Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian
E-ISSN: 2580-538X, Volume 12, No. 2, Oktober 2026, hlm. 43-61

Implementasi teknik *continuity editing* dan *montage* dalam produksi video *company profile* handayani geulis batik Bogor

Defika Tasya Salsabila*, Tasya Camila Hamdani, Fikry Fachrurrizal
Program Studi Komunikasi Digital dan Media, IPB University, Bogor, Indonesia
*Email korespondensi: defikatasyas22@gmail.com

Diterima: 22 Mei 2026; Direvisi: 16 Oktober 2026; Terbit: 30 Oktober 2026

Abstract

Handayani Geulis Batik Bogor is a local batik business that promotes the cultural identity of Bogor City through its distinctive regional batik products. The company's previous visual media primarily focused on documenting activities, so information regarding the company's history, production process, corporate identity, and business development had not been fully presented in a structured narrative. This study aims to explain the editing process in the production of the company profile video for Handayani Geulis Batik Bogor and the implementation of continuity editing and montage in structuring the visual narrative. This study employed a descriptive qualitative approach using the project-based learning method. Data were collected through participant observation, semi-structured interviews with Sri Ratna Handayani and Georgian Marcello, as well as documentation throughout the production process. Data were analyzed through stages of selection, grouping, and interpretation based on the research focus. The findings show that the editing process followed the stages of acquisition, review and selection, assembly, rough cut, fine cut, picture lock, and mastering and delivery based on Bowen and Thompson's framework. Continuity editing was applied to maintain visual continuity so that the flow of information could be easily followed, while montage was used to organize various pieces of information concisely within a limited duration. This study contributes to the discussion of editing techniques in company profile video production, particularly for SMEs that promote cultural values.

Keywords**:** *Company profile*; *continuity editing*; *montage*; handayani geulis batik Bogor.

Abstrak

Handayani Geulis Batik Bogor merupakan usaha batik lokal yang mengangkat identitas budaya Kota Bogor melalui karya batik khas daerah. Media visual yang sebelumnya digunakan perusahaan masih berfokus pada dokumentasi kegiatan, sehingga informasi mengenai sejarah usaha, proses produksi, identitas perusahaan, dan perkembangan kegiatan belum tersampaikan secara utuh dalam satu alur yang terstruktur. Penelitian ini bertujuan menjelaskan proses *editing* dalam produksi video *company profile* Handayani Geulis Batik Bogor serta implementasi teknik *continuity editing* dan *montage* dalam penyusunan alur visual. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode *project-based learning*. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur bersama Sri Ratna Handayani dan Georgian Marcello, serta dokumentasi selama proses produksi. Data dianalisis melalui tahap seleksi, pengelompokan, dan penafsiran sesuai fokus penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses editing dilakukan melalui tahapan acquisition, review and selection, assembly, *rough cut*, *fine cut*, *picture lock*, hingga *mastering and delivery* berdasarkan kerangka Bowen dan Thompson. *Continuity editing* diterapkan untuk menjaga kesinambungan visual agar alur informasi mudah diikuti, sedangkan *montage* digunakan untuk menyusun berbagai informasi secara ringkas dalam durasi yang terbatas. Penelitian ini menambah kajian mengenai penerapan teknik *editing* pada produksi video *company profile*, khususnya pada UMKM yang mengangkat nilai budaya budaya.

Kata-kata kunci: *Company profile*; *continuity editing*; *montage*; handayani geulis batik Bogor.

Pendahuluan

Media audiovisual semakin banyak dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi karena mampu menyampaikan informasi melalui kombinasi unsur visual dan audio secara bersamaan, sehingga pesan dapat diterima audiens secara lebih jelas dan menyeluruh (Haptanti *et al*., 2024). Salah satu bentuk pemanfaatannya adalah video *company profile* yang digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai latar belakang usaha, proses produksi, dan nilai yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Penyajian melalui media ini memungkinkan informasi tersusun secara lebih terarah melalui rangkaian visual yang saling terhubung, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat dipahami dengan lebih jelas oleh audiens.

Pemanfaatan video dalam komunikasi usaha terus berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan pelaku usaha untuk menyampaikan informasi secara lebih terstruktur. Video tidak lagi digunakan sebagai dokumentasi visual, melainkan sebagai media yang mampu membentuk gambaran mengenai profil usaha melalui penyajian informasi yang mudah diikuti. Alur visual yang terarah membantu audiens memahami karakter usaha secara lebih utuh. Kejelasan alur menjadi faktor penting dalam membantu audiens memahami informasi yang disampaikan (Jasmine dan Loen, 2020). Kondisi ini menunjukkan bahwa penyusunan visual memiliki peran penting dalam mendukung komunikasi melalui media audiovisual.

Kondisi tersebut terlihat pada Handayani Geulis Batik Bogor sebagai salah satu UMKM di Kota Bogor yang mengangkat identitas daerah melalui karya batik khas Bogor. Produk yang dihasilkan terdiri atas batik tulis dan batik cap dengan proses pembuatan manual maupun teknik cap. Usaha ini telah dikenal pada tingkat lokal dan nasional, bahkan menjangkau konsumen internasional yang datang untuk mempelajari proses membatik secara langsung. Aktivitas yang dijalankan meliputi produksi, pelatihan membatik di panti sosial maupun instansi pendidikan, partisipasi dalam pameran, kolaborasi dengan *brand* lokal, hingga penyelenggaraan *fashion show* sebagai bentuk pengenalan karya kepada publik.

Perkembangan media digital membuka peluang bagi pelaku usaha yang mengangkat identitas budaya untuk menjangkau masyarakat melalui bentuk komunikasi visual yang lebih mudah diakses. Platform digital dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan budaya lokal melalui penyajian konten kreatif yang dekat dengan audiens (Wijayanti dan Hapsari, 2026). Kondisi ini relevan dengan Handayani Geulis Batik Bogor yang membawa nilai budaya daerah melalui karya batik, sehingga media visual dapat dimanfaatkan untuk membantu penyampaian identitas usaha kepada audiens secara lebih luas.

