

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Video adalah media audio visual yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan serta dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan kemauan si belajar sehingga dapat mendorong terjadinya proses belajar yang disengaja, bertujuan dan terkendali. Pesan yang disajikan bersifat fakta (kejadian/peristiwa penting) maupun fiktif (cerita), bisa bersifat informatif, edukatif dan instruksional[1]. Sebagai media audio visual yang mampu merangsang pikiran, perasaan, dan perhatian, video memiliki peran yang signifikan dalam pembelajaran, dan seiring perkembangan teknologi, video kini juga menjadi instrumen penting dalam pemasaran digital salah satunya *Video Advertising / Video Iklan*.

*Video advertising* (Iklan video) merupakan bentuk iklan digital yang menggunakan video untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek. Iklan ini dapat ditampilkan di berbagai platform, termasuk media sosial, situs web, dan platform berbagi video. Tujuan utama dari iklan video adalah untuk menarik perhatian pemirsa dan menyampaikan pesan yang dimaksud dengan cara yang menarik dan mudah diingat. Iklan video dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja strategi pemasarannya[2]. Dalam konteks pemasaran digital, iklan video telah membuktikan diri sebagai alat yang dapat memberikan dampak positif bagi produk. Selain itu, dalam proses pembuatan video iklan, penerapan teknik editing juga dibutuhkan seperti Teknik *Rotoscoping* dan *Camera Tracking*.

Teknik *Rotoscoping* adalah metode utama untuk mengisolasi objek dalam proses perubahan kedalaman[3]. Penggunaan umum dari Teknik *rotoscoping* adalah untuk melacak sebuah objek, menggunakan jalur/garis sebagai *masking* untuk memisahkan objek tersebut dari latar belakang sehingga dapat bekerja dengan objek tersebut secara terpisah[4]. Rotoscoping mulai menjadi lebih dari sekadar alat animasi. *Filmmaker* menggunakan Rotoscope untuk membuat *hold-out matte*, yang memungkinkan efek optic, gambar, dan informasi lainnya untuk

dimasukkan di belakang elemen rekaman[5]. Proses *rotoscoping* digunakan untuk informasi yang akan disampaikan agar tidak mengganggu objek utama. Dan penggunaan teknik *camera tracking* pada aset untuk mengikuti pergerakan kamera, yang membuat video terlihat lebih dinamis. Hal ini juga dimaksudkan untuk menjaga fokus penonton pada informasi yang ingin disampaikan[6]. Efek *camera tracking* menampilkan titik-titik pelacakan 3D di atas rekaman 2D, sehingga dapat dengan mudah untuk melekatkan lapisan 3D baru pada rekaman asli[4].

Avinity Coffee Roasters sebagai *caffee* yang sudah berdiri sejak tahun 2018 ini menggunakan media promosi berupa *social media* dengan isi yang konten idealis mengenai *knowledge* tentang kopi namun belum adanya konten yang cocok dijadikan sebagai iklan yang mampu menyelesaikan permasalahan yang terjadi. Penggunaan video iklan dengan penerapan teknik *rotoscoping* untuk membuat *hold-out mattes* yang memungkinkan untuk memberikan informasi di belakang elemen-elemen dalam rekaman dan *camera tracking* untuk melekatkan informasi yang berupa lapisan 3D baru pada rekaman menjadi langkah yang sangat tepat dalam memberikan dimensi kreatif yang mendalam, memungkinkan efek visual perubahan latar belakang sebagai penyampaian informasi yang membuat iklan mampu dalam meningkatkan kesadaran merek, perolehan prospek, dan penjualan kepada *target* mereka sehingga mengatasi permasalahan yang dialami *caffee* dan memperkuat daya tarik kafe ini. Dalam pengembangan skripsi ini, penulis menjelajahi bagaimana implementasi teknik *rotoscoping* dan *camera tracking* dalam pembuatan video iklan Avinity Coffee Roasters dapat menjadi sarana yang kuat dalam mencapai tujuan ini dan menghadapi berbagai tantangan yang dihadapi oleh Avinity Coffee Roasters.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka didapatkan rumusan masalah berupa : Bagaimana Implementasi Teknik Rotoscoping Dan Camera Tracking Dalam Pembuatan Video Iklan Avinity Coffee Roasters?

### 1.3 Batasan Masalah

Agar fokus penelitian tetap terjaga, batasan masalah perlu didefinisikan dengan jelas. Berikut batasan-batasan dalam penelitian antara lain :

1. Penelitian dilakukan pada lingkungan sekitar kedai Avinity Coffee Roasters
2. Video iklan akan ditayangkan di platform Instagram milik Avinity Coffee Roasters
3. Video iklan berdurasi 60 detik
4. Video iklan akan menggunakan Teknik *Rotoscoping* dan *Camera Tracking*
5. *Motion Graphic* sebagai penganimasian logo dan informasi terkait Avinity Coffee Roastery
6. Proses compositing video iklan menggunakan Adobe Premiere Pro 2023
7. Proses penganimasian logo dan teks menggunakan Adobe After Effect 2023
8. Proses pembuatan asset logo menggunakan Adobe Photoshop 2022
9. Proses implementasi teknik menggunakan Adobe After Effect 2023
10. Uji kelayakan video iklan terdiri dari masyarakat umum dan para ahli multimedia

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mempelajari metode *rotoscoping* yang digunakan dalam video iklan Avinity Coffee Roasters dan menilai sejauh mana metode ini dapat memberikan aspek visual dan kreatif pada video tersebut.
2. Untuk melihat bagaimana teknik *camera tracking* digunakan dalam iklan Avinity Coffee Roasters dan melihat bagaimana metode ini mempengaruhi pergerakan kamera dan visual dalam iklan, sehingga menghasilkan video yang lebih dinamis.
3. Untuk melihat bagaimana video iklan menggunakan *motion graphic*

teks dan bagaimana *motion graphic* dapat meningkatkan efek visual dan pesan yang disampaikan.

