

**IMPLEMENTASI TEKNIK HYPERLAPSE DALAM PEMBUATAN
COMPANY PROFILE LUMBUNG MINO LESTARI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DAN INFORMASI**

SKRIPSI



disusun oleh

Abyan Fauzi Widihasani

15.11.9303

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

**IMPLEMENTASI TEKNIK HYPERLAPSE DALAM PEMBUATAN
COMPANY PROFILE LUMBUNG MINO LESTARI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DAN INFORMASI**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

Abyan Fauzi Widihasani

15.11.9303

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

IMPLEMENTASI TEKNIK HYPERLAPSE DALAM PEMBUATAN COMPANY PROFILE LUMBUNG MINO LESTARI SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Abyan Fauzi Widihasani

15.11.9303

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 29 Maret 2021

Dosen Pembimbing,

Yuli Astuti, M.Kom.

NIK. 190302146

PENGESAHAN

SKRIPSI

IMPLEMENTASI TEKNIK HYPERLAPSE DALAM PEMBUATAN COMPANY PROFILE LUMBUNG MINO LESTARI SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Abyan Fauzi Widihasani

15.11.9303

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 17 Maret 2021

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Arif Dwi Laksito, M.Kom

NIK. 190302150

Anna Baita, M.Kom

NIK. 190302290

Yuli Astuti, M.Kom

NIK. 190302146

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 24 Maret 2021

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Hanif Al Fatta, M.Kom.

NIK. 190302096

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, 24 Maret 2021
Abyan Fauzi Widihasani
NIM. 15.11.9303

MOTTO

"Barang siapa yang menghendaki kehidupan dunia maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa yang menghendaki kehidupan Akherat, maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa menghendaki keduanya maka wajib baginya memiliki ilmu". (HR. Turmudzi)

"Rasulullah saw bersabda,"Orang beriman itu bersikap ramah dan tidak ada kebaikan bagi seorang yang tidak bersikap ramah. Dan sebaik-baik manusia adalah orang yang paling bermanfaat bagi manusia." (HR. Thabrani dan Daruquthni)

Barang siapa yang memudah kesulitan seorang mu'min dari berbagai kesulitan-kesulitan dunia, Allah akan memudahkan kesulitan-kesulitannya pada hari kiamat. Dan siapa yang memudahkan orang yang sedang dalam kesulitan niscaya akan Allah memudahkan baginya di dunia dan akhirat" (HR. Muslim).

Tidak semua yang penting bisa dihitung, dan tidak semua yang dapat dihitung diperhitungkan (Albert Einstein)

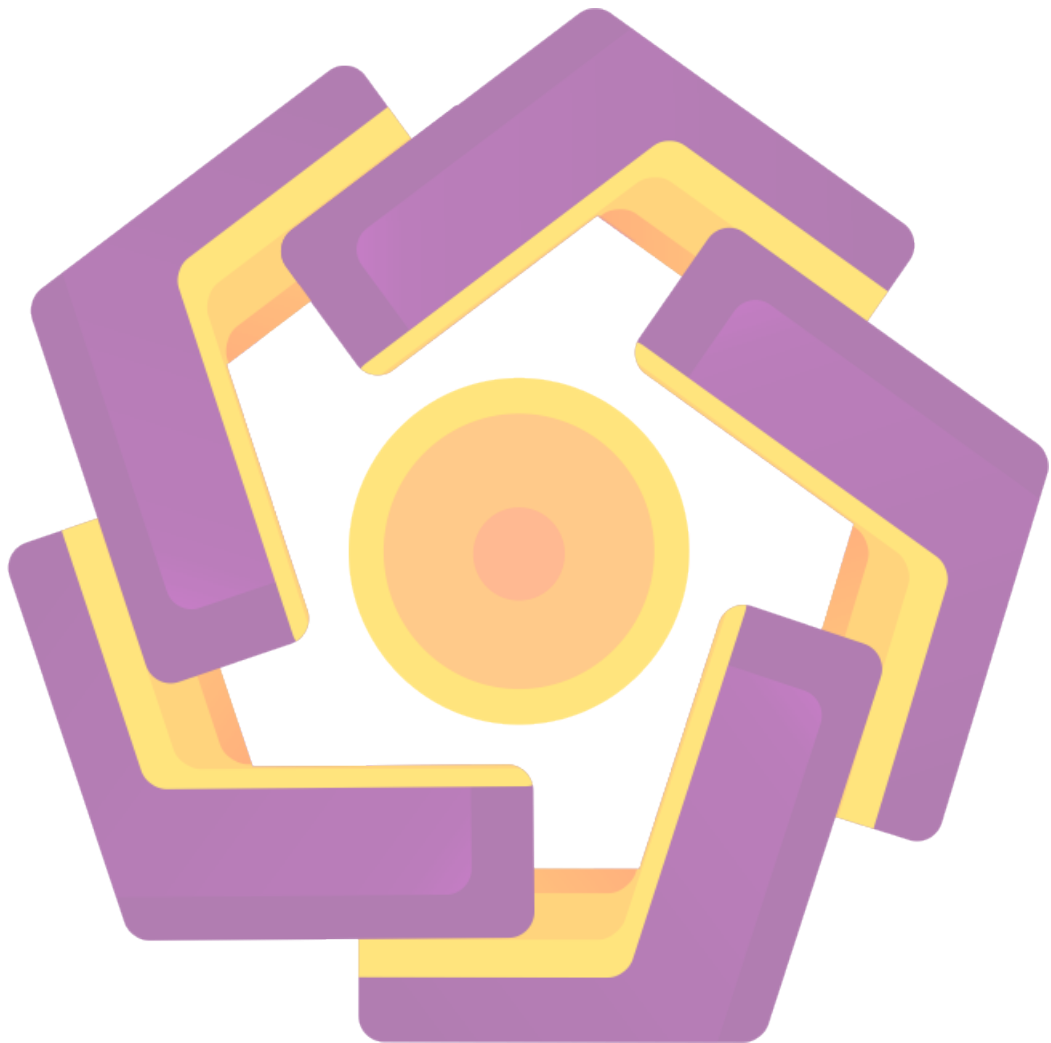
Selalu bersyukur atas apa yang telah kita terima baik seperti yang kita inginkan maupun tak seperti yang kita harapkan

