

**PEMBUATAN VIDEO UNTUK MEMPROMOSIKAN POTENSI ALAM
PURWOREJO DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK
TIME LAPSE DAN HYPERLAPSE**

SKRIPSI



disusun oleh

Fadli Syaefudin

12.11.6694

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**

**PEMBUATAN VIDEO UNTUK MEMPROMOSIKAN POTENSI ALAM
PURWOREJO DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK
TIME LAPSE DAN HYPERLAPSE**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S1
pada jurusan Teknik Informatika



disusun oleh

Fadli Syaefudin

12.11.6694

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO UNTUK MEMPROMOSIKAN POTENSI ALAM
PURWOREJO DENGAN MENGGUNAKAN TIME LAPSE DAN
HYPERLAPSE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fadli Syaefudin

12.11.6694

yang telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 1 Maret 2017

Dosen Pembimbing

Robert Marco, M.T
NIK. 190302228

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO UNTUK MEMPROMOSIKAN POTENSI ALAM
PURWOREJO DENGAN MENGGUNAKAN TIME LAPSE DAN
HYPERLAPSE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fadli Syaefudin

12.11.6694

telah dipertahankan di depan Dosen Penguji
pada tanggal 19 Desember 2016

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Bambang Sudaryatno, Drs. M.M
NIK. 190302029

Bayu Setiaji, M.Kom
NIK. 190302216

Tri Susanto, M.Kom
NIK. 190302115



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 1 Maret 2017



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya asli saya sendiri (ASLI), dan di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan, dan sepanjang sepengetahuan saya di dalam skripsi ini 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 di buat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 7 Februari 2016



Fadli Syaefudih
(12.11.6694)

MOTTO

“Jadilah pribadi yang jujur, arif, bermanfaat bagi orang lain”



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah sebagai tanda rasa syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya saya Bapak Sarifudin dan Ibu Muisah atas segala doa dan dukungannya.
2. Keluarga saya : Syauqi Fathullah, Bagus Tria Wijaya, Rahadian Bagus Yuwono yang selalu menemani saat suka dan duka.
3. Keluarga STEMATEL Yogyakarta yang selalu memberikan semangat dan motivasi.

Terima Kasih kepada :

1. Bapak Robert Marco, MT. sebagai dosen pembimbing yang mencurahkan waktu dan pikirannya untuk membimbing perjalanan penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.
2. Para sahabat Heruwaldi Liswanda, Sadam Ramadhan, Novis Kurniawan yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk melancarkan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur senantiasa kita panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, yang telah memberikan begitu banyak rahmat dan karunia sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik walaupun disadari banyak sekali kekurangan. Itu semua tidak terlepas dari keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis.

Adapun skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan Strata Satu (S1) Informatika UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dari beberapa pihak. Untuk itu penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M Suyanto, M.M selaku Rektor UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Sudarmawan, MT selaku Ketua Jurusan S1 Informatika UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Robert Marco, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
4. Tim penguji, segenap dosen dan karyawan UNIVERSITAS AMIKOM yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalamannya .
5. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

