

## **PENERAPAN TEORI *THREE MATCH CUT* DALAM PENGEDITAN *BRAND GENERATED CONTENT (BGC)* PADA AKUN *TIKTOK @KITA\_KELANA***

Ervan Muhammad Putra Kurniawan<sup>1</sup>, Abung Supama Wijaya<sup>2</sup>,  
<sup>1,2</sup>Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor  
Alamat e-mail : <sup>1</sup>ervanputra@apps.ipb.ac.id

### **ABSTRACT**

*The evolution of TikTok as a digital communication platform has prompted brands to adopt storytelling-based brand-generated content (BGC) through a soft-selling approach. In the realm of short-form video production, continuity editing is crucial for ensuring viewer comfort. This study seeks to develop an editing workflow grounded in the Three Match Cut theory for TikTok content on the @kita\_kelana account, serving as a digital communication medium for the Kita Kelana brand. The research employed a practice-based approach with a qualitative descriptive method, involving the direct participation of the author as a video editor during the post-production phase. The editing workflow comprised stages of acquisition, organization, review and selection, assembly, rough cut, fine cut, picture lock, finishing, rendering, and export. The application of the Three Match Cut theory encompasses matching the look, position, and movement. The findings indicate that the implementation of the Three Match Cut effectively maintains visual continuity, clarifies spatial orientation and movement, fosters a more natural storytelling rhythm, and enhances audience viewing comfort. Continuity editing also facilitates the integration of brand messages into storytelling through a soft-selling approach. Consequently, a three-match cut-based editing workflow can function as a pertinent visual communication strategy in the production of Brand Generated Content on short-video platforms such as TikTok.*

*Keywords: brand generated content, three match cut, editing workflow*

### **ABSTRAK**

Perkembangan TikTok sebagai media komunikasi digital telah mendorong merek untuk memanfaatkan Brand Generated Content (BGC) berbasis storytelling melalui pendekatan soft selling. Dalam produksi konten video pendek, continuity editing menjadi esensial untuk menjaga kesinambungan visual dan kenyamanan menonton audiens. Proyek ini bertujuan untuk mengembangkan alur kerja penyuntingan berbasis teori Three Match Cut pada konten TikTok akun @kita\_kelana sebagai media komunikasi digital untuk merek Susu Mbok Darmi. Proyek ini menggunakan pendekatan practice-based research dengan metode deskriptif kualitatif melalui keterlibatan langsung penulis sebagai editor video dalam proses pascaproduksi konten. Alur kerja penyuntingan yang dikembangkan terdiri atas tahap akuisisi, organisasi, tinjauan dan pemilihan, perakitan, pemotongan kasar, pemotongan halus, penguncian gambar, penyelesaian, serta rendering dan ekspor.

Implementasi teori Three Match Cut mencakup pencocokan tampilan, posisi, dan gerakan. Hasil proyek menunjukkan penerapan teknik Three Match Cut terbukti efektif dalam menjaga kontinuitas visual, memperjelas orientasi ruang dan gerakan, serta membangun ritme penceritaan yang lebih alami, sehingga meningkatkan kenyamanan pengalaman menonton. Selain itu, teknik penyuntingan kontinuitas juga berperan dalam mengintegrasikan pesan merek ke dalam penceritaan secara lebih halus melalui pendekatan *soft selling*. Dengan demikian, alur kerja penyuntingan berbasis Three Match Cut dapat menjadi strategi komunikasi visual yang relevan dalam produksi Konten yang Dihasilkan Merek pada platform video pendek seperti TikTok.

Kata Kunci: *brand generated content, three match cut, alur kerja penyuntingan*

## A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi di era digital telah mengubah pola komunikasi masyarakat melalui media sosial, salah satunya adalah TikTok, yang kini berkembang tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana komunikasi dan pemasaran merek. Berdasarkan data dari We Are Social dan Meltwater Insight, jumlah pengguna TikTok global telah melampaui 1 miliar pengguna pada Oktober 2024, dengan Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna terbesar, yaitu lebih dari 165 juta pengguna (Permana et al. 2025). Tingginya konsumsi video pendek menunjukkan bahwa konten visual berbasis storytelling menjadi

bagian penting dalam strategi komunikasi digital *brand*.

