

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO PROMOSI KAFE
STREETBAR AND RESTO DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK
*TIMELAPSE DAN HYPERLAPSE***

SKRIPSI



disusun oleh

Fulgensius Jaik Sero

18.22.2172

**PROGAM SARJANA
PROGAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO PROMOSI KAFE
STREETBAR AND RESTO DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK
TIMELAPSE DAN *HYPERLAPSE***

SKRIPSI

Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai gelar Sarjana
Pada program studi Sistem Informasi



Disusun oleh

Fulgensius Jaik Sero

18.22.2172

**PROGAM SARJANA
PROGAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO PROMOSI KAFE
STREETBAR AND RESTO DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK
*TIMELAPSE DAN HYPERLAPSE***

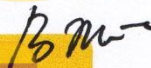
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fulgensius Jaik Sero

18.22.2172

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 20 Agustus 2019

Dosen Pembimbing,



Barka Satya, M.Kom.
NIK.190302126

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN VIDEO PROMOSI KAFE
STREETBAR AND RESTO DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK
TIMELAPSE DAN HYPERLAPSE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fulgensius Jaik Sero

18.22.2172

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 20 Agustus 2019

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Arif Akbarul Huda, S.Si., M.Eng.
NIK. 190302287

Barka Satva, M.Kom.
NIK. 190302126

Ainul Yaqin, M.Kom.
NIK. 190302255

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 26 Oktober 2019

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Krisnawati, S.Si., M.T.
NIK. 190302038

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis 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, 20 Agustus 2019



Fulgensius Jack Sero

18.22.2172

MOTTO

KEAJAIBAN JARANG TERJADI DI ZONA NYAMAN,
KELUARLAH DARI ZONA NYAMAN
I DON'T WANT TO BE A STAR, I WANT TO BE A LEGEND



PERSEMBAHAN

1. Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang MahaEsa yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran kepada saya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
2. Skripsi ini saya persembahkan Untuk kedua Orangtua Saya dan Adik Beatrix Da Silva Jeridas yang telah memberikan dukungan, mendoakan dengan kasih sayang yang tak terbatas kepada saya. Semoga skripsi ini semakin menambah kepercayaan orangtua kepada saya untuk menyongsong masa depan yang lebih baik.
3. Terimakasih kepada Keluarga Kakak – kakak dan adik – adik saya yang telah membantu dan memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Terimakasih buat teman – teman Seperjuangan Saya Andre, Yogi, Rio, Trino, Dio, Ferry, Sergi, Navalia
5. Terimakasih buat Teman – teman Indonesia Reggae Community, Reggaeman Jogja, Jiroots and The Rastaman dan Kelompok Meja Bundar



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan bantuan-Nya, Sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ *Perancangan dan Pembuatan Video Promosi Kafe Streetbar and Resto dengan menggunakan Teknik Timelapse dan Hyperlapse*” ini.

Terselesainya Skripsi ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak yang telah memberikan dorongan moril maupun spiritual dan juga bimbingan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih 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. Bapak Barka Satya M, Kom Selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sangat sabar membimbing saya menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
4. Keluarga Tercinta, Ibu Anastasia Nggunu, Bapak Marselinus Sene dan Adik Beatrix da Silva Jeridas yang senantiasa mendukung dan memberikan doa, juga kasih sayang demi keberhasilan pendidikanku.
5. Ferry Jehadut dan Sergi Jemat yang telah membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini
6. Andriyani, Yogi Gafari, Andi Beguk, Trino Jumpa, Dio Lamudin, Aji Setiawan dan Rio Argeza teman – teman Seperjuanganku.
7. Komunitas Reggaeman Jogja, Jiroots and The Rastaman, Indonesia Reggae Community
8. Mbak Winda dan Mas Rudy Selaku Pemilik Kafe Streetbar and Resto yang telah memberikan izin dan tempat untuk penelitian skripsi ini.