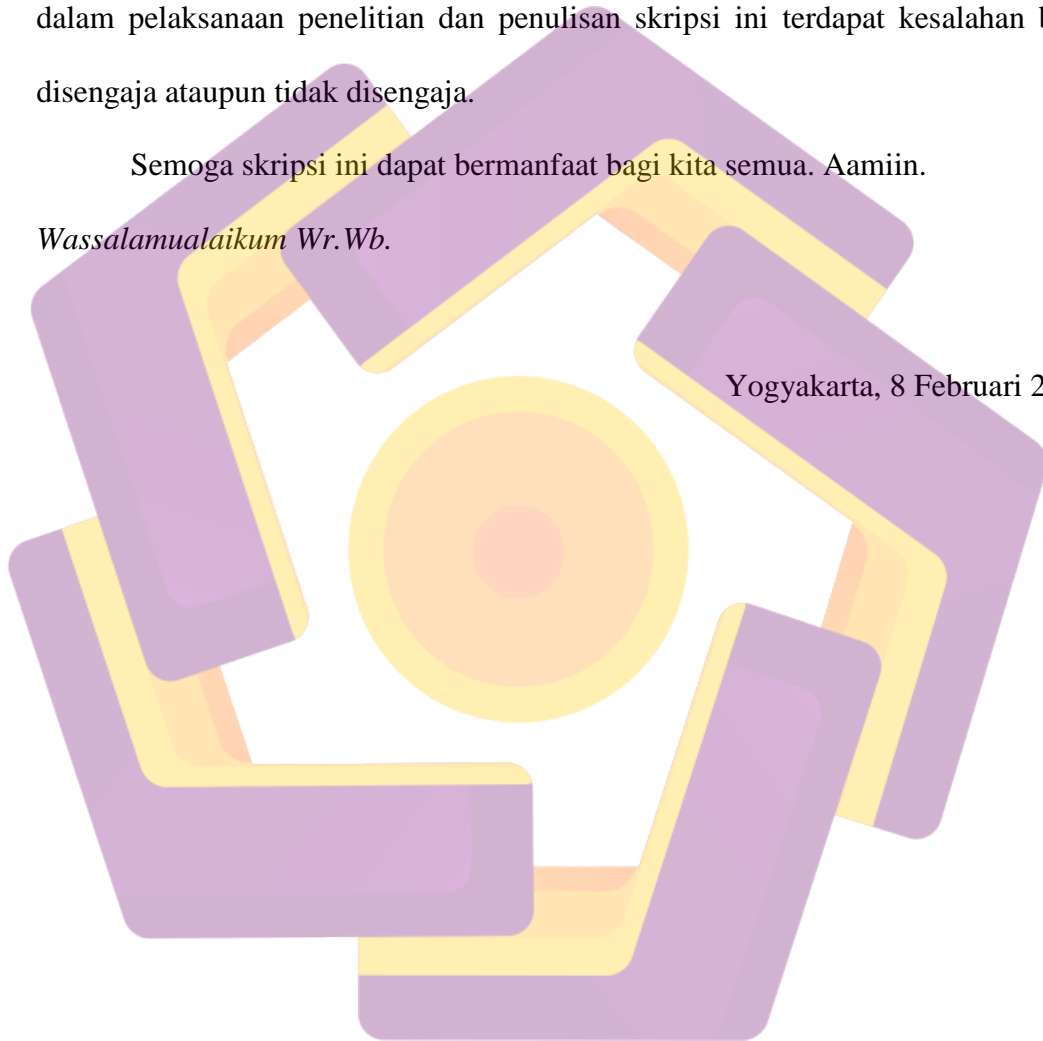
Skripsi ini masih jauh dari sempurna, itu semua tidak terlepas dari keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Kritik dan saran yang membangun guna mencapai kesempurnaan selalu diharapkan sehingga dapat bermanfaat bagi diri sendiri, serta pihak-pihak yang membutuhkan.

Permohon maaf juga tak lupa penulis haturkan kepada semua pihak, jika dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini terdapat kesalahan baik disengaja ataupun tidak disengaja.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 8 Februari 2017



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
INTISARI.....	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	2
1.5 Metode Penelitian.....	3
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	3
1.5.1.1 Metode Wawancara.....	3
1.5.1.2 Metode Observasi.....	3
1.5.2 Metode Analisis.....	3
1.5.3 Metode Perancangan.....	3
1.5.4 Metode Pengembangan.....	4
1.5.5 Metode <i>Testing</i>	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Tinjauan Pustaka.....	6
2.2.1 Pengertian Multimedia.....	7
2.2.2 Definisi Multimedia.....	8