Praktik komunikasi digital, pendekatan *soft selling* semakin banyak digunakan karena mampu menyampaikan pesan secara lebih halus dan tidak terasa sebagai promosi langsung (Pehulisa et al. 2024). Perkembangan tersebut mendorong munculnya *Brand Generated Content* (BGC), yaitu konten yang diproduksi langsung oleh *brand* untuk membangun citra dan meningkatkan keterlibatan audiens melalui media sosial (Aslam et al. 2025). Pada platform video pendek seperti *TikTok*, keberhasilan penyampaian pesan *brand* tidak hanya ditentukan oleh ide konten, tetapi juga oleh proses *editing* yang

mampu membangun *storytelling* visual secara menarik.

*Editing berperan penting dalam menjaga ritme, kesinambungan visual, dan kenyamanan menonton audiens. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah continuity editing melalui teknik match cut, yaitu penyambungan antar shot dengan memperhatikan kesinambungan visual agar perpindahan gambar terlihat natural (Zuhendi dan Sya'dian 2021). Teknik ini berkembang melalui teori Three Match Cut yang meliputi matching the look, matching the position, dan matching the movement (Gosti et al. 2019). Ketiga prinsip tersebut digunakan untuk menjaga kesinambungan tampilan, posisi, dan gerakan antar shot.*

Berbagai penelitian sebelumnya lebih banyak membahas pengaruh *Brand Generated Content* terhadap perilaku konsumen, loyalitas *brand*, dan efektivitas pemasaran digital (Hernández et al. 2022; Sukontip et al. 2024; Aslam et al. 2025). Namun, kajian mengenai proses produksi konten, khususnya alur kerja pengeditan pada konten *TikTok*, masih relatif terbatas. Padahal, kualitas pengeditan memiliki peran penting dalam membangun

kesinambungan narasi dan menciptakan pengalaman menonton yang nyaman bagi audiens.

Berdasarkan kondisi tersebut, proyek ini memfokuskan kajian pada *workflow editing* berbasis teori *Three Match Cut* dalam produksi konten *TikTok soft selling* pada akun @kita\_kelana sebagai media komunikasi digital *brand* Susu Mbok Darmi. Konten pada akun tersebut mengintegrasikan pesan *brand* ke dalam narasi perjalanan dan aktivitas sehari-hari sehingga promosi disampaikan secara natural melalui *storytelling* visual. Proyek ini bertujuan mengkaji penerapan *workflow editing* berbasis *Three Match Cut* dalam membangun *continuity* visual, menjaga ritme *storytelling*, serta mendukung efektivitas komunikasi *brand* pada platform video pendek. Dengan demikian, proyek ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian komunikasi digital, khususnya pada aspek produksi dan *editing Brand Generated Content*.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi rumusan masalah dalam proyek akhir ini yaitu:

1. Bagaimana *video editor* akun TikTok @kita\_kelana merancang dan mengembangkan proses *editing Brand Generated Content* (BGC) berbasis teori *Three Match Cut* sebagai model alur kerja terstruktur dalam produksi konten digital *brand* Susu Mbok Darmi?
2. Bagaimana *video editor* mengimplementasikan dan mengevaluasi model alur kerja *editing* tersebut dalam produksi *Brand Generated Content* (BGC) *soft selling* pada akun TikTok @kita\_kelana sebagai inovasi praktik komunikasi digital *brand*?

### **Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, tujuan dari kegiatan proyek akhir ini adalah:

1. Merancang dan mengembangkan proses *editing* konten *Brand Generated Content* (BGC) berbasis teori *Three Match Cut* sebagai model alur kerja terstruktur dalam produksi konten digital akun TikTok @kita\_kelana untuk *brand* Susu Mbok Darmi.

