

**IMPLEMENTASI TIME REMAPPING, GLITCH EFFECT, DAN  
LIGHT LEAK PADA IKLAN PRESCHEDIO**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana  
Sistem Informasi



disusun oleh

**ILYAS IBRAHIM**

**17.12.0073**

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2022**

**IMPLEMENTASI TIME REMAPPING, GLITCH  
EFFECT, DAN LIGHT LEAK PADA IKLAN  
PRESCHEDIO**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana  
Sistem Informasi



disusun oleh  
**Ilyas Ibrahim**  
**17.12.0073**

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI TIME REMAPPING, GLITCH EFFECT, DAN LIGHT  
LEAK PADA IKLAN PRESCHEDIO**

yang disusun dan diajukan oleh

**Ilyas Ibrahim**

**17.12.0073**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 25 Agustus 2022

**Dosen Pembimbing,**

**Muhammad Rudyanto Arief**

**NIK. 190302098**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**IMPLEMENTASI TIME REMAPPING, GLITCH EFFECT, DAN LIGHT**  
**LEAK PADA IKLAN PRESCHEDIO**

yang disusun dan diajukan oleh

**Ilyas Ibrahim**

**17.12.0073**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 25 Agustus 2022

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Erni Seniwati, S.Kom.,M.Cs.**

**NIK. 190302231**

**Dhimas Adi Satria, S.Kom.,M.Kom**

**NIK. 190302427**

**M. Rudyanto Arief,S.T,M.T**

**NIK. 190302098**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 25 Agustus 2022

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**Hanif Al Fatta,S.Kom., M.Kom.**

**NIK. 190302096**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Ilyas Ibrahim  
NIM : 17.12.0073

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

### **IMPLEMENTASI TIME REMAPPING, GLITCH EFFECT, DAN LIGHT LEAK PADA IKLAN PRESCHEDIO**

Dosen Pembimbing : M. Rudyanto Arief, S.T, M.T

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 25 Agustus 2022

Yang Menyatakan,



Ilyas Ibrahim

## KATA PENGANTAR

Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dari berbagai pihak, Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang tulus kepada:

1. Kedua orang tua saya dan keluarga besar yang telah memberikan doa, semangat dan kasih sayang yang tak terhingga demi tercapainya tujuan dan cita-cita.
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku Ketua Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Krisnawati, S.Si, MT selaku ketua jurusan Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak M. Rudyanto Arief, S.T, M.T selaku dosen pembimbing penulis yang telah banyak memberikan masukan dan arahan dalam pembuatan skripsi yang sangat besar peran dan jasanya dalam pengerjaan skripsi ini
5. Teman-teman dari kelas 17-S1SI-02 yang telah berbagi ilmu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu, sehingga laporan skripsi ini terselesaikan dengan baik dan lancar.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan ini belum sempurna, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih jika ada saran maupun kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan penyusunan laporan ini. Semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 5 Desember 2022

Ilyas Ibrahim.

17.12.0073

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
INTISARI .....	xi
ABSTRACT.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Penelitian .....	3
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
1.6 Sistematika Penulisan .....	5
<b><i>BAB I : PENDAHULUAN.....</i></b>	<b><i>5</i></b>
<b><i>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA .....</i></b>	<b><i>5</i></b>
<b><i>BAB III : METODE PENELITIAN .....</i></b>	<b><i>6</i></b>
<b><i>BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN.....</i></b>	<b><i>6</i></b>
<b><i>BAB V : PENUTUP .....</i></b>	<b><i>6</i></b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Studi Literatur .....	7
2.2 Konsep Dasar Multimedia .....	10
<b><i>2.2.1 Pengertian Multimedia.....</i></b>	<b><i>10</i></b>
<b><i>2.2.2 Komponen Multimedia.....</i></b>	<b><i>11</i></b>
2.3 Konsep Dasar Video .....	12
<b><i>2.3.1 Pengertian Video .....</i></b>	<b><i>12</i></b>
2.4 Konsep Dasar Penunjang Video .....	14
<b><i>2.4.1 Adobe Premiere Pro .....</i></b>	<b><i>14</i></b>
<b><i>2.4.2 System Requirements Adobe Premiere Pro.....</i></b>	<b><i>14</i></b>