Kondisi ini terlihat pada media visual yang sebelumnya digunakan oleh Handayani Geulis Batik Bogor. Media yang dimiliki mitra masih didominasi dokumentasi kegiatan yang menampilkan penggunaan produk batik dalam berbagai aktivitas budaya. Hasil observasi terhadap beberapa video yang diunggah melalui media digital Handayani Geulis Batik Bogor menunjukkan bahwa masing-masing video menampilkan fokus yang berbeda, seperti kegiatan *fashion show*, *workshop* membatik, dan partisipasi dalam kegiatan promosi. Namun, penyajian tersebut masih berdiri sebagai dokumentasi kegiatan yang terpisah, sehingga belum membentuk gambaran menyeluruh mengenai profil usaha.

Informasi mengenai sejarah berdirinya usaha, proses produksi, identitas perusahaan, dan perkembangan kegiatan belum disusun dalam satu alur visual yang saling terhubung. Akibatnya, audiens lebih banyak melihat aktivitas yang dilakukan tanpa memperoleh pemahaman yang utuh mengenai Handayani Geulis Batik Bogor sebagai sebuah usaha. Kondisi ini menunjukkan perlunya media komunikasi yang mampu menyusun informasi perusahaan secara lebih jelas agar audiens dapat memahami profil usaha dengan lebih runtut (Oktavianingrum *et al*., 2023).

Permasalahan ini berkaitan dengan pentingnya proses penyuntingan dalam produksi video *company profile*. Penyuntingan berperan dalam mengatur hubungan antaradegan sehingga rangkaian visual dapat tersusun secara runtut (Susanti dan Ratmita, 2020). Melalui proses ini, materi visual yang awalnya berdiri terpisah dapat disusun menjadi satu kesatuan informasi yang lebih terarah. Kejelasan alur visual menjadi bagian penting karena penyampaian informasi dalam media audiovisual sangat dipengaruhi oleh bagaimana hubungan antaradegan disusun, sehingga audiens dapat mengikuti isi video dengan lebih mudah.

Penyusunan visual dalam video *company profile* memerlukan teknik *editing* yang disesuaikan dengan kebutuhan informasi yang ingin disampaikan. *Continuity editing* digunakan untuk menjaga kesinambungan antaradegan sehingga perpindahan visual tetap terasa menyambung dan alur informasi dapat diikuti secara runtut. *Montage* digunakan untuk merangkum bagian tertentu melalui kompilasi visual berdurasi singkat agar informasi yang beragam tetap dapat disampaikan secara ringkas. Kedua teknik ini memiliki fungsi yang berbeda, namun sama-sama berperan dalam membentuk struktur visual yang mendukung penyampaian informasi perusahaan.

Kajian mengenai penerapan *teknik editing* sebelumnya lebih banyak ditemukan pada konteks film maupun video institusi pendidikan. Saepudiqri dan Pranata (2024) meneliti

continuity editing pada *company profile* institusi pendidikan dengan fokus pada penyusunan alur visual agar informasi dapat tersampaikan secara lebih jelas kepada audiens. Abdillah dan Manesah (2025) mengkaji penerapan *continuity editing* pada film fiksi komersial dengan penekanan pada kesinambungan alur dramatik dalam membangun pengalaman menonton. Ramadhani *et al*. (2024) membahas teknik pengambilan gambar dan *editing* video cinematic pada organisasi sekolah dengan fokus pada aspek *continuity editing* dalam penyusunan visual. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa kajian mengenai teknik *editing* masih lebih sering diarahkan pada film maupun video institusional.

Berbeda dengan video *company profile* pada konteks umum, UMKM yang mengangkat nilai budaya memiliki kebutuhan komunikasi yang lebih kompleks karena informasi yang disampaikan berkaitan dengan identitas usaha sekaligus nilai budaya yang melekat pada produk. Informasi yang ingin disampaikan mencakup pengenalan produk, sejarah usaha, proses produksi, aktivitas edukasi, dan budaya yang menjadi bagian dari identitas usaha. Kebutuhan komunikasi tersebut memerlukan penyusunan visual yang mampu menghubungkan berbagai informasi ke dalam satu alur yang runtut, sehingga audiens dapat mengikuti isi video dengan jelas tanpa kehilangan ketertarikan untuk menyimak. Penelitian mengenai penerapan teknik *editing* pada video *company profile* UMKM yang mengangkat nilai budaya masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada penerapan *continuity editing* dan *montage* dalam produksi video *company profile* Handayani Geulis Batik Bogor.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini merumuskan dua fokus utama, yaitu: (1) bagaimana proses *editing* dalam produksi video *company profile* Handayani Geulis Batik Bogor; dan (2) bagaimana implementasi teknik *continuity editing* dan *montage* dalam menyusun alur visual video *company profile* Handayani Geulis Batik Bogor. Penelitian ini bertujuan menjelaskan proses *editing* dalam produksi video *company profile* sekaligus mengimplementasikan kedua teknik tersebut agar alur visual tersusun secara runtut dan informatif. Video yang dihasilkan diharapkan mampu menyampaikan profil Handayani Geulis Batik Bogor secara jelas, utuh, dan mudah dipahami oleh audiens. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan produksi video *company profile*, khususnya pada tahap penyuntingan visual.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode *project-based learning*. Metode ini dipilih karena penelitian tidak berhenti pada pengamatan terhadap suatu fenomena, melainkan mencakup proses penciptaan karya berupa video *company profile* Handayani

Geulis Batik Bogor. Fokus penelitian diarahkan pada proses *editing* dalam produksi karya, khususnya penerapan teknik *continuity editing* dan *montage* dalam penyusunan alur visual. Kegiatan penelitian dilaksanakan di Handayani Geulis Batik Bogor, Kota Bogor, pada periode Maret hingga Mei 2026. Pelaksanaan penelitian mencakup tahap riset awal, pengembangan konsep, produksi, pascaproduksi, hingga finalisasi karya.

Peneliti terlibat secara langsung selama proses produksi sebagai editor video sekaligus observer partisipatif. Keterlibatan ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam karena peneliti mengikuti seluruh tahapan produksi sejak awal hingga akhir. Posisi tersebut penting karena penelitian membahas proses *editing* yang berkaitan langsung dengan praktik penyuntingan visual. Karena peneliti terlibat dalam proses produksi, hasil penelitian diperkuat melalui diskusi evaluatif dan wawancara bersama pihak mitra agar pembahasan tetap didasarkan pada sudut pandang yang lebih objektif.

