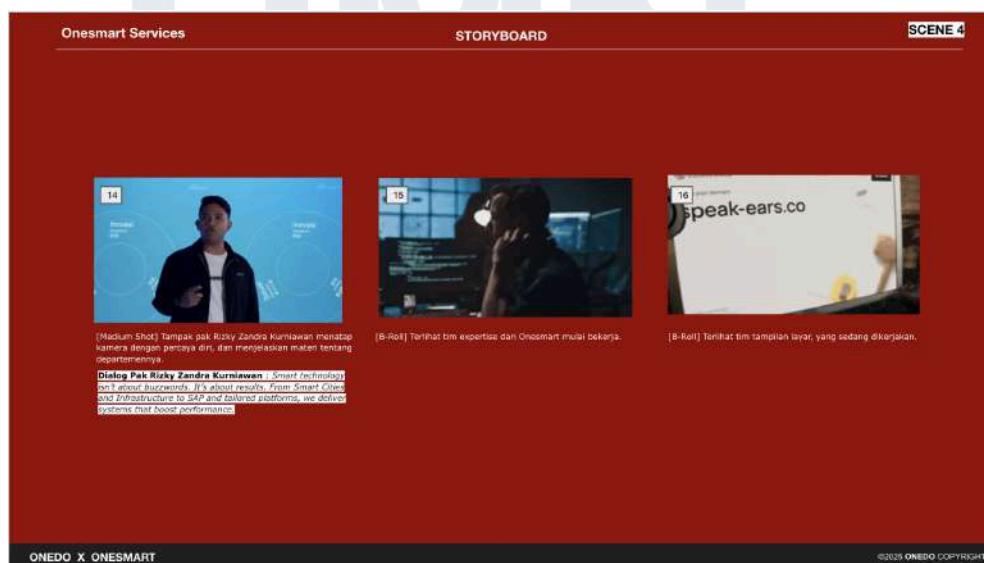


Gambar 3.19 Storyboard scene 3 video *company profile* OneSmartServices  
Sumber: *Creative deck*

Pada *frame* 12, visual menampilkan Pak Efriansyah yang tampak berdiri dan memberikan penjelasan mengenai fungsi serta peran departemen *Partnership & Project Management*. Pengambilan gambar menggunakan

*medium shot*, sehingga ekspresi wajah dan bahasa tubuhnya terlihat jelas untuk memperkuat kesan kredibilitas dan kehangatan dalam penyampaian. Dalam dialog utamanya, Pak Efriansyah menekankan bahwa OneSmartServices bekerja berdampingan dengan klien dalam setiap proses, serta bahwa seluruh proyek dibangun berdasarkan prinsip *alignment* sehingga setiap hasil betul-betul mendukung tujuan bisnis klien dengan tingkat presisi yang tinggi. Penggalan dialog ini berfungsi memperkuat *positioning* perusahaan sebagai mitra strategis, bukan sekadar penyedia layanan.

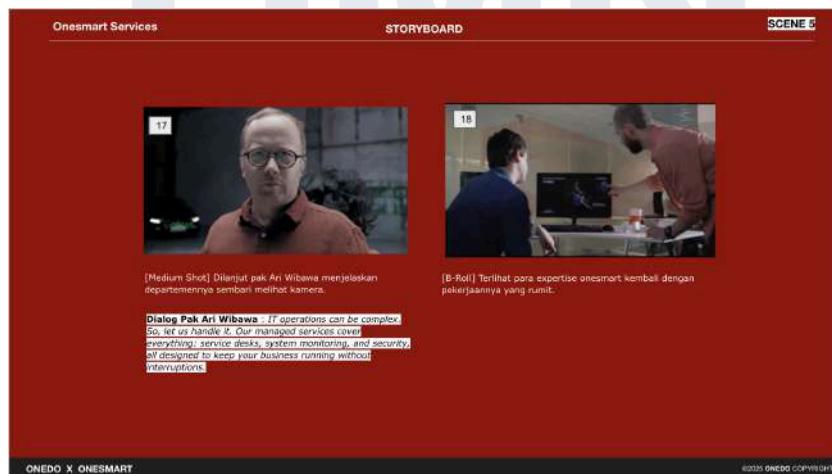
Selanjutnya, *frame* 13 menampilkan *B-Roll* berupa serangkaian visual yang memperlihatkan interaksi antara karyawan yang sebelumnya mengalami kesulitan dengan tim OneSmartServices. Adegan ini hadir untuk menggambarkan transformasi situasi dari masalah menuju solusi, sekaligus menegaskan nilai kolaborasi yang diusung perusahaan. *Frame* ini memvisualisasikan hasil nyata dari dukungan OneSmartServices, yaitu pengalaman kerja yang lebih terstruktur, tenang, dan efisien. Secara keseluruhan, *scene* 3 berfungsi menjembatani komunikasi antara penyampaian pesan melalui dialog dengan representasi visual yang memperkuat narasi besar mengenai profesionalisme dan efektivitas layanan.



Gambar 3.20 Storyboard scene 4 video *company profile* OneSmartServices  
Sumber: *Creative deck*

Pada *scene* ini, visual dibuka dengan *frame* 14 yang menampilkan Pak Rizky Zandra dalam *medium shot*, berdiri percaya diri di depan latar digital bertema teknologi. Ia menjelaskan ruang lingkup *Advanced Technology Services* yang mencakup pengembangan solusi berbasis *smart cities*, *infrastructure*, *SAP*, serta platform yang dirancang secara khusus sesuai kebutuhan klien. Penyampaian dialog dilakukan dengan gaya formal namun persuasif untuk menegaskan bahwa teknologi bukan hanya jargon, melainkan hasil konkret yang dapat diukur oleh klien.

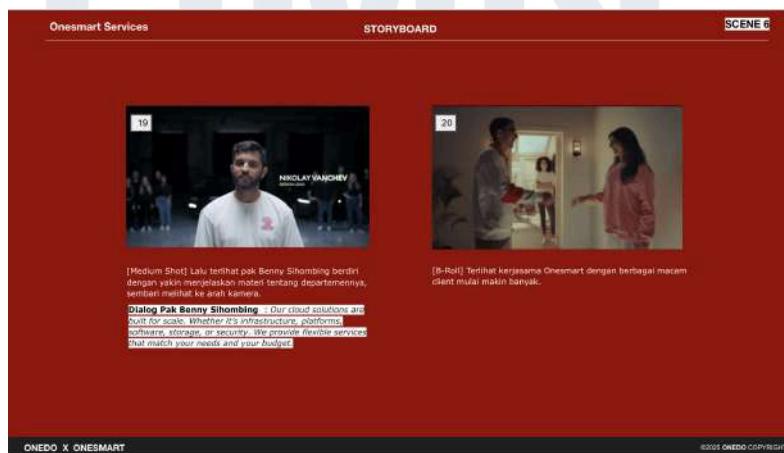
*Frame* 15 dan 16 berfungsi sebagai *B-roll* pendukung untuk memperlihatkan aktivitas teknis tim OneSmartServices. *Frame* 15 menampilkan tim *expertise* yang bekerja di ruang kerja dengan monitor menunjukkan proses *coding* dan analisis sistem. Sementara itu, *frame* 16 memperlihatkan tampilan layar komputer yang sedang dikerjakan, menegaskan aspek teknis, ketelitian, dan profesionalisme dalam menyelesaikan proyek. Kombinasi dialog utama dan *B-roll* pada *scene* ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai kapabilitas departemen *Advanced Technology Services* sebagai salah satu pilar layanan strategis OneSmartServices.



Gambar 3.21 Storyboard scene 5 video company profile OneSmartServices  
Sumber: Creative deck

Pada *frame* 17, visual menampilkan Pak Ahmad Ari Wibawa sedang berdiri di depan kamera dalam *medium shot*, memberikan penjelasan mengenai layanan *Managed Services* yang dimiliki OneSmartServices. Penyampaian dilakukan dengan ekspresi percaya diri dan gaya bicara profesional, menegaskan posisi beliau sebagai *Vice President of Managed Services*. Dialog yang disampaikan berfokus pada bagaimana operasi IT menjadi kompleks dan membutuhkan penanganan ahli. Ia menjelaskan bahwa layanan yang diberikan mencakup *service desk*, sistem *monitoring*, hingga keamanan operasional, yang seluruhnya dirancang untuk memastikan keberlangsungan operasional bisnis tanpa gangguan.

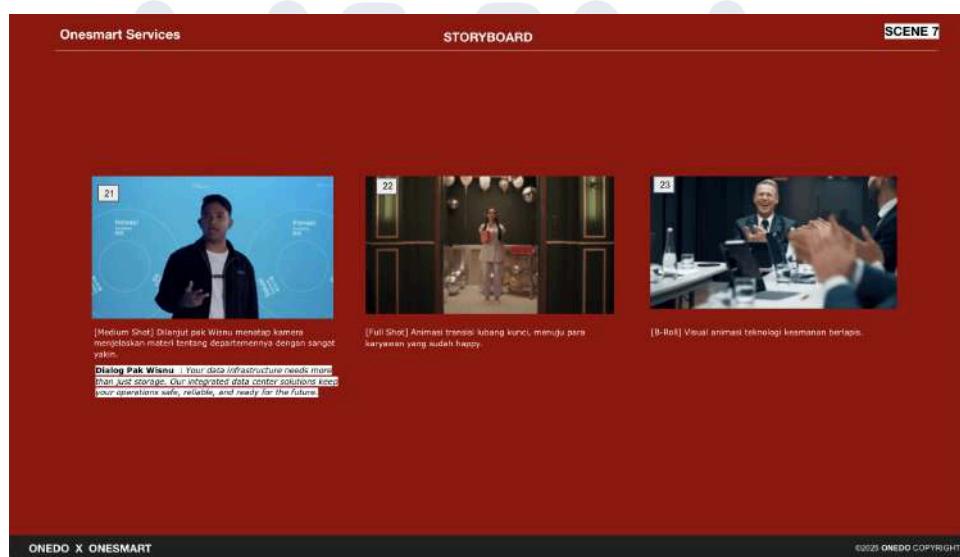
*Frame* 18 kemudian menampilkan rangkaian *B-roll* yang memperlihatkan para tenaga ahli OneSmartServices yang sedang bekerja menangani berbagai aktivitas teknik. Adegan ini mendukung pernyataan naratif *frame* sebelumnya dengan menampilkan situasi kerja nyata yang menggambarkan kompleksitas operasional IT serta keahlian tim dalam mengelolanya. Kombinasi antara dialog langsung dan visual *B-roll* memberikan gambaran menyeluruh mengenai proses kerja departemen *Managed Services* sekaligus memperkuat persepsi profesionalisme yang ingin ditonjolkan dalam video *company profile*.