2.5	Sinematografi.....	14
<b>2.5.1</b>	<b>Pra Produksi.....</b>	<b>15</b>
<b>2.5.2</b>	<b>Produksi.....</b>	<b>15</b>
<b>2.5.3</b>	<b>Pasca Produksi.....</b>	<b>15</b>
2.6	Time Remapping.....	16
2.7	Light Leaks.....	16
2.8	Glitch Art.....	16
2.9	Media Sosial.....	16
<b>2.9.1</b>	<b>Instagram.....</b>	<b>17</b>
2.10	Konsep Dasar Periklanan.....	17
<b>2.10.1</b>	<b>Fungsi dan Peran Periklanan.....</b>	<b>18</b>
<b>2.10.2</b>	<b>Tujuan Periklanan.....</b>	<b>19</b>
<b>2.10.3</b>	<b>Efektifitas Iklan.....</b>	<b>20</b>
<b>2.11.1</b>	<b>Kuesioner.....</b>	<b>20</b>
<b>2.11.2</b>	<b>Responden.....</b>	<b>20</b>
<b>2.11.3</b>	<b>Skala <i>Likert</i>.....</b>	<b>21</b>
BAB III	METODE PENELITIAN.....	23
3.1	Objek Penelitian.....	23
<b>3.1.1</b>	<b>Sejarah Preschedio.....</b>	<b>23</b>
<b>3.1.2</b>	<b>Logo Preschedio.....</b>	<b>23</b>
3.2	Pengumpulan Data.....	24
<b>3.2.1</b>	<b>Wawancara.....</b>	<b>24</b>
3.3	Analisis.....	25
<b>3.3.1</b>	<b>Analisis Deskriptif Kualitatif.....</b>	<b>25</b>
<b>3.3.2</b>	<b>Analisis SWOT.....</b>	<b>27</b>
<b>3.3.3</b>	<b>Analisis <i>Kebutuhan</i>.....</b>	<b>29</b>
3.4	Tahap Pra Produksi.....	31
<b>3.4.1</b>	<b>Perancangan Ide dan Konsep.....</b>	<b>31</b>
<b>3.4.2</b>	<b>Perancangan Naskah.....</b>	<b>31</b>
<b>3.4.3</b>	<b>Perancangan Storyboard.....</b>	<b>33</b>
<b>3.4.4</b>	<b>Produksi Team Crew dan Talent.....</b>	<b>39</b>
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1	Implementasi.....	40
4.2	Tahapan Produksi.....	40
<b>4.2.1</b>	<b>Proses Pengambilan Gambar.....</b>	<b>41</b>



