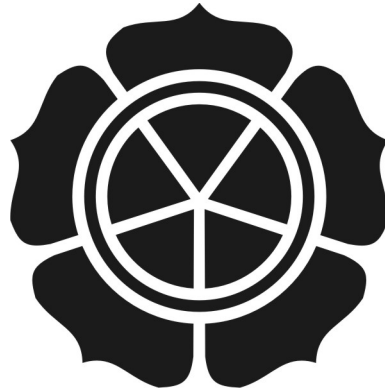


**PEMBUATAN IKLAN TV SEBAGAI SARANA PROMOSI WISATA
PROVINSI RIAU DENGAN MENGGUNAKAN
TEKNIK TIMELAPSE**

SKRIPSI



disusun oleh
Bidayat Il Yasin
11.11.4763

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

**PEMBUATAN IKLAN TV SEBAGAI SARANA PROMOSI WISATA
PROVINSI RIAU DENGAN MENGGUNAKAN
TEKNIK TIMELAPSE**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S1
pada jurusan Teknik Informasi



disusun oleh
Bidayat Il Yasin
11.11.4763

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN TV SEBAGAI SARANA PROMOSI WISATA
PROVINSI RIAU DENGAN MENGGUNAKAN
TEKNIK TIMELAPSE**

yang disusun oleh

Bidayat Il Yasin

11.11.4763

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 09 Februari 2015

Dosen Pembimbing,



Mei Parwanto Kurniawan, M.Kom

NIK. 190302187

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN TV SEBAGAI SARANA PROMOSI WISATA
PROVINSI RIAU DENGAN MENGGUNAKAN
TEKNIK TIMELAPSE**

yang disusun oleh

Bidayat Il Yasin

11.11.4763

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 16 Maret 2016

Susunan Dewan Penguji


Nama Penguji

Mei Parwanto Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187

Agus Purwanto, M.Kom
NIK. 190302229

Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
tanggal 04 April 2016

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

Prof. Dr. M. Suyanto, M.M.
NIK. 190302001



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 28 Maret 2016

Meterai
Rp. 6.000

Bidayat Il Yasin

NIM. 11.11.4763

MOTTO

TERKADANG KITA HARUS MUNDUR TERLEBIH DAHULU UNTUK
DAPAT MELOMPAT LEBIH JAUH

PERCAYA DENGAN RENCANA TUHAN ALLAH S.W.T

DARI PADA BERANI MATI SECARA PENGE CUT LEBIH BAIK BERANI
HIDUP SECARA KESATRIA

JANGAN PERNAH MENYESALI SEMUA KEGAGALAN YANG TELAH
BERLALU, BELAJARLAH DARI KEGAGALAN TERSEBUT DAN
RUBAHLAH KEGAGALAN MENJADI KESUKSESAN



PERSEMBAHAN

DENGAN MENGUCAP SYUKUR ALHAMDULILLAH KEPADA ALLAH S.W.T YANG TELAH MEMBERIKAN HIDAYAHNYA SEHINGGA SEKRIPSI INI DAPAT TERSELESAIKAN. INGIN KUPERSEMBAHKAN SEBUAH KARYA KECIL YANG TELAH BERHASIL KUSELASKAN INI

KEPADA :

KEDUA ORANG TUAKU KASINEM DAN ALLI MASHUD YANG SELALU SABAR MENDAMPINGI, MERAWAT, TERUS MEMBIMBINGKU DAN SELALU MENDOAKAN YANG TERBAIK BUAT DIRIKU, SERTA KELUARGABESARKU KAKAK, ABANG, ADIKKU TERSAYANG YANG SELALU MENYEMANGATIKU DAN SPESIAL KUPERSEMBAHKAN KEPADA BAPAK KANDUNGKU ALMARHUM SARING SUNARI

UNTUK CALON ISTRIKU WIWIK WIDIASTUTI DAN KELUARGA BESAR BAPAK ASLI YANG SELALU SABAR MENUNGGU AGAR AKU DAPAT MENYELESAIKAN KULIAHKU

ALMAMATERKU TERCINTA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA SEBAGAI TEMPATKU MENIMBA ILMU.

