

**PEMBUATAN IKLAN WISATA BUKIT PANGUK KEDIWUNG
YOGYAKARTA MENGGUNAKAN
TEKNIK TIMELAPSE**

SKRIPSI



disusun oleh

Oka Alvionota

14.11.8454

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

**PEMBUATAN IKLAN WISATA BUKIT PANGUK KEDIWUNG
YOGYAKARTA MENGGUNAKAN
TEKNIK TIMELAPSE**

SKRIPSI



disusun oleh

Oka Alvionota

14.11.8454

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

2018

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN WISATA BUKIT PANGUK KEDIWUNG
YOGYAKARTA MENGGUNAKAN
TEKNIK TIMELAPSE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Oka Alvionota

14.11.8454

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 1 November 2017

Dosen Pembimbing,



Bhanu Sri Nugraha, M. Kom

NIK. 190302164

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN IKLAN WISATA BUKIT PANGUK KEDIWUNG
YOGYAKARTA MENGGUNAKAN
TEKNIK TIMELAPSE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Oka Alvionota

14.11.8454

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 16 Mei 2018

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Amir Fatah Sofyan, S.T., M. Kom
NIK. 190302047



Tonny Hidayat, M. Kom
NIK. 190302182



Bhanu Sri Nugraha, M. Kom
NIK. 190302164



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 23 Mei 2018

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Krisnawati, S.Si, MT
NIK. 190302038

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah 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 orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan nsakah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 23 Mei 2018



Oka Alvionota

14.11.8454

MOTTO

Berbesar hatilah saat harus terpisah dari temanmu. Hidup tak harus selalu sama sama, karena walaupun kalian tidur diatas kasur yang sama. Mimpi kalian tetap berbeda.

Instagram: @premankalem

Keluarlah dari zona nyaman kamu, siksalah dirimu di massa muda dari pada kamu susah di massa tua.

- Oka Alvionota-

“Maka sesungguhnya Bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.” (QS. Al-Insyirah, 6-8)

