

**IMPLEMENTASI TEKNIK HYPERLAPSE PADA VIDEO PROMOSI
PARIWISATA CANDI IJO YOGYAKARTA**

SKRIPSI



disusun oleh

Teguh Mulyanto

11.12.5624

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2015**

**IMPLEMENTASI TEKNIK HYPERLAPSE PADA VIDEO PROMOSI
PARIWISATA CANDI IJO YOGYAKARTA**

SKRIPSI

untuk memenuhi syarat ujian akhirguna memperoleh
gelar Sarjana Strata-1 pada jurusan Sistem Informasi
di STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



disusun oleh

Teguh Mulyanto

11.12.5624

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2015**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI TEKNIK HYPERLAPSE PADA VIDEO PROMOSI
PARIWISATA CANDI IJO YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Teguh Mulyanto

11.12.5624

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 25 Oktober 2014

Dosen Pembimbing,



Tonny Hidayat, M.Kom

NIK.190302182

PENGESAHAN

SKRIPSI

IMPLEMENTASI TEKNIK HYPERLAPSE PADA VIDEO PROMOSI PARIWISATA CANDI IJO YOGYAKARTA

yang disusun oleh

Teguh Mulyanto

11.12.5624

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 25 Mei 2015

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182

Amir Fatah Sofvan ST, M.Kom
NIK. 190302047

Barka Satya, M.Kom
NIK. 190302126

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 8 juni 2015

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA



Prof. Dr. M. Suvanto, M.M.

NIK. 190302001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan isi dalam skripsi tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/ 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 Mei 2015