DOSEN PEMBIMBING BAPAK MEI P KURNIAWAN DAN UNTUK PARA DOSEN, PEMBIMBING AKADEMIK, TERIMA KASIH YANG SEBESAR - BESARNYA ATAS ILMU, BIMBINGAN, KRITIK, SARAN, MASUKAN DAN LAIN SEBAGAINYA GUNA MENJADIKAN PENULIS PRIBADI YANG LEBIH BAIK DI MASA DEPAN.

TEMAN-TEMANKU DI STMIK AMIKOM YOGYAKARTA, SELURUH RAKAN KERJA CAFADANET FARANDI KURNIAWAN DAN

CHANDRA HARDIYANTO S, REKAN KERJA ROOT CINEMA
PRODUCTION DONY AGUNG P, FAISAL ARIF, KEVIN ALVORD DAN M
RULLY, TEMAN-TEMAN CINTA DAMAI FC, CINTA DAMAI
COMMUNITY, IKATAN PEMUDA DAN PELAJAR DESA CINTA DAMAI,
KARANG TARUNA DESA CINTA DAMAI, REMAJA MUSHOLA AL-
HIKMAH, DAN KELUARGA BESAR GOEBOK CREATIVE NUROHMAN,
ANDIKA PRASETYA, INDRA HERIYANTO DLL



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PEMBUATAN IKLAN TV SEBAGAI SARANA PROMOSI WISATA PROVINSI RIAU DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK TIMELAPSE”. Skripsi ini disusun sebagai tugas akhir guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Komputer pada Perguruan Tinggi STMIK AMIKOM Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, hal tersebut karena masih sangat terbatasnya pengetahuan penulis. Kesempurnaan dari skripsi ini tidak lepas dari bimbingan-bimbingan, nasihat-nasihat, bantuan-bantuan fasilitas dan juga dorongan moril dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya serta rasa hormat kepada :

1. Mei P Kurniawan, M.Kom, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Segenap Dosen STMIK AMIKOM Yogyakarta, yang telah memberikan ilmu pengetahuan sebagai bekal hidup penulis di masa depan..
3. Tonny Hidayat, M.Kom, selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik, saran, masukan dan sanggahan guna penyempurnaan skripsi ini.
4. Agus, M.Kom, selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik, saran, masukan dan sanggahan guna penyempurnaan skripsi ini.

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.7 Sistem Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Pengertian Multimedia	10
2.3 Elemen Multimedia	11
2.3.1 Text.....	12
2.3.2 Image	12
2.3.3 Audio	12
2.3.4 Video.....	12
2.3.5 Animation	12

2.4	Definisi Iklan	13
2.4.1	Pengertian Iklan	13
2.4.2	Tipe Iklan Televisi	13
2.4.3	Iklan Komersil	14
2.4.4	Iklan Tidak Komersil	14
2.5	Tujuan Periklanan	14
2.6	Sejarah Periklanan Televisi	15
2.6.1	Tujuan Periklanan Televisi	15
2.6.1.1	Iklan Informatif	16
2.6.1.2	Iklan Persuasif	16
2.6.1.3	Iklan Pengingat	16
2.6.1.4	Iklan Penambah Nilai	17
2.6.1.5	Iklan Bantuan Aktifitas Lain	17
2.6.2	Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi	17
2.6.2.1	Kekuatan Iklan Televisi	17
2.6.2.2	Kelemahan Iklan Televisi	19
2.7	Jenis-jenis Animasi	20
2.7.1	Timelapse	20
2.7.2	Stop Motion	21
2.7.3	Cell Animation	22
2.7.4	Claymation	22
2.7.5	Cut Out Animasi	23
2.8	Teknik Animasi	24
2.9	Teknik Animasi Timelapse	24
2.10	Alat dan Bahan yang Digunakan	25
2.10.1	Kamera DSLR	25
2.10.2	Wireless Intervalometer	26
2.10.3	Tripod	26
2.10.4	Slider Kamera	27
2.10.5	Filter Lensa CPL	28
2.10.6	Software/Perangkat Lunak	28

