

**PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI SUDUT PANDANG KAMERA  
SUBYEKTIF MENGGUNAKAN TEKNIK TIMELAPSE UNTUK VIDEO  
IKLAN DI GOOD MOOD STORE**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Ritri Sutartiyanti**

**14.22.1608**

**JURUSAN SISTEM INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2015**

**PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI SUDUT PANDANG KAMERA  
SUBYEKTIF MENGGUNAKAN TEKNIK TIMELAPSE UNTUK VIDEO  
IKLAN DI GOOD MOOD STORE**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana S1  
pada jurusan Sistem Informasi



disusun oleh

**Ritri Sutartiyanti**

**14.22.1608**

**JURUSAN SISTEM INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2015**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI SUDUT PANDANG  
KAMERA SUBYEKTIF MENGGUNAKAN TEKNIK TIMELAPSE  
UNTUK VIDEO IKLAN DI GOOD MOOD STROE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Ritri Sutartiyanti**

**14.22.1608**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 24 Maret 2015

**Dosen Pembimbing**

**Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom**

**NIK. 190302215**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI SUDUT PANDANG KAMERA  
SUBYEKTIF MENGGUNAKAN TEKNIK TIMELAPSE UNTUK VIDEO  
IKLAN DI GOOD MOOD STORE**

yang disusun oleh

**Ritri Sutartiyanti**

**14.22.1608**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 20 Agustus 2015

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom**  
**NIK. 190302215**

**Sudarmawan, MT**  
**NIK. 190302035**

**Agus Purwanto, M.Kom**  
**NIK. 190302229**

**Tanda Tangan**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 31 Agustus 2015

**KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA**



**Prof. Dr. M. Suvanto, M.M.**  
**NIK. 190302001**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan isi dalam skripsi tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/ diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 1 September 2015