2. Mengimplementasikan dan mengevaluasi model alur kerja *editing* tersebut dalam produksi konten *Brand Generated Content* (BGC) *soft selling* pada akun TikTok @kita\_kelana sebagai inovasi praktik komunikasi digital *brand*.

### **B. Metode Penelitian**

Proyek ini dilaksanakan di PT Sumoda Tama Berkah (Susu Mbok Darmi), Kota Bogor, Jawa Barat, pada periode Maret hingga Mei 2026. Proyek menggunakan pendekatan *practice-based research* dengan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena proyek tidak hanya berfokus pada analisis komunikasi digital, tetapi juga pada praktik produksi konten dan refleksi proses kreatif *editing* sebagai bagian dari strategi komunikasi visual dalam *Brand Generated Content in the form of short video*. Fokus proyek diarahkan pada implementasi teori *Three Match Cut* dalam *workflow editing* konten *TikTok* pada akun @kita\_kelana sebagai media komunikasi digital *brand* Susu Mbok Darmi.

Data proyek terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui keterlibatan langsung penulis sebagai *video editor* dalam proses pascaproduksi konten, mulai dari seleksi *footage*, penyusunan *rough cut*, *fine cut*, hingga *finishing* dan publikasi konten. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi literatur dari jurnal ilmiah, buku, dan referensi digital yang berkaitan dengan *continuity editing*, *storytelling visual*, *Brand Generated Content*, dan komunikasi digital.

Instrumen proyek meliputi laptop, *smartphone*, dan perangkat lunak Adobe Premiere Pro sebagai media utama *editing* video. Selain itu, digunakan pula *script*, *shot list*, dan *creative brief* untuk menjaga kesesuaian konsep, ritme *storytelling*, dan kesinambungan visual antar *shot*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif dengan terlibat langsung dalam setiap tahapan *workflow editing*, mulai dari *acquisition*, *organization*, *review and selection*, *assembly*, *rough cut*, *fine cut*, *picture lock*, hingga tahap *finishing* dan *rendering*. Dokumentasi proses *editing* dan studi literatur juga

digunakan untuk memperkuat landasan teoritis proyek.

Analisis data dilakukan secara deskriptif melalui refleksi terhadap implementasi teori *Three Match Cut* dalam proses *editing* video. Analisis difokuskan pada penerapan *matching the look*, *matching the position*, dan *matching the movement* dalam membangun *continuity* visual, menjaga ritme *storytelling*, serta mendukung kenyamanan pengalaman menonton pada konten *Brand Generated Content* berbasis *soft selling* di *TikTok*. Evaluasi implementasi *Three Match Cut* dilakukan berdasarkan indikator kesinambungan visual antar *shot*, kejelasan orientasi ruang dan gerakan, kelancaran ritme *storytelling*, kenyamanan pengalaman menonton, serta integrasi pesan *brand* dalam *storytelling*.

### **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan Perancangan *Workflow Editing BGC* Berbasis *Three Match Cut***

Perancangan alur kerja penyuntingan dalam proyek ini dilakukan sebagai upaya untuk membangun sistem kerja penyuntingan yang lebih terstruktur dalam produksi *Brand Generated*

*Content* (BGC) pada akun *TikTok* @kita\_kelana. Alur kerja tersebut dikembangkan untuk menjawab permasalahan dalam praktik produksi konten digital yang masih banyak dilakukan secara intuitif tanpa standar kerja penyuntingan yang jelas. Kondisi tersebut menyebabkan proses penyusunan visual sering kali tidak konsisten sehingga kesinambungan penceritaan menjadi kurang optimal. Padahal, kualitas *editing* memiliki peran penting dalam menentukan daya tarik visual serta efektivitas penyampaian pesan dalam konten digital (Suwardi et al. 2024).