Subjek dalam penelitian ini adalah Handayani Geulis Batik Bogor sebagai mitra kerja sekaligus objek utama dalam produksi video *company profile*. Informan penelitian terdiri atas Sri Ratna Handayani selaku pemilik usaha dan Georgian Marcello selaku *co-founder*. Keduanya memberikan informasi mengenai sejarah usaha, kebutuhan komunikasi visual, dan tanggapan terhadap video yang diproduksi. Aktivitas kerja tim internal Handayani Geulis Batik Bogor juga menjadi bagian dari pengamatan karena digunakan sebagai materi visual utama dalam video.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur, dokumentasi, dan studi pustaka. Observasi dilakukan selama proses produksi untuk memahami aktivitas usaha, kebutuhan visual, dan alur kerja dalam penyusunan video. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai profil usaha sekaligus evaluasi dari pihak mitra terhadap hasil video *company profile*. Dokumentasi dilakukan melalui pengumpulan foto, rekaman video, *storyboard*, naskah, dan hasil produksi sebagai data pendukung. Studi pustaka digunakan untuk memperkuat landasan teoritis melalui jurnal ilmiah, buku, dan referensi akademik yang relevan dengan penelitian ini. Referensi tersebut membahas media audiovisual, *company profile*, *continuity editing*, dan *montage* sebagai dasar dalam penyusunan analisis.

Data dianalisis melalui tahap seleksi, pengelompokan, dan penafsiran sesuai dengan fokus penelitian. Data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dibandingkan untuk melihat kesesuaian informasi yang diperoleh selama penelitian. Hasil analisis kemudian disusun dalam bentuk narasi deskriptif untuk menjelaskan proses *editing* dan penerapan teknik *continuity editin*g serta *montage* secara sistematis. Luaran penelitian ini berupa video *company profile* Handayani

Geulis Batik Bogor yang dipublikasikan melalui website dan YouTube resmi mitra sebagai media komunikasi perusahaan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Video *Company Profile* Handayani Geulis Batik Bogor

Handayani Geulis Batik Bogor merupakan usaha batik yang mengangkat identitas budaya Kota Bogor melalui karya batik khas daerah. Usaha ini berfokus pada produksi batik sekaligus aktif dalam kegiatan pelatihan, pameran, kolaborasi, dan aktivitas budaya yang melibatkan masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara, kebutuhan produksi video *company profile* berangkat dari keterbatasan media visual yang sebelumnya belum mampu memperkenalkan profil usaha secara menyeluruh. Sri Ratna Handayani menjelaskan bahwa selama ini masyarakat baru mengenal sebagian kecil dari aktivitas Handayani Geulis Batik Bogor. Georgian Marcello menambahkan bahwa perusahaan membutuhkan media yang mampu menceritakan sejarah, identitas, dan perjalanan usaha kepada audiens dengan lebih jelas.

Source: Pribadi

Gambar 1 Logo Handayani Geulis Batik Bogor

Logo Handayani Geulis Batik Bogor digunakan sebagai identitas visual yang merepresentasikan karakter usaha. Identitas ini berkaitan dengan visi perusahaan untuk memperkenalkan budaya batik Bogor kepada masyarakat sekaligus menjaga pelestariannya pada generasi berikutnya. Keberadaan identitas visual tersebut menjadi bagian penting dalam *company profile* karena perusahaan memperkenalkan produk sekaligus nilai yang ingin disampaikan kepada audiens.

Temuan ini menunjukkan bahwa produksi video *company profile* dilakukan sebagai upaya membangun media komunikasi perusahaan yang mampu menyampaikan berbagai informasi dalam satu alur visual yang lebih sistematis. Rahastine (2022) menjelaskan bahwa *company profile* digunakan untuk menyampaikan identitas, informasi, dan profil perusahaan melalui penyajian audiovisual. Kebutuhan ini relevan dengan kondisi Handayani Geulis Batik Bogor yang sebelumnya lebih banyak menggunakan media visual berbentuk dokumentasi kegiatan, sehingga informasi mengenai sejarah usaha, proses produksi, nilai budaya, dan perkembangan kegiatan belum tersampaikan secara utuh.

Video *company profile* yang diproduksi disusun dengan struktur yang menyesuaikan kebutuhan komunikasi perusahaan. Bagian pembuka menampilkan detail proses membatik seperti penggunaan canting, lilin, gerakan tangan pengrajin, dan detail kain batik. Pemilihan visual pada bagian awal bertujuan untuk langsung memperkenalkan aktivitas utama yang menjadi karakter Handayani Geulis Batik Bogor. Penyampaian informasi melalui visual proses produksi sejak awal membantu audiens memahami karakter usaha sebelum penjelasan verbal disampaikan. Ningsih *et al*. (2026) menjelaskan bahwa representasi visual memengaruhi bagaimana audiens memaknai citra yang ditampilkan melalui media komunikasi. Pada konteks ini, visual pembuka membangun gambaran awal mengenai Handayani Geulis Batik Bogor sebagai usaha yang berangkat dari proses produksi batik dan nilai budaya yang melekat pada karya yang dihasilkan.

Setelah bagian pembuka, video dilanjutkan dengan wawancara bersama Sri Ratna Handayani yang menjelaskan latar belakang berdirinya usaha. Penyampaian informasi melalui pemilik usaha memperkuat kredibilitas karena narasi berasal dari sumber utama yang mengalami langsung perjalanan perusahaan. Informasi verbal kemudian diperkuat melalui visual lingkungan kerja, area produksi, detail motif batik, dan aktivitas pengrajin. Hubungan antara audio dan visual pada bagian ini membantu audiens memahami informasi secara lebih utuh. Temuan ini sejalan dengan Usman (2025) yang menjelaskan bahwa media audiovisual membantu penyampaian pesan melalui perpaduan unsur visual dan audio yang saling mendukung.

