

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era serba teknologi saat ini hampir semua hal tidak dapat lepas dari teknologi, dari pendidikan, pekerjaan, bisnis dan hampir semua kehidupan sehari-hari akan berhubungan dengan teknologi terutama media sosial dimana kita bisa berhubungan hanya melalui *gadget* yang saat ini bisa di bawa kemana saja.

Sehingga para pengusaha besar maupun kecil memanfaatkan hal tersebut sehingga bisa memaksimalkan usahanya dengan melakukan promosi menggunakan sosial media yang ada saat ini yang menuntut kekreatifitasan dalam melakukan promosi agar dapat memberikan informasi tentang produk atau jasanya ia tawaran melalui iklan.

Iklan merupakan sarana promosi yang dilakukan perusahaan yang dapat berupa media cetak atau media elektronik, dimana di era teknologi saat ini media elektronik ini dianggap lebih efektif dalam mempromosikan sesuatu produk di mana media elektronik itu sendiri bisa berupa video iklan yang dapat di buat dengan sekreatif mungkin agar bisa menambah minat para konsumen.

Multimedia merupakan salah satu dari banyak hal yang dapat di gunakan sebagai media promosi salah satunya video iklan, dimana dalam pembuatan video iklan yang kreatif yang akan di tampilkan di *social media* atau tv dapat menambah kesan elegan dan dapat memberikan informasi secara kreatif.

Dalam edit video salah satu teknik yang bisa di gunakan untuk memberi informasi adalah *motion tracking* dimana kita mendeteksi titik dalam video yang

nantinya akan ada objek berupa tulisan, gambar, atau bahkan video lain yang mengikuti titik tersebut karena sudah kita *track*. Cara kerja *motion tracking* adalah *feature region* akan mencari satu titik marker pembeda yang dapat di lacak oleh tracker tersebut walaupun ada perubahan cahaya, latar belakang, dan sudut.

Pada penelitian ini penggunaan teknik *motion tracking* melalui beberapa tahap percobaan apa saja yang akan mempengaruhi kinerja dari *tracker* pada aplikasi after effect yaitu dengan melakukan perbandingan pada penggunaan *shutter speed* saat pengambilan video.

Pada jurnal yang di tulis oleh Agus Purwanto pada tahun 2016 yang berjudul Pemanfaatan Tracking Pergerakan Manusia Dalam Pembuatan Animasi Karakter 2D yang membahas tentang bagaimana fitur tracking dalam aplikasi after effect yang memiliki kemampuan dalam melacak suatu titik atau marker. Dalam penelitian tersebut di jelaskan menggunakan satu pencahayaan *keylight* dan menggunakan *freme rate* 25 fps dalam proses pengambilan gambar untuk dapat di track oleh tool tracker dalam software after effect.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka penulis mencoba untk melakukan penelitian dengan judul **“Perancangan dan Pembuatan Video Iklan Geprek Jago Dengan Menggunakan Teknik Motion Tracking Sebagai Media Promosi“**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat diuraikan perumusan masalah yang terjadi adalah : Bagaimana merancang dan membuat video iklan geprek jago dengan menggunakan *motion tracking* agar *tracker* dapat mendeteksi titik atau marker secara maksimal?

## 1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan skripsi ini, agar penelitian dapat terfokus untuk mengatasi permasalahan diatas, akan diberi beberapa batasan masalah, yaitu:

1. Iklan ini hanya menampilkan produk dari menu yang ada di Geprek Jago
2. Teknik yang digunakan dalam pembuatan iklan hanya menggunakan motion tracking 2D dan 3D Motion Tracking
3. Dalam penulisa skripsi ini factor yang mempengaruhi dari tracker hanya kualitas gambar dan shutter speed saat pengambilan gambar.
4. Penelitian ini hanya sampai uji coba kelayakan kepada pihak Geprek Jago

## 1.4 Tujuan

1. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana komputer informatika di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta
2. Membuat iklan dengan menggunakan teknik *motion tracking* menggunakan aplikasi *after effect*.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat dari penelitian ini, antara lain :

1. Bagi Penulis
  - a. Mengetahui dan lebih dalam proses pembuatan iklan menggunakan teknik *motion tracking*.
  - b. Memahami prinsip-prinsip *motion tracking* yang ada pada *after effect*
  - c. Menghasilkan karya yang nantinya akan menjadi portofolio
2. Bagi Universitas AMIKOM Yogyakarta
  - a. Menambah dokumen karya ilmiah mahasiswa yang membahas teknik *motion tracking*.
  - b. Menambah dokumen sebagai referensi karya ilmiah dalam bentuk skripsi yang membahas teknik *motion tracking*.
3. Bagi Geprek Jago
  - a. Memiliki video iklan sebagai media promosi Geprek Jago

## 1.6 Metode Penelitian

Metode yang di gunakan dalam dalam pelaksanaan perancangan dan pembuatan penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1.6.1 Studi Literatur

Menghimpun dan mempelajari teknik mengenai *motion tracking* dengan mencari sumber bacaan berupa e-book, jurnal-jurnal, artikel yang bisa di poreh dari internet guna menunjang penelitian.

### **1.6.2 Metode Analisis**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan analisis SWOT

### **1.6.3 Metode Perancangan**

Metode perancangan disini memiliki standar produksi yang di bagi menjadi beberapa langkah yaitu :

1. Pra Produksi
2. Produksi
3. Pasca Produksi

### **1.6.4 Metode Testing**

Penelitian ini melakukan evaluasi terhadap hasil video iklan yang sudah di buat dengan melakukan pengujian terhadap beberapa aspek kualitas video iklan kepada owner Geprek Jago apakah video iklan sudah layak untuk di tayangkan.

## **1.7 Sistematika Penulisa**

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab yang masing-masing memiliki beberapa sub-bab yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Agar lebih memudahkan pembahasan, maka akan penulis gambarkan penulisan isi dari setiap bab yang akan di tulis dalam penelitian. Isi bab tersebut adalah sebagai berikut

## **BAB I – PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan di bahas tentang gambaran umum mengenai penulisan pada penelitian ini. Dimana terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan..

## **BAB II – LANDASAN TEORI**

Pada bab ini akan dibahas mengenai teori-teori yang mendukung dalam proses penyusunan penelitian ini. Berisi mengenai definisi-definisi dan teori-teori yang menjadi dasar dalam penulisan penelitian yang diambil dari berbagai sumber.

## **BAB III – ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Pada bab ini akan menjelaskan secara umum mengenai gambaran penelitian dan perancangan proyek. Dalam hal ini adalah pembahasan metode analisis kebutuhan sistem, analisis pembuatan *story board*.

## **BAB IV – IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan menhelaskan proses pembuatan video iklan dari perancangan yang telah dibuat mulai dari pembuatan gambar, penganimasian, editing video hingga *composition* dan *rendering*.

## **BAB V – PENUTUP**

Dalam bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran. Yang didalamnya akan dibahas mengenai evaluasi hasil akhir dari penelitian dan penulisan penelitian. Kesimpulan berisi keeluruhan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya. Dan juga disertai beberapa saran yang mungkin dapat berguna untk pengembangan pembuatan media informasi multimedia berbasis video iklan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Disini akan diuraikan semua refrensi dan pustaka yang telah dijadikan acuan dalam penulisan penelitian yaitu semua sumber yang telah dikutip dalam membantu menyelsaikan penelitian