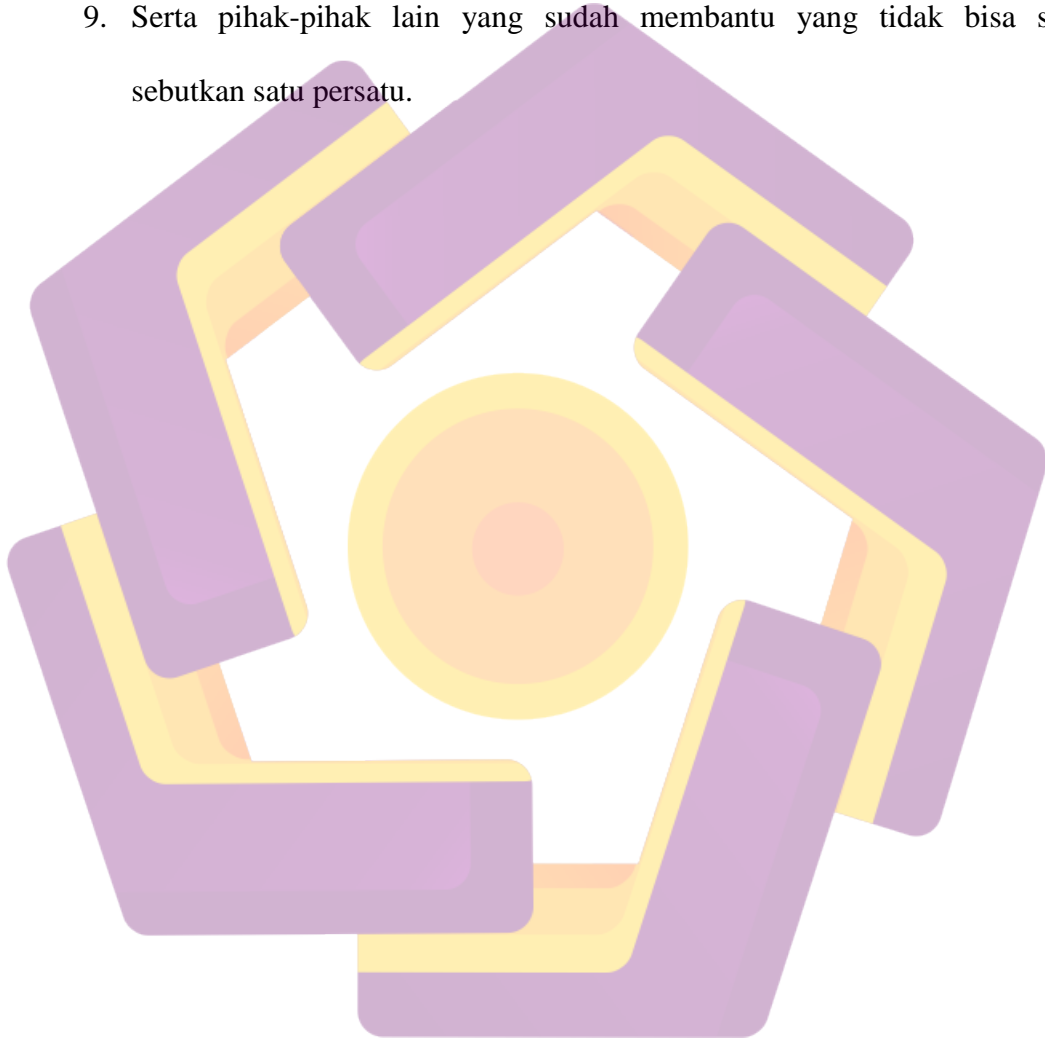


PERSEMBAHAN

Segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan keamanan, keselamatan, kelancaran, dan kebarokahan. Shalawat dan salam kepada nabi Muhammad SAW yang telah membawa dunia dari zaman jahiliah ke zaman penuh dengan ilmu. Dalam kesempatan kali ini, penulis juga tidak lupa mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberi kelancaran dari awal saya mengenyam dunia pendidikan hingga menyelesaikan pendidikan sarjana. Juga dipermudahkannya proses kuliah saya sehingga saya mendapatkan hasil yang memuaskan.
2. Kedua orang tua saya yang telah memberi dukungan moral, materil serta doa sehingga saya bisa menyelesaikan pendidikan sarjana ini.
3. Seluruh keluarga besar saya yang memberi doa, dukungan dan semangat.
4. Bapak Bhanu Sri Nugraha, M.Kom. selaku dosen pembimbing, terimakasih atas bimbingannya selama ini.
5. Bapak Amir Fatah Sofyan, S.T., M.Kom dan bapak Tonny Hidayat, M.Kom yang telah menjadi dosen penguji dan memberi banyak masukan kepada saya, semoga kedepannya saya bisa menjadi lebih baik lagi.
6. Gina Paradita, Bayu Virgiawan, Irvan S P, Fandy Ryan, Muhammad Afif, Yogi, Pahry, Fersy yang telah membantu dalam bidang pikiran maupun tenaga sampai skripsi saya selesai.

7. Teman-teman seperjuangan kelas 14-S1T1-14. Sukses untuk kita semua.
8. Teman-teman IKPM SUMATERA SELATAN YOGYAKARTA terkhusus IKPM MUARA ENIM semoga terus kompak di perantauan dan berkarya demi SUMATERA SELATAN.
9. Serta pihak-pihak lain yang sudah membantu yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.



KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah S.W.T yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga tugas akhir ini dengan judul **“Pembuatan Iklan Wisata Bukit Panguk Kediwung Yogyakarta Menggunakan Teknik Timelapse”** dapat diselesaikan. Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Bapak Sudarmawan, MT, selaku Dekan Fakultas Sainstek dan Kaprodi S1-Informatika.
3. Bapak Bhanu Sri Nugraha, M.Kom. selaku pembimbing utama.
4. Bapak Tri Susanto, M.Kom, selaku Dosen Wali.
5. Ayahanda Armin dan ibunda Syulastilah S.H.
6. Sahabat dan teman teman 14 S1-TI 14 yang telah memberikan semangat, motivasi dan membantu dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Gina Paradita, Bayu Virgiawan, Yogi Andista, Irvan S P yang telah memberikan bantuan pikiran maupun tenaga dalam pengerjaan skripsi ini.