Pengembangan *workflow editing* dalam proyek ini didasarkan pada integrasi antara kebutuhan produksi konten video pendek di *TikTok* dengan prinsip *continuity editing*. *Continuity editing* merupakan teknik penyuntingan yang bertujuan menjaga kesinambungan visual agar perpindahan antar *shot* terasa natural dan tidak mengganggu pengalaman menonton (Panjaitan et al. 2022). Dalam konteks *TikTok* yang memiliki tempo visual cepat, *continuity* tidak hanya berfungsi menjaga keteraturan visual, tetapi juga membantu audiens memahami alur cerita secara lebih nyaman tanpa mengalami distraksi

akibat perpindahan gambar yang terlalu mendadak.

Sebagai landasan utama *continuity editing*, proyek ini mengimplementasikan teori *Three Match Cut* yang meliputi *matching the look*, *matching the position*, dan *matching the movement*. Ketiga prinsip tersebut digunakan untuk menjaga kesinambungan tampilan visual, posisi subjek, serta gerakan antar *shot* sehingga alur *storytelling* dapat terbentuk secara lebih kohesif. Penerapan teori ini menjadi penting karena karakteristik konten *soft selling* pada *TikTok* menuntut penyampaian pesan yang natural dan tidak terasa seperti iklan langsung. Oleh karena itu, *editing* berperan sebagai strategi komunikasi visual yang membantu mengintegrasikan pesan *brand* ke dalam *storytelling* secara lebih halus.

*Workflow editing* yang dikembangkan dalam proyek ini terdiri atas beberapa tahapan utama, yaitu *acquisition*, *organization*, *review and selection*, *assembly*, *rough cut*, *fine cut*, *picture lock*, *finishing*, serta *rendering* dan *export*. Struktur *workflow* tersebut diadaptasi dari tahapan *editing* menurut Bowen (2018), kemudian disesuaikan dengan kebutuhan produksi konten vertikal

berbasis *storytelling* pada platform *TikTok*.

*Workflow* ini tidak hanya berfungsi sebagai alur kerja teknis, tetapi juga sebagai kerangka sistematis dalam membangun *continuity* visual. Setiap tahapan *editing* menjadi ruang pengambilan keputusan visual yang berkaitan dengan ritme *storytelling*, kesinambungan *shot*, serta pengalaman audiovisual penonton. Dengan demikian, *workflow editing* dalam proyek ini menempatkan proses penyuntingan bukan sekadar aktivitas pascaproduksi, melainkan bagian dari strategi komunikasi digital dalam produksi *Brand Generated Content*.

### **Struktur *Workflow Editing* yang Dikembangkan**

*Workflow editing* yang dikembangkan dalam proyek ini disusun sebagai kerangka sistematis untuk menjaga *continuity visual* dan ritme *storytelling* pada konten *TikTok*. Struktur *workflow* tidak hanya berfungsi sebagai alur kerja teknis, tetapi juga membantu *editor* mengontrol kesinambungan antar *shot* agar penonton dapat mengikuti cerita dengan nyaman (Azzahra et al. 2024). *Workflow* yang diterapkan

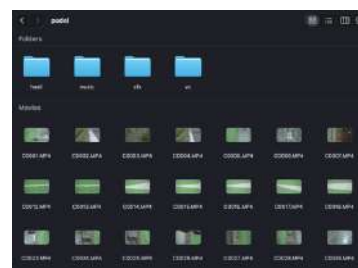
terdiri atas sembilan tahapan utama, yaitu *acquisition*, *organization*, *review and selection*, *assembly*, *rough cut*, *fine cut*, *picture lock*, *finishing*, serta *rendering dan export*.

#### **1. *Acquisition***

Tahap *acquisition* merupakan proses pengumpulan seluruh *footage*, *audio*, *voice over*, dan elemen pendukung ke dalam sistem *editing*. Seluruh file disusun dalam struktur folder yang sistematis untuk mempermudah proses *editing* sekaligus menjaga keamanan data melalui *backup* file produksi.