Mungkin Tuhan tidak selalu membungkus kebahagiaan dengan kemudahan, terkadang Tuhan membungkus anugerah dengan cobaan maka tetaplah berusaha dan berdoa dalam setiap jalan

Jangan mempersulit jalan orang lain, maka akan dimudahkan jalanmu

Jangan pernah takut untuk menhadapi manusia, karena pertolongan Allah itu nyata

Tetap semangat dan murahlah tersenyum ☺

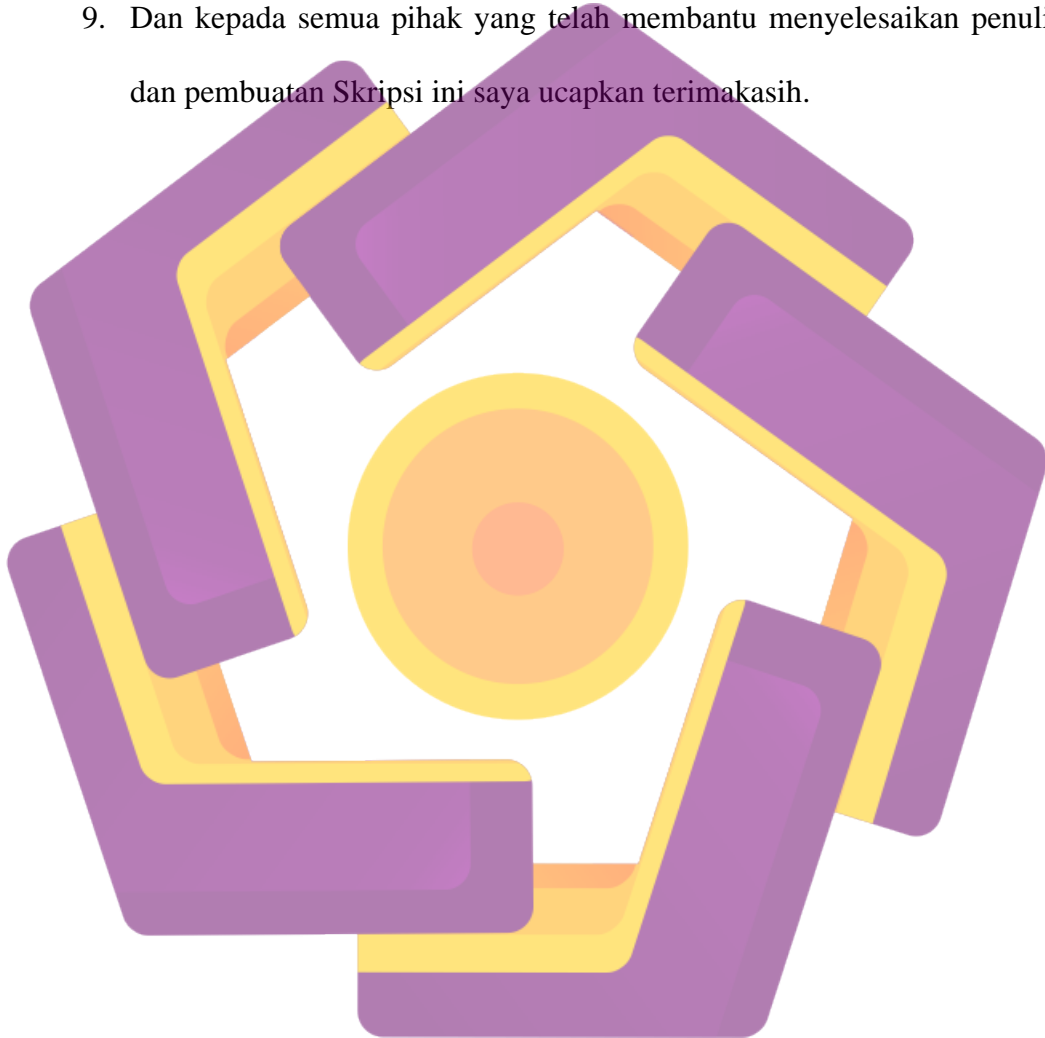


PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, kesehatan, kesempatan, pengetahuan dan kekuatannya, sehingga penulis dapat membuat dan menyelesaikan skripsi ini dengan lancar tanpa halangan yang berarti. Shalawat dan salam juga tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW yang telah membawa zaman kedamaian dan beradab ke muka bumi. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengutarakan seluruh isi hati penulis kepada seluruh pihak yang telah mensukseskan skripsi ini, yaitu:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Ir. Didik Wdiyantono, M.Agr. dan Ibu Ir. Niswaton Hasanah, M.M. serta kakakku Hanifatus Sa'diyah Widihasaniputri, M.Kom. yang telah memberikanku doa, semangat dan motivasi.
2. Dosen Pembimbing Ibu Yuli Astuti, M.Kom yang telah memberikan bimbingan serta arahan untuk mendapatkan hasil yang maksimal.
3. Risa Nurhayati yang selalu memberikan motivasi, semangat dan dukungan penuh kepada penulis.
4. 15-S1TI-12 Squad yang selalu kompak dan kocak.
5. Teman-teman kontrakan wifi berdasi
6. Lambung Mino Lestari yang sudah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.

7. Bootcamp 3D Animasi MSV Pictures yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat.
8. Seluruh Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang selama ini memberikan ilmu yang bermanfaat.
9. Dan kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan penulisan dan pembuatan Skripsi ini saya ucapkan terimakasih.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis persembahkan untuk Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang diinginkan penulis. Tidak lupa sholawat serta salam penulis haturkan pada junjungan umat yaitu Nabi Muhammad SAW, yang telah menyebarkan agama Islam sehingga penulis dan seluruh umat Islam dapat merasakan indahnya Islam.