Gambar 3.22 Storyboard scene 6 video *company profile* OneSmartServices  
Sumber: *Creative deck*

Pada *frame* 19, visual menampilkan Pak Benny berdiri dengan percaya doro sambil menatap kamera dan menyampaikan penjelasan mengenai divisi *Cloud Services*. Pengambilan gambar menggunakan *medium shot* untuk menangkap ekspresi wajah dan bahasa tubuh yang meyakinkan, sehingga menciptakan kesan profesional dan kompeten sebagai perwakilan layanan inti perusahaan. Dalam dialognya, Pak Benny memaparkan bahwa solusi *cloud* OneSmartServices dibangun untuk berskala besar, mencakup infrastruktur, platform, perangkat lunak, penyimpanan, hingga keamanan, serta dirancang agar fleksibel sesuai kebutuhan dan anggaran klien.

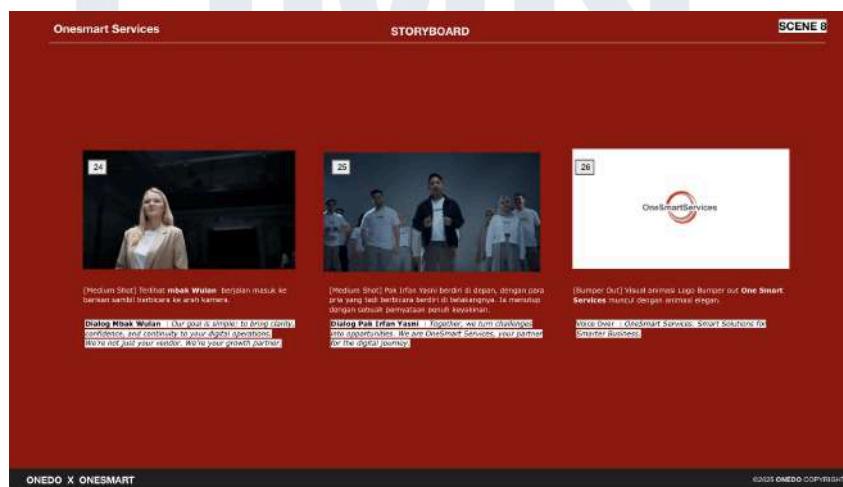
Frame 20 menampilkan *B-roll* yang memperlihatkan berbagai bentuk kolaborasi OneSmartServices dengan klien dari berbagai sektor. Visual ini menunjukkan profesionalisme dan luasnya jangkauan layanan perusahaan, sekaligus menguatkan pesan utama dalam dialog bahwa solusi yang ditawarkan memang teruji dan digunakan oleh banyak organisasi. Kombinasi antara dialog informatif dan *B-Roll* kolaboratif ini membantu membangun narasi bahwa OneSmartServices merupakan penyedia layanan *cloud* yang terpercaya dan mampu beradaptasi dengan kebutuhan teknologi modern.



Gambar 3.23 *Storyboard scene 7* video *company profile* OneSmartServices  
Sumber: *Creative deck*

*Scene 7* menampilkan rangkaian visual yang berfokus pada divisi *Data Center*. Pada *frame* 21, terlihat Pak Wysnu berdiri dalam *medium shot* sambil menatap kamera dengan percaya diri untuk menjelaskan kapabilitas utama departemennya. Dialog yang disampaikan menekankan pentingnya infrastruktur data yang andal serta peran layanan *integrated data center* OneSmartServices dalam menjaga keamanan, kesiapan, dan keberlangsungan operasional klien. Penyampaian dialog dilakukan secara langsung dengan nada profesional untuk memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia solusi data center yang aman dan terukur.

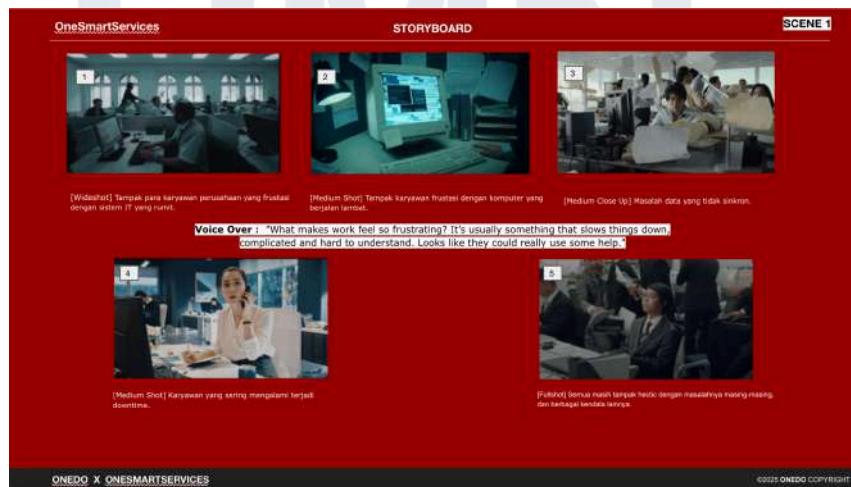
Pada *frame* 22 dan 23, visual dilanjutkan dengan elemen transisi *B-roll* yang memperkuat narasi utama. *Frame* 22 menampilkan animasi “lubang kunci” yang bergerak menuju suasana kantor dengan para karyawan yang tampak puas, simbolisasi dari sistem IT yang kini berjalan optimal setelah menggunakan layanan OneSmartServices. Sementara itu, *frame* 23 memperlihatkan visual bertema teknologi keamanan berlapis yang disajikan dalam bentuk *B-roll*, menegaskan komitmen OneSmartServices terhadap aspek keamanan data dan stabilitas sistem. Seluruh rangkaian *frame* pada scene ini dirancang untuk menutup bagian departemen dengan kesan profesional, modern, dan meyakinkan.



Gambar 3.24 Storyboard scene 8 video company profile OneSmartServices  
Sumber: Creative deck

Pada *frame* 24, visual menampilkan Mbak Wulan yang berjalan masuk ke dalam barisan talent utama sambil berbicara ke arah kamera. Pengambilan gambar menggunakan *medium shot* untuk menghadirkan kesan profesional namun tetap hangat. Ia menyampaikan pesan penutup yang menegaskan peran OneSmartServices sebagai mitra pertumbuhan bagi perusahaan-perusahaan yang membutuhkan kejelasan dan kesinambungan dalam operasional digital. Transisi kemudian bergerak menuju *frame* 25, menampilkan Pak Irvan Yasni berdiri di posisi paling depan dengan jajaran tim yang sebelumnya berbicara berdiri di belakangnya. Adegan ini dibuat untuk menghadirkan kesan kolektif, solid, dan visioner, sekaligus memperkuat persepsi bahwa setiap layanan OneSmartServices didukung oleh kolaborasi lintas divisi.

*Scene* kemudian ditutup melalui *frame* 26 dengan tampilan *bumper-out* berupa animasi logo OneSmartServices. Pada bagian ini, muncul *voice over* yang mengucapkan tagline perusahaan: “*OneSmartServices. Smart Solution for Your Business.*” Penggunaan *bumper* logo yang bersih dan elegan berfungsi sebagai penutup visual yang profesional serta memperkuat identitas perusahaan secara konsisten pada akhir video.

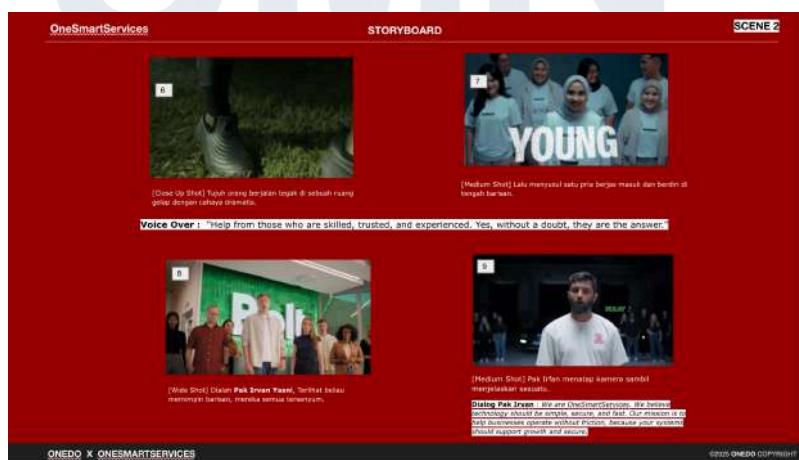


Gambar 3.25 Storyboard scene 1 video *company profile* OneSmartServices  
Sumber: *Creative deck*

*Storyboard* video *company profile* OneSmartServices untuk versi *shorten* dibuka pada *scene* 1 dengan menggambarkan kondisi awal permasalahan yang sering terjadi di lingkungan kerja perusahaan akibat sistem teknologi informasi yang tidak efisien. Visual diawali dengan tampilan ruang kerja secara luas yang memperlihatkan banyak karyawan mengalami frustasi saat berhadapan dengan sistem IT yang rumit dan sulit digunakan. Penggunaan pengambilan gambar lebar menegaskan bahwa permasalahan tersebut bersifat menyeluruh dan berdampak pada keseluruhan organisasi, bukan hanya individu tertentu.

Adegan selanjutnya mempersempit fokus pada aktivitas karyawan yang bekerja dengan komputer berperforma lambat, menampilkan kompleksitas sistem dan proses kerja yang menghambat produktivitas. Kondisi tersebut diperkuat dengan visual data dan dokumen yang tidak sinkron, ditunjukkan melalui tumpukan berkas dan alur kerja yang tidak terorganisir. Situasi ini menggambarkan lemahnya integrasi sistem informasi yang berujung pada kebingungan dan inefisiensi kerja.

*Storyboard* kemudian menampilkan karyawan yang mengalami *downtime*, terlihat tidak dapat melanjutkan pekerjaan akibat gangguan sistem. Pada bagian akhir *scene*, suasana kerja secara keseluruhan masih terlihat hektik, dengan setiap karyawan menghadapi kendala masing-masing, sehingga menciptakan lingkungan kerja yang tidak produktif.

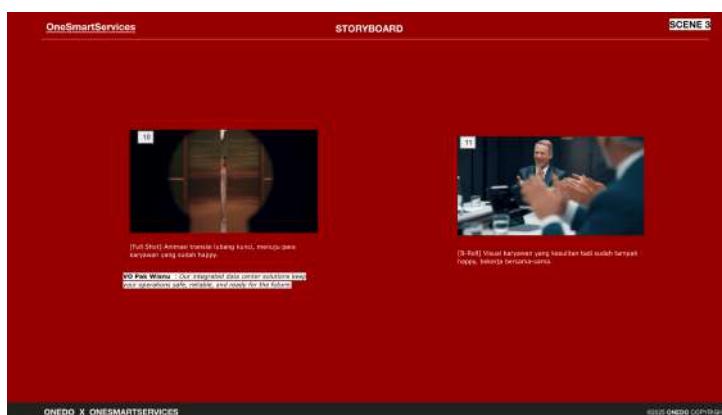


Gambar 3.26 Storyboard scene 2 video *company profile* OneSmartServices  
Sumber: *Creative deck*

Kemudian, *scene* 2 dibuka dengan transisi dari permasalahan menuju solusi dengan menampilkan kehadiran tim profesional sebagai jawaban atas kendala yang sebelumnya ditunjukkan. Adegan diawali dengan *close up* langkah kaki sekelompok individu yang berjalan tegak dalam suasana gelap dengan pencahayaan. Visual ini merepresentasikan kesiapan, ketegasan, dan kepercayaan diri tim OneSmartServices dalam menghadapi tantangan teknologi informasi yang kompleks.