#### **2. *Organization***

Tahap *organization* dilakukan dengan mengelompokkan file berdasarkan kategori seperti *raw footage*, *audio*, *voice over*, dan hasil *render*.



Gambar 1. Proses Pengelompokan *Folder*

Pengorganisasian ini membantu *editor* mempercepat pencarian *footage* serta mempermudah

identifikasi kesinambungan visual antar *shot* sejak awal proses *editing*.

### 3. *Review & Selection*

Tahap *review and selection* dilakukan dengan meninjau dan memilih *footage* yang paling sesuai dengan kebutuhan *storytelling*. Proses seleksi mempertimbangkan kualitas visual serta prinsip *Three Match Cut*, yaitu *matching the look*, *matching the position*, dan *matching the movement*. Tahap ini menjadi penting karena kualitas continuity sangat dipengaruhi oleh kesesuaian *footage* yang digunakan.

### 4. *Assembly*

Tahap *assembly* merupakan proses penyusunan *footage* ke dalam struktur cerita awal berdasarkan *storyboard* dan *shot list*.



Shot	Start	End	Camera	Location	Action
1	00:00:00	00:00:05	Handheld	Indoor	Character A enters the room.
2	00:00:05	00:00:10	Handheld	Indoor	Character A walks towards the camera.
3	00:00:10	00:00:15	Handheld	Indoor	Character A looks at the camera.
4	00:00:15	00:00:20	Handheld	Indoor	Character A exits the room.

Gambar 2. *Shotlist* Sebagai Panduan Menyusun *Footage*

*Editor* menggunakan Adobe Premiere Pro untuk menyusun urutan *shot* sesuai ritme *storytelling* konten TikTok.

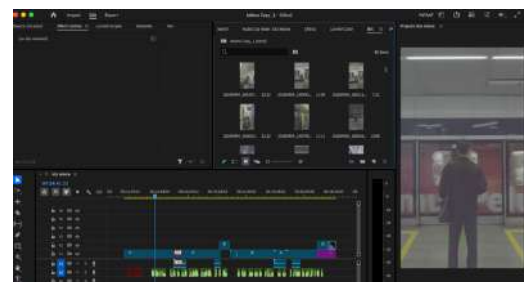


Gambar 3. Hasil Tahap *Assembly*

Pada tahap ini mulai diterapkan prinsip *Three Match Cut* untuk menjaga kesinambungan visual antar *shot* agar perpindahan gambar terasa natural dan tidak mengganggu alur cerita.

### 5. *Rough Cut*

Tahap *rough cut* dilakukan dengan menyempurnakan hasil *assembly* melalui pemotongan *footage* yang tidak relevan, penyesuaian durasi *shot*, serta penguatan struktur narasi.



Gambar 4. Hasil Tahap *Rough Cut*

*Editor* menggunakan fitur *trimming* dan *razor tool* untuk menentukan *cutting point* yang tepat agar transisi antar *shot* tetap halus dan ritme visual tetap terjaga. Pada tahap ini dilakukan pula evaluasi

internal bersama tim terhadap alur cerita dan *continuity visual*.

#### 6. *Fine Cut*

Tahap *fine cut* berfokus pada penyempurnaan detail *editing*, seperti penyesuaian *cutting point*, durasi *shot*, dan penghalusan transisi.



Gambar 5. Meninjau *Sequence* Melalui *Program Monitor*

*Editor* meninjau *sequence* melalui program monitor dan memastikan penerapan *matching the look*, *matching the position*, dan *matching the movement* berjalan optimal sehingga perpindahan antar *shot* tidak menimbulkan *jump cut* dan *storytelling* terasa lebih berikatan satu sama lain.

#### 7. *Picture Lock*

Tahap *picture lock* merupakan fase akhir *offline editing*, di mana struktur video telah dikunci dan tidak mengalami perubahan lagi. Pada tahap ini *editor* memastikan alur cerita, durasi, dan *continuity visual* telah sesuai sebelum masuk ke tahap *finishing*.