Penyusunan laporan ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta untuk memperoleh gelar Sarjana S1 pada program studi Sistem Informasi.

Dengan selesainya laporan skripsi ini, maka penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si., MT selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Yuli Astuti, M.Kom Selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan bagi penulis dalam pembuatan tugas akhir.
4. Kedua Orang Tua Saya.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama perkuliahan.
6. Lambung Mino Lestari yang telah memberikan izin melakukan penelitian.
7. Teman-teman seperjuangan kelas 15-SITI-12.

8. Kontrakan wifi berdasar terima kasih atas pengalaman, berbagi ilmu dan kebersamaannya.
9. Semua pihak yang telah membantu baik dukungan moril maupun materiil, pikiran, dan tenaga dalam penyelesaian laporan ini.

Penulis tentunya menyadari bahwa dalam penyusunan laporan skripsi ini masih banyak sekali kekurangannya. Oleh karena itu penulis berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini. Namun penulis tetap berharap skripsi ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 24 Juli 2021

Abyan Fauzi Widihasani

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
INTISARI.....	xx
ABSTRACT.....	xxi
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4

1.6	Metodologi Penelitian	5
1.6.1	Metode Penelitian	5
1.6.2	Metode Pengumpulan Data	5
1.6.2.1	Metode Observasi	5
1.6.2.2	Metode Wawancara	6
1.6.2.3	Metode Kepustakaan	6
1.6.3	Metode Analisis	6
1.6.4	Metode Perancangan	7
1.6.5	Metode Pengembangan	7
1.6.6	Metode Implementasi	7
1.6.7	Metode Pengujian	7
1.7	Sistematika Penulisan	8
BAB 2 LANDASAN TEORI		10
2.1	Tinjauan Pustaka	10
2.2	Dasar Multimedia	12
2.2.1	Definisi Multimedia	12
2.2.2	Unsur Multimedia	13
2.3	Dasar Company Profile	15
2.3.1	Pengertian Company Profile	15
2.3.2	Tujuan Company Profile	15