4. Untuk melihat bagaimana penggunaan metode ini berdampak pada kesadaran merek Avinity Coffee Roasters dan sejauh mana metode ini dapat meningkatkan identitas merek dan daya tarik pelanggan.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua, antara lain sebagai berikut :

### 1.5.1 Bagi peneliti selanjutnya

1. Bisa menjadi inspirasi bagi siapapun yang ingin melakukan penelitian serupa
2. Mampu memahami proses pembuatan iklan
3. Mampu mengimplementasikan Teknik editing *rotoscoping* dan *camera tracking* dengan baik
4. Mampu mengimplementasikan hasil dari masa studi Universitas Amikom Yogyakarta prodi SI Teknologi Informasi terutama pada mata kuliah konsentrasi Visual Effect

### 1.5.2 Bagi objek penelitian

1. Mampu menjadi sebuah konten media promosi agar bisa dikenal oleh masyarakat luas terutama masyarakat kota
2. Mampu menyampaikan informasi terkait Avinity Coffee Roasters kepada audience

## 1.6 Metode Penelitian

Dalam proses penelitian ini, penulis menggunakan beberapa Teknik metode untuk memperoleh data atau informasi untuk mendukung proses penelitian. Metode tersebut antara lain :

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini melibatkan sejumlah metode pengumpulan data yang beragam guna memastikan akurasi dan kedalaman informasi. Beberapa metode yang digunakan termasuk[7] :

1. Metode Observasi

Observasi adalah suatu teknik atau cara mengumpulkan data yang sistematis terhadap penelitian baik secara langsung maupun secara langsung ataupun tidak langsung

2. Metode Wawancara

Wawancara adalah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung atau percakapan dengan maksud tertentu.

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang barang tertulis. Metode dokumentasi berarti cara mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Dengan metode ini penulis bisa mendapatkan banyak data ataupun referensi yang relevan dengan penelitian yang sedang dijalani

### **1.6.2 Metode Analisis Kebutuhan**

Dalam konteks analisis, penulis menggunakan metode analisis kebutuhan sistem. Untuk mempermudah analisis system dalam menentukan keseluruhan kebutuhan secara lengkap, maka analisis membagi kebutuhan system ke dalam dua jenis yakni Kebutuhan fungsional dan Kebutuhan Non fungsional [8]

### **1.6.3 Metode Perancangan**

Pada prose perancangan, Terdapat 3 metode perancangan yang diterapkan pada penelitian ini. Dikutip dari buku Analisis & Desain Aplikasi Multimedia Untuk Pemasaran yang ditulis oleh M. Suyanto (2004), Terdapat 3 tahapan produksi antara lain[9] :

### 1. Pra produksi

Tahap pra produksi adalah tahap semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi sebelum multimedia komersial diproduksi secara nyata. Pada tahapan ini meliputi pembuatan ide cerita, storyboard, dan konsep.

### 2. Produksi

Tahap produksi adalah periode selama multimedia diproduksi secara komersial. Pada tahapan ini meliputi proses syuting.

### 3. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah periode semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah multimedia diproduksi secara nyata untuk komersial.

#### 1.6.4 Metode Evaluasi

Setelah melalui proses perancangan, hasil akhir dari penelitian akan diuji kelayakan serta kesesuaian video tersebut dalam fungsi iklan Avinity Coffee Roasters kepada responden yang merupakan masyarakat umum dan para ahli multimedia melalui Kuesioner.

Selanjutnya akan di proses menggunakan metode skala likert. Skala Likert sering digunakan untuk kuesioner yang mengungkap sikap dan pendapat seseorang terhadap suatu fenomena. [10]

#### 1.7 Sistematika Penulisan

Untuk menjaga laporan agar lebih terstruktur dan tetap terarah kepada permasalahan, maka penulis menerapkan sistematika penulisan sebagai berikut :

## I. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi Latar belakang masalah, Rumusan masalah, Batasan masalah, Tujuan masalah, Manfaat penelitian, Metode penelitian, dan Sistematika penulisan pada peneleltian.

## II. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab 2 berisi Studi pustaka, dan Dasar-dasar teori berisi uraian teori-teori yang berhubungan pada penelitian.

## III. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab 3 berisi tentang metode penelitian yang didalamnya membahas mengenai objek penelitian, alur penelitian serta metode pengumpulan data serta analisis, dan hasil dari proses pra produksi.

## IV. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan tahapan yang penulis menjelaskan tentang proses produksi dan pasca produksi pembuatan dan penerapan teknik *Rotoscoping* dan *Camera Tracking* pada video iklan Avinity Coffee Roasters, rendering, hingga proses evaluasi.

## V. BAB V PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian akhir yang berisikan kesimpulan dan saran untuk penelitian implementasi teknik rotoscoping dan camera tracking pada pembuatan video iklan Avinity Coffee Roasters.