

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknik animasi yang semakin maju, teknik yang dipakai juga beraneka ragam untuk menunjukkan kreatifitas editor dan memenuhi permintaan konsumen, banyaknya karya animasi dengan visualisasi grafik yang lebih real, dan penambahan efek yang sangat beragam, tak bisa dipungkiri bahwa terdapat banyak teknik-teknik animasi yang dipergunakan. Sehingga teknik animasi sangat berperan penting di dalam suatu industri kreatif[1]

Melalui teknik pengambilan gambar live shoot dan digabungkan dengan teknik Motion tracking, melalui teknik Motion tracking yaitu dengan menggabungkan gerakan kamera dari suatu objek animasi di dalam software After effect sehingga objek animasi dapat menempel dengan video hasil rekaman live shoot ketika dilakukan proses compositing. Untuk mengimplementasikan teknik Motion tracking dibutuhkan adanya suatu media. Oleh karena itu penulis memilih video promosi sebagai media untuk mengimplementasikan teknik Motion tracking. Penulis ingin membuat motion tracking 2D yang diharapkan informasi yang diterima singkat dan jelas.

Motion tracking (Lanier, L.,2010) adalah sebuah proses yang bertujuan melacak titik sebuah pergerakan pada sebuah video atau animasi, dan penerapan akan berada pada objek makanan dan minuman, ataupun suasana pada objek penelitian, dan nantinya animasi 2D akan menjelaskan dan menggambarkan objek tersebut, dan selanjutnya akan ditracking.

Kegiatan promosi adalah segala usaha yang dilakukan oleh penjual untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen untuk membujuk agar mereka membeli serta mengingatkan kembali konsumen agar melakukan pembelian ulang

[2]. Tujuan promosi adalah untuk mempengaruhi suatu konsumen dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan volume penjualan.[3]

Ningratan Kopi adalah sebuah kedai kopi yang berada disudut kota Klaten, lebih tepatnya dibalakang stadion Trikoyo Klaten, terletak jauh dari jalan raya membuat Ningratan kopi lebih nyaman bagi mereka yang ingin menghilangkan penat, mengerjakan tugas, santai dan mengobrol bersama teman atau orang terdekat. Kedai Ningratan kopi sudah menggunakan promosi menggunakan gambar melalui media sosial Instagram. Maka dibutuhkan suatu media promosi yang menarik, seperti menggunakan video dengan teknik *Motion Tracking*. Promosi dalam bentuk video menggunakan teknik *live shoot* dan *motion tracking* diharapkan bisa membantu Ningratan Kopi untuk menarik perhatian konsumen.

Untuk kebutuhan menarik konsumen, owner ingin menampilkan video promosi yang berisikan suasana pada Kedai Ningratan Kopi, menampilkan bagaimana salah satu produk dari Kedai Ningratan Kopi itu dibuat, menampilkan alamat dari Kedai Ningratan Kopi, dan menunjukkan dimana letak untuk memesan menu.

Pada skripsi ini, penulis tertarik untuk membantu Ningratan Kopi membuat video Iklan dan menyajikan laporan produksinya dalam skripsi yang berjudul: "Implementasi Teknik *Motion Tracking* pada Pembuatan Iklan Video Iklan Ningratan Kopi".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahan penelitian ini adalah bagaimana cara mengimplementasikan teknik *motion tracking* pada video iklan Ningratan Kopi sebagai media promosi?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka batasan masalah yang ingin disampaikan penulis adalah:

1. Video iklan ini berisi tentang informasi mengenai Ningratan Kopi dengan menggunakan teknik Motion Tracking.
2. Video iklan ini sebagai media promosi untuk Ningratan Kopi.
3. Video iklan ini akan ditayangkan di Instagram.
4. Video iklan ini berdurasi 60 detik.
5. Video iklan ini menggunakan format mp4 dengan resolusi 720.
6. Video iklan ini menggunakan software Adobe After Effect, dan Adobe Premiere Pro.
7. Hasil akhir akan diserahkan kepada pemilik Ningratan kopi.
8. Pengujian akan dilakukan oleh masyarakat.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penulis mengimplementasikan teknik motion tracking pada pembuatan video iklan ningratan kopi sebagai berikut.

1. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Strata I di Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Mengimplementasikan motion tracking pada pembuatan video iklan untuk Ningratan Kopi diharapkan dapat membantu memberikan informasi dan promosi sehingga dikenal masyarakat luas serta meningkatkan kunjungan konsumen.
3. Menghasilkan video iklan sebagai promosi Ningratan Kopi.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Bagi Ningratan Kopi
Penelitian ini membahas konten didalam ningratan kopi

2. Bagi penulis
Mengetahui seberapa jauh kemampuan penulis dalam pengimplementasi live shoot pada video iklan Ningratan kopi serta menambah pengetahuan dan pengalaman dalam hal penelitian

1.6 Metode Penelitian

Pada penelitian ini ada beberapa metode yang digunakan, antara lain:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Menurut Yatim Riyanto (2010) Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap objek penelitian [4].

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dengan pengamatan langsung terhadap objek Ningratan Kopi

1.6.1.2 Metode wawancara

Mengumpulkan data melalui tanya jawab kepada pemilik Ningratan Kopi. Metode wawancara ini digunakan penulis untuk mendapatkan data yang lebih akurat dan lebih rinci terhadap Ningratan Kopi.

1.6.2 Metode analisis

Analisis adalah tahapan yang akan menentukan masalah apa yang harus diselesaikan pada organisasi atau perusahaan [5].

1.6.3 Metode pengembangan

Metode pengembangan melalui tiga tahap yaitu tahap pra produksi: tahap dimana terdapat naskah, dan storyboard selanjutnya didalam produksi terdapat pemilihan angle kamera, pengaturan cahaya, kegiatan shooting, dan perekaman suara. Dan tahap pra produksi adalah tahap pencampuran audio dan video, dan rendering [6].

1.7 Sistematika Penulisan

1. BAB I

Berisi tentang penjelasan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metode penelitian.

2. BAB II

Dalam bab ini akan diuraikan dan menjelaskan teori-teori yang mendeskripsikan tentang iklan, multimedia, teknik motion tracking, segala teori yang berkaitan tentang skripsi

3. BAB III

Berisikan tentang objek penelitian, alur penelitian, dan menjelaskan tentang metode analisis yang digunakan sesuai dengan permasalahan yang ada.

4. BAB IV

Implementasi dan pengujian terhadap iklan yang dibuat

5. BAB V

Penutup yang berisikan kesimpulan dan saran dari penelitian.

6. DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang literatur-literatur yang digunakan, yang telah mendukung penyelesaian skripsi