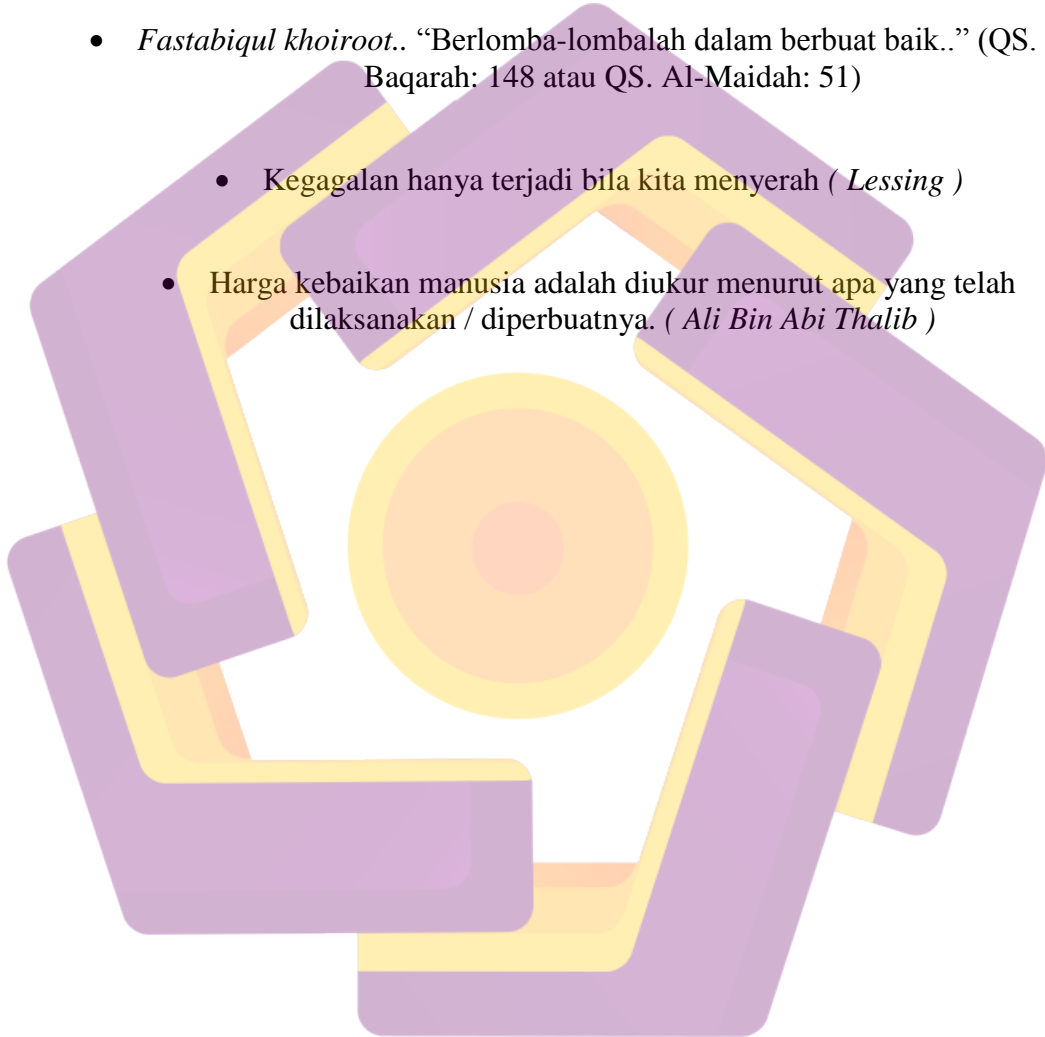


Teguh Mulyanto

11.12.5624

MOTTO

- Kesempatan tidak datang kedua kali pada orang yang sama. (*Teguh*)
- Apabila anda berbuat kebaikan kepada orang lain, maka anda telah berbuat baik terhadap diri sendiri. (*Benyamin Franklin*)
- *Fastabiqul khoiroot..* “Berlomba-lombalah dalam berbuat baik..” (QS. Al-Baqarah: 148 atau QS. Al-Maidah: 51)
 - Kegagalan hanya terjadi bila kita menyerah (*Lessing*)
 - Harga kebaikan manusia adalah diukur menurut apa yang telah dilaksanakan / diperbuatnya. (*Ali Bin Abi Thalib*)



PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah tuhan semesta alam, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya Alhamdulillah skripsi ini bisa terselesaikan. Ucapan terimakasih untuk keluarga tercinta, bapak, ibu dan adik-adik ku tersayang yang telah memberiku motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan untuk bapak, ibu tercinta dan juga teman-teman kupeni, Alfan, Mas bangun, Ivan, ismail, makasih sudah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Buat teman-teman Ruminet, bagus, dan yang lainnya terimakasih banyak. Teman-teman Waton melu terima kasih Kalian telah menjadi tempat berbagi ilmu yang luar biasa.

Untuk Bapak Tonny Hidayat M.Kom selaku dosen pembimbing yang sangat luar biasa. Terimakasih pak atas bimbingannya sehingga skripsi ini bisa selesai dengan hasil sesuai dengan yang diharapkan.

Untuk mbak peni miradinita terimakasih telah membantu dari awal hingga akhir, memberi semangat yang luar biasa sehingga skripsiku ini bisa selesai dengan tepat waktu. Terimakasih atas segala pengorbanan, kasih sayang, dan semangatnya.

Untuk sahabatku yang selalu ada saat senang maupun susahivan, ismail, sadli terimakasih banyak atas semua doa, semangat, dan bantuannya. nabila, ita, eka, tiok, wahyu, abin dan semua keluarga besar 11-S1SI-04 yang selalu memberikan dukungan, doa dan semangat yang luar biasa.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan yang baik serta menjadi motivasi bagi penulis.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Strata-1 Jurusan Sistem Informasi Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta guna memperoleh gelar Sarjana Komputer.

Dengan selesainya skripsi yang berjudul *“IMPLEMENTASI TEKNIK HYPERLAPSE PADA VIDEO PROMOSI PARIWISATA CANDI IJO YOGYAKARTA”* dengan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM, selaku ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Tonny Hidayat, M. Kom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak saran, bantuan, masukan, dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Bambang Sudaryatno, MM selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
4. Bapak, ibu dan adik-adik ku tersayang dan seseorang tercinta yang telah memberikan doa, kasih sayang, dan dorongan kepada penulis.

5. Sahabat dan teman-teman kelas 11-S1SI-04 yang telah berjuang bersama selama 6 semester.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu oleh penulis.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya akan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun senantiasa diharapkan demi menyempurnakan hasil penelitian ini.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca umumnya dan khususnya untuk pengembangan pada bidang multimedia.