Penyusun menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca dan pengguna Aplikasi, penyusun sangat mengharapkan demi kesempurnaan tulisan ini.

Akhir kata Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua Pihak.

Yogyakarta, 20 Agustus 2019

Penulis

Fulgensius Jaik Sero

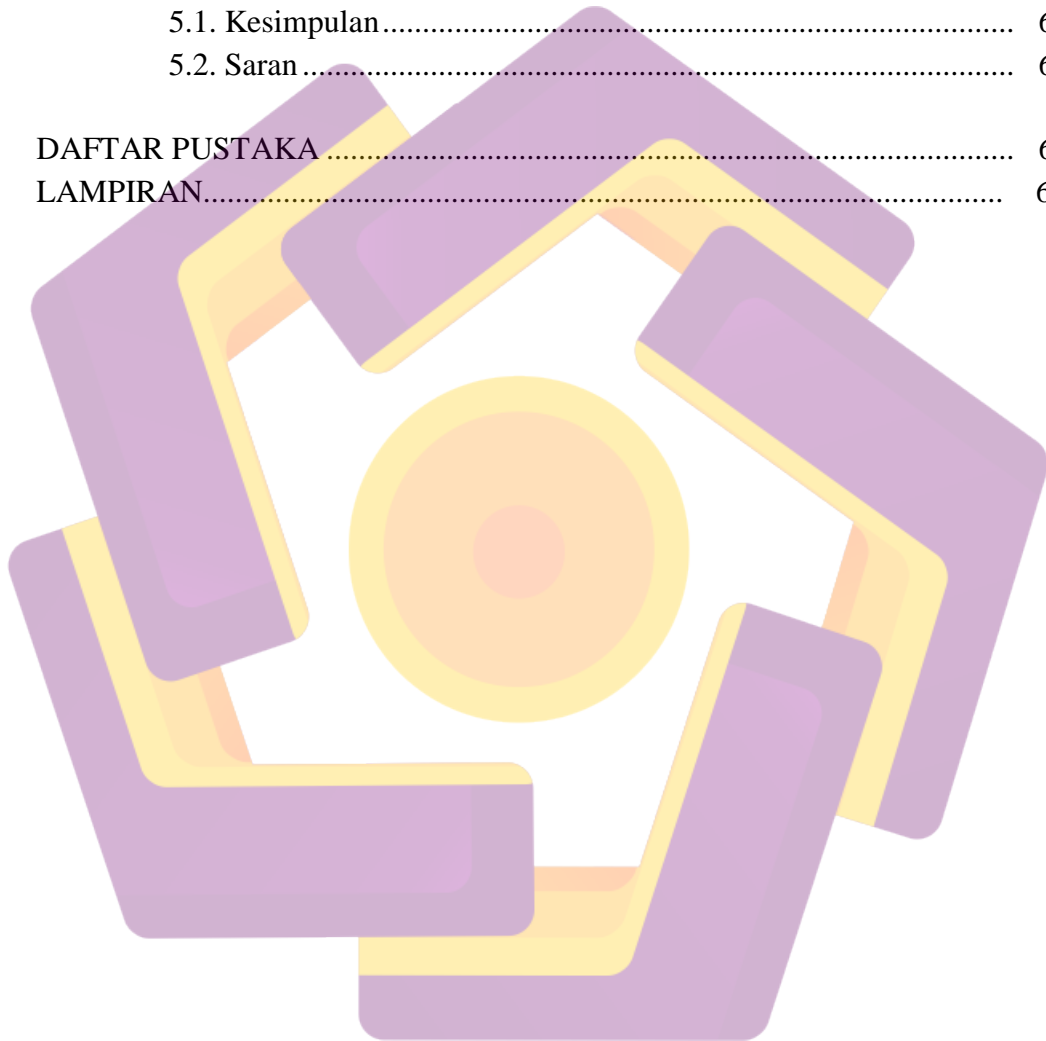
DAFTAR ISI

JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
INTISARI.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Rumusan Masalah.....	3
1.5 Maksud dan Tujuan	3
1.6 Manfaat.....	3
1.6.1. Mahasiswa	3
1.6.2. Universitas AMIKOM Yogyakarta	3
1.6.3. Kafe Streetbar and Resto	4
1.7. Metode Penelitian	4
1.7.1. Metode Pengumpulan Data	4
1.7.1.1. Studi Literatur.....	4
1.7.1.2. Studi Lapangan.....	4
1.7.2. Metode Testing.....	6
1.7.2.1. Testing.....	6
1.8. Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. Tinjauan Pustaka.....	8
2.2. Konsep Dasar Multimedia	8
2.2.1. Definisi Multimedia.....	8
2.2.2. Elemen Multimedia	8
2.3. Media.....	9
2.3.1. Jenis - Jenis Media.....	10
2.3.2. Media Promosi.....	11

2.3.2.1. Definisi Promosi.....	11
2.3.2.2. Definisi Media Promosi.....	12
2.4. Tujuan Media Promosi	14
2.5. Bauran Promosi	14
2.5.1. Periklanan	15
2.5.1.1. Prinsip Dasar Iklan	16
2.5.1.2. Tujuan Periklanan.....	17
2.5.1.3. Media Periklanan.....	17
2.5.1.4. Manajemen Periklanan	18
2.5.2. Promosi Penjualan	18
2.5.3. Hubungan Masyarakat (Public Relation)	19
2.5.4. Penjualan Perorangan (Personal Selling)	20
2.5.5. Pemasaran Langsung	22
2.6. Video	23
2.6.1. Jenis - Jenis Video	23
2.6.2. Teknik Shoot Video.....	24
2.6.3. Ukuran Gambar (Frame Size)	25
2.6.4. Pergerakan Kamera (Moving Camera).....	26
2.7. Timelapse dan Hyperlapse.....	28
2.7.1. Definisi Timelapse dan Hyperlapse	28
2.7.2. Perkembangan Timelapse dan Hyperlapse.....	28
2.7.3. Pemilihan Objek Timelapse dan Hyperlapse	29