2.10.7	Komputer	29
2.11	Tahap-tahap Produksi Iklan.....	30
2.11.1	Tahap Pra Produksi.....	30
2.11.1.1	Konsep	30
2.11.1.2	Tema	30
2.11.1.3	Sinopsis.....	31
2.11.1.4	Screenplay/Scrip.....	31
2.11.1.5	Pembuatan Storyboard.....	31
2.11.2	Tahap Produksi	33
2.11.3	Tahap Paska Produksi.....	33
2.11.3.1	Editing Video.....	34
2.11.3.2	Editing Audio	34
2.12	Jenis Shot Pengambilan Gambar.....	34
2.12.1	Extreme Long Shot.....	34
2.12.2	Close Up	34
2.12.3	Long Shot/Full Shot.....	36
2.12.4	Medium Long Shot.....	36
2.12.5	Medium Shot	37
2.12.6	Big Close Up.....	38
2.12.7	Extreme Close Up.....	38
2.12.8	Over Shoulder Shot.....	39
2.12.9	Two Shot.....	39
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		40
3.1	Analisis Kebutuhan	40
3.1.1	Kebutuhan Fungsional	40
3.1.2	Kebutuhan Non Fungsional	40
3.2	Pra Produksi	42
3.2.1	Ide Cerita/Konsep	42
3.2.2	Tema Cerita	43
3.2.3	Sinopsis.....	43
3.2.4	Storyboard.....	44

BAB IV IMPLEMENTASIN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Implementasi	51
4.2 Produksi.....	51
4.2.1 Pengambilam Gambar	51
4.3 Manajemen Data.....	54
4.4 Pasca Produksi.....	56
4.4.1 Editing.....	56
4.4.1.1 Mengatur Warna Gambar	56
4.4.1.2 Mengubah Foto Menjadi Video Timelapse.....	63
4.4.1.3 Mengelola Video Menggunakan Final Cut Pro.....	67
4.4.1.3.1 Membuat Lembar Kerja Baru Pada Final Cut Pro.....	67
4.4.1.3.2 Mengimport Video.....	71
4.4.1.3.3 Menempatkan dan Memotong Video.....	73
4.4.1.3.4 Memberi Efek Transisi	74
4.4.1.3.5 Rendering Video Menggunakan Final Cut Pro.....	76
4.4.1.4 Menggunakan Aplikasi CorelDRAW.....	78
4.4.1.5 Menggunakan Aplikasi Photoshop.....	79
BAB V PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tabel Storyboard.....	44
Tabel 4.1	Tabel Frame dan Durasi.....	55