Yogyakarta, 28 Mei 2015
Penulis,

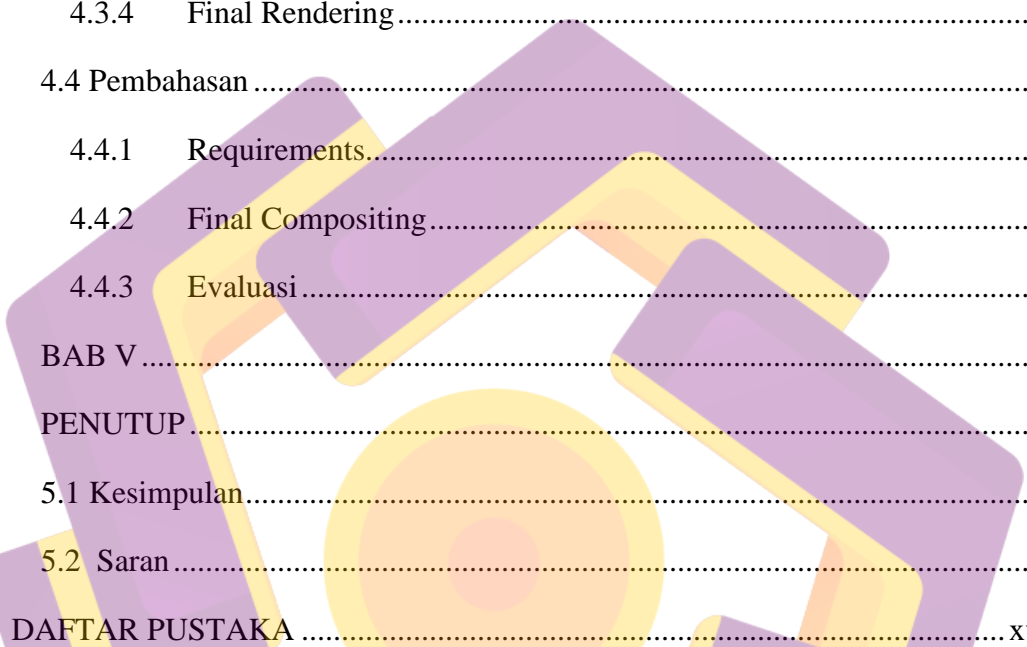
Teguh Mulyanto
11.12.5624

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
INTISARI.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.5.1 Manfaat Bagi Peneliti.....	4
1.5.2 Manfaat Akademis	4
1.5.3 Manfaat Pengembang.....	5
1.6 Metode Penelitian.....	5

1.7	Sistematika Penelitian	6
BAB II.....		8
LANDASAN TEORI		8
2.1	Tinjauan Pustaka	8
2.2	Konsep Dasar Multimedia.....	9
2.2.1	Definisi Multimedia	9
2.2.2	Elemen Multimedia.....	10
2.3	Hyperlapse.....	14
2.3.1	Sejarah Hyperlapse.....	14
2.3.2	Perkembangan Hyperlapse.....	14
2.3.3	Pemilihan Subyek Hyperlapse	15
2.3.4	Penentuan Frame Rate pada hyperlapse.....	16
2.3.5	Teknik dan Prosedur pada Hyperlapse.....	17
2.3.6	Tahapan dalam Pembuatan Hyperlapse	17
2.3.7	Peralatan Pembuatan Hyperlapse.....	19
2.4	Visual Effect.....	20
2.5	Video Promosi.....	21
2.6	Tahap Implementasi Teknik Hyperlapse.....	22
2.6.1	Tahap pra-produksi	22
2.6.2	Tahap produksi	25
2.6.3	Tahap pasca produksi.....	27
2.7	Pengenalan Perangkat.....	28
2.7.1	Perangkat Pendukung Produksi	28