2.7.4. Penentuan Frame Rate pada Timelapse dan Hyperlapse.....	30
2.7.5. Teknik dan prosedur pada Timelapse dan Hyperlapse.....	31
2.7.6. Tahapan Perancangan Video Timelapse dan Hyperlapse.....	31
2.7.7. Alat yang Digunakan pada pembuatan Timelapse dan Hyperlapse	34
2.8. Metode Analisi.....	34
2.8.1. Analisis Masalah	34
2.8.2. Analisis Kebutuhan	35
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	37
3.1. Tinjauan Umum.....	37
3.1.1. Profil Kafe Streetbar and Resto	37
3.1.2. Visi dan Misi	37
3.1.3. Struktur Organisasi	37
3.1.4. Logo Kafe Streetbar and Resto.....	39

3.2. Analisis Sistem	39
3.2.1. Definisi Analisis Sistem	39
3.2.2. Analisis SWOT.....	40
3.2.2.1. Kekuatan (Strength).....	40
3.2.2.2. Kelemahan (Weakness).....	41
3.2.2.3. Peluang (Opportunity).....	41
3.2.2.4. Ancaman (Threat).....	41
3.3. Analisis Masalah.....	42
3.4. Analisis Kelayakan Aplikasi	42
3.4.1. Analisis Kelayakan Teknologi	42
3.4.2. Analisis Kelayakan Hukum.....	43
3.4.3. Analisis Kelayakan Operasional.....	43
3.5. Analisis Kebutuhan.....	43
3.5.1. Analisis Kebutuhan Pembuatan Video Promosi.....	43
3.5.1.1. Kebutuhan Video.....	43
3.5.1.2. Kebutuhan Perangkat Keras	43
3.5.1.3. Kebutuhan Perangkat Lunak	45
3.6. Solusi	45
3.7. Metode Perancangan Video.....	45
3.7.1. Pra Produksi.....	45
3.7.2. Pembuatan Ide Cerita	46
3.7.3. Storyboard	46
3.7.4. Outline	48
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Proses Produksi.....	49
4.2. Tahap Pengambilan Video.....	49
4.3. Pasca Produksi.....	49
4.4. Editing	50
4.4.1. Selection Tool.....	50
4.4.2. Track Selection Tool	50
4.4.3. Razor Tool	51
4.4.4. Pen Tool.....	52
4.4.5. Slide Tool	52
4.4.6. Zoom.....	53
4.4.7. Slip Tool	53
4.4.8. Rate Stretch Tool.....	54
4.4.9. Ripple Edit Tool	54
4.4.10. Rolling Edit Tool.....	55
4.4.11. Hand Tool.....	55