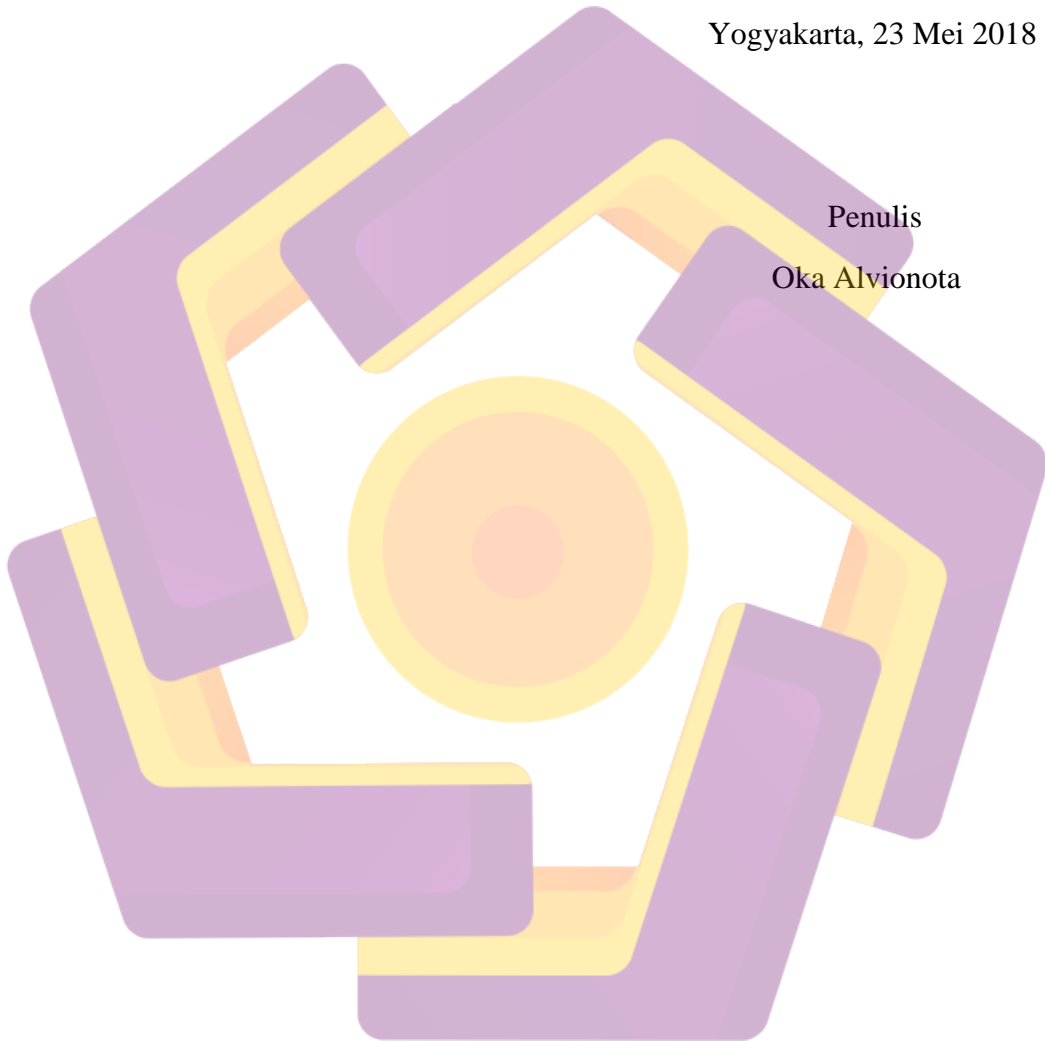
Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis selalu membuka diri untuk saran dan kritik yang membangun dari pembaca. Semoga

skripsi ini dapat bermanfaat bagi penyusun sendiri pada khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya. Terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 23 Mei 2018