Informasi perusahaan kemudian diperluas melalui dokumentasi kegiatan *workshop*, pameran, kolaborasi, dan interaksi dengan masyarakat. Penyajian ini menggambarkan Handayani Geulis Batik Bogor sebagai usaha batik yang juga aktif dalam berbagai kegiatan budaya bersama masyarakat. Bagian penutup menampilkan keterlibatan pengunjung dalam kegiatan membatik untuk memperlihatkan hubungan antara perusahaan dan masyarakat melalui pengalaman budaya yang dapat dirasakan secara langsung. Secara keseluruhan, video *company profile* yang diproduksi menunjukkan perubahan pendekatan komunikasi dari media dokumentasi menuju media komunikasi perusahaan yang menyampaikan profil usaha secara lebih terstruktur. Temuan ini menjadi dasar dalam melihat bagaimana proses *editing* berperan dalam membentuk alur visual video company profile Handayani Geulis Batik Bogor.

Proses *Editing* Produksi Video *Company Profile* Handayani Geulis Batik Bogor

Proses *editing* pada produksi video *company profile* Handayani Geulis Batik Bogor dilakukan setelah seluruh pengambilan gambar selesai. Pada tahap ini, materi visual yang telah

direkam disusun menjadi video utuh untuk menyampaikan profil perusahaan kepada audiens. Rahman (2018) menjelaskan bahwa *editing* merupakan proses menyusun dan menata hasil rekaman berdasarkan naskah agar informasi dapat dipahami dengan jelas. Pada produksi video ini *editing* digunakan untuk menyusun sejarah usaha, identitas perusahaan, proses produksi, dan aktivitas perusahaan ke dalam bentuk audiovisual yang saling terhubung. Tahap ini menjadi penting karena sebelumnya Handayani Geulis Batik Bogor belum memiliki media audiovisual yang memperkenalkan profil usaha secara utuh.

Berdasarkan kerangka Bowen dan Thompson (2018), proses *editing* diawali dengan tahap *acquisition*, yaitu pengumpulan seluruh materi mentah hasil produksi. *Footage* dipindahkan dari media penyimpanan kamera ke perangkat *editing* agar proses pengelolaan data lebih teratur. Materi yang dikumpulkan mencakup wawancara pemilik usaha, proses membatik, detail motif batik, suasana lingkungan produksi, kegiatan *workshop*, dokumentasi pameran, hingga aktivitas perusahaan. Setelah seluruh materi terkumpul, editor mengelompokkan *footage* berdasarkan isi video. Materi wawancara dipisahkan dari visual proses produksi, dokumentasi kegiatan perusahaan, dan detail produk batik agar proses penyuntingan berjalan lebih efisien. Georgian Marcello menjelaskan bahwa produksi telah dirancang sejak tahap konsep, *storyboard*, pengambilan gambar, hingga *editing*. Keterangan tersebut memperlihatkan bahwa perencanaan sejak awal memberi pengaruh terhadap kelancaran proses penyuntingan.

Tahap berikutnya adalah *review and selection*, yaitu peninjauan seluruh hasil rekaman untuk menentukan visual yang digunakan dalam video *company profile*. Pemilihan dilakukan dengan mempertimbangkan kualitas gambar, kestabilan visual, pencahayaan, komposisi, dan hubungan visual dengan informasi yang akan disampaikan. *Close up* proses membatik seperti penggunaan canting, gerakan tangan pengrajin, pencairan lilin, dan penjemuran kain dipilih karena mampu menggambarkan karakter utama usaha. Wawancara bersama Sri Ratna Handayani juga digunakan sebagai materi utama karena memuat informasi mengenai sejarah berdirinya usaha dan identitas perusahaan. Pada tahap ini, keputusan *editing* mempertimbangkan kualitas teknis dan penyusunan informasi agar isi video dapat diikuti dengan jelas.

Materi yang telah dipilih kemudian memasuki tahap *assembly*. Pada tahap ini, *footage* mulai dirangkai berdasarkan *storyboard* yang telah disusun sebelumnya. Video dibuka dengan detail proses membatik, kemudian berlanjut pada wawancara pemilik usaha, visual lingkungan produksi, aktivitas pengrajin, dokumentasi kegiatan perusahaan, hingga bagian penutup. Pada

tahap ini, *continuity editing* dan *montage* mulai diterapkan dalam penyusunan alur visual. Sri Ratna Handayani menilai bahwa konsep video yang dibuat telah mampu menggambarkan kondisi perusahaan dan identitas usaha dengan baik. Penilaian tersebut memperlihatkan bahwa tahap *assembly* menjadi bagian penting dalam membentuk struktur visual sekaligus penyampaian informasi kepada audiens.

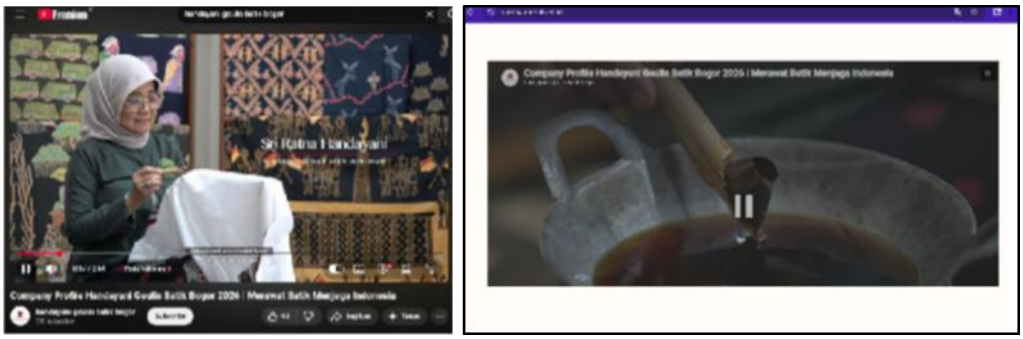
Setelah struktur awal terbentuk, proses berlanjut ke tahap *rough cut*. Pada tahap ini, editor memotong bagian yang tidak digunakan, menyesuaikan durasi *shot*, dan mengurangi visual yang memiliki isi serupa agar ritme video tetap terjaga. Georgian Marcello menjelaskan bahwa revisi selama proses produksi tidak terlalu banyak karena *brainstorming* telah dilakukan bersama sejak tahap awal. Kondisi ini memperlihatkan bahwa perencanaan yang matang membantu proses *editing* berjalan lebih efisien.