Selanjutnya, ditampilkan sekelompok individu yang berdiri bersama dengan ekspresi positif dan penuh semangat, menegaskan identitas tim yang muda, solid, dan kolaboratif. Kehadiran figur pemimpin yang berdiri di tengah barisan memperkuat kesan kepemimpinan dan arah yang jelas dalam organisasi. Pengambilan gambar secara wide shot menunjukkan kebersamaan tim yang harmonis, menggambarkan nilai kerja sama dan profesionalisme sebagai fondasi utama layanan OneSmartServices.

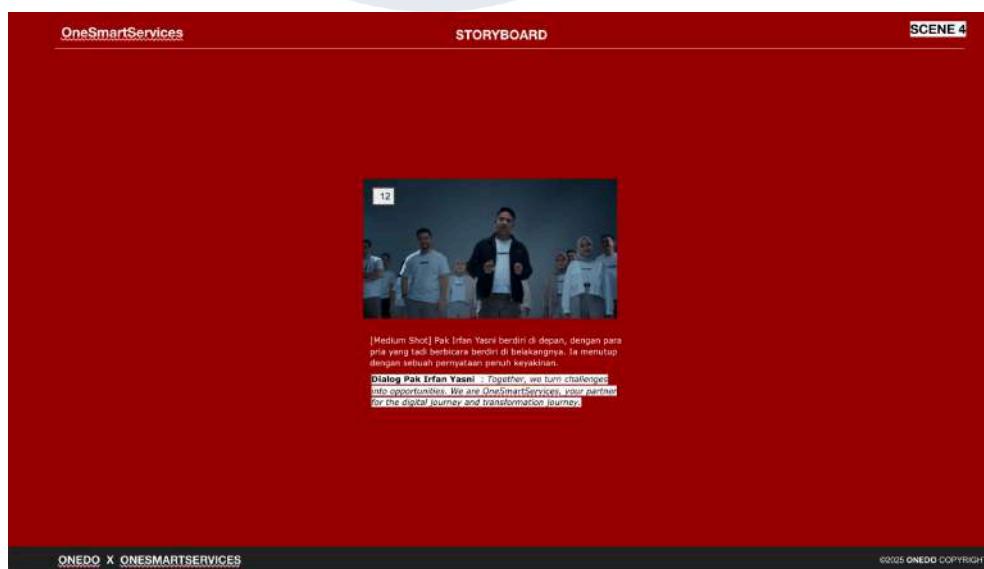
Pada bagian akhir *scene*, fokus diarahkan pada sosok perwakilan perusahaan yang menatap langsung ke kamera sambil menyampaikan pernyataan. Dialog ini menegaskan bahwa OneSmartServices hadir dengan prinsip teknologi yang sederhana, aman, dan cepat, serta berorientasi pada pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis klien. Secara keseluruhan, *Scene* 2 menegaskan posisi OneSmartServices sebagai solusi profesional yang siap membantu perusahaan mengatasi hambatan teknologi secara efektif dan berkelanjutan yang disampaikan langsung oleh CEO OneSmartServices.



Gambar 3.27 Storyboard *scene* 3 video *company profile* OneSmartServices  
Sumber: *Creative deck*

*Storyboard scene 3* pada video *company profile* OneSmartServices menggambarkan hasil dan dampak positif setelah solusi teknologi diterapkan. Scene diawali dengan animasi transisi berbentuk lubang kunci yang melambangkan terbukanya akses terhadap sistem yang aman dan terintegrasi, sebagai simbol keberhasilan OneSmartServices dalam menyelesaikan permasalahan sebelumnya. Transisi ini mengantarkan penonton pada kondisi lingkungan kerja yang telah berubah secara signifikan.

Visual selanjutnya menampilkan karyawan yang sebelumnya mengalami kesulitan kini terlihat bekerja dengan nyaman, bahagia, dan saling berkolaborasi. Ekspresi positif serta suasana kerja yang kondusif menunjukkan peningkatan efisiensi, keamanan, dan keandalan sistem operasional. Pernyataan narasi yang menyertai *scene* ini menegaskan bahwa solusi *data center* terintegrasi dari OneSmartServices mampu menjaga operasional bisnis tetap aman, stabil, dan siap menghadapi kebutuhan di masa depan.

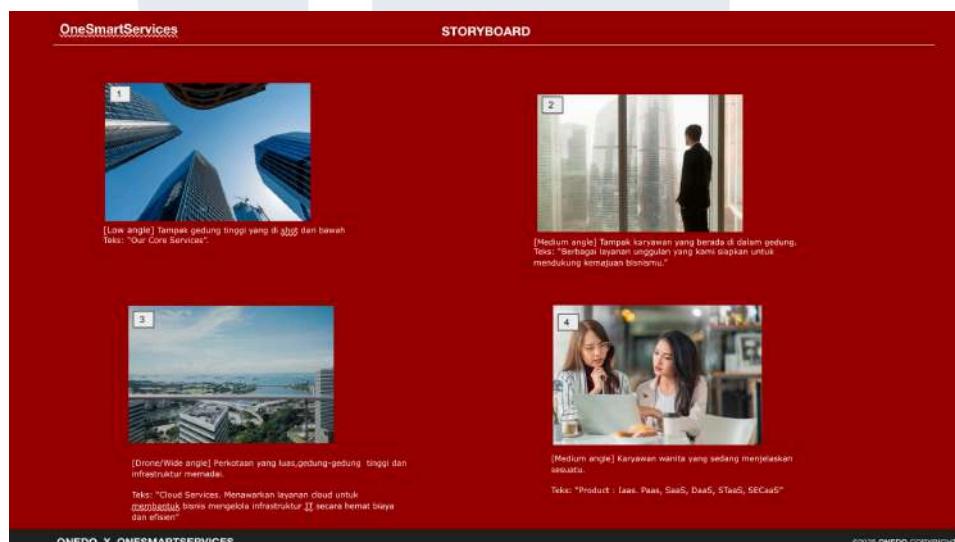


Gambar 3.28 Storyboard scene 4 video *company profile* OneSmartServices  
Sumber: *Creative deck*

*Storyboard scene 4* pada video *company profile* OneSmartServices berfungsi sebagai penutup yang menegaskan pesan utama dan identitas perusahaan. Visual menampilkan CEO OneSmartServices berdiri di bagian

depan dengan tim di belakangnya, menciptakan komposisi yang menunjukkan kepemimpinan, kebersamaan, dan kepercayaan diri. Gestur dan ekspresi yang ditampilkan memperkuat kesan optimisme serta keyakinan perusahaan dalam menghadapi tantangan transformasi digital.

Dialog penutup yang disampaikan menegaskan komitmen OneSmartServices untuk mengubah tantangan menjadi peluang serta memosisikan perusahaan sebagai mitra strategis dalam perjalanan digital dan transformasi bisnis klien. Secara keseluruhan, *scene* 4 dirancang untuk meninggalkan kesan profesional dan meyakinkan, sekaligus memperkuat citra OneSmartServices sebagai partner teknologi yang dapat diandalkan.



Gambar 3.29 *Storyboard* video *company profile* OneSmartServices *Core Services*  
Sumber: Creative deck

*Storyboard company profile* OneSmartServices versi *Core Services* diawali dengan visual gedung-gedung tinggi yang diambil dari sudut rendah. Pada *scene* ini ditampilkan teks “*Our Core Services*” sebagai pengantar utama pembahasan layanan inti perusahaan. *Scene* berikutnya menampilkan seorang profesional yang berdiri di dalam gedung perkantoran dengan latar kota modern dengan teks yang ditampilkan berbunyi “*Berbagai layanan unggulan yang kami siapkan untuk mendukung kemajuan bisnismu*” sebagai penegasan nilai layanan.

Selanjutnya, visual beralih ke tampilan udara kawasan perkotaan dengan infrastruktur yang berkembang, merepresentasikan cakupan dan skalabilitas layanan teknologi. Pada bagian ini ditampilkan teks “*Cloud Services*” disertai penjelasan singkat bahwa layanan cloud membantu bisnis mengelola infrastruktur IT secara efisien dan hemat biaya. Lalu, pada *scene* selanjutnya ditampilkan interaksi profesional antara karyawan yang menggambarkan proses konsultasi dan implementasi solusi. Teks yang ditampilkan berisi daftar produk inti, yaitu *IaaS*, *PaaS*, *SaaS*, *DaaS*, *STaaS*, dan *SECaas*, sebagai penegasan portofolio layanan utama OneSmartServices.



Gambar 3.29 *Storyboard* video *company profile* OneSmartServices *Core Services*  
Sumber: *Creative deck*

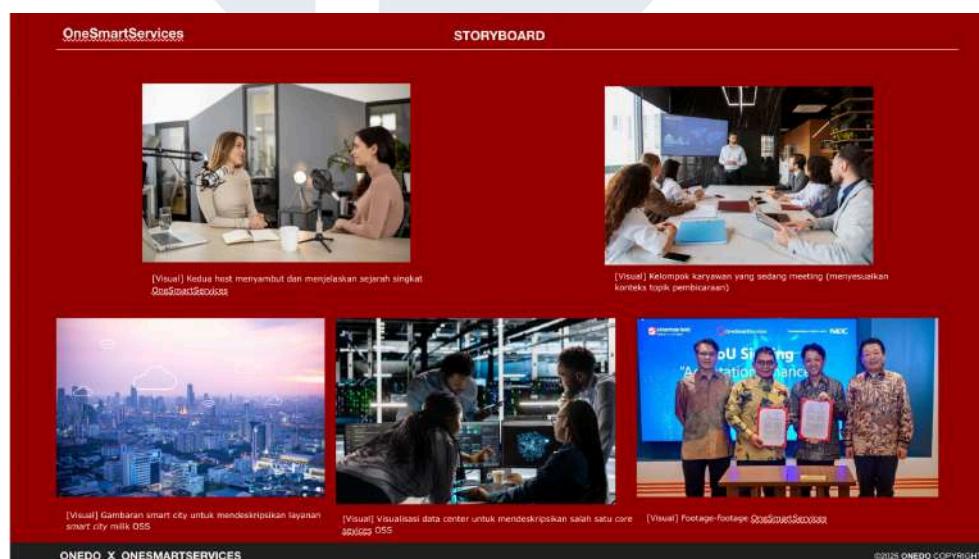
Pada *scene* 5, ditampilkan visual animasi keamanan data dan aktivitas profesional menggunakan laptop yang merepresentasikan layanan *Managed Services*. *Scene* ini menegaskan peran OneSmartServices dalam meningkatkan efisiensi serta keamanan operasional teknologi informasi perusahaan. Teks “*Managed Services. Membantu perusahaan meningkatkan efisiensi dan keamanan operasional IT*” berfungsi sebagai penegasan fokus layanan tersebut.