METERAI  
TEMPEL

6C295AAF40385392

6000

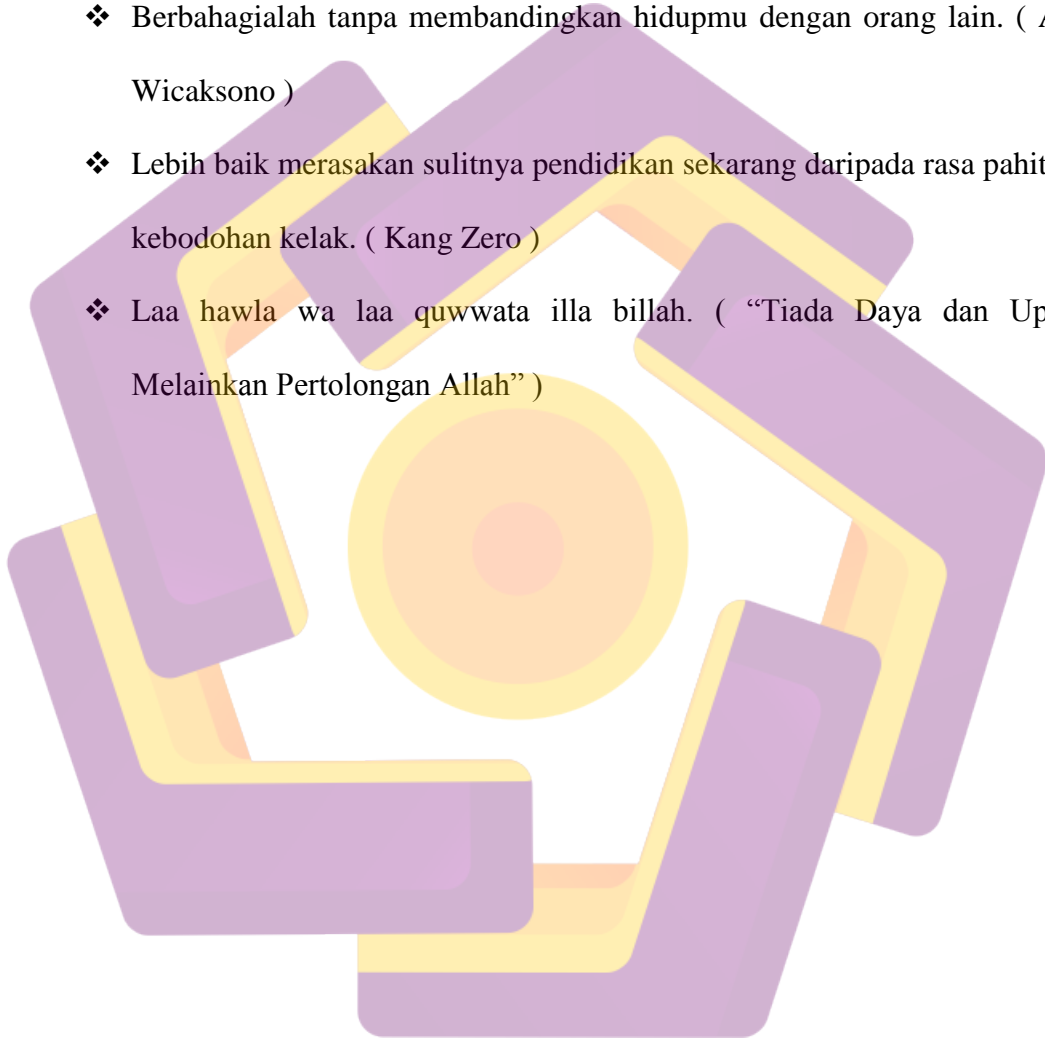
DJP

Ritri Sutartiyanti

14.22.1608

## MOTTO

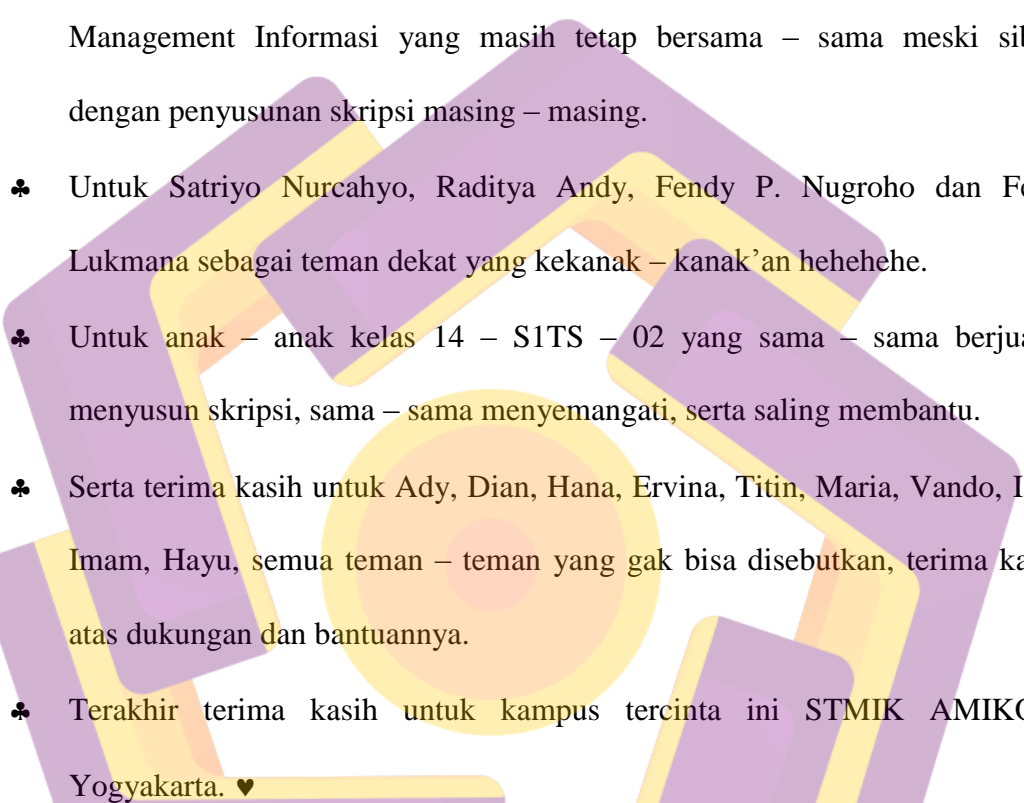
- ❖ Hidup adalah cermin, apapun yang kita lakukan itu yang akan kita dapatkan juga. ( Ritri Sutartiyanti )
- ❖ Berbahagialah tanpa membandingkan hidupmu dengan orang lain. ( Ady Wicaksono )
- ❖ Lebih baik merasakan sulitnya pendidikan sekarang daripada rasa pahitnya kebodohan kelak. ( Kang Zero )
- ❖ Laa hawla wa laa quwwata illa billah. ( “Tiada Daya dan Upaya Melainkan Pertolongan Allah” )



## PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam sehingga skripsi ini telah selesai dengan baik, sehingga dengan selesainya skripsi ini penulis persembahkan untuk :

- ♣ Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya yang telah memberikan kelancaran, kesehatan serta kemudahan disaat penulis menemukan kesulitan dalam proses penyusunan skripsi ini.
- ♣ Bapak Sutarjo, BA dan Ibu Kuslestari selaku kedua orang tua yang selalu mendoakan, mendukung, membimbing, memberi semangat dengan pertanyaan “kapan wisuda ?” dan selalu menasehati ketika mulai ragu. Terima kasih untuk kalian, orang tua ku yang selalu menyayangi dengan kesabaran serta tak pernah lelah mendampingi ku, I LOVE YOU ♥.
- ♣ Esti Sutardiyanti Utari dan Bagas Sutardiyanto Utoro sebagai kakak yang selalu memperhatikan dalam proses penyusunan skripsi ini.
- ♣ Keluarga besar Koesnandar dan Mulya Sarjono yang selalu mendampingi dan memperhatikan.
- ♣ Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom sebagai dosen pembimbing yang telah mendampingi dalam pengerjaan skripsi ini hingga selesai.
- ♣ Kepada dosen penguji Bapak Agus Purwanto, M.Kom dan Bapak Sudarmawan, MT saya ucapkan terima kasih telah menguji skripsi yang telah disusun.
- ♣ Untuk seluruh Bapak dan Ibu dosen STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmu selama ini.

- 
- ♣ Andreas Prabowo dan Immanuel Sandwiyon Putra sebagai teman, sahabat, bahkan keluarga yang telah membantu serta memberi ide dalam penyusunan skripsi ini.
  - ♣ Untuk Rossidah dan Anastasya Sahim sebagai teman terdekat dari D3 Management Informasi yang masih tetap bersama – sama meski sibuk dengan penyusunan skripsi masing – masing.
  - ♣ Untuk Satriyo Nurcahyo, Raditya Andy, Fendy P. Nugroho dan Feby Lukmana sebagai teman dekat yang kekanak – kanak’an hehehehe.
  - ♣ Untuk anak – anak kelas 14 – SITS – 02 yang sama – sama berjuang menyusun skripsi, sama – sama menyemangati, serta saling membantu.
  - ♣ Serta terima kasih untuk Ady, Dian, Hana, Ervina, Titin, Maria, Vando, Isal, Imam, Hayu, semua teman – teman yang gak bisa disebutkan, terima kasih atas dukungan dan bantuannya.
  - ♣ Terakhir terima kasih untuk kampus tercinta ini STMIK AMIKOM Yogyakarta. ♥

Tertanda,  
Ritri Sutartiyanti



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang diharapkan, dengan judul PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI SUDUT PANDANG KAMERA SUBYEKTIF MENGGUNAKAN TEKNIK TIMELAPSE UNTUK VIDEO IKLAN DI GOOD MOOD STORE.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Strata-1 Jurusan Sistem Informasi (Transfer) Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta guna memperoleh gelar Sarjana Komputer. Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari beberapa pihak, untuk itu penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM, selaku ketua STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Bapak Drs. Bambang Sudaryatno, MM selaku ketua jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan banyak saran serta masukan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen yang selama ini telah banyak membantu dan memberikan bekal ilmu pengetahuan dalam proses pendidikan di Sistem Informasi (Transfer) STMIK AMIKOM Yogyakarta.

5. Seluruh staff BAAK, staff perpustakaan dan staff jurusan yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Kepada kedua orang tua dan seluruh keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan semangat, motivasi, serta semua dukungan.
7. Sahabat dan teman kelas 14 – S1TS – 02 yang telah berjuang bersama – sama selama 2 semester ini dengan saling membantu.
8. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari akan kekurangan karena kemampuan penulis, oleh karena itu saran dan kritik senantiasa diharapkan. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta motivasi bagi pembaca.