Tahap berikutnya adalah *fine cut* yang berisi penyempurnaan hubungan antara visual dan audio. Penyesuaian dilakukan pada *timing* antar *shot*, ritme visual, sinkronisasi gambar dengan audio, dan perpindahan adegan agar hasil video lebih rapi. Pada tahap ini, perekaman *voice over* dilakukan bersama Voice Dojo untuk memastikan pengucapan, intonasi, dan penyampaian narasi berjalan dengan baik. Georgian Marcello menjelaskan bahwa *voice over* menjadi bagian penting karena membantu memperjelas informasi yang disampaikan kepada audiens.

Penyesuaian juga dilakukan pada musik latar agar nuansa video selaras dengan identitas usaha. Pada tahap awal penyuntingan, digunakan musik bernuansa *slow cinematic*. Setelah melalui diskusi bersama pihak mitra, musik tersebut diganti dengan iringan yang lebih energik dan menghadirkan karakter budaya Indonesia melalui penggunaan unsur alat musik tradisional. Kendala lain ditemukan pada hasil wawancara Sri Ratna Handayani karena suara lingkungan sekitar ikut terekam selama proses pengambilan gambar. Untuk mengatasi hal tersebut, dilakukan *noise reduction* guna meminimalkan gangguan audio. Selanjutnya, *audio balancing* diterapkan untuk menyesuaikan keseimbangan antara suara wawancara, *voice over*, dan musik latar agar kualitas audio terdengar lebih harmonis.

Setelah seluruh penyempurnaan selesai, *editing* memasuki tahap *picture lock*. Tahap ini menandai bahwa susunan visual telah ditetapkan sebagai versi final dan tidak lagi mengalami perubahan komposisi. Peninjauan dilakukan bersama pihak mitra dengan melihat keseluruhan isi video, mulai dari struktur visual, materi wawancara, hingga kualitas audio. Sri Ratna Handayani menilai bahwa video *company profile* yang diproduksi telah mampu menampilkan profil perusahaan dengan jelas. Masukan yang diberikan berkaitan dengan penyampaian *voice*

over, khususnya intonasi *talent* yang dinilai dapat dibuat lebih santai atau sedikit diperlambat agar informasi terasa lebih nyaman diikuti audiens.



Source: Website dan YouTube resmi Handayani Geulis Batik Bogor

Gambar 2 Publikasi Video *Company Profile* di Website dan YouTube

Tahap akhir berada pada *mastering* and *delivery*, yaitu proses ekspor video ke format final sebelum dipublikasikan. Video *company profile* kemudian dipublikasikan melalui website dan YouTube resmi Handayani Geulis Batik Bogor. Video berdurasi 2 menit 54 detik ini digunakan untuk kebutuhan perusahaan seperti *event*, pameran, presentasi, kunjungan, dan aktivitas promosi lainnya. Georgian Marcello menjelaskan bahwa video tersebut disiapkan sebagai media komunikasi perusahaan untuk berbagai kebutuhan promosi.

Tabel 1 Ringkasan Proses *Editing* Video *Company Profile* Handayani Geulis Batik Bogor

Tahap *Editing*	*Timestamp* Video	Adegan/ Contoh	Fungsi
Acquisition	-	Pengumpulan *footage* wawancara, proses membatik, *workshop*, pameran, dan detail motif.	Menghimpun seluruh materi visual sebagai bahan penyuntingan.
Review and Selection	-	Seleksi *close up* proses membatik, wawancara pemilik usaha, dan aktivitas produksi.	Menentukan materi visual yang digunakan dalam video.
Assembly	00:00–02:54	Penyusunan *opening* proses membatik, wawancara, visual produksi, kegiatan perusahaan, hingga *closing*.	Membentuk struktur awal video sekaligus mulai menerapkan *continuity editing* dan *montage*.
Rough Cut	-	Pemotongan *shot* berulang dan penyesuaian durasi.	Menjaga ritme video agar alur tetap nyaman diikuti.
Fine Cut	00:00–02:54	Sinkronisasi visual, *voice over*, musik, dan transisi.	Menyempurnakan kualitas visual dan audio.
Picture Lock	-	Evaluasi final bersama mitra.	Menetapkan susunan akhir video.
Mastering and Delivery	02:54	Ekspor final dan publikasi video.	Menyiapkan video untuk distribusi.

Secara keseluruhan, proses *editing* pada produksi video *company profile* Handayani Geulis Batik Bogor memperlihatkan bahwa penyuntingan menjadi tahap yang membentuk

identitas perusahaan ke dalam bentuk audiovisual. Pengelolaan *footage*, penyusunan struktur narasi, penyesuaian audio, evaluasi bersama mitra, hingga publikasi menjadi rangkaian yang menentukan kualitas hasil akhir video.

Implementasi Teknik *Continuity Editing* dan *Montage* Video *Company Profile* Handayani Geulis Batik Bogor

Implementasi teknik *continuity editing* pada video *company profile* Handayani Geulis Batik Bogor terlihat melalui penyusunan visual yang menjaga hubungan antar-*shot* agar informasi dapat dipahami secara runtut. Azzahra *et al*. (2024) menjelaskan bahwa *continuity editing* merupakan teknik penyuntingan yang menjaga kesinambungan ruang, waktu, dan aksi sehingga perpindahan visual lebih mudah dipahami audiens. Abdillah dan Manesah (2025) menambahkan bahwa hubungan antar-*shot* menjadi unsur penting dalam menjaga kejelasan alur visual. Pada konteks video *company profile*, kesinambungan visual diperlukan karena informasi mengenai sejarah usaha, proses produksi, profil perusahaan, dan berbagai aktivitas usaha perlu disampaikan dalam susunan yang terarah agar mudah diikuti audiens. Georgian Marcello dalam wawancara menjelaskan bahwa video ini dirancang sebagai media *storytelling* untuk menyampaikan sejarah, perjalanan, identitas, dan perkembangan Handayani Geulis Batik Bogor.