Pada *scene* 6, visual sekelompok karyawan yang berdiskusi mengenai proyek menggambarkan proses koordinasi dan pengelolaan layanan. Teks

*“Product: Service Desk, NOC, SOC, Uptime”* menjelaskan komponen utama layanan *Managed Services* yang mendukung monitoring, keamanan, dan ketersediaan sistem bisnis klien.

Pada *scene* 7, visual gedung-gedung tinggi dari sudut rendah merepresentasikan skala dan kapabilitas perusahaan dalam menyediakan *Advanced Technology Services*. Teks yang ditampilkan menegaskan peran layanan ini dalam meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kinerja perusahaan melalui solusi teknologi inovatif.

*Scene* terakhir menampilkan visual *close-up* karyawan yang bekerja menggunakan laptop menggambarkan implementasi layanan secara langsung. Teks *“Product: Smart Estate, Smart Building, Smart City Platform, Infrastructure, SAP”* menampilkan portofolio solusi teknologi terintegrasi yang menjadi penutup rangkaian layanan inti OneSmartServices.



Gambar 3.30 Storyboard video *company profile* OneSmartServices *Core Services*  
Sumber: *Creative deck*

*Storyboard* video *Sejarah Singkat* OneSmartServices dirancang dengan konsep podcast berdurasi singkat yang dibawakan oleh dua *talent* dengan gaya komunikasi santai dan interaktif. Fokus utama video terletak pada penyampaian narasi lisan mengenai sejarah dan awal mula

OneSmartServices, sementara visual yang ditampilkan berfungsi sebagai *supporting footage* untuk memperkuat konteks pembahasan.

Visual utama menampilkan dua *host* podcast yang menyapa audiens dan memperkenalkan topik pembahasan, yaitu sejarah berdirinya OneSmartServices. Penyampaian informasi dilakukan secara berdialog untuk menciptakan kesan komunikatif dan mudah dipahami. *Footage* pendukung seperti aktivitas rapat karyawan, suasana kerja profesional, gambaran *smart city*, visual *data center*, serta dokumentasi kegiatan perusahaan disisipkan secara fleksibel mengikuti alur percakapan, guna memperkuat pesan naratif yang disampaikan oleh *talent*.

Melalui narasi podcast, dijelaskan bahwa OneSmartServices pada awalnya merupakan divisi IT internal dari Sinarmas Land yang kemudian berkembang menjadi perusahaan independen, PT Samakta Mitra. Transformasi ini dilakukan sebagai langkah strategis untuk memperluas jangkauan layanan dan mengembangkan solusi teknologi informasi secara lebih komprehensif. Proses *rebranding* yang melahirkan identitas OneSmartServices ditampilkan sebagai simbol perubahan dari unit internal menjadi penyedia solusi IT yang profesional dan dipercaya oleh berbagai perusahaan.

Secara keseluruhan, penggunaan konsep podcast yang dipadukan dengan visual pendukung bertujuan untuk menyampaikan informasi sejarah perusahaan secara ringan namun informatif. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan keterlibatan audiens serta memperkuat citra OneSmartServices sebagai perusahaan teknologi yang adaptif, komunikatif, dan inovatif.

## 5. Color Schemes



Gambar 3.31 *Color schemes* untuk video *company profile* OneSmartServices  
Sumber: *Creative deck*

Dalam perancangan video *company profile* OneSmartServices, penentuan *color schemes* menjadi salah satu elemen penting dalam tahap desain karena berfungsi menjaga konsistensi visual, memperkuat identitas perusahaan, serta memastikan keseluruhan estetika video sesuai dengan karakter *brand*. Empat warna utama yang digunakan merupakan kombinasi dari palet merah, abu-abu, dan putih. Seluruhnya merepresentasikan kehandalan layanan IT, stabilitas teknologi, serta nilai profesionalisme yang ingin ditonjolkan perusahaan.

Pemilihan *color schemes* dalam perancangan video *company profile* OneSmartServices berangkat dari kebutuhan untuk menjaga konsistensi dengan identitas visual perusahaan serta memastikan keseluruhan tampilan video merepresentasikan citra profesional, modern, dan terpercaya. Seluruh warna yang digunakan diturunkan dari palet logo OneSmartServices, sehingga kontinuitas branding tetap terjaga di seluruh elemen visual, mulai dari *lower thirds*, *transitions*, *overlay graphics*, hingga *frame treatment*. Penerapan palet warna ini juga bertujuan untuk menciptakan atmosfer visual yang clean, kuat, dan tegas agar selaras dengan karakter perusahaan yang bergerak dalam industri IT dan *digital solution*.

- *Deep Red* (Hex: #980100)

Warna merah gelap ini berperan sebagai warna primer dalam keseluruhan perancangan visual video *company profile*. Warna ini mencerminkan karakteristik utama OneSmartServices, yaitu kekuatan, ketegasan, keberanian mengambil keputusan, serta kepemimpinan dalam industri teknologi. Secara psikologis, warna merah gelap sering diasosiasikan dengan stabilitas dan otoritas, sehingga sangat relevan untuk menggambarkan perusahaan IT yang berfokus pada solusi *cloud, managed services*, dan layanan teknologi tingkat lanjut. Warna ini akan dominan digunakan pada elemen seperti *background* utama, *frame pembuka*, *highlight scene* penting, serta beberapa elemen transisi untuk memastikan tone video terasa profesional dan berwibawa. Penempatan warna *deep red* juga bertujuan memberi kesan premium dan solid, yang memperkuat positioning perusahaan sebagai partner teknologi yang kredibel.

- *Bright Corporate Red* (Hex : #cc0102)

*Bright corporate red* berfungsi sebagai warna aksen yang memberikan energi visual dalam video. Berbeda dengan *deep red* yang lebih serius, warna merah terang ini memberikan dinamika dan membangun kesan progresif serta inovatif. *Bright red* digunakan untuk menarik perhatian audiens pada elemen-elemen penting seperti *callout titles, lower thirds, bullet highlights*, animasi transisi, dan *emphasis* pada *key messages*. Dengan tingkat saturasi yang lebih tinggi, warna ini membantu mempertegas ritme naratif sehingga video terasa lebih hidup dan *engaging*. Penggunaan warna ini juga konsisten dengan strategi visual kontemporer untuk konten korporat digital dimana aksen warna cerah dipakai untuk memandu fokus audiens tanpa mengganggu keseluruhan kesan profesional.

- *Neutral Dark Grey* (Hex: #595959)

Warna abu-abu gelap dipilih sebagai elemen penyeimbang untuk menjaga tampilan visual video tetap modern, bersih, dan tidak berlebihan. Dalam

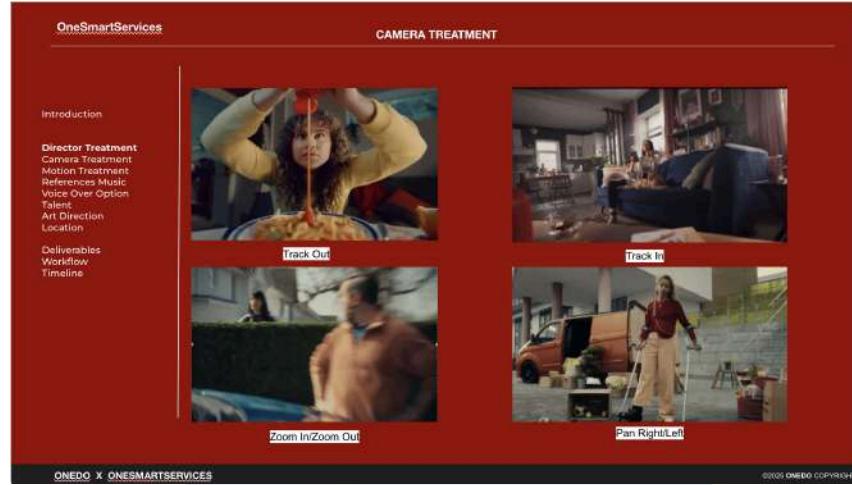
desain video *company profile*, warna netral seperti *dark grey* memberikan ruang visual yang menenangkan di tengah dominasi warna merah, serta membantu menciptakan kontras yang nyaman dipandang. *Dark grey* digunakan pada teks, *outline graphics*, *shadow elements*, dan sebagian *frame* wawancara untuk menghasilkan keterbacaan yang optimal tanpa mengurangi estetika keseluruhan. Warna ini juga mendukung citra perusahaan yang berorientasi pada teknologi, karena abu-abu gelap kerap digunakan dalam industri digital sebagai representasi presisi, logika, dan objektivitas.

- *Soft light Grey (Hex: #eddede)*

*Soft light grey* digunakan sebagai warna latar dan elemen pendukung yang membantu menjaga kebersihan visual serta memberikan ruang napas dalam komposisi tampilan. Warna ini memberikan kesan minimalis, modern, dan profesional sesuai dengan karakteristik yang relevan dengan identitas OneSmartServices sebagai perusahaan berbasis teknologi. *Soft light grey* muncul pada background tipis, *container* elemen grafis, ruang kosong (*negative space*), serta area transisi. Warna ini membantu menetralkan intensitas warna merah sehingga keseluruhan tampilan video tetap elegan dan tidak *overwhelming*. Penggunaan warna yang lebih terang ini juga memastikan bahwa keseluruhan konten tetap mudah dicerna dan nyaman secara visual, terutama ketika ditampilkan pada platform digital yang cenderung memiliki tingkat luminasi tinggi seperti YouTube, LinkedIn, dan website.

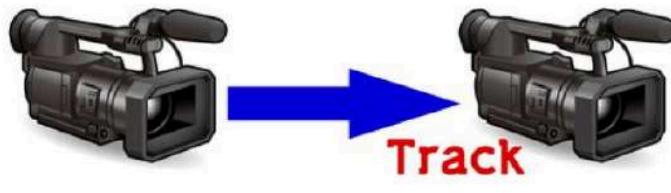
Secara keseluruhan, kombinasi palet ini menciptakan tampilan visual yang solid, elegan, dan konsisten dengan karakter perusahaan sebagai penyedia layanan IT profesional. Pemilihan warna juga disesuaikan dengan tone futuristik dan modern yang ingin dikedepankan dalam video *company profile*.