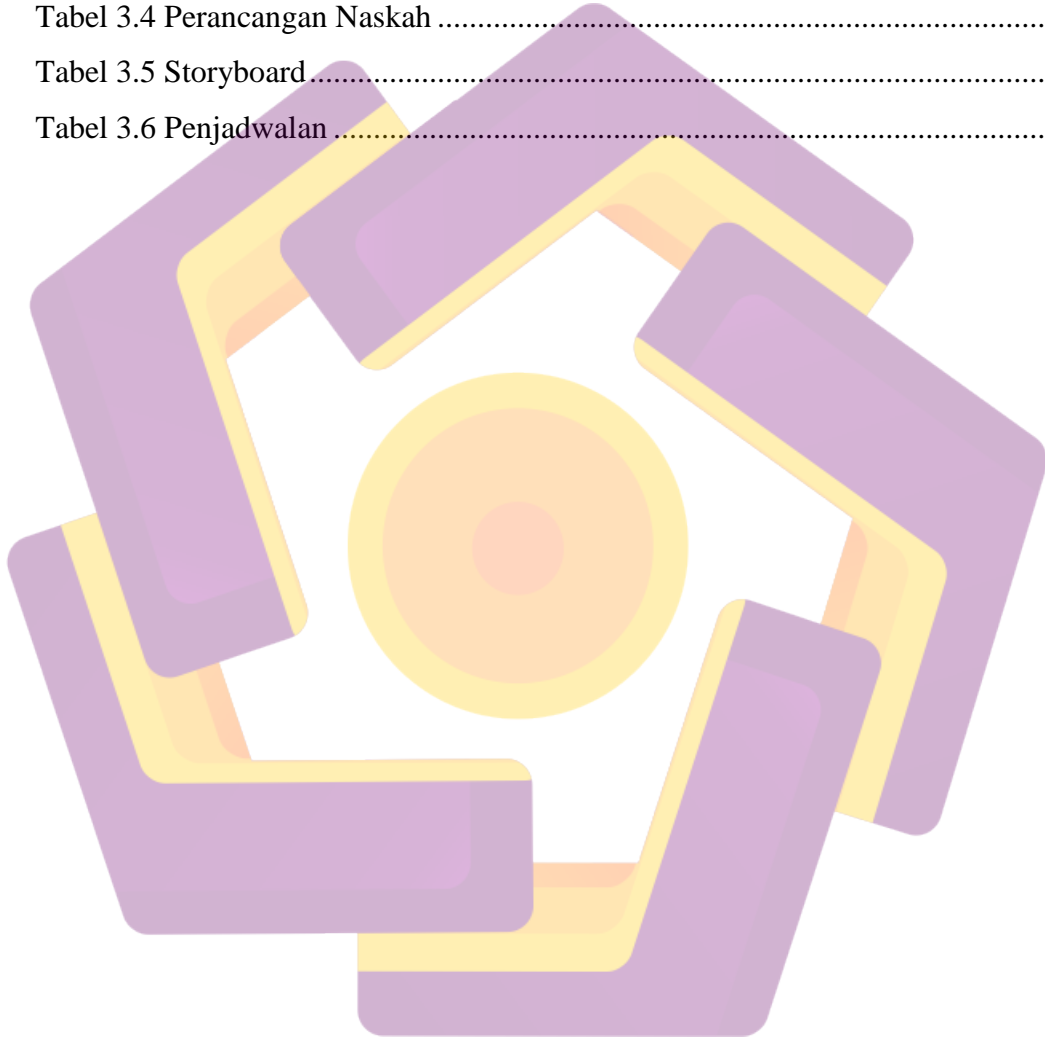
BAB III	32
ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM	32
3.1 Tinjauan Umum.....	32
3.1.1 Hyperlpase.....	32
3.1.1 Candi Ijo.....	33
3.1.3 Logo Balai Pelestarian Peninggalan Purbakala Yogyakarta.....	33
3.2 AnalisisKebutuhan Sistem	34
3.2.1 Analisis Kebutuhan Fungsional	34
3.2.2 Analisis Kebutuhan Non- Fungsional	35
3.3 Tahap Pra Produksi	39
3.3.1 Perancangan Ide dan Konsep	39
3.3.2 Tema.....	40
3.3.3 Skript atau Naskah	40
3.3.4 Perancangan Storyboard.....	41
3.3.5 Penjadwalan	42
BAB IV	44
IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Produksi.....	44
4.1.1 Perancangan	45
4.1.2 Pemilihan Lokasi Pengambilan gambar.....	45
4.1.3 Pengambilan Gambar	46
4.2 Pasca Produksi.....	50
4.2.1 Compositing	50
4.2.1.1 Manajemen File.....	50
4.2.1.2 Warp Stabilizer.....	52



4.2.1.3 Render Video Teknik Hyperlpase	55
4.3 Editing	55
4.3.1 Editing Trim	55
4.3.2 Color Correction.....	57
4.3.4 Final Rendering.....	59
4.4 Pembahasan	61
4.4.1 Requirements.....	62
4.4.2 Final Compositing.....	63
4.4.3 Evaluasi.....	63
BAB V	67
PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	xviii