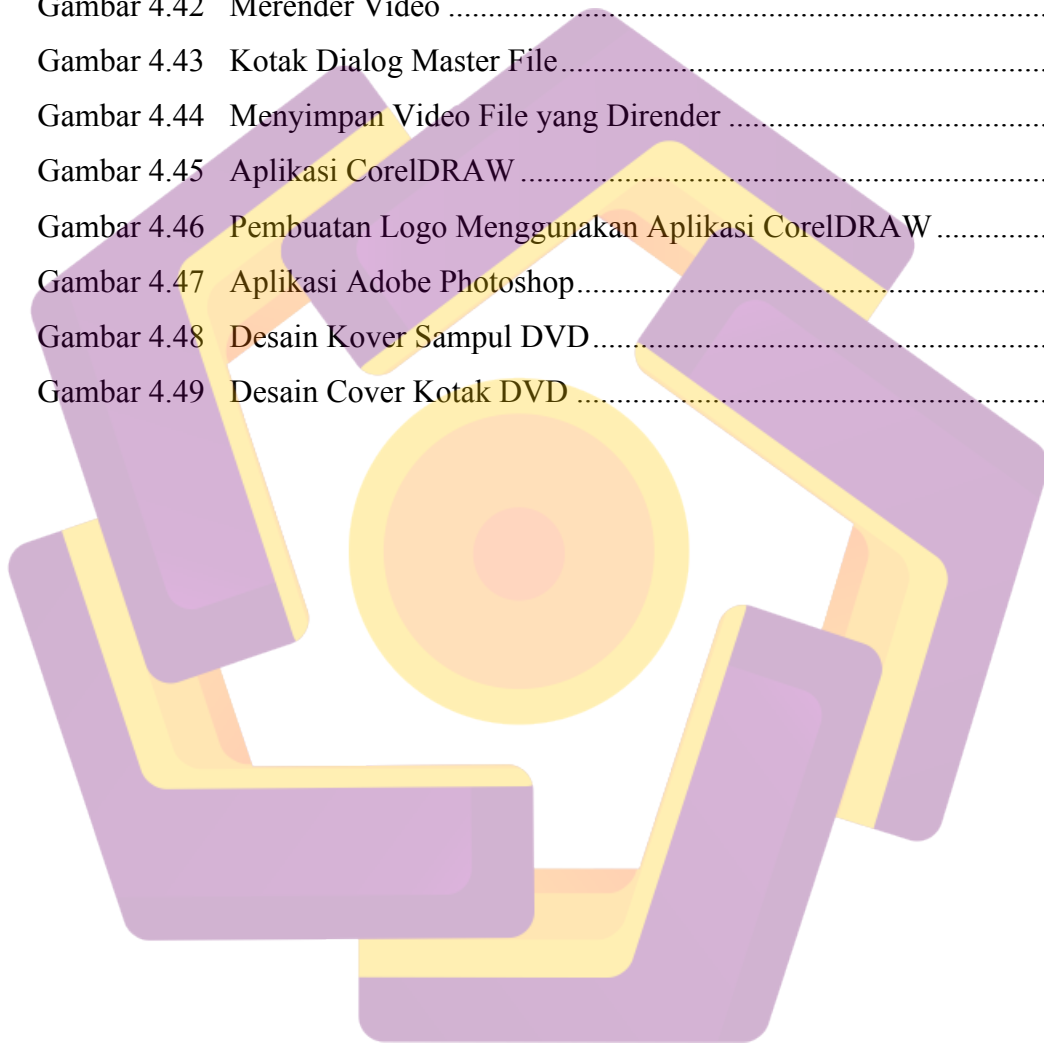


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Elemen Multimedia.....	11
Gambar 2.2	Contoh Gambar Pengambilan Video Timelapse.....	21
Gambar 2.3	Contoh Gambar Stop Motion.....	21
Gambar 2.4	Contoh Gambar Cell Animation.....	22
Gambar 2.5	Contoh Gambar Claymation.....	23
Gambar 2.6	Contoh Gambar Cut Out Animation.....	23
Gambar 2.7	Kamera Cannon 60D.....	25
Gambar 2.8	Remot Wireless Intervalmeter.....	26
Gambar 2.9	Tripod.....	27
Gambar 2.10	Slider.....	27
Gambar 2.11	Filter Lensa CPL.....	28
Gambar 2.12	Software/Perangkat Lunak.....	29
Gambar 2.13	Komputer Sebagai Alat Pendukung.....	29
Gambar 2.14	Storyboard.....	32
Gambar 2.15	Storyboard Iklan Televisi.....	33
Gambar 2.16	Exteme Long Shot.....	35
Gambar 2.17	Close Up.....	35
Gambar 2.18	Long Shot.....	36
Gambar 2.19	Medium Long Shot.....	37
Gambar 2.20	Medium Shot.....	37
Gambar 2.21	Big Close Up.....	38
Gambar 2.22	Extreme Close Up.....	38
Gambar 2.23	OSS (Over Sholder Shot).....	39
Gambar 2.24	Two Shot.....	39
Gambar 4.1	Seting Kamera.....	52
Gambar 4.2	Pengambilan Gambar Timelapse.....	52
Gambar 4.3	Salah Satu Lokasi Pengambilan Gambar.....	53
Gambar 4.4	Pengambilan Gambar Penari Tradisional.....	53
Gambar 4.5	Foto Bersama Petugas Dinas Pariwisata Riau.....	53