## 6. Camera Treatment



Gambar 3.32 *Camera treatment* untuk video *company profile* OneSmartServices  
Sumber: *Creative deck*

*Camera treatment* merupakan pedoman visual yang mengatur bagaimana setiap adegan direkam untuk menciptakan kesan visual yang sinematis, modern, dan konsisten dengan tone komunikasi OneSmartServices. Pengaturan ini mencakup pilihan pergerakan kamera, jenis *framing*, ritme perpindahan, serta bagaimana kamera memberikan penekanan emosional terhadap narasi dan talent. *Camera treatment* pada proyek ini dirancang untuk menyampaikan kombinasi antara profesionalisme, dinamika kerja tim, serta keahlian teknis perusahaan.



**Moving the camera physically from left to right, or vice versa, whilst remaining perpendicular.**

Gambar 3.33 Ilustrasi *Track In/Out* dalam *Camera Treatment*  
Sumber: Internet

- *Track In/Out*

Dalam videografi, *track* merupakan teknik pergerakan kamera secara fisik mengikuti arah tertentu, sehingga kamera dan operatornya sama-sama bergerak berpindah posisi. Berbeda dengan *pan* yang hanya memutar kepala kamera, *track* benar-benar mengubah jarak kamera terhadap subjek. *Track out* berarti kamera secara perlahan bergerak menjauh dari subjek, memberikan ruang visual yang lebih luas untuk memperlihatkan keseluruhan lingkungan yang penuh masalah.

Sebaliknya, *track in* berarti menggerakan kamera lebih dekat ke arah objek, seperti dari *medium shot* ke *close-up shot* menciptakan fokus ke objek tertentu. Secara teknis, *track in* dan *track out* dilakukan menggunakan *dolly* atau *slider* untuk menghasilkan pergerakan yang halus dan stabil. Dalam konteks produksi video *company profile* OneSmartServices, teknik ini dapat dimanfaatkan untuk memperkuat *storytelling*, misalnya *track in* digunakan untuk mendekati para *VP* ketika mereka mulai menjelaskan layanan masing-masing agar penonton merasakan fokus dan kedekatan, sedangkan *track out* dapat digunakan pada adegan awal untuk menunjukkan suasana kantor klien yang penuh masalah dari jarak dekat lalu melebar untuk menampilkan skala permasalahan secara lebih jelas.

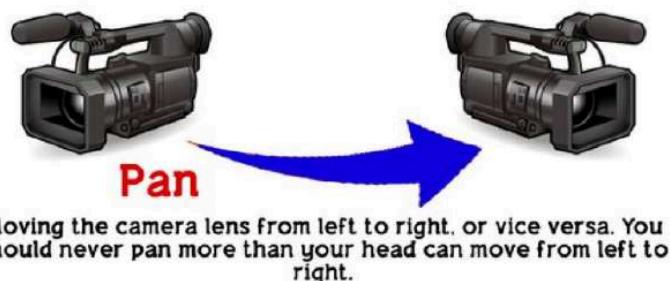


Gambar 3.34 Ilustrasi *Zoom In/Out* dalam *Camera Treatment*  
Sumber: Internet

- *Zoom In/Out*

Berbeda dengan *track in* dan *track out*, *zoom* adalah teknik perubahan jarak fokus hanya dengan menggerakkan elemen lensa, bukan memindahkan posisi kamera bukan juga memindahkan posisi operator. Ketika lensa digerakkan ke arah kanan (atau diputar melakukan *zoom in*), tampilan subjek akan semakin dekat tanpa kamera bergerak secara fisik. *Zoom in* digunakan untuk memberikan penegasan terhadap detail tertentu tanpa memindahkan posisi kamera. Teknik ini diterapkan secara selektif untuk memperkuat perhatian audiens terhadap perangkat, tampilan layar, atau elemen visual lain yang relevan.

Sebaliknya, lensa yang digeser ke kiri (*zoom out*) membuat subjek tampak menjauh dan memperlihatkan lebih banyak lingkungan di sekitarnya. Teknik ini bermanfaat ketika alur visual ingin memperlihatkan kembali keseluruhan aktivitas tim atau lingkungan kerja setelah menyoroti detail. *Zoom out* juga digunakan di beberapa scene *B-roll* yang menunjukkan kolaborasi tim ahli OneSmartServices.



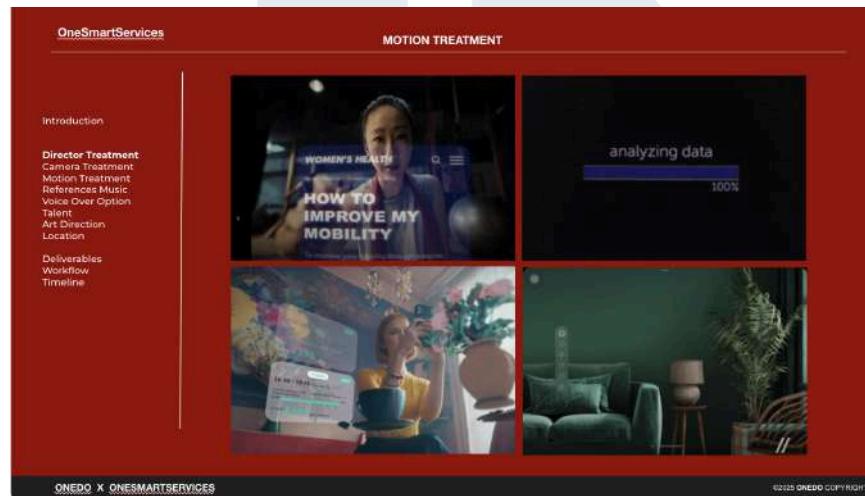
Gambar 3.35 Ilustrasi *Pan Left/right* dalam *Camera Treatment*  
Sumber: Internet

- *Pan left/right*

Gerakan *pan* ke kanan maupun kiri tanpa memindahkan posisi tripod atau operator. Kamera tetap berada di tempat, tetapi kepalanya diputar mengikuti arah pandangan. Teknik ini digunakan untuk memberikan dinamika gerak horizontal pada adegan yang menampilkan aktivitas tim, proses kerja, atau perpindahan antar subjek dalam satu ruang. Teknik ini memberi kesan natural

dan hidup, seolah penonton mengikuti alur kejadian di kantor. Dalam konteks perancangan video *company profile* OneSmartServices, teknik *pan* dapat digunakan untuk mengungkap suasana ruang kerja atau memperkenalkan beberapa talent dalam satu ruangan secara berurutan, misalnya saat tim OneSmartServices terlihat sedang bekerja menangani berbagai masalah IT.

## 7. Motion Treatment



Gambar 3.36 Motion treatment untuk video *company profile* OneSmartServices  
Sumber: Creative deck

*Motion treatment* membahas seluruh pendekatan visual berbasis gerak (*motion-based elements*) yang akan digunakan dalam video *company profile*. Fokus utamanya adalah bagaimana elemen grafis, teks, ikon, dan *overlay* divisualisasikan secara dinamis agar dapat mendukung narasi teknis OneSmartServices, terutama karena proyek ini menampilkan banyak layanan IT yang membutuhkan representasi visual yang jelas, modern, dan profesional. Pendekatan *motion* yang dipilih memastikan bahwa setiap informasi teknis, seperti *cloud operations*, *monitoring*, *security layers*, maupun *service flows* dapat dipahami audiens secara intuitif tanpa harus menampilkan data kompleks secara mentah.

- *UI Overlay & HUD-style motion*

Elemen *motion* utama yang dirancang adalah *UI overlay* atau *heads-up-display (HUD)* yang muncul di sekitar narator maupun pada cuplikan *B-roll*. Bentuknya berupa panel semi-transparan, kartu data, *bullet-point* animasi, atau diagram sederhana. *Motion* ini dipilih karena cocok untuk menggambarkan layanan IT seperti *cloud*, *managed services*, dan *security*. *UI overlay* dirancang muncul dengan animasi *fade-in*, *slide-up*, atau *typewriter*, memberikan kesan teknologi yang canggih dan responsif.

- *Data Animation / Data Visualization Motion*

Untuk elemen *data animation*, pendekatannya bersifat futuristik namun tetap minimalis, menggambarkan kapabilitas OneSmartServices dalam hal teknologi, automasi, dan proses berbasis data. Animasi seperti *progress bar*, indikator *loading*, garis koneksi, atau visualisasi grafik sederhana akan dihadirkan dengan gaya *linear motion* dan *ease-in/ease-out* agar tampil natural. Elemen-elemen ini tidak dimaksudkan untuk memberikan informasi kompleks, melainkan sebagai aksen visual yang memperkuat narasi bahwa layanan OneSmartServices berorientasi pada presisi dan performa. Semua animasi data juga akan disesuaikan dengan palet warna brand agar tetap menyatu dengan keseluruhan video.

- *Text Reveal Animation*

Pada elemen *text reveal*, gaya animasi yang akan digunakan cenderung halus dan modern, misalnya *fade-in* bertahap atau *slide-up reveal* yang muncul seiring dengan transisi visual di dalam *frame*. Pemilihan gaya ini disesuaikan dengan karakter brand OneSmartServices yang profesional, clean, dan tidak berlebihan. Setiap teks yang muncul akan mengikuti ritme yang konsisten, memastikan bahwa informasi yang ditampilkan mudah dibaca dan tidak mengganggu pergerakan visual utama. Durasi *reveal* sengaja dibuat pendek untuk menjaga tempo video tetap dinamis, namun tetap cukup lambat untuk menjaga keterbacaan.

- *Transition Motion*

Transisi antar-*scene* akan menggunakan perpaduan *motion cut*, *cross-dissolve*, dan *camera-matching transition* yang halus untuk menjaga alur video tetap mengalir. Gerakan transisi seperti *slide directional* atau *zoom transition* hanya digunakan jika relevan dengan ritme scene, menghindari kesan berlebihan yang dapat mengganggu fokus narasi. *Motion* yang digunakan harus menegaskan profesionalisme dan koherensi visual, bukan sekadar memperindah tampilan.