DAFTAR TABEL

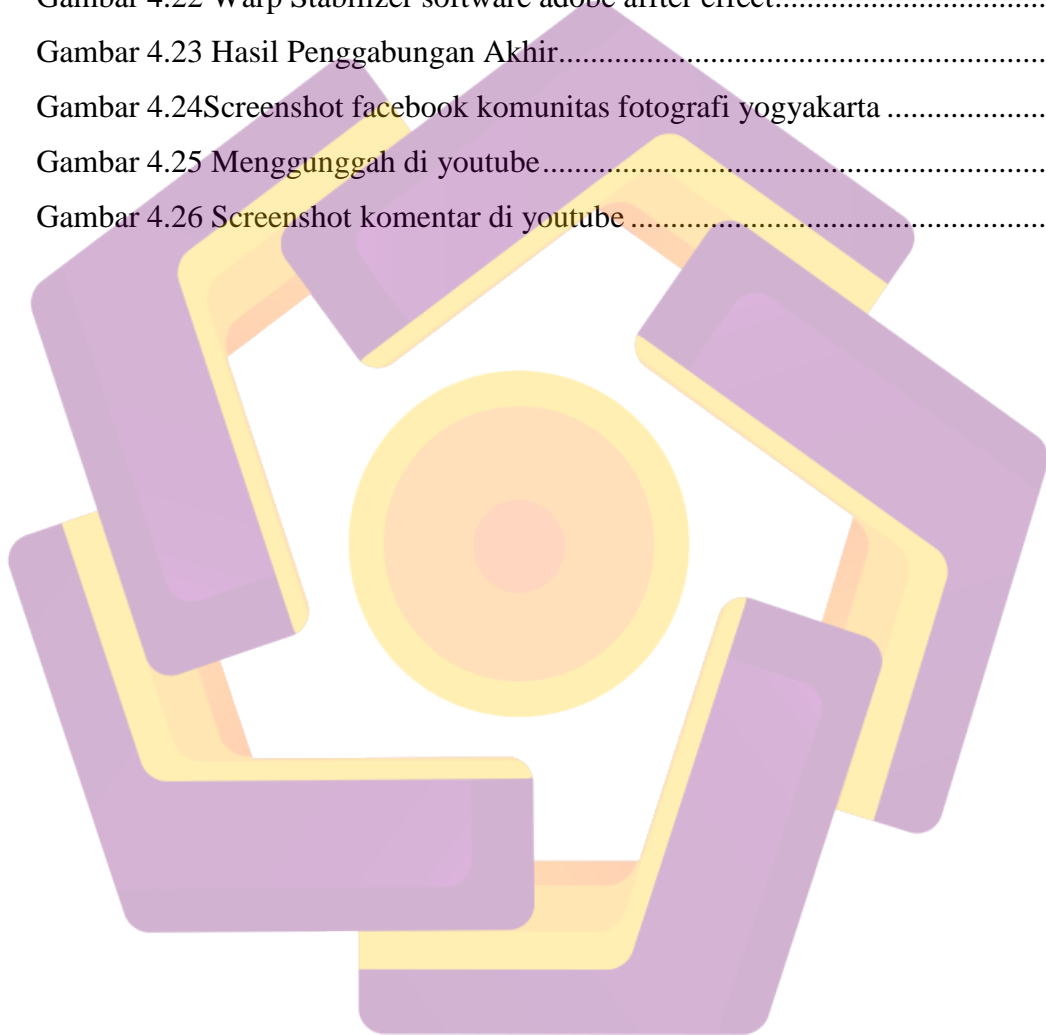
Tabel 2.1 Interval waktu yang biasa digunakan.....	16
Tabel 3.1 Perlengkapan Produksi.....	35
Tabel 3.2 Tabel Hardware.....	36
Tabel 3.3 Tabel Software	37
Tabel 3.4 Perancangan Naskah	40
Tabel 3.5 Storyboard.....	41
Tabel 3.6 Penjadwalan	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen Multimedia.....	11
Gambar 2.2 Tokoh yang memperkenalkan Hyperlapse.....	15
Gambar 2.3 Warp Stabilizer.....	21
Gambar 2.4 Proses Pra-Produksi.....	23
Gambar 2.5 Contoh Storyboard	24
Gambar 2.6 Proses Produksi	25
Gambar 2.7 Proses Pasca Produksi	27
Gambar 2.8 Nikon 7000D	29
Gambar 2.9 Tripod Excel Promos.....	30
Gambar 2.10 Speaker simbada Cst 5000	31
Gambar 3.1 Menggunakan teknik hyperlapse	32
Gambar 3.2 Bangunan Candi Ijo.....	33
Gambar 3.3 Logo Balai Pelestarian Peninggalan Purbakala Yogyakarta	33
Gambar 3.4 Perancangan Ide	39
Gambar 4.1 Bagan alur produksi	45
Gambar 4.2 Salah satu lokasi pengambilan gambar	46
Gambar 4.3 Low Angle view(hasil kamera DSLR D7000).....	47
Gambar 4.4 Hasil Lensa Canon 50mm f/1.4 USM.....	48
Gambar 4.5 Komposisi Framing.....	49
Gambar 4.6 Manajemen File.....	51
Gambar 4.7 File *.jpg yang telah di sortir	52
Gambar 4.8 Pilih Warp Stabilizer	53
Gambar 4.9 Sebelum stabilizer	53
Gambar 4.10 Proses Stabilizer	54
Gambar 4.11 Hasil Warp Stabilizer	54
Gambar 4.12 Render Hasil dari hyperlapse	55
Gambar 4.13 Hasil Trimming dan Razor Tool	57
Gambar 4.14 Tampilan Brightness and Contrast	58
Gambar 4.15 Color Correction dengan Three-Way Color Correction.....	58
Gambar 4.16 Final Coloring	58