Yogyakarta, 1 September 2015

Penulis,

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
INTISARI .....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Batasan Masalah .....	3
1.4. Tujuan Penelitian .....	3
1.5. Manfaat Penelitian .....	3
1.6. Metode Penelitian .....	4
1.6.1 Metode Action Research .....	4
1.6.2 Metode Pengumpulan Data .....	5
1.6.2.1 Metode Wawancara (Interview) .....	6
1.6.2.2 Metode Observasi .....	6
1.6.2.3 Metode Kepustakaan .....	6
1.7. Sistematika Penulisan .....	6
1.8. Jadwal Kegiatan .....	9
II. DASAR TEORI .....	10
2.1. Tinjauan Pustaka .....	10
2.2. Konsep Dasar Multimedia .....	11

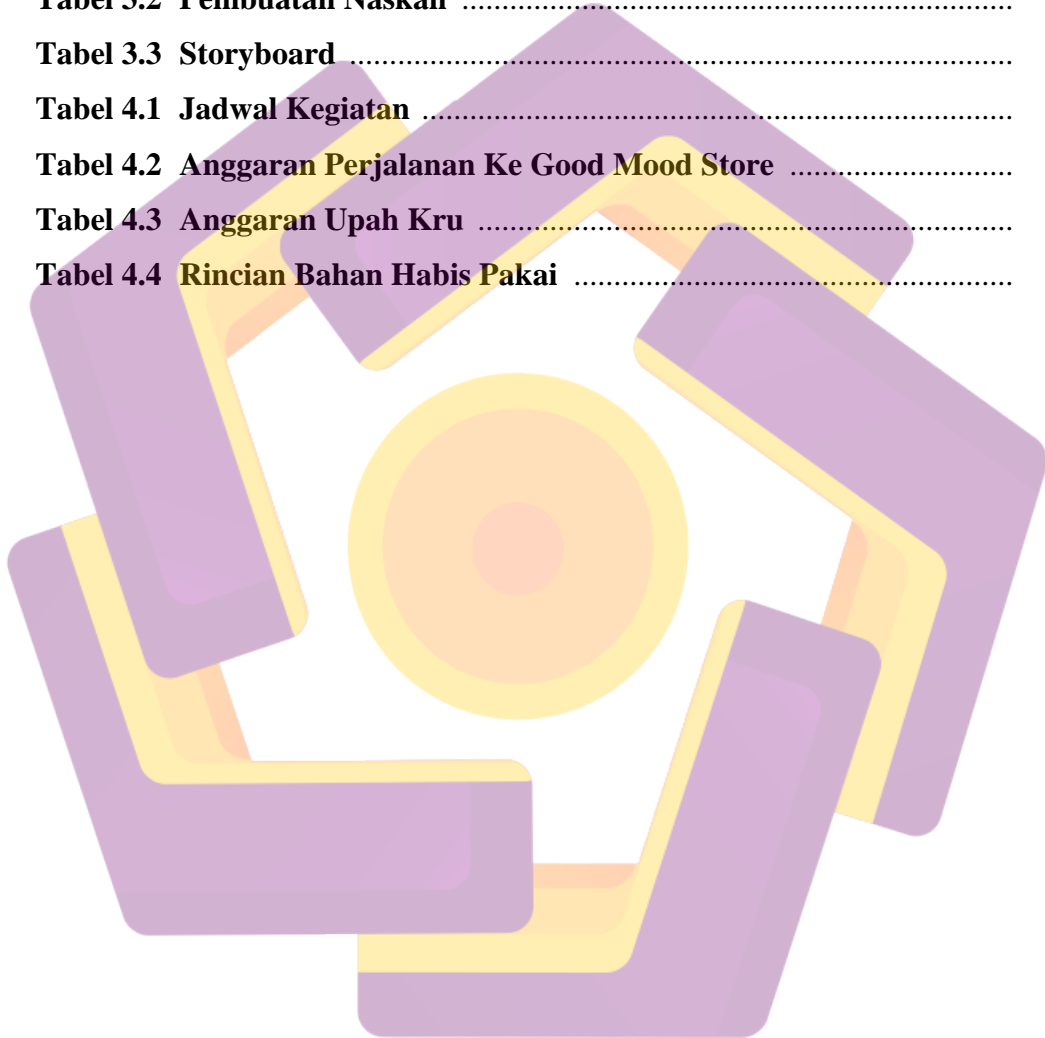
2.2.1	Definisi Multimedia.....	11
2.2.2	Unsur – unsur Multimedia .....	12
2.2.2.1	Teks .....	13
2.2.2.2	Gambar .....	13
2.2.2.3	Suara .....	15
2.2.2.4	Video .....	16
2.2.2.5	Animasi .....	16
2.3.	Konsep Dasar Iklan .....	17
2.3.1	Definisi Iklan .....	17
2.3.2	Tujuan Periklanan .....	17
2.3.2.1	Iklan Informatif .....	18
2.3.2.2	Iklan Persuasif .....	18
2.3.2.3	Iklan Pengingat .....	18
2.3.2.4	Iklan Penambah Nilai.....	18
2.4.	Iklan Televisi .....	18
2.4.1	Strategi Merancang Iklan Televisi .....	19
2.4.2	Strategi Memproduksi Iklan Televisi .....	19
2.4.2.1	Tahap Pra Produksi .....	19
2.4.2.1.1	Mempelajari Naskah .....	20
2.4.2.1.2	Storyboard .....	21
2.4.2.1.3	Menganalisa Teknik Produksi .....	22
2.4.2.2	Tahap Produksi .....	28
2.4.2.2.1	Pemilihan Kamera .....	28
2.4.2.2.2	Pengaturan Cahaya .....	30
2.4.2.2.3	Kegiatan Shooting .....	33
2.4.2.3	Tahap Pasca Produksi .....	33
2.4.2.3.1	Pengeditan .....	36
2.4.2.3.2	Pencampuran Audio dan Video .....	36
2.4.2.3.3	Pemberian Efek – efek .....	36
2.5.	Format Video Digital .....	37
2.6.	Standart Video .....	39