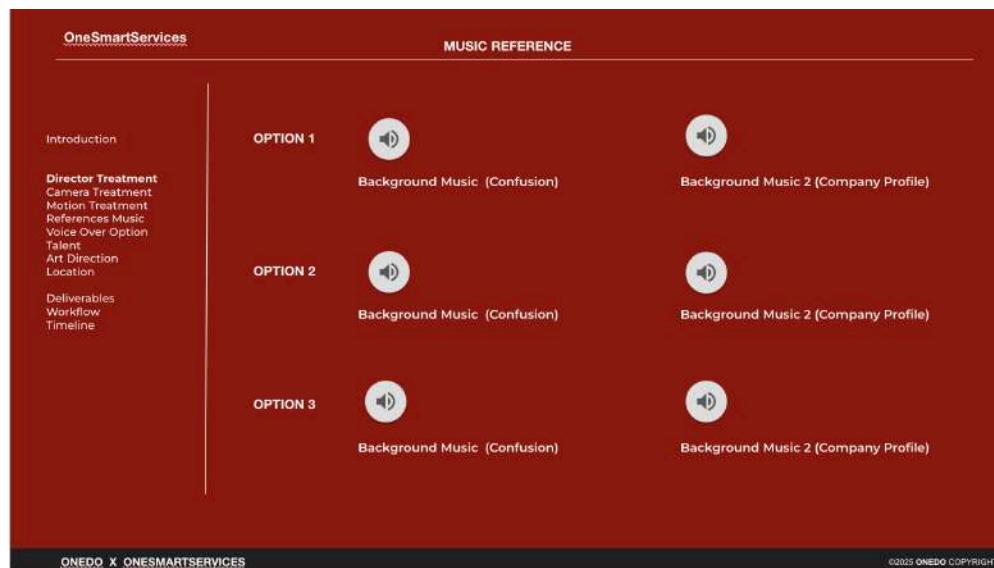
- *Logo Animation / Bumper Motion*

*Bumper motion* pada video *company profile* OneSmartServices dirancang sebagai transisi penutup yang singkat, bersih, dan modern untuk memperkuat identitas visual perusahaan. *Motion* yang digunakan meliputi animasi kemunculan logo berbasis *scale-up* yang halus, dipadukan dengan *fade-in glow* tipis pada *outline* logo agar memberikan kesan profesional tanpa distraksi. Elemen grafis pendukung, seperti garis horizontal atau kilau kecil ditambahkan dengan durasi sangat singkat (0,3-0,5 detik) untuk memberi aksen dinamis namun tetap selaras dengan gaya visual keseluruhan video. Warna logo mengikuti *brand color* #980100 dan #cc0102 sehingga bumper menutup video secara kuat, konsisten, dan mudah diingat oleh audiens B2B.

- *Lower Third Motion*

Untuk elemen *on-screen tags* atau *lower third*, animasinya dibuat ringan dengan gaya *wipe horizontal* atau *smooth slide* dari bawah layar. *Motion* ini akan digunakan untuk memperkenalkan nama dan jabatan *VP* tanpa mendominasi layar. Bentuk animasinya dijaga tetap sederhana, mengikuti prinsip desain minimal OneSmartServices. Dengan demikian, semua motion yang direncanakan dalam tahap ini dipastikan mendukung narasi, memperkuat brand identity, dan tetap mempertahankan kesan modern serta profesional sesuai dengan karakter perusahaan.

## 8. Music References



Gambar 3.37 *Music references* untuk video *company profile* OneSmartServices  
Sumber: *Creative deck*

Dalam tahap *music references*, penulis bersama tim kreatif Onedo menentukan tiga opsi referensi musik yang akan digunakan sebagai acuan dalam penyusunan atmosfer video *company profile* OneSmartServices. Pemilihan musik dikelompokkan berdasarkan kebutuhan *mood* tiap segmen video, terutama untuk dua bagian utama : (1) pembukaan video yang menampilkan suasana frustasi para karyawan akibat kendala sistem IT, dan (2) rangkaian adegan yang menampilkan para *Vice President (VP)* OneSmartServices saat menjelaskan masing-masing bidang keahliannya.

## 9. Voice Over Option



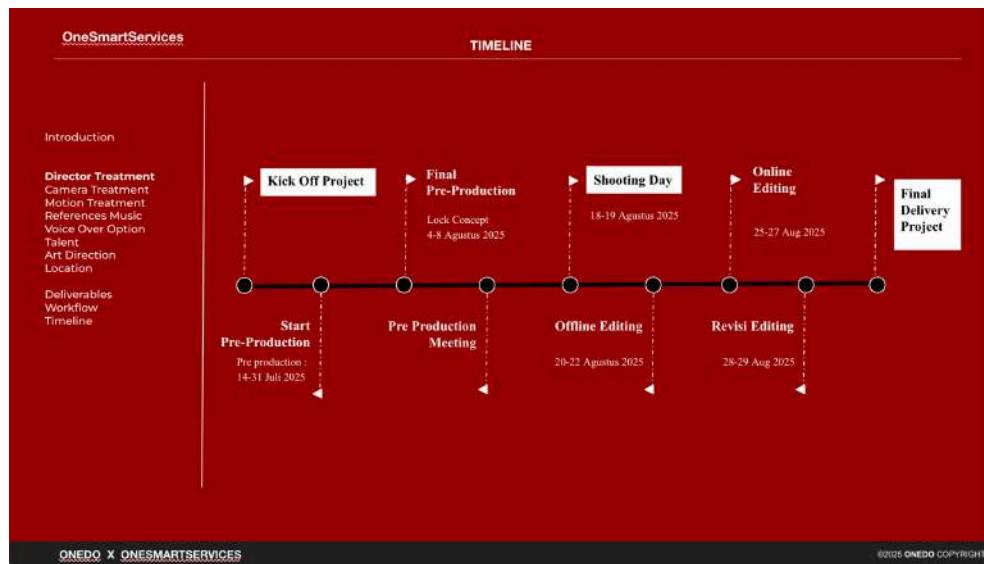
Gambar 3.38 *Voice over option* untuk video *company profile* OneSmartServices

Sumber: *Creative deck*

Pada tahap pemilihan *voice over*, penulis bersama tim kreatif Onedo menetapkan dua kategori utama yang akan digunakan sebagai acuan produksi, yaitu *Option 1* dan *Option 2*. Masing-masing kategori menyediakan variasi *tone of voice* yang disesuaikan dengan kebutuhan naratif pada video *company profile* OneSmartServices karena video ini menggabungkan elemen emosional (situasi frustasi karyawan), penjelasan teknis (narasi dari para *VP*), serta penutup yang menguatkan positioning perusahaan, pemilihan karakter suara menjadi aspek penting dalam menjaga konsistensi atmosfer visual dan pesan komunikasi.

#### 10. Timeline

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.39 *Timeline* produksi video *company profile* OneSmartServices  
Sumber: *Creative deck*

*Timeline* produksi video *company profile* ini disusun untuk memastikan seluruh proses, mulai dari pra-produksi hingga *final delivery* berjalan terstruktur dan sesuai target. Secara keseluruhan, produksi berlangsung dari 14 Juli hingga 30 Agustus 2025, melalui beberapa tahapan utama, seperti tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.

Tahap pra-produksi dimulai dengan *Kick Off Project*, yaitu pertemuan awal antara penulis, tim OneSmartServices, dan tim kreatif Onedo untuk menyamakan tujuan, kebutuhan, serta ekspektasi dari video *company profile* yang akan dibuat. Setelah *Kick Off*, proses berlanjut ke fase *Start Pre-Production* yang berlangsung pada 14-31 Juli 2025, di mana seluruh persiapan awal dilakukan, seperti pengumpulan data perusahaan, penyusunan konsep naratif, identifikasi talenta internal, dan penentuan kebutuhan teknis. Tahap ini kemudian mengerucut pada sesi *Final Pre-Production* yang berlangsung pada 4-8 Agustus 2025, bertujuan mengunci konsep (*lock concept*) termasuk *storyline*, *script*, *treatment* visual, lokasi, *wardrobe*, serta detail teknis lain. Proses pra-produksi ditutup dengan *Pre-Production*

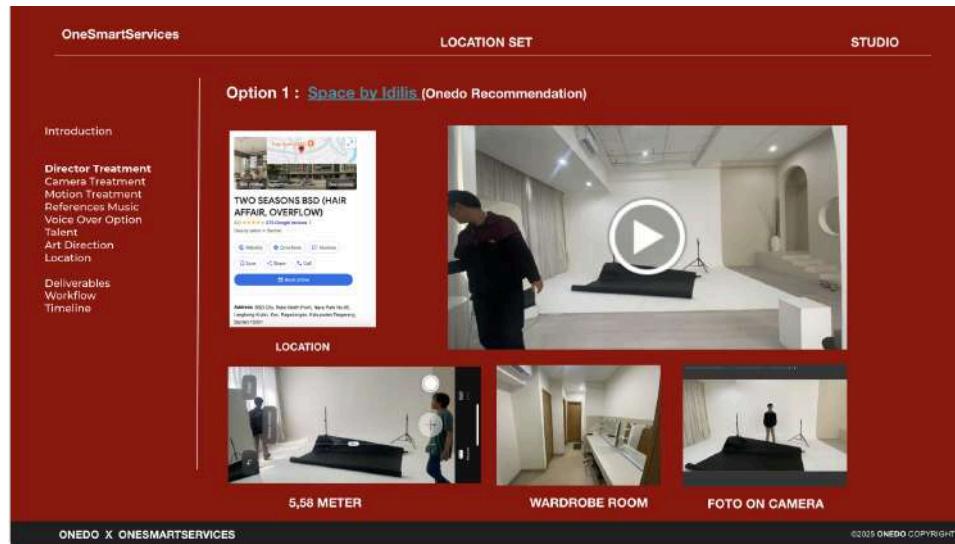
*Meeting*, yaitu rapat final yang memastikan seluruh elemen kreatif dan logistik siap dieksekusi sebelum memasuki proses *shooting*.

Tahap produksi dilakukan pada 18-19 Agustus 2025, yang menjadi momentum utama pengambilan gambar seluruh adegan sesuai *storyboard* dan *director's treatment*. Pada proses produksi ini, seluruh *talent* internal OneSmartServices, mulai dari *CEO* hingga para *Vice President* melakukan sesi *on-cam* sesuai departemen masing-masing, sementara berbagai adegan ilustratif direkam untuk menunjukkan suasana kerja, proses kolaborasi tim, dan representasi layanan perusahaan.

Setelah proses produksi selesai, tahap *post-production* dimulai dengan *offline editing* pada 20-22 Agustus 2025, yaitu proses menyusun *raw footage* menjadi struktur cerita sesuai *script* dan *storyboard*. Setelah itu masuk ke tahap *online editing* pada 25-27 Agustus 2025, yang mencakup *color grading*, penambahan *motion graphic*, *audio mixing*, hingga penyempurnaan visual akhir. Pada 28-29 Agustus 2025, dilaksanakan fase *revision editing*, yaitu penyesuaian berdasarkan *feedback* dari OneSmartServices untuk memastikan video memenuhi standar kualitas dan pesan komunikasi yang diharapkan. Seluruh proses kemudian ditutup dengan *Final Delivery Project*, yaitu penyerahan output video final kepada pihak OneSmartServices sebagai *deliverable* resmi dari proyek ini.