Penulis
Oka Alvionota



DAFTAR ISI

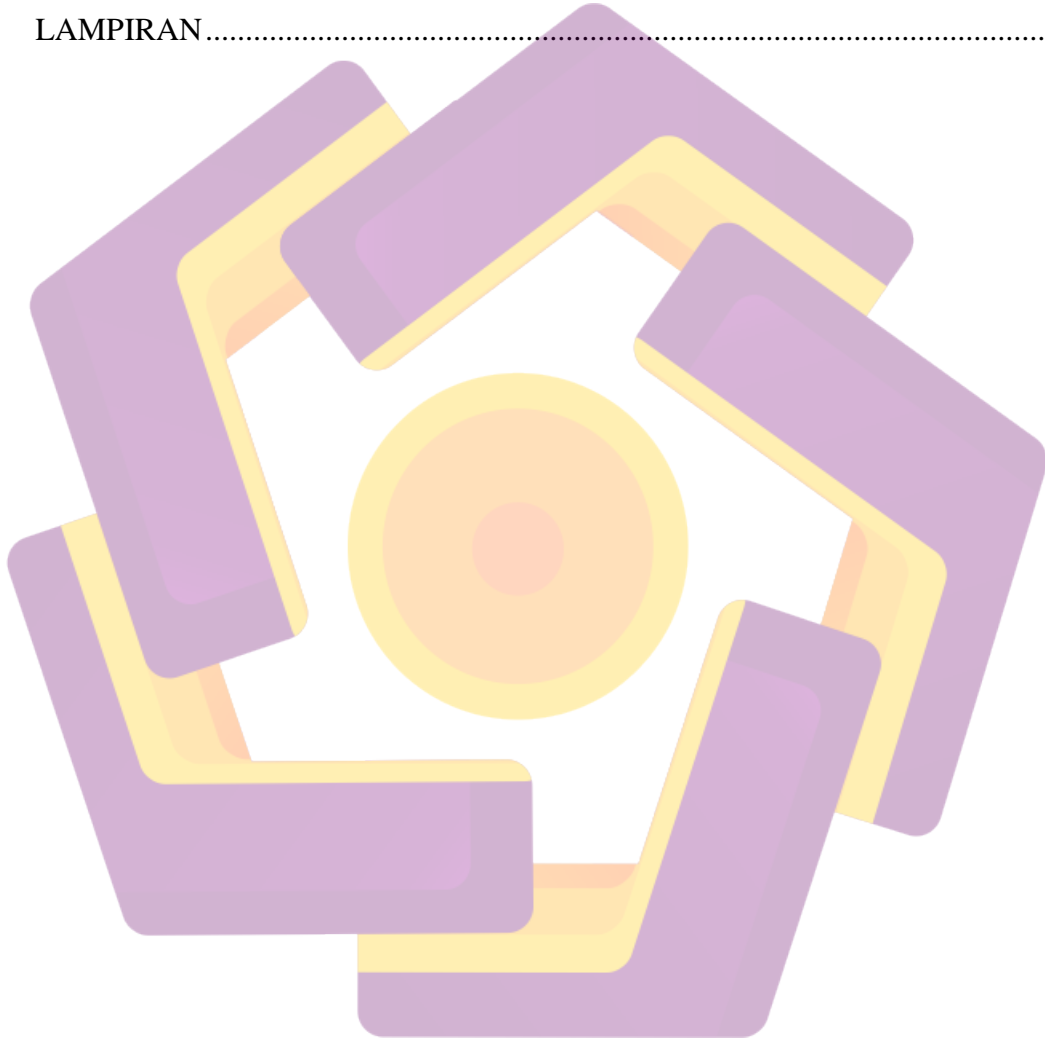
JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
INTISARI.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.7 Sistematika Penulisan Skripsi	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Tinjauan Studi	7

2.1.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.2 Konsep Dasar Multimedia.....	9
2.2.1 Sejarah Multimedia.....	9
2.2.2 Pengertian Multimedia.....	10
2.2.3 Pentingnya Multimedia.....	10
2.2.4 Perkembangan Multimedia.....	11
2.3 Elemen-elemen Multimedia.....	12
2.3.1 Teks.....	12
2.3.2 Grafik.....	12
2.3.3 Bunyi.....	13
2.3.4 Video.....	13
2.3.5 Animasi.....	14
2.3.6 Virtual Reality.....	14
2.4 Konsep Dasar Iklan.....	14
2.4.1 Pengertian Iklan.....	14
2.5 Tujuan Iklan.....	15
2.5.1 Iklan Informatif.....	15
2.5.2 Iklan Persuasif.....	16
2.5.3 Iklan Pengingat.....	16
2.5.4 Iklan Penambah Nilai.....	17
2.5.5 Iklan Bantuan Aktivitas Lain.....	17
2.5.6 Iklan Mendidik.....	17
2.5.7 Iklan Parodi/Hiburan.....	17
2.6 Konsep Dasar <i>Timelapse</i>	17
2.6.1 Sejarah <i>Timelapse</i>	17
2.6.2 Pengertian <i>Timelapse</i>	18
2.6.2.1 Kamera.....	19
2.6.2.2 <i>Tripod</i>	19
2.6.2.3 <i>Timer Remote/Intervalometer</i>	19
2.7 Pemilihan Subjek <i>Timelapse</i>	20