Gambar 4.17 Proses Export Video.....	59
Gambar 4.18 Pemilihan format video	60
Gambar 4.19 Pemilihan Codec Video.....	60
Gambar 4.20 Proses Rendering.....	60
Gambar 4.21 Grid line pada kamera	62
Gambar 4.22 Warp Stabilizer software adobe affter effect.....	63
Gambar 4.23 Hasil Penggabungan Akhir.....	63
Gambar 4.24Screenshot facebook komunitas fotografi yogyakarta	64
Gambar 4.25 Mengunggah di youtube.....	65
Gambar 4.26 Screenshot komentar di youtube	66



INTISARI

Perkembangan teknologi dalam pembuatan sebuah video kini semakin beragam, berbagai cara pembuatan sebuah video menjadi ciri khas tersendiri bagi sang pembuat. Video dengan teknik *live shoot* yang digabungkan dengan teknik *hyperlapse* kini semakin di kenal oleh masyarakat yang nantinya akan di kombinasikan dengan visual effect yang telah di rencanakan sebelumnya. Sebuah tempat bersejarah dan wisata tentu harus memiliki daya tarik tersendiri sehingga selain mampu menarik wisatawan untuk berkunjung tetapi juga memberikan dampak positif pada lingkungan sekitar.

Teknik *hyperlapse* ini diterapkan untuk menampilkan bangunan-bangunan candi ijo yang berada yogyakarta yang di visualisasikan berupa video promosi. Video promosi merupakan sebuah media berbasis multimedia yang sangat membantu perusahaan untuk memasarkan sebuah produk dan jasa. *Hyperlapse* sendiri adalah hasil dari fotografi berupa *frame-frame* yang kemudian diolah sedemikian rupa sehingga menghasilkan sebuah video singkat. Dengan teknik *hyperlapse* ini mampu merangkum dan mempersingkat periode yang lama menjadi singkat.

Teknik *hyperlapse* pada candi ijo yang nantinya akan di gabungkan dengan *live shoot* dan menjadi sebuah video, yang dapat memberikan gambaran-gambaran cara pembuatan sebuah video dengan teknik *hyperlapse* dan tentang candi ijo itu sendiri. Sehingga selain mampu memberikan pengetahuan tentang cara pembuatan video *hyperlapse* tetapi juga mampu menarik wisatawan untuk datang ke candi ijo.

Kata-kunci: Multimedia, *hyperlapse*, *live shoot*.

ABSTRACT

The development of technology in the making of a video is increasingly diverse, a variety of ways of making a video is characteristic tersediri for the creator. Shoot live video techniques combined with hyperlapse technique is increasingly known by the people who will be in combination with visual effects that have previously planned. A historic and tourist sites must necessarily have a special attraction that besides being able to attract tourists to visit but also a positive impact on the surrounding environment.

Hyperlapse technique is applied to display the green temple buildings located in Yogyakarta are visualized in the form of a promotional video. Video promotion is a multimedia-based media that help the company to market a product and services. Hyperlapse itself is the result of photography in the form of frames which are then processed so as to produce a short video. Hyperlapse technique is able to summarize and shorten the period of time a short widened.

Mechanical hyperlapse on green temple which will be in combination with a live shoot and become a video, which can provide images of the way of making a video with hyperlapse techniques and about the temple itself green. So in addition is able to provide knowledge of how to manufacture video hyperlapse but also able to attract tourists to come to the temple green.

Keywords: *Multimedia, hyperlapse, live shoot.*