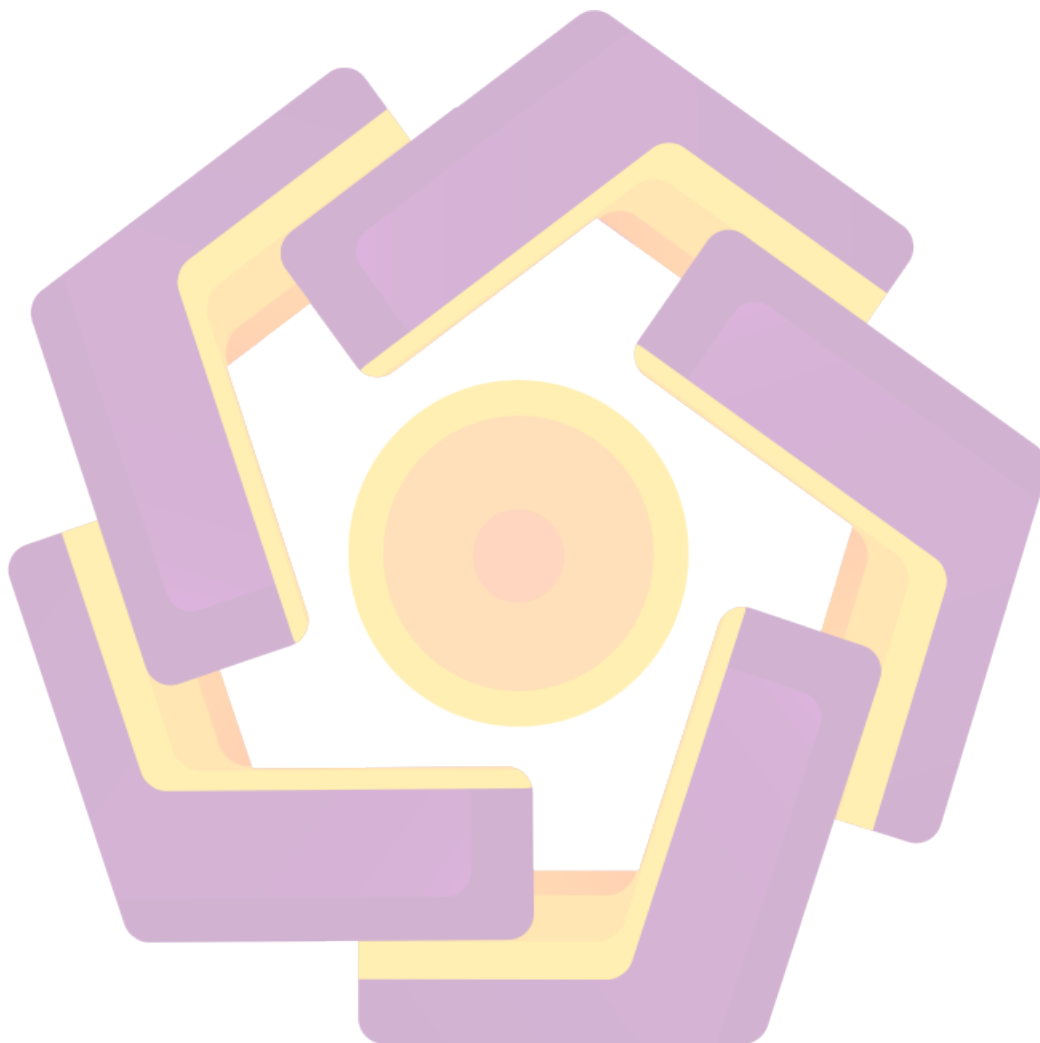
2.2.3	Obyek-obyek Multimedia.....	9
2.2.3.1	Teks.....	9
2.2.3.2	Grafis.....	9
2.2.3.3	Audio.....	10
2.2.3.4	Video.....	10
2.2.3.5	Animasi.....	10
2.3	Pengertian Iklan.....	10
2.3.1	Jenis-jenis Iklan.....	10
2.3.1.1	Iklan Nasional.....	11
2.3.1.2	Iklan Lokal.....	11
2.3.1.3	Iklan Primer dan Selektif.....	11
2.4	Tahap Pra Produksi.....	11
2.4.1	Penetapan Ide Cerita.....	12
2.4.2	Penuangan Ide Dalam Bentuk Naskah (<i>Script</i>).....	12
2.4.3	Pembuatan Storyboard.....	12
2.4.4	Penyusunan Jadwal dan Anggaran Biaya.....	12
2.4.4	Pencarian Lokasi.....	12
2.5	Tahap Produksi.....	12
2.6	Tahap Pasca Produksi.....	13
2.7	Timelapse.....	13
2.7.1	Sejarah Timelapse.....	13
2.7.2	Pengertian Timelapse.....	13
2.7.3	Perangkat Keras Pendukung Timelapse.....	14
2.8	Hyperlapse.....	14
2.9	Teknik Kamera.....	15