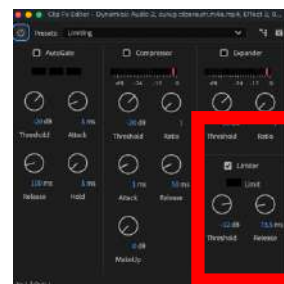
#### 8. *Finishing*

Tahap *finishing* meliputi proses *coloring*, *mixing audio*, penambahan transisi, *subtitle*, dan *final review*.



Gambar 6. Proses *Coloring*

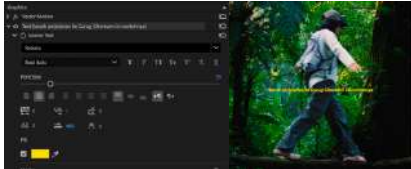
*Coloring* dilakukan menggunakan fitur *Lumetri Color* untuk menjaga konsistensi visual antar *shot*.



Gambar 7. Penambahan *Audio Limiter* Sedangkan *mixing* dilakukan untuk menyeimbangkan *voice over*, *background*, dan *sound effect*. *Editor* menggunakan *audio limiter* untuk mencegah *clipping*.



Gambar 8. Penambahan Transisi  
Penggunaan transisi seperti *straight cut*, *dissolve*, *L-cut*, dan *J-cut* membantu menjaga *continuity visual* dan audio.

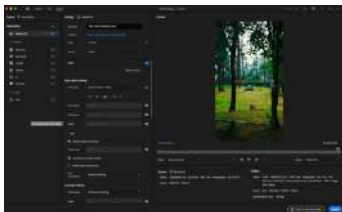


Gambar 9. Penambahan *Subtitle*  
Selain itu, *subtitle* dan elemen grafis ditambahkan untuk memperkuat penyampaian pesan dan *storytelling*.

Pada tahap *final review*, *editor* melakukan evaluasi akhir terhadap kualitas visual, audio, dan penerapan *Three Match Cut* sebelum video dipublikasikan.

#### 9. *Rendering & Export*

Tahap *rendering* dan *export* merupakan proses akhir *workflow editing*.



Gambar 10. Proses *Export/Render*  
Video diekspor menggunakan Adobe Premiere Pro dengan format vertikal 9:16 sesuai standar TikTok. Pengaturan *render* menggunakan resolusi *Full HD* 1080 × 1920 dengan

*bitrate* 50 *Mbps* untuk menjaga kualitas visual setelah proses kompresi *platform*. Pada tahap ini dilakukan pengecekan akhir untuk memastikan kualitas audio, visual, dan *continuity* tetap terjaga pada output final.

#### Implementasi *Three Match Cut*

##### 1. *Matching the Position*

Implementasi *matching the position* dilakukan dengan menjaga konsistensi posisi subjek dalam frame antar *shot* untuk membantu penonton memahami orientasi ruang dan hubungan antar adegan. Prinsip ini diterapkan terutama pada perpindahan *shot* dengan variasi *angle* kamera agar *continuity* ruang tetap terjaga dan perpindahan visual tidak membingungkan penonton. Temuan ini sejalan dengan penelitian Egi (2020) yang menyatakan bahwa kesinambungan posisi berperan penting dalam menjaga pemahaman



ruang dalam adegan.

Gambar 11. Penerapan *Matching The Position*

Pada proses *editing*, prinsip ini diterapkan sejak tahap *assembly* hingga *fine cut* melalui penyesuaian posisi klip dan pemilihan *cutting point* yang tepat. Hasil implementasi menunjukkan bahwa perpindahan antar *shot* terasa lebih stabil dan natural. Namun, kendala muncul ketika *framing footage* tidak konsisten sejak tahap produksi sehingga *editor* perlu melakukan penyesuaian tambahan seperti *cropping* atau penggunaan *shot* alternatif.