#### 11. Location Set

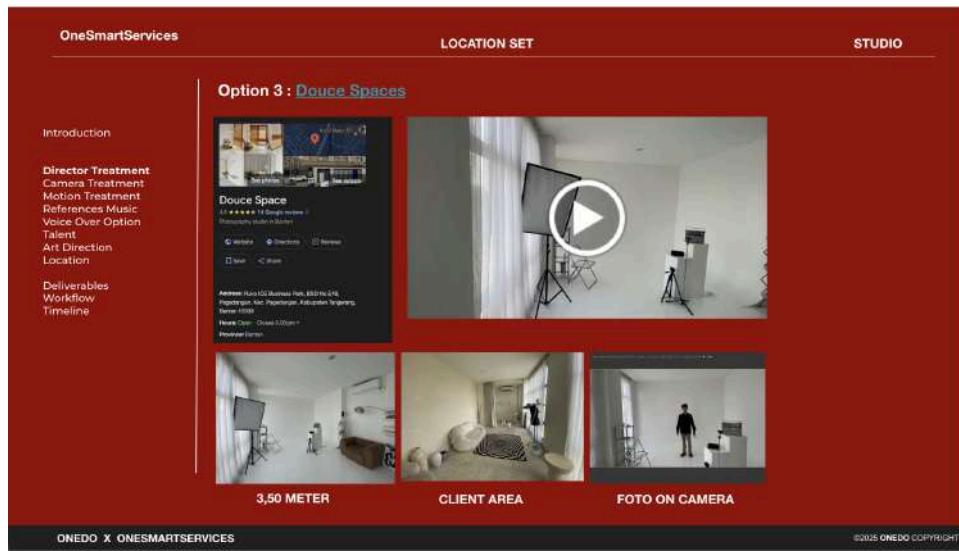
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.40 Opsi 1 *location set* untuk produksi video *company profile*  
*OneSmartServices*

Sumber: *Creative deck*

Dalam proses perancangan video *company profile* OneSmartServices, penentuan lokasi pengambilan gambar menjadi salah satu tahap krusial dalam menunjang kualitas visual dan memastikan kesesuaian lingkungan dengan karakter *brand* perusahaan. Set pengambilan gambar harus mampu menghadirkan tampilan profesional, modern, bersih, serta fleksibel untuk berbagai kebutuhan *shot*, baik untuk interview dengan jajaran *Vice President* maupun untuk adegan visual pendukung (*B-roll*). Oleh karena itu, tim kreatif Onedo menyediakan beberapa alternatif studio yang dapat digunakan sebagai lokasi produksi, dengan mempertimbangkan faktor ukuran ruangan, kualitas pencahayaan alami maupun buatan, fasilitas pendukung, serta kemudahan akses bagi *talent* internal perusahaan. Lokasi-lokasi ini dirancang untuk mengakomodasi kebutuhan pengambilan gambar formal, shot individu setiap *Vice President*, dan *scene* kolaboratif ketika seluruh *VP* berjalan bersama dalam satu *frame*.

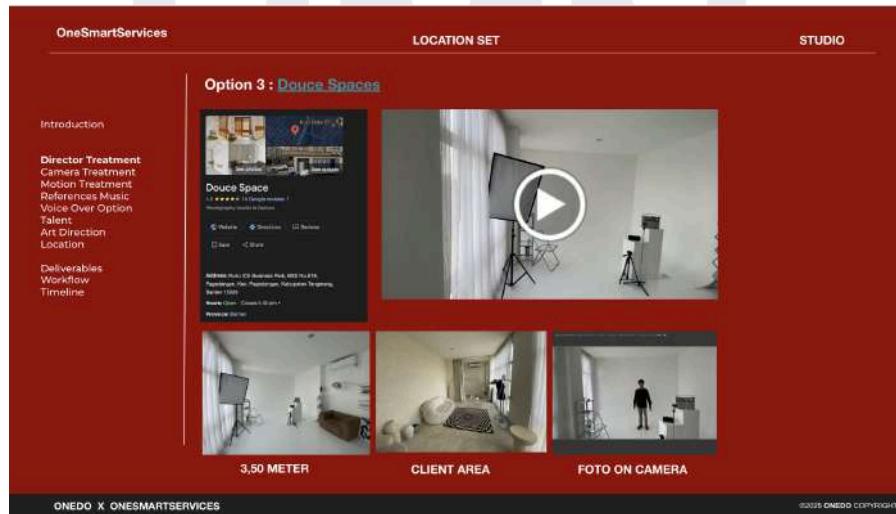


Gambar 3.41 Opsi 2 *location set* untuk produksi video *company profile*

*OneSmartServices*

Sumber: *Creative deck*

Untuk mendukung proses produksi video *company profile*, penulis bersama tim kreatif Onedo menyediakan tiga opsi lokasi studio yang dapat digunakan sebagai tempat pengambilan gambar untuk seluruh segmen wawancara para *Vice President*, baik saat mereka tampil secara individual maupun saat berjalan bersama dalam formasi kelompok.



Gambar 3.42 Opsi 3 *location set* untuk produksi video *company profile*

*OneSmartServices*

Sumber: *Creative deck*

Ketiga opsi tersebut meliputi Space by Idilis, Zenji Space Studio, dan Douce Spaces, yang masing-masing menawarkan karakter ruang berbeda dari segi luas area, kualitas pencahayaan, hingga fleksibilitas penataan set. Seluruh pilihan ini dipertimbangkan berdasarkan kebutuhan visual proyek, seperti *tone* yang bersih dan profesional, ruang yang cukup luas untuk pergerakan kamera, serta ketersediaan fasilitas pendukung seperti *wardrobe room*, area tunggu *talent*, dan akses instalasi pencahayaan yang memadai, sehingga pemilihan lokasi dapat disesuaikan dengan konsep visual dan kebutuhan teknis produksi.

Dalam konteks perancangan video *company profile* OneSmartServices, tahap *Material Collecting* sebagian besar dilakukan bersamaan dengan proses produksi, karena materi utama yang dibutuhkan berupa *footage* video hanya dapat diperoleh saat pelaksanaan *shooting day*. Oleh karena itu, meskipun pada kerangka asli *MDLC* tahap ini berada pada urutan ketiga setelah *Design*, secara praktis pengumpulan material dalam proyek berbasis video masuk ke dalam ranah produksi. Dengan pertimbangan tersebut, pembahasan rinci mengenai *Material Collecting* ditempatkan pada Bab 4 sebagai bagian dari proses produksi, sementara Bab 3 hanya menguraikan konsep dan perencanaannya.

## 12. Video Production Team

Dalam proses perancangan dan pembuatan video *company profile* OneSmartServices, keberadaan tim produksi yang terstruktur menjadi elemen krusial untuk memastikan setiap tahap berjalan efektif dan sesuai standar. Produksi video merupakan kegiatan kolaboratif yang melibatkan berbagai peran dengan tanggung jawab yang berbeda mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Setiap posisi dalam tim memiliki kontribusi strategis yang saling melengkapi, mulai dari perancangan konsep, pengelolaan manajerial, pengaturan teknis, hingga penyelesaian visual dan audio pada tahap akhir. Oleh karena itu, penjelasan mengenai struktur tim

produksi dan tugas masing-masing posisi perlu diuraikan secara sistematis agar sesuai dengan kebutuhan metodologis dan gambaran proses kreatif dalam proyek ini.

Pra-Produksi		
Nama	Posisi	Jobdesc
Yosephina Indah	<i>Supervision &amp; Producer</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengatur dan berkoordinasi bersama tim dan klien (OneSmartServices) dalam pembuatan video <i>company profile</i> sesuai dengan <i>request</i> klien secara general</li> <li>- Mengatur <i>meeting</i> per <i>meeting</i> untuk membahas konsep video <i>company profile</i></li> </ul>
Moch Fikri Solihin	<i>Director</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mencari referensi untuk konsep video <i>company profile</i></li> <li>- Memimpin <i>rehearsal</i> talent dan memberi arahan terkait <i>blocking</i>, <i>gesture</i>, dan <i>delivery</i></li> </ul>
Lutfiana Zarifa	<i>Production Assistant</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyusun <i>creative deck</i> sebagai acuan konsep dalam pembuatan video <i>company profile</i></li> <li>- Membuat <i>storyline</i> untuk video <i>company profile</i></li> <li>- Mengatur seluruh kebutuhan administratif: menyusun <i>call sheet</i>, <i>rundown</i></li> </ul>

		harian, dan kebutuhan <i>talent</i>
Edwin Febrialdy	<i>Director of Photography</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menentukan kebutuhan kamera, lensa, <i>lighting</i>, dan <i>gears</i></li> <li>- Mengatur <i>technical approach</i> seperti <i>framing</i>, <i>movement style</i>, dan <i>exposure plan</i></li> <li>- Mengatur perencanaan <i>camera treatment</i> dalam pembuatan video <i>company profile</i></li> </ul>
Lukas Chriswahyudi	<i>Line Producer</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengelola anggaran, memastikan efisiensi biaya, serta melakukan negosiasi vendor</li> </ul>
Ian Syadewa	<i>Artistic &amp; lighting</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menentukan kebutuhan desain visual set seperti penataan ruang, properti, warna, dan <i>mood lighting</i></li> </ul>
<b>Produksi</b>		
Nama	Posisi	<i>Jobdesc</i>
Yosephina Indah	<i>Supervision &amp; Producer</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memastikan seluruh proses produksi berjalan sesuai rencana</li> <li>- Menjadi pengambil keputusan tertinggi saat terjadi kendala di lapangan</li> </ul>
Moch Fikri Solihin	<i>Director</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengarahkan <i>talent</i>, mengatur <i>blocking</i>, dan memastikan performa sesuai visi</li> </ul>