2.9.1	<i>High Angle</i>	15
2.9.2	<i>Eye Angle</i>	15
2.9.3	<i>Low Angle</i>	16
2.9.4	<i>Bird Eye Angle</i>	16
2.9.5	<i>Fog Angle</i>	16
2.10	Standar Video.....	16
2.10.1	NTSC (<i>Nation Television Standarts Committee</i>).....	16
2.10.2	PAL (<i>Phase Alternate Line</i>).....	17
2.10.3	SECAM (<i>Sequentil Colour and Memory System</i>).....	17
2.10.4	HDTV (<i>HD Definition TV</i>).....	17
2.11	Spesifikasi Perangkat Lunak yang Digunakan.....	18
2.11.1	Adobe Premiere Pro CC 2015.....	18
2.11.2	Adobe After Effect CS 6.....	19
2.11.3	Adobe Photoshop CC 2015.....	19
2.11.4	Adobe Audition CS 6.....	21
BAB III ANALISI DAN PERANCANGAN SISTEM		22
3.1	Tinjauan Umum.....	22
3.1.1	Sejarah Kabupaten Purworejo.....	22
3.2	Visi dan Misi.....	26
3.2.1	Visi.....	26
3.2.2	Misi.....	26
3.3	Tempat Wisata Kabupaten Purworejo.....	28
3.3.1	Curug Sidhandhang.....	28
3.3.2	Masjid Darul Muttaqin.....	29
3.3.3	Goa Seplawan.....	31

3.3.4	Curug Muncar.....	32
3.3.5	Curug Silangit.....	33
3.4	Identifikasi Masalah.....	34
3.5	Analisis SWOT.....	34
3.5.1	Analisis Kekuatan (<i>Strength</i>).....	34
3.5.2	Analisis Kelemahan (<i>Weakness</i>).....	35
3.5.3	Analisis Peluang (<i>Opportunity</i>).....	35
3.5.4	Analisis Ancaman (<i>Treats</i>).....	35
3.6	Analisis Kebutuhan Fungsional.....	36
3.7	Analisis Kebutuhan Non Fungsional.....	36
3.7.1	Analisis Kebutuhan Perangkat Keras (<i>Hardware</i>).....	36
3.7.2	Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak (<i>Software</i>).....	38
3.7.3	Analisis Kebutuhan Pengguna (<i>Brainware</i>).....	38
3.8	Analisis Kebutuhan Biaya dan Manfaat.....	39
3.8.1	Komponen Biaya.....	39
3.9	Pra Produksi Iklan.....	41
3.9.1	Survey Lokasi.....	41
3.9.2	Penentuan Ide Iklan.....	41
3.9.3	Script atau Naskah.....	42
3.9.4	Perancangan <i>Story Board</i>	45
3.9.5	Penjadwalan.....	49
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	Pembahasan.....	51
4.1.1	Alur Produksi.....	51
4.2	Tahap Produksi.....	52