## 2. *Matching the Movement*

*Matching the movement* diterapkan dengan menjaga kesinambungan gerakan subjek maupun kamera antar *shot*. *Editor* menentukan *cutting point* pada momen gerakan tertentu agar perpindahan visual terasa lebih halus dan dinamis. Pada konten TikTok yang memiliki tempo cepat, prinsip ini membantu mempertahankan ritme visual dan perhatian audiens.



Gambar 12. Penerapan *Matching The Movement*

Hasil implementasi menunjukkan bahwa *matching the movement* mampu membuat *storytelling* terasa lebih hidup tanpa menghilangkan *continuity* antar adegan. Gerakan yang berlanjut secara konsisten membantu transisi terlihat lebih natural dan mendukung *flow visual* video. Temuan ini mendukung pendapat Wibisono et al. (2023) yang menyatakan bahwa *continuity movement* dapat memperkuat ritme visual dan menjaga kelancaran alur cerita.

## 3. *Matching the Look*

*Matching the look* diterapkan melalui penyelarasan tampilan visual antar *shot*, seperti warna, pencahayaan, dan komposisi gambar. Implementasi dilakukan melalui proses seleksi *footage*, *color correction*, dan *color grading* untuk menjaga konsistensi visual video.



Gambar 13. Penerapan *Matching The Look*

Keseragaman tampilan visual membantu menciptakan *continuity* yang lebih stabil sehingga perpindahan *shot* tidak terasa kontras. Dalam konteks komunikasi *brand*, konsistensi visual juga memperkuat identitas visual konten agar terlihat lebih profesional dan mudah dikenali audiens. Temuan ini sejalan dengan pendapat Kurniawan (2024) yang menyatakan bahwa keseragaman visual berperan penting dalam menjaga *continuity* sekaligus memperkuat karakter visual konten.

### **Evaluasi Implementasi *Three***

#### ***Match Cut***

Evaluasi implementasi teori *Three Match Cut* dalam *workflow editing* konten TikTok @kita\_kelana menunjukkan bahwa *continuity editing* mampu menjaga kesinambungan visual antar *shot* melalui konsistensi tampilan visual, posisi subjek, dan arah gerakan sehingga perpindahan gambar terasa lebih natural dan tidak mengganggu penonton. Penerapan *matching the look* membantu menjaga keseragaman warna dan pencahayaan, *matching the position* membantu memperjelas orientasi ruang, sedangkan *matching the*

*movement* membantu menjaga ritme *storytelling* agar tetap dinamis dan nyaman diikuti audiens. Dengan *continuity visual* yang lebih terjaga, *storytelling* dapat berlangsung secara lebih nyaman tanpa mengganggu fokus audiens terhadap isi cerita (Yumar et al. 2025). Implementasi *continuity editing* juga mendukung kenyamanan pengalaman menonton pada platform TikTok yang memiliki tempo visual cepat serta membantu integrasi pesan merek ke dalam *storytelling* secara lebih natural melalui pendekatan *soft selling* pada konten @kita\_kelana (Rozak 2024; Syawal 2025). Namun, efektivitas *continuity editing* tetap dipengaruhi oleh kualitas produksi pada tahap *shooting*, terutama terkait konsistensi *framing*, pencahayaan, dan arah gerakan antar *shot*.

### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil perancangan, implementasi, dan evaluasi proyek, dapat disimpulkan bahwa *workflow editing* berbasis teori *Three Match Cut* mampu menciptakan proses *editing* yang lebih terstruktur dalam produksi *Brand Generated Content* pada akun TikTok @kita\_kelana untuk *brand* Susu Mbok Darmi. Penerapan *matching the look*, *matching the*