2.3.2.1	Menginformasikan	15
2.3.2.2	Membujuk	16
2.3.2.3	Mengingatkan	16
2.3.3	Jenis-Jenis Company Profile	16
2.4	Media	17
2.5	Promosi	18
2.6	Informasi	18
2.7	Standar Rekam Video	19
2.8	Standar Format File Video	20
2.9	Teknik Pergerakan Kamera	22
2.9.1	Teknik Pergerakan Kamera	22
2.9.2	Teknik Switching	23
2.10	Hyperlapse	24
2.10.1	Definisi <i>Hyperlapse</i>	24
2.10.2	Teknik dan Proses	24
2.11	<i>Pre-test Post-test Testing</i>	25
2.11.1	Mean	27
2.12	Metode Slovin	28
2.13	Metode Analisis	29
2.13.1	Analisis SWOT	29

2.13.1.1	Strenghts (Kekuatan)	30
2.13.1.2	Weakness (Kelemahan)	30
2.13.1.3	Opportunity (Peluang)	30
2.13.1.4	Threat (Ancaman)	31
2.13.2	Analisis Kebutuhan dan Sumber Daya	31
2.13.2.1	Analisis Kebutuhan Perangkat Keras	31
2.13.2.2	Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak	31
2.13.2.3	Analisis Kebutuhan Sumber Daya Manusia	31
2.13.2.4	Analisis Kebutuhan Biaya Produksi	31
2.14	Tahap Perancangan Video Profile	32
2.14.1	Tahap Pra Produksi	32
2.14.2	Tahap Produksi	32
2.14.3	Tahap Pasca Produksi	32
2.15	Perangkat Lunak Yang Digunakan	33
2.15.1	Adobe Premiere	33
2.15.2	Adobe Media Encoder	33
BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN		34
3.1	Tinjauan Umum	34
3.1.1	Profil Lambung Mino Lestari	34
3.1.2	Visi Misi dan Tujuan Lambung Mino Lestari	35

3.1.3	Manajemen Organisasi.....	36
3.2	Analisis.....	37
3.2.1	Analisis SWOT	38
3.2.1.1	Strength (Kekuatan).....	38
3.2.1.2	Weakness (Kelemahan)	38
3.2.1.3	Opportunity (Peluang)	39
3.2.1.4	Threat (Ancaman).....	39
3.2.1.5	Solusi yang dapat diterapkan.....	42
3.2.2	Analisis Kebutuhan Sistem	42
3.2.2.1	Analisis Kebutuhan Fungsional.....	42
3.2.2.2	Analisis Kebutuhan Non-Fungsional.....	43
3.3	Tahap Pra Produksi	46
3.3.1	Perancangan Ide dan Konsep	46
3.3.2	Perancangan Naskah (<i>Screenplay</i>).....	46
3.3.3	Perancangan <i>Stroyboard</i>	53
BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....		56
4.1	Implementasi	56
4.2	Tahap Produksi.....	57
4.2.1	Produksi Narasi	57
4.2.2	Persiapan Peralatan	59

4.2.3	Penentuan Lokasi	59
4.2.4	Penerapan Teknik Hyperlapse.....	60
4.2.4.1	Jarak Perpindahan Kamera	61
4.2.4.2	Interval Waktu Hyperlapse	61
4.2.4.3	Komposisi Framing	62
4.2.4.4	Jumlah Frame.....	62
4.3	Tahap Pasca Produksi.....	70
4.3.1	Compositing	70
4.3.1.1	Manajemen File	70
4.3.1.2	Import File	71
4.3.2	Editing.....	74
4.3.2.1	Editing Hyperlapse	75
4.3.2.2	Warp Stabilizer	75
4.3.3	Rendering	76
4.3.3.1	Rendering Video	76
4.3.4	Publikasi.....	78
4.3.4.1	Publikasi Youtube.....	78
4.3.4.2	Analisis Viewer Youtube.....	80
4.4	Pembahasan	80
4.4.1	Metode <i>Pre-Test Post-Test Testing</i>	81

4.4.1.1	Pre-test	81
4.4.1.2	Post-Test	83
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....		87
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....		89
LAMPIRAN.....		92
Lampiran 1 Daftar Nama Responden.....		92
Lampiran 2 Soal Kuis.....		93
Lampiran 3 Lembar Jawaban Kuis		96
Lampiran 4 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian		97