Source: YouTube Handayani Geulis Batik Bogor

Gambar 3 Implementasi Teknik *Match on Action* pada Proses Membatik

Penerapan *continuity editing* pertama terlihat melalui penggunaan *match on action* pada bagian proses membatik. Visual pada bagian ini menampilkan penggunaan canting, gerakan tangan pengrajin saat menggoreskan malam pada kain, hingga detail pengerjaan motif melalui beberapa sudut pengambilan gambar. Latief (2021) menjelaskan bahwa *match on action* merupakan teknik yang menjaga kesinambungan gerakan antar *shot* sehingga perpindahan visual tetap menyambung meskipun kamera berpindah sudut. Penggunaan teknik ini membuat proses membatik terlihat sebagai satu rangkaian aktivitas yang utuh, sehingga

audiens tetap dapat mengikuti alur produksi dengan jelas. Penyajian ini penting karena proses membatik merupakan identitas utama Handayani Geulis Batik Bogor yang menjadi bagian awal dalam pengenalan karakter usaha.

Source: YouTube Handayani Geulis Batik Bogor

Gambar 4 Implementasi Teknik *Eyeline Match* pada Adegan Diskusi

Kesinambungan antar *shot* kemudian diperkuat melalui penggunaan *eyeline match* pada adegan diskusi internal. Teknik ini terlihat ketika Georgian Marcello mengarahkan pandangannya kepada anggota tim saat menyampaikan materi, kemudian dilanjutkan dengan *shot* yang menampilkan respons dari pihak lain dalam ruang interaksi yang sama. Latief (2021) menjelaskan bahwa *eyeline match* digunakan untuk menjaga hubungan visual berdasarkan arah pandang subjek agar perpindahan antar *shot* tetap terasa logis. Penggunaan teknik ini membantu audiens mengikuti alur komunikasi yang sedang berlangsung karena perpindahan gambar masih berada dalam konteks interaksi yang sama. Arah pandang yang konsisten membantu audiens mengenali hubungan antar subjek dalam adegan, sehingga penyampaian informasi terasa lebih jelas.

Source: YouTube Handayani Geulis Batik Bogor

Gambar 5 Implementasi *Establishing Shot* pada Area Handayani Geulis Batik Bogor

Setelah kesinambungan gerak dan hubungan antar subjek terbangun, orientasi ruang juga perlu diperkenalkan kepada audiens melalui penggunaan *establishing shot*. Teknik ini terlihat pada bagian yang menampilkan area luar bangunan Handayani Geulis Batik Bogor beserta papan nama usaha sebelum video beralih menuju aktivitas produksi. Latief (2021) menjelaskan bahwa *establishing shot* digunakan untuk memberikan orientasi lokasi kepada audiens sebelum informasi berkembang ke adegan berikutnya. Visual bangunan usaha memberikan gambaran awal mengenai lokasi utama tempat berlangsungnya aktivitas

perusahaan. Penyusunan seperti ini membantu audiens memahami konteks ruang sebelum video menampilkan proses produksi, display produk, maupun interaksi di area usaha.

Source: YouTube Handayani Geulis Batik Bogor

Gambar 6 Implementasi *180 Degree Rule* pada Adegan Interaksi

Setelah lokasi dikenali, kestabilan hubungan ruang antar tokoh dijaga melalui penerapan *180 degree rule*. Teknik ini terlihat melalui konsistensi posisi subjek dalam frame saat perpindahan *shot*, sehingga hubungan ruang antar tokoh tetap stabil. Abdillah dan Manesah (2025) menjelaskan bahwa kestabilan orientasi visual penting untuk menjaga kejelasan hubungan antar subjek dalam sebuah adegan. Pada video ini, penerapan teknik tersebut membuat posisi antar tokoh tetap mudah dikenali selama adegan berlangsung. Konsistensi orientasi ruang membantu audiens mengikuti interaksi tanpa perlu menyesuaikan kembali posisi subjek setiap kali gambar berpindah.

Source: YouTube Handayani Geulis Batik Bogor

Gambar 7 Implementasi Teknik Cutaway pada Visual Pendukung Informasi Perusahaan

Selain menjaga kesinambungan adegan utama, *continuity editing* pada video ini terlihat melalui penggunaan *cutaway*. Teknik ini digunakan ketika alur utama yang menampilkan wawancara atau aktivitas perusahaan sementara dialihkan menuju visual pendukung yang masih berkaitan dengan pembahasan, seperti buku karya Sri Ratna Handayani, platform digital perusahaan, atau visual penghargaan. Latief (2021) menjelaskan bahwa *cutaway* digunakan untuk menyisipkan visual pendukung tanpa memutus kesinambungan adegan utama. Pada video ini, penggunaan *cutaway* membantu memperkuat informasi verbal melalui visual yang relevan. Saat wawancara membahas perkembangan perusahaan, visual pendukung membantu audiens memahami informasi yang sedang disampaikan dengan lebih jelas. Penggunaan ini memiliki fungsi yang berbeda dengan *montage* karena *cutaway* tetap berada dalam alur adegan utama, sementara *montage* digunakan untuk merangkum informasi melalui kompilasi visual tersendiri.

Berbagai penerapan *continuity editing* tersebut sejalan dengan penilaian Sri Ratna Handayani yang menyatakan bahwa video yang diproduksi telah mampu menggambarkan kondisi perusahaan secara runtut dan cukup jelas. Penilaian ini memperlihatkan bahwa *continuity editing* membantu menjaga keteraturan penyampaian informasi perusahaan. Setelah alur utama terbentuk melalui kesinambungan visual, penyampaian informasi kemudian diperkuat melalui teknik *montage* untuk merangkum informasi yang lebih padat dalam durasi yang terbatas.

Tabel 2 Ringkasan Implementasi *Continuity Editing* pada Video *Company Profile* Handayani Geulis Batik Bogor

Tahap *Editing*	*Timestamp* Video	Adegan/ Contoh	Fungsi
Match on Action	00:00-00:27	Proses membatik	Menjaga kesinambungan gerakan antar *shot*.
Eyeline Match	01:39–01:44	Adegan diskusi internal.	Menjaga hubungan arah pandang antar subjek.
Establishing Shot	00:44–00:45	Area luar Handayani Geulis Batik Bogor.	Memberikan orientasi lokasi.
180 Degree Rule	02:15–02:18	Adegan interaksi antar tokoh.	Menjaga konsistensi orientasi ruang.
Cutaway	01:24–01:31 02:27–02:35 01:49–01:57	Buku, platform digital, dan penghargaan.	Memperkuat informasi verbal melalui visual pendukung.