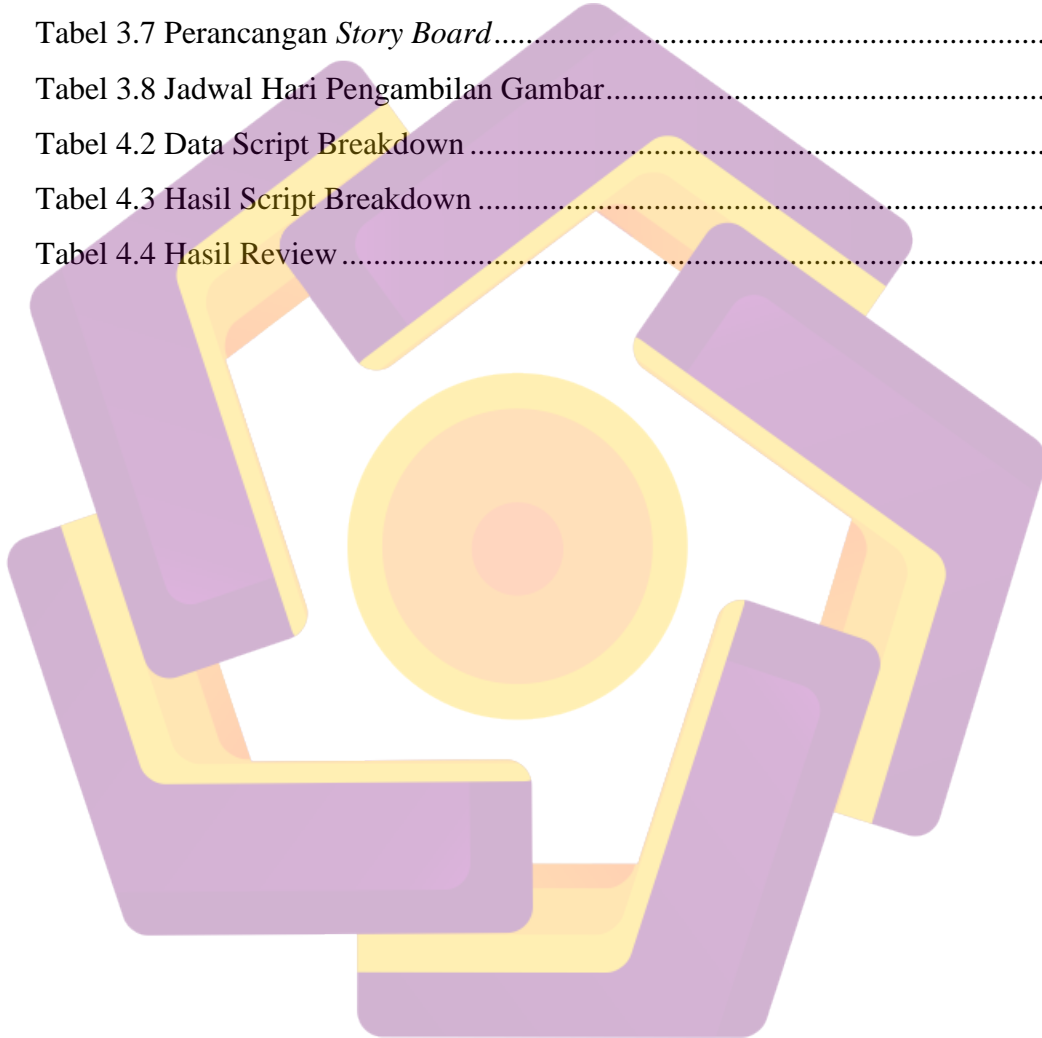
4.2.1	Pemilihan Lokasi dan Menyiapkan Perlengkapan	52
4.2.1.1	Kamera.....	53
4.2.1.2	Lensa.....	54
4.2.1.3	Adapter.....	54
4.2.1.3	Memory Card.....	55
4.2.1.4	Tripod.....	55
4.2.1.4	Slider.....	56
4.2.2	Rehearsal.....	56
4.2.3	Pengaturan Kamera.....	56
4.2.4	Proses Pengambilan Gambar (<i>Shooting</i>).....	57
4.2.4.1	Shooting.....	57
4.2.4.2	Hasil Pengambilan Video.....	60
4.3	Pasca Produksi Iklan.....	65
4.3.1	Capturing.....	65
4.3.2	Editing.....	67
4.3.2	Proses Pengeditan Suara.....	68
4.3.2	Proses Compositing dan Pengeditan Video.....	70
4.3.2.3	Proses Coloring.....	73
4.3.2.4	Proses Editing Grafis.....	75
4.3.3	Rendering.....	77
4.3.4	Mastering.....	79
4.3.4	Hasil Pembuatan Video Iklan.....	80
4.4	Implementasi.....	82
4.4.1	Testing.....	82

BAB	V
PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Peralatan Produksi	37
Tabel 3.2 Perlengkapan Pasca Produksi.....	37
Tabel 3.3 Perangkat Lunak	38
Tabel 3.4 Personil Produksi	38
Tabel 3.5 Perincian Biaya Produksi Video	39
Tabel 3.6 Perancangan Naskah <i>Story Board</i>	42
Tabel 3.7 Perancangan <i>Story Board</i>	45
Tabel 3.8 Jadwal Hari Pengambilan Gambar.....	49
Tabel 4.2 Data Script Breakdown	57
Tabel 4.3 Hasil Script Breakdown	60
Tabel 4.4 Hasil Review	82