2.7. Timelapse .....	39
2.7.1 Sejarah Timelapse .....	39
2.7.2 Pengertian Timelapse .....	40
III. ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM .....	42
3.1. Berdirinya Good Mood Store .....	42
3.1.1 Sejarah Good Mood Store .....	42
3.1.2 Visi Good Mood Store .....	44
3.1.3 Misi Good Mood Store .....	44
3.1.4 Struktur Organisasi Good Mood Store .....	45
3.1.5 Lokasi Good Mood Store .....	45
3.1.6 Logo Good Mood Store .....	45
3.2. Analisis .....	46
3.2.1 Analisis Kebutuhan Sistem .....	46
3.2.1.1 Analisis Kebutuhan Informasi .....	46
3.2.1.2 Analisis Kebutuhan Fungsional .....	47
3.2.1.3 Analisis Kebutuhan Non Fungsional .....	47
3.2.1.3.1 Kebutuhan Perangkat Luak .....	47
3.2.1.3.2 Kebutuhan Perangkat Keras .....	47
3.2.2 Analisis SWOT .....	48
3.2.2.1 Analisis Kekuatan (Strength) .....	48
3.2.2.2 Analisis Kelemahan (Weakness) .....	49
3.2.2.3 Analisis Peluang (Oppertunities) .....	49
3.2.2.4 Analisis Ancaman (Threats) .....	50
3.3. Tahapan Pra Produksi .....	52
3.3.1 Pembuatan Naskah .....	52
3.3.2 Pembuatan Storyboard .....	54
3.3.3 Menganalisa Teknik Produksi .....	58
3.3.3.1 Analisis Penerapan Sudut Pandang Kamera Subyektif .....	58
3.3.3.2 Analisis Penerapan Teknik Timelapse .....	59
IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....	61