		<p>cerita</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Berkoordinasi dengan <i>DoP</i> soal komposisi <i>frame</i>, <i>movement</i>, dan pencahayaan</li> </ul>
<b>Lutfiana Zarifa</b>	<i>Production Assistant</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengatur seluruh koordinasi lapangan pada hari <i>shooting</i>: memastikan semua orang hadir tepat waktu sesuai <i>call sheet</i></li> <li>- Menyiapkan dan mengatur ulang set sebelum <i>shooting</i> dimulai (<i>set arrangement &amp; set reset</i>)</li> <li>- Membantu <i>DoP</i> dan <i>lighting crew</i> dalam menyiapkan alat, memindahkan properti, mengatur <i>blocking talent</i>, dan memastikan setiap <i>scene</i> siap direkam</li> <li>- Memastikan kebutuhan konsumsi, air minum, dan istirahat kru tetap terkontrol agar produktivitas tetap stabil</li> <li>- Mengelola <i>continuity log</i>, mencatat <i>frame</i> yang sudah diambil, <i>retake</i>, dan kebutuhan tambahan</li> </ul>
Edwin Febrialdy	<i>Director of Photography</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengoperasikan kamera utama dan mengawasi kualitas teknis gambar</li> <li>- Membuat keputusan cepat terkait eksposur, <i>movement</i>, dan <i>framing</i> di</li> </ul>

		lapangan
Lukas Chriswahyudi	<i>Line Producer</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengawasi pengeluaran harian, memastikan tidak ada pembengkakan biaya</li> <li>- Mengurus kebutuhan operasional mendadak seperti pembelian alat kecil, konsumsi tambahan, transport tambahan, atau <i>shifting</i> lokasi</li> </ul>
Ian Syadewa	<i>Artistic &amp; lighting</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengatur <i>layout set</i>, menata properti, <i>wardrobe talent</i>, dan memastikan estetika visual selaras dengan <i>brand</i></li> <li>- Mengoperasikan dan menyesuaikan <i>lighting</i> per scene</li> </ul>
<b>Pasca-Produksi</b>		
Nama	Posisi	Jobdesc
Yosephina Indah	<i>Supervision</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memantau proses <i>editing</i>, <i>mixing</i>, <i>color grading</i>, dan <i>finishing</i></li> <li>- Melakukan komunikasi akhir dengan klien terkait revisi dan finalisasi <i>file master</i></li> </ul>
Moch Fikri Solihin	<i>Director</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memberikan arahan <i>editing</i>, menentukan ritme, pemilihan <i>shot</i>, <i>voice over</i>, dan musik</li> </ul>
Dandi	<i>Video Editor</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan <i>rough cut</i>, <i>fine cut</i>, dan <i>final cut</i> pada keseluruhan video</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengatur ritme <i>storytelling</i>, transisi, sinkronisasi audio-visual, dan <i>pacing</i></li> </ul>
Andre Christianto	<i>Motion Graphic Artist</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain elemen <i>motion graphic</i> seperti <i>lower thirds</i>, <i>animated keywords</i>, hingga <i>bumper logo</i></li> <li>- Membuat <i>overlay digital</i>, <i>glitch effect</i>, dan <i>motion text</i> sesuai <i>brand guideline</i> OneSmartServices</li> <li>- Menyesuaikan <i>motion</i> dengan ritme <i>editing</i> dan kebutuhan <i>scene</i></li> </ul>
Hazel Delfino	<i>Colorist &amp; Sound Designer</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan <i>color correction</i> dan <i>color grading</i> untuk konsistensi <i>tone</i> video</li> <li>- Mendesain <i>sound ambience</i>, melakukan <i>mixing &amp; mastering audio</i></li> <li>- Menyempurnakan hasil akhir (<i>finishing</i>) sebelum <i>final delivery</i></li> </ul>

Tabel 3.1 Tabel Tim Produksi Video *Company Profile* OneSmartServices

### 3.2. Rencana Anggaran

Rencana anggaran dalam perancangan video *company profile* OneSmartServices disusun dengan mempertimbangkan kebutuhan teknis produksi, efisiensi biaya, serta standar kualitas visual yang ingin dicapai. Berdasarkan daftar kebutuhan peralatan yang digunakan pada tahap produksi, penulis mengalokasikan anggaran untuk penyewaan perangkat kamera,

pencahayaan, audio, serta perlengkapan pendukung lainnya selama dua hari proses syuting.

LIST SEWA ALAT PROJECT VIDEO COMPRO SAMAKTA DAY 1 - 19 Agustus 2025				
No.	Item	Price	Qty.	Jumlah
1	Sony FX3 Full-Frame Cinema Camera (Body Only)	650.000	1	650.000
2	Sony FE 12-24mm F2.8 GM Lens	350.000	1	350.000
3	DJI Ronin RS 3 Pro Gimbal Stabilizer (Combo)	750.000	1	750.000
4	Tilta CT12 75mm Cine Fluid Head with 2-Stage One Touch Carbon Fiber Tripod Legs (12KG)	100.000	1	100.000
5	Motorized Slider (iFootage Shark Slider Mini Kit)	350.000	1	350.000
7	Wireless Video Sender Hollyland Pyro H 4K (HDMI Only)	300.000	1	300.000
8	Smoke Genie (Portable Smoke Gun)	350.000	1	350.000
9	Monitor Feelworld Master 7" Ultra Bright	150.000	1	150.000
10	C-Stand (Century Stand) 40" + Arm	20.000	1	20.000
11	Aputure Amaran 300C RGB (Grey)	200.000	1	200.000
12	V-Mount Battery	75.000	1	75.000
13	Godox FL150R Flexible LED Light 30x120cm with Softbox Kit	200.000	1	200.000
14	Sandbag	5000	3	15.000
15	Kursi Futura (Warna!Biru, Tanpa Sarung)	10.000	8	80.000
16	Hand Blower	50.000	1	50.000
17	Boom Mic Set (RODE NTG4+)	150.000	1	150.000
18	Audio Recorder Zoom H4N	75.000	1	75.000
LOGISTIK TIM				100.000
KONSUMSI (TIM + TALENT)				300.000
<b>Jumlah</b>				<b>4.265.000</b>

Tabel 3.2 Tabel Rencana Anggaran Produksi Video *Company Profile*

#### OneSmartServices Day I

Pada hari pertama, total biaya penyewaan peralatan mencapai **Rp4.265.000**, mencakup penggunaan kamera cinema Sony FX3, lensa Sony

FE 12–24mm F2.8 GM, gimbal DJI Ronin RS3 Pro, tripod fluid head Tilta CT12, motorized slider iFootage, transmitter Hollyland Pyro H, perangkat *lighting* seperti Aputure Amaran 300C RGB dan Godox FL150R, serta perangkat audio seperti Rode NTG4+ dan Zoom H4N.

<b>LIST SEWA ALAT PROJECT VIDEO COMPRO SAMAKTA DAY 2 - 20 Agustus 2025</b>				
No.	Item	Price	Qty.	Jumlah
1	Sony FX3 Full-Frame Cinema Camera (Body Only)	650.000	1	650.000
2	Sony FE 12-24mm F2.8 GM Lens	350.000	1	350.000
3	Sony FE 70-200mm f/2.8 GM OSS II	375.000	1	375.000
4	DJI Ronin RS 3 Pro Gimbal Stabilizer (Combo)	750.000	1	750.000
5	Tilta CT12 75mm Cine Fluid Head with 2-Stage One Touch Carbon Fiber Tripod Legs (12KG)	100.000	1	100.000
7	TILTA Nucleus-M Wireless Lens Control System	400.000	1	400.000
8	Wireless Video Sender Hollyland Pyro S 4K	400.000	1	400.000
9	Monitor Feelworld Master 7" Ultra Bright	150.000	1	150.000
10	C-Stand (Century Stand) 40" + Arm	20.000	1	20.000
11	Sandbag	5000	3	15.000
12	Tiffen "4x5.6" ND Filter	100.000	1	150.000
13	Aputure Light Storm 600D Pro (Standard)	450.000	1	450.000
14	Aputure Lantern Softbox 90 for 600D/600X	100.000	1	100.000
15	NISI Cinema Filter 4 x 5.6" Rotating Enhanced CPL Polarizer	100.000	1	100.000
16	V-Mount Battery	75.000	1	75.000
17	Motorized Slider (iFootage Shark Slider Mini Kit)	350.000	1	350.000
18	TILTA Matebox 4x56	150.000	1	150.000
19	Cage FX3	150.000	1	150.000
LOGISTIK TIM				100.000
KONSUMSI TIM				150.000
Jumlah				<b>4.985.000</b>

Tabel 3.3 Tabel Rencana Anggaran Produksi Video *Company Profile*  
OneSmartServices Day 2

Hari kedua memiliki kebutuhan alat yang lebih luas, khususnya karena adanya kebutuhan lensa tele Sony 70–200mm f/2.8 GM OSS II, sistem follow focus wireless Tilta Nucleus-M, filter ND dan CPL, serta Aputure Light Storm 600D Pro untuk kebutuhan pencahayaan yang lebih intens. Total biaya penyewaan peralatan untuk hari kedua mencapai **Rp4.735.000**. Dengan demikian, total keseluruhan biaya operasional penyewaan alat untuk dua hari produksi adalah **Rp8.600.000**, sesuai dengan perhitungan dalam dokumen anggaran.

### 3.3. Target Luaran/Publikasi/HKI

Hasil perancangan video *company profile* OneSmartServices direncanakan untuk dipublikasikan pada berbagai kanal komunikasi resmi perusahaan sebagai media promosi, peningkatan *awareness*, dan pendukung kegiatan bisnis. Video ini akan digunakan dalam proses *pitching* kepada calon klien maupun calon mitra strategis sebagai materi presentasi utama yang menampilkan kapabilitas perusahaan secara komprehensif. Selain itu, video akan ditayangkan pada acara-acara penting, baik internal maupun eksternal. Video ini juga berpotensi diunggah pada platform digital seperti, Youtube, situs resmi, dan Instagram untuk memperluas jangkauan audiens serta memperkuat citra korporat di ruang digital.

Youtube dipilih karena merupakan platform video terbesar dengan algoritma yang mendukung konten video berdurasi pendek, khususnya video *company profile*. Selain itu, Youtube menjadi salah satu platform yang mudah diakses secara global dan dapat disematkan ke berbagai media lain (*website* dan sosial media lain, seperti Instagram), sehingga dapat memperluas jangkauan penonton. Youtube juga mendukung kualitas video hingga 4K, sesuai dengan standar produksi OneSmartServices.

*Website* menjadi kanal wajib untuk menaruh video *company profile* karena berfungsi sebagai etalase utama perusahaan di ranah digital. Selain itu, *website* juga menjadi pencarian utama masyarakat apabila sedang mencari informasi terkait sebuah *brand*/perusahaan. Video *company profile* yang ditampilkan di *landing page* atau halaman “About Us” akan memberikan kesan pertama yang lebih kuat, profesional, dan kredibel bagi calon klien yang mencari informasi secara langsung melalui pencarian online. *Website* juga menjadi bagian dari *corporate identity touchpoint* yang konsisten dengan *brand positioning* perusahaan.

Instagram dipilih karena karakteristik visualnya yang kuat dan basis penggunanya yang besar di Indonesia, terutama di segmen profesional muda, *decision maker*, serta komunitas teknologi. Mengunggah video *company profile* dalam bentuk *reels* dapat meningkatkan *awareness*, *engagement*, dan memperluas eksposur brand ke khalayak yang lebih luas secara organik maupun melalui iklan berbayar.

Selain itu, video *company profile* akan ditayangkan dalam kegiatan *pitching*, *business meeting*, *workshop*, dan acara perusahaan (internal dan eksternal). Penggunaan video dalam sesi *pitching* terbukti meningkatkan pemahaman calon klien terhadap layanan dan kapabilitas perusahaan karena penyampaiannya lebih terstruktur, ringkas, dan mudah dipahami dibandingkan presentasi berbasis teks. Pada acara-acara seperti pameran teknologi, konferensi, maupun internal gathering, video ini dapat berfungsi sebagai media representasi identitas perusahaan secara profesional dan konsisten.