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Definisi Multimedia	9
Gambar 2.2 Tampilan Adobe Premiere Pro CC 2015	18
Gambar 2.3 Tampilan Adobe After Effect CS 6.....	19
Gambar 2.4 Tampilan Adobe Photoshop CC 2015.....	20
Gambar 2.5 Tampilan Adobe Audition CS 6.....	21
Gambar 3.1 Curug Sindhandhang	28
Gambar 3.2 Bedug Agung Masjid Darul Muttaqin.....	29
Gambar 3.3 Goa Seplawan.....	31
Gambar 3.4 Curug Muncar	32
Gambar 3.5 Curug Silangit	33
Gambar 4.1 Bagan Pra Produksi, Produksi, Pasca Produksi	51
Gambar 4.2 Sony Alfa 7.....	53
Gambar 4.3 <i>Lensa Canon 17-40mm</i>	54
Gambar 4.4 <i>Adapter Metabones</i>	54
Gambar 4.5 <i>Memory Card Sandisk 16gb</i>	55
Gambar 4.6 <i>Tripod</i>	55
Gambar 4.7 <i>Slider Varavon 80cm</i>	56
Gambar 4.8 Manajemen File Video Potensi Keindahan alam 1	65
Gambar 4.9 Manajemen File Video Potensi Keindahan alam 2	66
Gambar 4.10 Bagan pasca produksi Potensi Keindahan Alam Purworejo.....	67
Gambar 4.11 Tampilan Pemotongan File Audio	68
Gambar 4.12 Tampilan <i>Add Effect</i> File Audio	69
Gambar 4.13 Hasil Export Audio.....	69
Gambar 4.14 Mengimport File Audio	70
Gambar 4.15 Memposisikan <i>Shoot per Shoot</i> Sesuai Naskah	71
Gambar 4.16 Menyisipkan Efek <i>Warp Stabilizer</i>	72
Gambar 4.17 Membuat Efek <i>Slow Motion</i>	72
Gambar 4.18 Hasil Penataan Potongan Gambar	73
Gambar 4.19 Tampilan <i>Coloring</i>	74
Gambar 4.20 Tampilan Sesudah <i>Coloring</i>	74

Gambar 4.21 Branding Icon Tulisan Purworejo	75
Gambar 4.22 Logo Dinas Purworejo	75
Gambar 4.23 Import Objek yang Sudah Siap di Render 1.....	76
Gambar 4.24 Import Objek yang Sudah Siap di Render 2.....	77
Gambar 4.25 Pemilihan Format Video	77
Gambar 4.26 Proses <i>Rendering</i>	78
Gambar 4.27 Gambar Hasil Akhir Video Iklan	79



INTISARI

Purworejo merupakan kota di Jawa Tengah yang mempunyai potensi wisata alam yang menjanjikan. Keindahan alam yang eksotis, masih alami yang belum banyak dijamah orang, membuat penulis ingin memperkenalkan potensi dari objek-objek wisata alam di Purworejo ini dalam bentuk video.

Diharapkan dengan adanya video promosi ini, masyarakat menjadi tahu akan keberadaannya dan dapat berimbas terhadap wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata alam yang ada di Purworejo.

Dalam pembuatan media promosi penulis menggunakan teknik timelapse dan hyperlapse agar dapat mengabadikan pemandangan alam dengan latar belakang keindahan awan dan mengambil pemandangan dengan pergerakan matahari. Hal ini dinilai efektif karena potensi yang dimiliki merupakan pantai dan air terjun.

Kata kunci : Air Terjun Purworejo, Video Iklan, Timelapse, Hyperlapse

ABSTRACT

Purworejo is city of Indonesia located in Central Java which has unspoiled beautiful views of the nature. The author was fully interested to introduces natural object of tourism by video form.

Hopefully this promotion interests people to aware existence of The Purworejo's potential and give impact tourists to visit.

This observation ran well by using timelapse and hyperlapse techniques to perpetuate the landscape sight through beautiful cloud and sun. From all consideration, this method is the most effective one because more potential views of this place are beach and waterfall.

Keywords : *Waterfall in Purworejo, Commercial Video, Timelapse, Hyperlapse*