4.1. Implementasi .....	61
4.1.1 Produksi .....	61
4.1.1.1 Pemilihan Kamera .....	62
4.1.1.2 Pengaturan Cahaya .....	64
4.1.1.3 Kegiatan Shooting .....	65
4.1.1.3.1 Jadwal Kegiatan .....	65
4.1.1.3.2 Pemilihan Style .....	66
4.1.1.3.3 Anggaran Dana .....	67
4.1.1.3.4 Menyeleksi Kru .....	70
4.1.1.4 Pengambilan Gambar (Shooting) .....	72
4.1.1.4.1 Pengambilan Gambar Sudut Pandang Subyektif .....	74
4.1.1.4.2 Pengambilan Gambar Timelapse .....	76
4.1.2 Pasca Produksi .....	78
4.1.2.1 Pengeditan .....	78
4.1.2.2 Pencampuran Audio dan Video .....	79
4.1.2.3 Pemberian Efek – efek .....	87
4.2. Pembahasan .....	91
4.2.1 Review .....	91
V. PENUTUP .....	93
5.1. Kesimpulan .....	93
5.2. Saran .....	93
DAFTAR PUSTAKA .....	95
LAMPIRAN .....	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1 Alokasi Waktu Rencana Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>Tabel 2.1 Interval Waktu Yang Bisa Digunakan .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 3.1 Analisis SWOT .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 3.2 Pembuatan Naskah .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 3.3 Storyboard .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 4.1 Jadwal Kegiatan .....</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 4.2 Anggaran Perjalanan Ke Good Mood Store .....</b>	<b>67</b>
<b>Tabel 4.3 Anggaran Upah Kru .....</b>	<b>68</b>
<b>Tabel 4.4 Rincian Bahan Habis Pakai .....</b>	<b>69</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1 Diagram Multimedia</b> .....	12
<b>Gambar 2.2 Contoh Storyboard</b> .....	22
<b>Gambar 2.3 High Angle</b> .....	24
<b>Gambar 2.4 Low Angle</b> .....	25
<b>Gambar 2.5 Close Up (CU)</b> .....	26
<b>Gambar 2.6 Long Shoot (LS)</b> .....	27
<b>Gambar 2.7 Two Shoot</b> .....	27
<b>Gambar 2.8 Group Shoot</b> .....	28
<b>Gambar 3.1 Struktur Organisasi Good Mood Store</b> .....	45
<b>Gambar 3.2 Logo Good Mood Store</b> .....	46
<b>Gambar 4.1 Bagan Proses Produksi</b> .....	61
<b>Gambar 4.2 GoPro Hero 3 Black Edition</b> .....	62
<b>Gambar 4.3 Hero 3 Skeleton Housing</b> .....	63
<b>Gambar 4.4 Mic Stand Mount</b> .....	63
<b>Gambar 4.5 Smart Remote</b> .....	63
<b>Gambar 4.6 Rechargeable Battery (For Hero 3+ / Hero 3)</b> .....	64
<b>Gambar 4.7 SanDisk Extreme 32GB micro SDHC™</b> .....	64
<b>Gambar 4.8 Hasil Pencahayaan Timelapse</b> .....	65
<b>Gambar 4.9 Hasil Pencahayaan Video Subyektif</b> .....	65
<b>Gambar 4.10 Suasana Good Mood Store</b> .....	67
<b>Gambar 4.11 Tim Tahap Produksi</b> .....	72
<b>Gambar 4.12 Tombol Spoiler Picture Untuk Pengaturan</b> .....	73
<b>Gambar 4.13 Spoiler Untuk Spesifikasi GoPro Hero 3 Black Edition</b> ....	73
<b>Gambar 4.14 Hasil Lensa Ultra Wide Angle</b> .....	74
<b>Gambar 4.15 Hasil Pengambilan Gambar Video Subyektif [1]</b> .....	75
<b>Gambar 4.16 Hasil Pengambilan Gambar Video Subyektif [2]</b> .....	75
<b>Gambar 4.17 Hasil Pengambilan Gambar Video Subyektif [3]</b> .....	76
<b>Gambar 4.18 Tampilan Pengaturan Timelapse GoPro Hero 3 Black Edition</b> .....	77