2.8 Konsep Dasar <i>Live Shoot</i>	21
2.8.1 Pengertian <i>Live Shoot</i>	21
2.8.2 Unsur dalam Teknik <i>Live Shoot</i>	22
2.8.2.1 Kamera	22
2.8.2.2 Pencahayaan	23
2.9 <i>Wardrobe / Properties</i>	24
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM	24
3.1 Tinjauan Umum	24
3.1.1 Deskripsi Objek	24
3.1.1.1 Potensi Daya Tarik di Desa Wisata Bukit Panguk Kediwung	25
3.1.1.1.1 Spot Love	26
3.1.1.1.2 Spot Kupu-kupu	27
3.1.1.1.3 Spot Kapal	27
3.1.1.1.4 Spot Kuda Terbang	28
3.1.1.1.5 Spot Jembatan	28
3.1.1.1.6 Spot Pulau di Atas Awan	29
3.2 Identifikasi Masalah	29
3.3 Analisis System.....	30
3.3.1 Analisis SWOT	30
3.3.1.1 Analisis <i>Strength</i> (kekuatan).....	30
3.3.1.2 Analisis <i>Weakness</i> (Kelemahan)	31
3.3.1.3 Analisis <i>Opportunities</i> (Peluang).....	31
3.3.1.4 Analisis <i>Threats</i> (ancaman).....	31
3.3.2 Hasil Analisis SWOT.....	32
3.3.3 Masalah yang dihadapi	32
3.3.4 Solusi yang diberikan.....	33
3.4 Analisis Kebutuhan Fungsional	34
3.5 Analisis Kebutuhan Non Fungsional	34
3.5.1 Aspek Perangkat Keras/Hardware	34
3.5.1.1 Peralatan Syuting	34