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Matriks SWOT	41
Tabel 3.2 Analisis Kebutuhan Perangkat Keras.....	45
Tabel 3.3 Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak.....	45
Tabel 3.4 Analisis Kebutuhan Pengguna	46
Tabel 3.5 Analisis Kebutuhan Biaya Produksi	47
Tabel 4.1 Penerapan Hyperlapse.....	64
Tabel 4.2 Skor <i>Pre-Test</i>	83
Tabel 4.3 Skor <i>Post-Test</i>	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lima Elemen Multimedia.....	13
Gambar 2.2 standar rekam video dunia.....	20
Gambar 2.3 Desain Pengujian <i>Pre-test Post-Test</i>	26
Gambar 3.1 Rancangan <i>Storyboard</i>	56
Gambar 4.1 Bagan Alur Implementasi.....	58
Gambar 4.2 Lokasi Kelompok Lumbung Mino Lestari.....	61
Gambar 4.3 Manajemen File.....	72
Gambar 4.4 New Composition.....	73
Gambar 4.5 <i>Composition Setting</i>	73
Gambar 4.6 Import File.....	74
Gambar 4.7 <i>Image Sequence</i>	75
Gambar 4.8 Editing <i>Hyperlapse</i>	76
Gambar 4.9 <i>Warp Stabilizer</i>	77
Gambar 4.10 Exporting ke Adobe Media Encoder.....	78
Gambar 4.11 Setting Output	78
Gambar 4.12 Proses Rendering.....	79
Gambar 4.13 Publikasi Video Company Profile di Youtube.....	80
Gambar 4.14 Grafik Pengguna Youtube.....	80
Gambar 4.15 Diagram <i>Pre-Test</i>	84
Gambar 4.16 Diagram <i>Post-Test</i>	86
Gambar 4.17 Diagram Gain	87

INTISARI

Tujuan yang ingin dicapai dalam skripsi ini adalah membuat video *company profil* dengan menggunakan teknik hyperlapse pada Lumbung Mino Lestari sebagai media promosi dan informasi. Hal ini dilatar belakangi dari kurang dikenalnya kelompok oleh masyarakat, gangguan mekanis tinggi pada media sebelumnya sehingga informasi yang diterima tidak lengkap, dan banyaknya kompetitor dalam negeri yang berkecimpung dalam agrikultur.

Multimedia di era revolusi industri (*RI 4.0*) menjadi sangat penting. Salah satu pemanfaatannya yaitu dipakai sebagai alat bersaing perusahaan. Kelebihan multimedia adalah menarik indera dan minat, karena menggabungkan antara pandangan, suara dan gerakan. Computer technology Research (CTR) menyatakan bahwa orang hanya mampu mengingat 20% dari yang dilihat dan 30% dari yang didengar. Namun demikian orang dapat mengingat 50% dari yang dilihat dan didengarnya dan presentasinya meningkat menjadi 80% jika orang melihat, mendengar dan melakukannya sekaligus.

Pembuatan video sebagai media promosi dan informasi ini dilakukan melalui tiga tahap, yaitu tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi.

Hasil media promosi dan informasi ini berupa video *company profile* yang mampu menampilkan informasi kelompok Lumbung Mino Lestari dan dapat digunakan sebagai media promosi sekaligus alat keunggulan bersaing.

Kata Kunci: video, *company profile*, media, promosi, informasi, hyperlapse, multimedia

ABSTRACT

The goal to be achieved in this thesis is to create a video company profile using the hyperlapse technique at Lumbung Mino Lestari as a media for promotion and information. This is based on the background of the group's unfamiliarity with the community, high mechanical disturbances in the previous media so that the information received is incomplete, and the large number of domestic competitors who are engaged in agriculture.

Multimedia in the era of the industrial revolution (RI 4.0) is very important. One of its uses is used as a means of competing for the company. The advantage of multimedia is that it attracts senses and interests, because it combines sight, sound and movement. Computer technology Research (CTR) states that people are only able to remember 20% of what they see and 30% of what they hear. However, people can remember 50% of what they saw and heard and the percentage increases to 80% if people see, hear and do it at the same time.

The making of videos as promotional and information media is carried out in three stages, namely the pre-production stage, production and post-production.

The results of this promotional media and information are in the form of a video company profile that is able to display information about the Mino Lestari group and can be used as a promotional media as well as a competitive advantage.

Keywords: *video, company profile, media, promotion, information, hyperlapse, multimedia*