*position*, dan *matching the movement* membantu menjaga *continuity* visual, memperjelas orientasi ruang dan gerakan, serta membangun ritme *storytelling* yang lebih natural dan nyaman ditonton. *Continuity editing* juga mendukung integrasi pesan *brand* melalui pendekatan *soft selling* sehingga produk dapat menyatu dengan *storytelling* tanpa terasa seperti promosi langsung. Meskipun efektivitas *editing* tetap dipengaruhi oleh kualitas produksi pada tahap *shooting*, proyek ini menunjukkan bahwa *workflow editing* berbasis *Three Match Cut* dapat menjadi strategi komunikasi visual yang relevan dalam produksi konten video pendek berbasis *storytelling* di platform *TikTok*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aslam, A. P., Putra, M. F. A., Riu, I. A., Hardiyanti, A. A., & Syahrul, K. (2025). Persepsi konsumen “Kaku Food” dalam Brand Generated Content dan consumer-generated advertising terhadap niat pembelian. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 11(6), 5922–5934. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i6.4825>
- Azzahra, D., Syafrizal, A., & Hartanto, S. (2024). Analisis teknik sinematografi menggunakan *continuity editing* pada film pendek “Batasan”. *Jurnal Vokasi Teknik*, 2(2), 1–13.
- Bowen, C. J. (2018). *Grammar of the edit*. Focal Press.
- Egi, G. (2020). Penerapan konsep *continuity editing* menggunakan metode *cutting to continuity* pada film fiksi “Tongga Babeleang” (Skripsi). Institut Seni Indonesia Padangpanjang.
- Gosti, Y., & Sari, S. (2019). Analisis proses editing program Jurnal ESATV di stasiun ESATV Bengkulu. *Seminar Ilmu-Ilmu Sosial*, 49–60.
- Hernández-Ortega, B. I., Stanko, M. A., Rishika, R., Molina-Castillo, F. J., & Franco, J. (2022). Brand-generated social media content and its differential impact on loyalty program members. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50(5), 1071–1090.
- Kurniawan, M. N. (2024). *Perancangan Instagram guidebook dan konten promosi brand Infinite Apparel untuk menjangkau target pasar usia 17–30 tahun di Kota Malang* (Skripsi). Universitas Negeri Malang.
- Panjaitan, Y. D. R. (2022). Analisa teknik sinematografi pada film *Parasite*. *Journal of Information System and Technology*, 3(1), 10–36.
- Pehulisa, K., Rahmiaji, L. R., & Ulfa, N. S. (2024). Analisis resepsi konten *soft selling* berbentuk parodi pada produk *Tenue De Attire* di

- TikTok. *Interaksi Online*, 12(4), 355–364.
- Permana, E., Prasetia, M. R. P., & Falah, M. R. (2025). Analisis keputusan pembelian konsumen saat live shopping pada platform TikTok produk fashion. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Perpajakan*, 2(2), 497–507.
- Rozak, M. A. (2024). *Penggunaan teknik continuity editing pada film pendek “Wibu In Love”* (Skripsi). Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Sukontip, W., Sureerut, I., & Athanasios, P. (2024). Influence of brand generated content’s credibility on customer behavior response through positive user generated content. *TEM Journal*, 13(4), 2894.
- Suwardi, M. F., & Mardiana, S. (2024). Pengaruh media sosial TikTok terhadap kreativitas: Studi kasus konten Urrofi dan anggota PT Hallo Photo. *COMPEDIART (Communication Pedagogy & Education Arts, Research and Thought)*, 1(2), 87–94.
- Syawal, R. T. (2025). *Penerapan teknik continuity editing pada video promosi RPN Hospitality di PT Riset Perkebunan Nusantara* (Skripsi).
- Wibisono, S., & Syahnarki, R. E. (2023). Continuity shot sebagai upaya penyajian visual realistis pada drama televisi Alun. *Sense: Journal of Film and Television Studies*, 6(1), 49–58.
- Yumar, H. A., Komariah, K., & Prahatmaja, N. (2025). Penerapan prinsip visual storytelling pada video animasi “Scroll Tanpa Kontrol”. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(2), 485–495.
- Zuhendi, F. (2020). *Editing film pendek berjudul “Filosofi Congklak” dengan teknik match cut* (Skripsi). Universitas Potensi Utama.