4.3 Pasca Produksi .....	41
<b>4.3.1 Penyuntingan Gambar (Compositing Scene) .....</b>	<b>42</b>
<b>4.3.2 Color Correction .....</b>	<b>44</b>
<b>4.3.3 Penerapan teknik Time Remapping .....</b>	<b>44</b>
<b>4.3.3 Penerapan Teknik Glitch .....</b>	<b>46</b>
<b>4.3.4 Penerapan Teknik Light Leak .....</b>	<b>47</b>
<b>4.3 Testing .....</b>	<b>50</b>
<b>4.3.1 Perbandingan Kelayakan Operasional dengan Hasil Akhir ....</b>	<b>50</b>
<b>4.3.2 Kuesioner Pengujian .....</b>	<b>57</b>
<b>Perhitungan Menggunakan Skala Likert .....</b>	<b>60</b>
4.4 Pengiklan di Media Sosial .....	65
4.5 Penyerahan Hasil Penelitian .....	66
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Saran .....	68
<b>REFERENSI .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauam Pustaka	21
Tabel 1.2 Skor Skala Likert	34
<i>Tabel 2.2 Pedoman Penilaian Acuan Patokan (PAP)</i>	35
Tabel 2,4 Pedoman Penilaian Acuan Patokan	36
Tabel 3. 1 Analisis SWOT	41
Tabel 3.2 Perancangan Naskah	45
Tabel 3.3 Perancangan Storyboard	47
Tabel 3. 4 Produksi Team	53
Tabel 4.1 Perbandingan Kebutuhan Operasional dengan Hasil Akhir	64
Tabel 4.2 Sample Hasil Pengujian Kuesioner	71
Tabel 4.3 Bobot Penilaian	72
Tabel 4.4 Persentase Nilai Skala Likert	74
Tabel 4.5 Hasil Penilaian Pertanyaan Pertama	75
Tabel 4.6 Hasil Penilaian Pertanyaan Kedua	75
Tabel 4.7 Hasil Penilaian Pertanyaan Ketiga	76
Tabel 4.8 Hasil Penilaian Pertanyaan Keempat	76
Tabel 4.9 Hasil Penilaian Pertanyaan Kelima	77
Tabel 4.10 Hasil Penilaian Pertanyaan Keenam	77
Tabel 4.11 Hasil Penilaian Pertanyaan Ketujuh	78

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3.1 Logo Preschedio	37
Gambar 3. 2 Referensi Video 1	39
Gambar 3. 3 Referensi Video 2	40
Gambar 4.1 Proses Pengambilan Gambar	55
Gambar 4.2 Membuat New Project dan Mengatur Sequence	56
Gambar 4.3 Mengimport Video	57
Gambar 4.4 Menyusun Video ke Timeline	57
Gambar 4.5 Menambahkan Musik Background	58
Gambar 4.6 Color Correction	58
Gambar 4.7 Time Remapping	59
Gambar 4.8 Glitch 1	60
Gambar 4.9 Glitch 2	60
Gambar 4.10 Light leak	61
Gambar 4.11 Proses Rendering	63
Gambar 4.12 Gambar pengiklanan video melalui Instagram ads	79
Gambar 4.13 Penyerahan hasil penelitian via Chat Whatsapp	80

## INTISARI

Bisnis fashion di tanah air ini berkembang pesat, masyarakat khususnya anak muda menjadi semakin *aware* terhadap cara berpakaian. Peluang bisnis ini yang dijadikan acuan dan penyebab menjamurnya *brand brand clothing* lokal yang kualitasnya tidak kalah dengan produk internasional. Hal ini juga diikuti dengan tingkat edukasi konsumen yang semakin paham bahwa kualitas brand lokal tidak kalah baik. Namun dalam prakteknya ketersediaan ceruk pasar saja tidak cukup. Demi mendongkrak penjualan selain kualitas produk juga dibutuhkan materi promosi yang cocok dengan target pasar yakni anak muda. Salah satu aspek promosi yang paling sesuai dengan pasar anak muda kini berupa visual atau videografi. Dengan menggunakan teknik editing seperti Time Remapping, Glitch Effect dan Light Leak pada video yang sesuai akan menjadikan materi video iklan ini relateable dengan trend fashion anak muda terkini.

**Kata kunci:** *Time Remapping, Glitch and Light Leak effect, Multimedia*

## ABSTRACT

*The fashion business in this country is growing rapidly, people, especially young people, are becoming increasingly aware of how to dress. This business opportunity is used as a reference and the cause of the proliferation of local brand clothing brands whose quality is not inferior to international products. This is also followed by the education level of consumers who are increasingly convinced that the quality of local brands is no less good. However, in practice the availability of a niche market is not enough. In order to boost sales, in addition to product quality, promotional materials are also needed that are suitable for the target market, namely young people. One aspect of promotion that is most suitable for the youth market is now in the form of visuals or videography. By using Time Remapping, Glitch Effect and Light Leak editing techniques on appropriate videos, this ad video material can be linked to the latest youth fashion trends.*

**Keyword:** *Time Remapping, Glitch and Light Leak effect, Multimedia*