Berbeda dengan *continuity editing* yang menjaga kesinambungan antaradegan, teknik *montage* pada video *company profile* Handayani Geulis Batik Bogor digunakan untuk menyusun berbagai informasi melalui rangkaian *shot* berdurasi singkat. Cahya dan Wahyuni (2019) menjelaskan bahwa *montage* merupakan teknik penyuntingan yang membangun makna melalui hubungan antarvisual yang tidak selalu terikat pada kesinambungan ruang dan waktu. Karakteristik tersebut memungkinkan berbagai informasi yang berbeda, seperti aktivitas *workshop*, penghargaan, hingga *fashion show*, disusun secara ringkas dalam satu alur visual tanpa harus menampilkan setiap kegiatan secara detail. Georgian Marcello dalam wawancara menjelaskan bahwa video *company profile* dirancang untuk menggambarkan identitas perusahaan secara menyeluruh. Kondisi tersebut menjadikan *montage* sebagai teknik yang digunakan untuk menyampaikan informasi perusahaan secara lebih ringkas dan terstruktur.

Source: YouTube Handayani Geulis Batik Bogor

Gambar 8 Implementasi *Intellectual Montage* pada Variasi Motif Batik

Penerapan montage pertama terlihat pada bagian yang menampilkan variasi motif batik Handayani Geulis Batik Bogor melalui kompilasi visual berdurasi singkat. Cahya dan Wahyuni (2019) menjelaskan bahwa *montage* digunakan untuk menyampaikan informasi secara ringkas melalui hubungan antarvisual yang membentuk makna tertentu. Penyusunan visual tersebut sejalan dengan konsep *intellectual montage* menurut Higgins (2023) yaitu hubungan simbolik antar gambar yang membangun makna tertentu. Variasi motif yang ditampilkan membantu audiens memahami keberagaman karya sekaligus identitas budaya yang melekat pada Handayani Geulis Batik Bogor.

Source: YouTube Handayani Geulis Batik Bogor

Gambar 9 Publikasi Video *Company Profile* di Website dan YouTube

Setelah identitas perusahaan diperkenalkan melalui variasi motif, penyampaian informasi berlanjut pada kegiatan *workshop* dan pelatihan membatik. Bagian ini menampilkan interaksi peserta, gerakan membatik, dan suasana edukasi dalam rangkaian visual yang lebih dinamis. *Montage* pada video *company profile* digunakan untuk merangkum kegiatan tertentu dalam durasi yang singkat. Penyusunan visual pada bagian ini sejalan dengan konsep *rhythmic montage* menurut Higgins (2023), yaitu rangkaian *shot* yang mengikuti ritme gerak dalam visual sehingga perpindahan antaradegan terasa selaras. Penggunaan teknik ini membantu menggambarkan keterlibatan perusahaan dalam kegiatan edukasi budaya secara ringkas.

Source: YouTube Handayani Geulis Batik Bogor

Gambar 10 Implementasi *Metric Montage* pada Visual Penghargaan

Aktivitas perusahaan yang telah ditampilkan melalui *workshop* kemudian berlanjut pada kompilasi visual penghargaan dan pencapaian Handayani Geulis Batik Bogor. Pergantian visual dilakukan dalam tempo cepat agar audiens memperoleh gambaran mengenai perjalanan usaha dalam waktu singkat. Cahya dan Wahyuni (2019) menjelaskan bahwa *montage* membantu menyusun informasi melalui kompilasi visual yang ringkas. Pola penyusunan ini sejalan dengan konsep *metric montage* menurut Higgins (2023), yaitu teknik yang menyusun *shot* berdasarkan tempo tertentu untuk membentuk ritme visual yang konsisten. Sri Ratna Handayani dalam wawancara menyampaikan bahwa video *company profile* yang diproduksi telah mampu menggambarkan kondisi perusahaan secara cukup jelas. Penilaian tersebut memperkuat bahwa penyajian penghargaan membantu audiens memahami pencapaian perusahaan secara efisien.

Source: YouTube Handayani Geulis Batik Bogor

Gambar 11 Implementasi *Tonal Montage* pada *Fashion Show*

Setelah pencapaian perusahaan ditampilkan, rangkaian *montage* berlanjut pada bagian *fashion show* yang menampilkan karya Handayani Geulis Batik Bogor melalui peragaan busana. Hadi *et al*. (2021) menjelaskan bahwa *montage* digunakan sebagai bagian dari proses *editing* untuk menyusun visual pendukung yang mengikuti narasi utama sehingga pesan yang disampaikan tetap terstruktur dan mudah dipahami audiens. Penyusunan visual pada bagian ini sejalan dengan konsep *tonal montage* Higgins (2023), yaitu teknik yang membangun makna melalui kesamaan *tone visual* untuk menciptakan suasana tertentu. *Fashion show* menghadirkan nuansa yang lebih elegan dibandingkan bagian produksi, *workshop*, maupun penghargaan, sehingga membentuk representasi perusahaan di ruang promosi yang lebih luas.

Tabel 3 Ringkasan Implementasi *Montage* pada Video *Company Profile* Handayani Geulis Batik Bogor

Tahap *Editing*	*Timestamp* Video	Adegan/ Contoh	Fungsi
Intellectual Montage	01:10-01:23	Variasi motif batik.	Menampilkan identitas budaya melalui hubungan simbolik antar visual.
Rhythmic Montage	02:19–02:21 02:05–02:14	*Workshop* membatik.	Menyusun visual mengikuti ritme gerak.

Metric Montage	01:49–01:57	Visual penghargaan.	Menyampaikan pencapaian perusahaan secara ringkas.
Tonal Montage	01:58–02:04	*Fashion show*.	Membangun suasana visual tertentu.

Secara keseluruhan, kombinasi *continuity editing* dan *montage* pada video *company profile* Handayani Geulis Batik Bogor menunjukkan bahwa penyampaian profil perusahaan memerlukan strategi visual yang disesuaikan dengan karakter informasi pada setiap bagian video. *Continuity editing* menjaga kejelasan alur utama, sedangkan *montage* membantu merangkum informasi dalam bentuk visual yang lebih padat tanpa mengganggu alur yang telah dibangun.