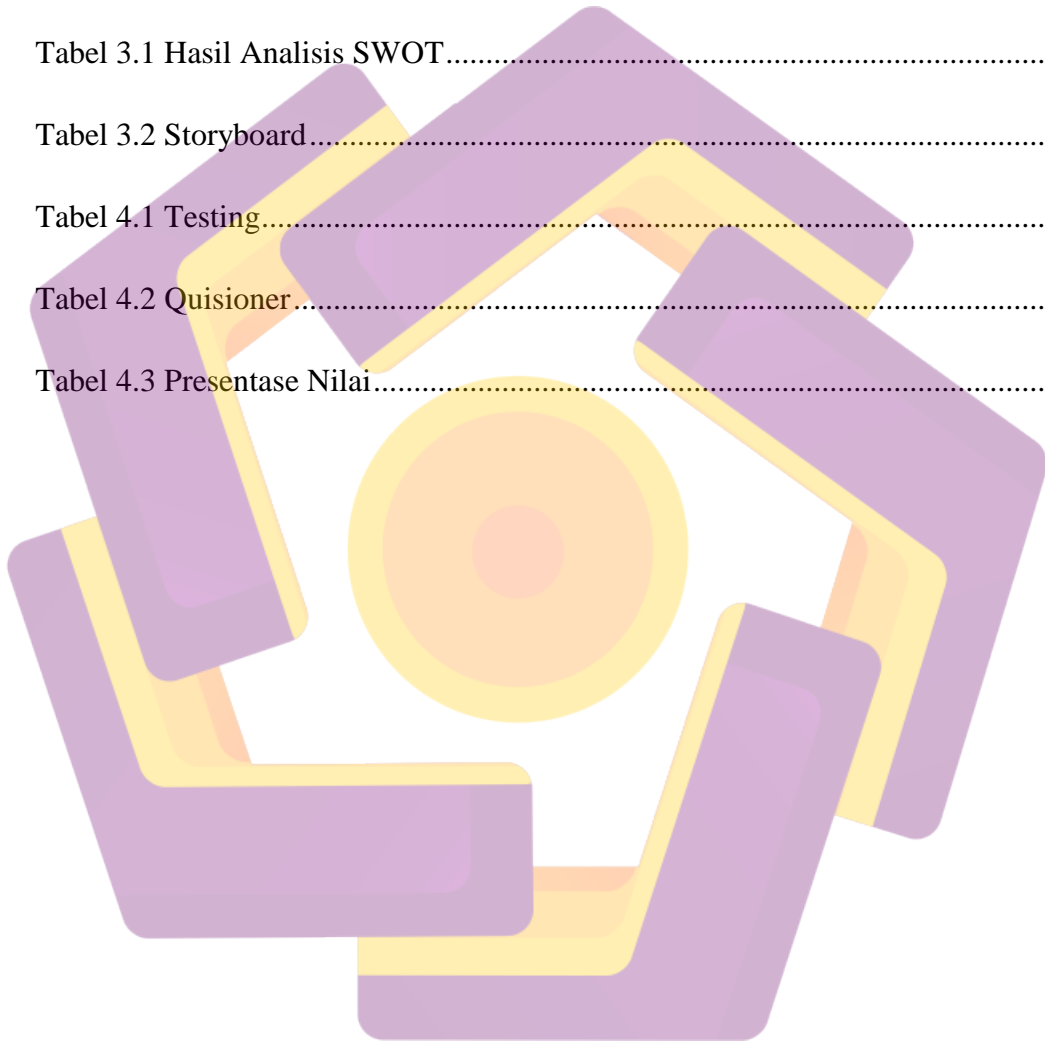
3.5.1.2 Peralatan Editing	35
3.6 Aspek Perangkat Lunak/ <i>Software</i>	35
3.7 Perancangan Pembuatan Iklan Wisata	36
3.7.1 Naskah Iklan.....	36
3.7.2 Storyboard.....	38
3.8 Penjadwalan	40
3.9 Perekrutan kru	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Penelitian Awal	42
4.2 Proses Produksi	42
4.2.1 Pengambilan Gambar	43
4.3 Tahap Pembuatan <i>Timelapse</i>	47
4.3.1 Kamera	47
4.3.2 <i>Tripod</i>	48
4.3.3 <i>SD Card</i>	49
4.3.4 Lensa	49
4.4 Tahap Pembuatan Live Shoot.....	49
4.5 Pemindahan <i>File</i>	50
4.6 Pasca Produksi.....	52
4.6.1 Editing	52
4.6.2 Menggunakan <i>Warp Stabilizer</i>	56
4.6.3 Color Correction.....	57
4.6. 4 Rendering	58
4.7 Implementasi	60
4.8 Pembahasan	60
4.8.1 Testing	60
4.9 Skala Likert	61

4.9.1 Perhitungan Skala Likert.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	70



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian.....	8
Tabel 2.1 Tabel Interval Waktu Yang Biasa Digunakan	21
Tabel 3.1 Hasil Analisis SWOT.....	32
Tabel 3.2 Storyboard.....	38
Tabel 4.1 Testing.....	61
Tabel 4.2 Quisioner.....	63
Tabel 4.3 Presentase Nilai.....	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Spot Love	26
Gambar 3.2 Spot Kupu-kupu	27
Gambar 3.3 Spot Kapal.....	27
Gambar 3.4 Spot kuda Terbang	28
Gambar 3.5 Spot Jembatan	28
Gambar 3.6 Spot Pulau di Atas Awan	29
Gambar 3.7 Perancangan Pembuatan Iklan Wisata	36
Gambar 4.1 Shoot 1	44
Gambar 4.2 Shoot 2	45
Gambar 4.3 Shoot 3	45
Gambar 4.4 Shoot 4	46
Gambar 4.5 Shoot 5	46
Gambar 4.6 Shoot 6	47
Gambar 4.7 Shoot 7	47
Gambar 4.8 Shoot 8	48
Gambar 4.9 Pengaturan <i>Interval Timer Shooting</i>	49
Gambar 4.10 Tripod	49
Gambar 4.11 SD Card	50
Gambar 4.12 Lensa Wide 10-22 mm	50
Gambar 4.13 Drone Dji Mavic Pro Combo	51