<b>Gambar 4.19 Hasil Pengambilan Gambar Timelapse .....</b>	<b>78</b>
<b>Gambar 4.20 Kotak Dialog Welcome To Adobe Premiere CS3 .....</b>	<b>79</b>
<b>Gambar 4.21 Tampilan New Project .....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 4.22 Tampilan Import File .....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 4.23 Drag File ke Timeline .....</b>	<b>81</b>
<b>Gambar 4.24 Razor Tool .....</b>	<b>81</b>
<b>Gambar 4.25 Tombol Play .....</b>	<b>82</b>
<b>Gambar 4.26 Tampilan New Title .....</b>	<b>82</b>
<b>Gambar 4.27 Hasil Penggabungan Video Light Leak Dengan Logo .....</b>	<b>83</b>
<b>Gambar 4.28 Hasil Penggabungan Video .....</b>	<b>83</b>
<b>Gambar 4.29 Interpret Footage .....</b>	<b>84</b>
<b>Gambar 4.30 Tampilan Brightness and Contrast .....</b>	<b>85</b>
<b>Gambar 4.31 Koreksi Warna Dengan Three – Way Color CorraCTOR ....</b>	<b>85</b>
<b>Gambar 4.32 Hasil Koreksi Warna .....</b>	<b>86</b>
<b>Gambar 4.33 Work Area Bar Posisi Paling Belakang .....</b>	<b>86</b>
<b>Gambar 4.34 Jendela Eksport Setting .....</b>	<b>87</b>
<b>Gambar 4.35 Proses Reander .....</b>	<b>87</b>
<b>Gambar 4.36 Tampilan After Effect CS3 .....</b>	<b>88</b>
<b>Gambar 4.37 Form Composition .....</b>	<b>88</b>
<b>Gambar 4.38 Form Import File .....</b>	<b>89</b>
<b>Gambar 4.39 Penerapan Teks .....</b>	<b>90</b>
<b>Gambar 4.40 Penerapan Lens Flare .....</b>	<b>90</b>
<b>Gambar 4.41 Form Rendering .....</b>	<b>91</b>
<b>Gambar 4.42 Tampilan Video Iklan Good Mood Store .....</b>	<b>92</b>

## INTISARI

Pada masa saat ini perkembangan teknologi informasi semakin berkembang dalam mempromosikan sebuah produk dimana sebagai inovasi untuk membantu masyarakat mendapatkan informasi dan pembisnis itu sendiri. Dalam dunia industri maupun berbisnis sangat dibutuhkan sebuah media sebagai alat untuk mengembangkan perusahaan, salah satunya adalah media periklanan. Layanan informasi dan promosi di setiap perusahaan menjadi peranan yang penting untuk menarik konsumen. Media periklanan menjadi salah satu yang dapat memberikan informasi yang lebih menarik.

Good Mood Store adalah salah satu perusahaan fashion yang terletak di Galeria Mall Yogyakarta. Good Mood Store memiliki masalah dimana sangat kurang dalam memberikan informasi dan mempromosikan produk yang ada didalamnya, begitu juga masih banyak konsumen yang belum tau letak perusahaan ini.

Munculnya masalah yang terjadi, penelitian ini dimaksudkan untuk membantu Good Mood Store dengan membuat iklan sebagai media promosi agar lebih menarik dan membantu konsumen untuk mengetahui letak Good Mood Store. Iklan yang akan dibuat ini dengan menggunakan teknik *timelapse*, sehingga lebih menarik dalam pemasaran produk dan memberikan informasi letak Good Mood Store.

Kata Kunci : Multimedia, Pemasaran, Iklan

## **ABSTRACT**

*In the current era of information technology is growing in promoting a product where as innovation to help people get information and businessman itself. In the world of industry and business is needed a medium as a tool to develop the company, one of which is the advertising media. Information services and promotion in every company becomes an important role to attract consumers. Media advertising to be one that can provide information that is more interesting.*

*Good Mood Store is one of the fashion company located in Galeria Mall Yogyakarta. Good Mood Store has a problem where it is lacking in providing information and promoting products in it, so also there are many consumers who do not know the location of this company.*

*The emergence of problems that occur, this study is intended to help Good Mood Store to make television advertising as a media campaign to make it more attractive and help consumers to locate the Good Mood Store. Television commercials that will be created by using timelapse technique, making it more attractive in the marketing of products and provide the location information of Good Mood Store.*

*Keywords: Multimedia, Marketing, Advertising*