Simpulan

Penelitian ini menghasilkan video *company profile* Handayani Geulis Batik Bogor sebagai media komunikasi audiovisual untuk menjawab kebutuhan perusahaan dalam menyampaikan profil usaha secara lebih utuh dan terstruktur. Proses *editing* dilakukan melalui tahapan *acquisition*, *review and selection*, *assembly*, *rough cut*, *fine cut*, *picture lock*, hingga *mastering and delivery* berdasarkan kerangka Bowen dan Thompson (2018). Tahapan tersebut menunjukkan bahwa *editing* berperan penting dalam menyusun berbagai materi visual menjadi alur yang runtut sehingga informasi mengenai perusahaan dapat disampaikan dengan lebih jelas.

Penyusunan alur visual diperkuat melalui penerapan *continuity editing* dan *montage* yang memiliki fungsi berbeda namun saling melengkapi. *Continuity editing* digunakan untuk menjaga kesinambungan visual agar alur informasi tetap mudah diikuti, sedangkan *montage* digunakan untuk menyusun berbagai informasi secara lebih ringkas dalam durasi yang terbatas. Penerapan kedua teknik tersebut mendukung penyampaian profil Handayani Geulis Batik Bogor sebagai usaha batik yang memperkenalkan produk, identitas budaya, kegiatan edukasi, dan keterlibatan dengan masyarakat.

Penelitian ini menambah kajian mengenai penerapan teknik editing pada produksi video *company profile*, khususnya pada UMKM berbasis budaya yang masih terbatas dibahas dalam penelitian sebelumnya. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha maupun kreator audiovisual dalam menyusun media profil perusahaan yang informatif, terstruktur, dan komunikatif.

Daftar Pustaka

Abdillah, M. F., & Manesah, D. (2025). Penerapan Continuity Editing dalam Film Kingsman Karya Metthew Vaughu. *Realisasi: Ilmu Pendidikan, Seni Rupa Dan Desain*, *2*(1), 191–197. https://doi.org/https://doi.org/10.62383/realisasi.v2i1.526

Azzahra, D., Syafrizal, A., & Hartanto, S. (2024). Analisis Teknik Sinematografi Menggunakan Continuity Editing Pada Film Pendek "Batasan." *Jurnal Vokasi Teknik*, *2*(2), 1–13. https://doi.org/https://doi.org/10.12345

Bowen, C., & Thompson, R. (2018). *Grammar of the Edit*. Routledge. https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780080927046

Cahya, A. D., & Wahyuni, S. (2019). Analisis teknik montage dalam pembentukan suasana dramatik film. *Jurnal Seni Media Rekam*, *8*(1), 12–20.

Hadi, D. S., Susanthi, N. L., & Denny, I. M. P. C. (2021). *Membangun Kesan Realitas Melalui Dimensi Editing Dalam Film Bergaya Mockumentary " Sepenggal Kisah Bunga ." 01*(2), 10–15.

Haptanti, F. S., Hikmah, M., & Basuki, I. A. (2024). Peran Media Pembelajaran dalam Pendidikan Bahasa Indonesia. *Jurnal Bahasa JoLLa*, *4*(9), 972–980. https://doi.org/https://doi.org/10.17977/um064v4i92024p972-980

Higgins, J. (2023). Montage in play. In *Image & Text* (Issue 37). https://doi.org/10.17159/2617-3255/2023/n37a2

Jasmine, A. M., & Loen, R. B. (2020). Penggunaan Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi an Meningkatkan Promosi Pada PT Avoir Industry. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, *2*(2), 125–132.

Latief, R. (2021). *Jurnalistik Sinematografi*. Prenada Media. https://prenadamedia.com/produk/jurnalistik-sinematografi-2/

Ningsih, S., Gusfa, H., Santi, M. R., & Soemiadeny, S. (2026). Persepsi gen z tentang efektivitas kolaborasi perusahaan dalam promosi produk kosmetik lokal menggunakan influencer Korea. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, *12*(1), 429–469. https://doi.org/https://doi.org/10.52434/jk.v12i1.43507

Oktavianingrum, A., Hidayati, D. N., & Nawangsari, E. R. (2023). Strategi branding membangun Brand Identity pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, *4*(3), 1829–1836. https://doi.org/DOI : http://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.

Rahastine, M. P. (2022). Analisa Peranan Public Relation PT. Graha Bina Mandiri Dalam Pembuatan Company Profile Sebagai Media Informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *9*(1), 47–53.

Rahman, S. (2018). *Panduan Editing Video Ala Pro dengan Software Gratis*. Elex Media Komputindo.

Ramadhani, C., Harahap, B., Syahputra, D., Singarimbun, R. N., & Haqki, B. (2024). Analisis Teknik Pengambilan Vidio Cinematic dan Proses Editing Menggunakan Filmora Pada Organisasi Pramuka SMAN 14 Medan. *Jurnal Minfo Polgan*, *13*(1), 883–892. https://doi.org/https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13835

Saepudiqri, S., & Pranata, R. T. H. (2024). Implementation of continuity editing in making CDA IPB University Profile Videos. *The International Journal of Politics and Sociology Research*, *12*(3), 189–199. https://doi.org/https://doi.org/10.35335/ijopsor.v12i3.268

Susanti, S., & Ratmita, R. A. (2020). Manajemen Produksi Program Berita di iNews TV Bandung. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, *10*(2), 1–17. https://doi.org/https://doi.org/10.34010/jipsi.v10i2.3867

Usman, I. (2025). Komunikasi visual dalam branding: Peran desain grafis dalam membangun identitas merek. *Jurnal Pendidikan, Hukum, Komunikasi*, *1*(1), 14–25. https://doi.org/https://doi.org/10.69623/j-dikumsi.v1i1.44

Wijayanti, J. A., & Hapsari, S. A. (2026). Pelestarian budaya Jawa dan identitas melalui konten TikTok Mikopedia. id. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, *12*(1), 391–410. https://doi.org/https://doi.org/10.52434/jk.v12i1.43571