Gambar 4.14 Isi Folder <i>Timelapse</i> yang Telah di Pindah.....	51
Gambar 4.15 Isi Folder <i>Live Shoot</i> yang Telah di Pindah	52
Gambar 4.16 Isi Folder Video yang akan di Edit.....	52
Gambar 4.17 New Project pada Adobe Premiere Pro CC 2017	54
Gambar 4.18 New Squence pada Adobe Premiere Pro CC 2017	54
Gambar 4.19 Penggabungan Scene.....	55
Gambar 4.20 Menambahkan Transitions	55
Gambar 4.21 Menambahkan Tulisan Nama Wisata	56
Gambar 4.22 Menambahkan Tulisan Alamat Wisata	56
Gambar 4.23 Menambahkan Nest.....	57
Gambar 4.24 Menggunakan Warp Stabilizer.....	57
Gambar 4.25 Setting Stabilizer	57
Gambar 4.26 Color Correction.....	58
Gambar 4.27 Setting Curve.....	59
Gambar 4.28 Export file pada Adobe Premiere Pro CC 2017	59
Gambar 4.29 Export Setting.....	60
Gambar 4.30 Rendering File	60

INTISARI

Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah dalam bidang periklanan, khususnya periklanan dalam media videotron bagi pariwisata suatu daerah yang sangat diperlukan. Penyampaian pesan kepada masyarakat berupa iklan dengan metode visualisasi, Memberikan informasi dan mempengaruhi kelompok-kelompok yang melihatnya supaya terkesan tertarik, iklan juga sering di sebut *branding* atau media bauran oleh penjual untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk, jasa, atau pun organisasi dan merupakan alat promosi yang kuat.

Daerah Istimewa Yogyakarta adalah daerah bersejarah yang memiliki beragam destinasi wisata sehingga menambah daya tarik wisatawan untuk berkunjung, dan juga sering membuat para wisatawan merasa kebingungan menentukan pilihan tempat wisata untuk dikunjungi, diselatan Yogyakarta terdapat destinasi wisata alam Bukit Panguk Kediwung di daerah dataran tinggi dan menawarkan pemandangan alam yang indah di saat matahari terbit dan negeri diatas awan.

Berdasarkan data yang,di hasilkan oleh penulis, destinasi wisata tersebut akan di kelola menjadi tempat wisata internasional, namun karena tidak adanya iklan video tentang Bukit Panguk Kediwung sebagai media iklan kepada wisatawan, maka penulis akan membuat video iklan tentang wisata tersebut. Dan adapun teknik pembuatan video iklan yang akan di gunakan antara lain berupa *timelapse* dan *live shoot*. Dengan adanya video iklan ini diharapkan dapat mempromosikan wisata Bukit Panguk Kediwung dari segi keindahannya dan agar lebih banyak dikenal oleh masyarakat, sehingga diharapkan meningkatnya pengunjung ke wisata ini, dimana iklan ini nantinya akan di tayangkan di videotron jakal Yogyakarta.

Kata Kunci: Iklan Video, Bukit Panguk Kediwung Yogyakarta, *timelapse*, *live shoot*.

ABSTRACT

The development of information technology can be utilized in various fields, one of which is in the field of advertising, especially advertising in videotron media for tourism an area that is very necessary. Delivery of messages to the public in the form of advertising with the method of visualization, Provide information and influence groups who see it to impress interested, advertising is also often called branding or media mix by the seller to communicate persuasive information about products, services, or organization and as promotional tool the strong one.

Region of Yogyakarta is a historic area that has a variety of tourist destinations that add to the attraction of tourists to visit, not often make the tourists feel confused while visiting, in the north of Yogyakarta there are natural tourist destinations Panguk Kediwung's hill in the highlands and offers beautiful scenery in the sun and the country above the clouds.

Based on the data that, generated by the author, the tourist destination will be managed to be international tourist attractions, but because of the absence of video about Panguk Kediwung's hill as a branding medium to tourists, so authour will be created video about destination. And the video for creation techniques that will be used include timelapse and live shoot.the video is expected to facilitate the tourists know this tour, where this video will be aired on jakal's videotron Yogyakarta.

Kata Kunci : Video Advertising, Bukit Panguk Kediwung Yogyakarta, timelapse, live shoot.