4.5. Penggabungan Video.....	56
4.6. Penambahan Music Background	56
4.7. Proses Coloring.....	57
4.8. Rendering.....	58
4.9. Hasil Video Promosi Kafe Streetbar and Resto.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1. Kesimpulan.....	64
5.2. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	68



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Interval	30
Tabel 2.2 Anggaran Biaya Produksi	36
Tabel 3.1 Spesifikasi	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen Multimedia	9
Gambar 2.2 Manajemen Periklanan	18
Gambar 3.1 Struktur Organisasi	38
Gambar 3.2 Logo Kafe Streetbar and Resto	39
Gambar 3.3 Storyboard	47
Gambar 4.1 Selection Tool	50
Gambar 4.2 Track Select Tool	51
Gambar 4.3 Razor Tool	51
Gambar 4.4 Pen Tool	52
Gambar 4.5 Slide Tool	52
Gambar 5.6 Zoom Tool	53
Gambar 4.7 Slip Tool	53
Gambar 4.8 Rate Stretch Tool	54
Gambar 4.9 Ripple Tool	54
Gambar 4.10 Rolling Edit Tool	55
Gambar 4.11 Hand Tool	55
Gambar 4.12 Penggabungan layer	56
Gambar 4.12 Music Background	57
Gambar 4.13 Coloring	58
Gambar 4.14 Rendering	59
Gambar 4.15 Hasil Video	63

INTISARI

Video *timelapse* dan *hyperlapse* adalah pengembangan bidang fotografi yang membuat sekumpulan foto yang diambil dalam periode tertentu menjadi klip video pendek. Tujuan penelitian ini adalah sebagai media promosi kafe Streetbar dan Resto.

Masalah yang akan dipelajari adalah bagaimana membuat media iklan yang cocok digunakan untuk mendukung pengembangan dan pencitraan produk di mata pelanggannya. Minimnya promosi oleh streetbar cafe dan pemilik restoran membuat cafe ini kurang terkenal di kota Yogyakarta.

Penulis membuat desain dan kreasi iklan melalui video *timelapse* dan *hyperlapse* yang diharapkan dapat membawa dampak besar bagi kafe dan restoran streetbar. dengan adanya video promosi ini, diharapkan kafe jalanan dan restoran akan dapat bersaing dengan pesaing mereka.

Kata kunci: Video, *Timelapse*, *Hyperlapse*



ABSTRACT

Video timelapse and hyperlapse is the development of the field of photography that makes a set of photos taken within a certain period into a short video clip. The purpose of this study is as a medium for promotion of Streetbar and Resto cafes.

The problem to be studied is how to create a suitable advertising medium used for support the development and product imaging in the eyes of its customers. The lack of promotion by streetbar cafe and restaurant owners makes this cafe less well known in the city of Yogyakarta.

The author makes the design and creation of advertisements through video timelapse and hyperlapse which is expected to bring a great impact to the streetbar cafe and restaurant. with the existence of this promotional video, it is expected that streetbar and restaurant cafes will be able to compete with their competitors.

Keyword : *Video, Timelapse, Hyperlapse*