Gambar 4.6	Folder Timelapse.....	54
Gambar 4.7	Folder Video.....	55
Gambar 4.8	Aplikasi Adobe Photoshop Lightroom.....	57
Gambar 4.9	Tampilan Adobe Photoshop Lightroom.....	57
Gambar 4.10	Mengimport Gambar yang Akan Diedit	58
Gambar 4.11	Memilih Gambar yang Akan Diedit.....	58
Gambar 4.12	Memilih Salah Satu Gambar Untuk Diedit	59
Gambar 4.13	Memilih Develop Untuk Mengedit Salah Satu Gambar	59
Gambar 4.14	Kotak Develop Untuk Mengedit Warna Gambar	60
Gambar 4.15	Menyimpan Gambar yang Sudah Diedit Dengan New Presets.....	61
Gambar 4.16	Menyimpan New Presets.....	61
Gambar 4.17	Mengubah Keseluruhan Gambar.....	62
Gambar 4.18	Menyimpan Gambar yang Sudah Diedit.....	62
Gambar 4.19	Perbandingan Gambar	63
Gambar 4.20	Software Panolapse	63
Gambar 4.21	Tampilan Awal Panolapse.....	64
Gambar 4.22	Mengimport Gambar	64
Gambar 4.23	Mengatur Lens Settings.....	65
Gambar 4.24	Foto yang Sudah Diimport	65
Gambar 4.25	Mengatur Export Setting	66
Gambar 4.26	Merender Data Foto Menjadi Video	66
Gambar 4.27	Aplikasi Final Cut Pro.....	67
Gambar 4.28	Halaman Utama Final Cut Pro	68
Gambar 4.29	Membuat Lembar Acara Baru.....	68
Gambar 4.30	Memberi Nama Lembar Acara.....	69
Gambar 4.31	Lembar Acara Baru	69
Gambar 4.32	Membuat Lembar Kerja Baru	70
Gambar 4.33	Memberi Nama Projek	70
Gambar 4.34	Lembar Projek Baru	71
Gambar 4.35	Mengimport File Video	72
Gambar 4.36	Memilih Video yang Akan Diolah.....	72

Gambar 4.37	Video yang Telah Diimport	73
Gambar 4.38	Menempatkan Video Pada Panel Timelane	73
Gambar 4.39	Memotong Video	74
Gambar 4.40	Panel Transitions	75
Gambar 4.41	Memberi Transisi Pada Video	75
Gambar 4.42	Merender Video	76
Gambar 4.43	Kotak Dialog Master File	77
Gambar 4.44	Menyimpan Video File yang Dirender	77
Gambar 4.45	Aplikasi CorelDRAW	78
Gambar 4.46	Pembuatan Logo Menggunakan Aplikasi CorelDRAW	78
Gambar 4.47	Aplikasi Adobe Photoshop	79
Gambar 4.48	Desain Kover Sampul DVD	79
Gambar 4.49	Desain Cover Kotak DVD	79



INTISARI

Kata Kunci: Provinsi Riau, Iklan TV, *Timelapse*

Provinsi Riau sebenarnya mempunyai potensi pariwisata yang sangat menarik seperti provinsi-provinsi lain di Indonesia.. Namun pada kenyataanya pariwisata di provinsi Riau masih kurang dikenal oleh masyarakat Riau itu sendiri, dikarenakan kurangnya promosi wisata di provinsi Riau yang saat ini hanya menggunakan media promosi buku wisata, peta wisata dan video yang berdurasi terlalu lama sehingga dirasa kurang efektif untuk media promosi.

Periklanan merupakan salah satu tahap dalam pemasaran. Produk, barang ataupun jasa, baik penamaanya, pengemasanya, penetapan harga, dan distribusinya tercemin dalam kegiatan periklanan. Tanpa periklanan berbagai produk tidak akan dapat mengalir secara lancer ke para distributor, apalagi sampai ketangan konsumen.

Timelapse biasa disebut juga dengan *timelapse* photography yang merupakan pengembangan dari bidang fotografi yang menjadikan sekumpulan foto yang diambil dalam periode tertentu menjadi sebuah klip video pendek. Periode pemotretan umumnya berdurasi lama, bias hingga berjam-jam, sedangkan timing pengambilan foto bias dibuat berkala setiap beberapa detik hingga menit, tergantung kebutuhan

ABSTRACT

Keyword: Riau Province, TV advertisement, Timelapse

Riau Province actually has a very attractive tourism potential like other provinces in Indonesia .. But the fact of tourism in the province of Riau still not known if the people of Riau itself, due to a lack of promotion of tourism in the province of Riau, which is currently only using media campaign travel book , tourist maps and videos berdursai too long so that it is less effective for media promotion.

Advertising is one of the stages in the marketing. Products, goods or services, either penamaanya, pengemasanya, pricing, and distribution is reflected in advertising activities. Without advertising various products will not flow smoothly into the distributor, especially to the hands of consumers.

Timelapse also called timelapse photography which is the development of the field of photography that makes a series of photos taken in a certain period into a short video clip. Shooting period is generally long duration, the bias for hours, while the timing of image capture bias made periodically every few seconds to minutes, depending on needs