

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI
MENGUNAKAN TEKNIK MOTION TRACKING
PADA CHACHA MILKTEA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



disusun oleh

Izka Annas Muidur Rohman

12.12.6890

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI
MENGUNAKAN TEKNIK MOTION TRACKING
PADA CHACHA MILKTEA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

Izka Annas Muidur Rohman

12.12.6890

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI
MENGUNAKAN TEKNIK MOTION TRACKING
PADA CHACHA MILKTEA YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Izka Annas Muidur Rohman

12.12.6890

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 6 September 2016

Dosen Pembimbing,

Mei Parwanto Kurniawan, M.Kom.

NIK. 190302187

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN TELEVISI
MENGUNAKAN TEKNIK MOTION TRACKING
PADA CHACHA MILKTEA YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Izka Annas Muidur Rohman

12.12.6890

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 30 Agustus 2016

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Mei Parwanto Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187

Amir Fatah Sofyan, S.T, M.Kom
NIK. 190302052

Ali Mustopa, M.Kom
NIK. 190302192

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 6 September 2016



KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

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

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya 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 dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 8 September 2016



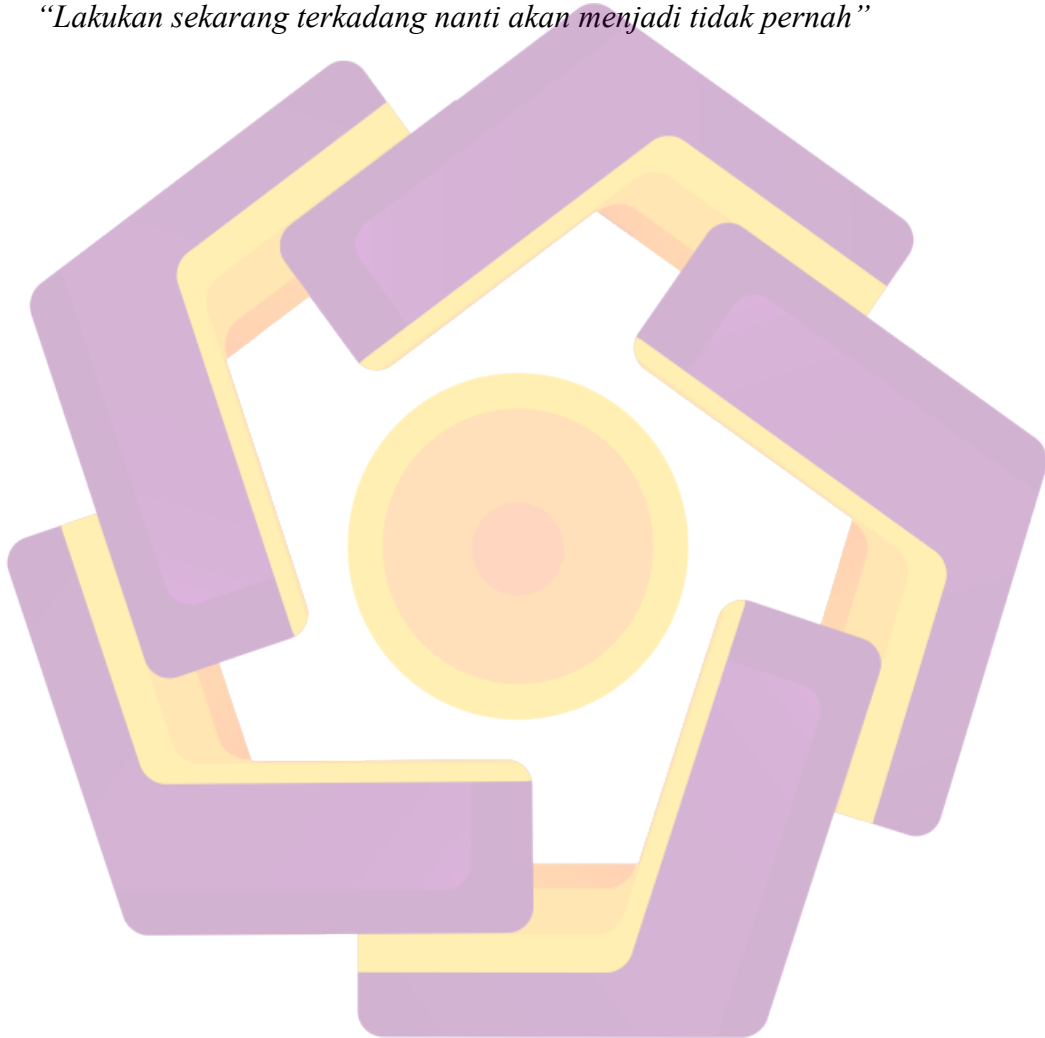
Izka Annas Muidur Rohman

NIM. 12.12.6890

MOTTO

“Sebuah tantangan akan selalu menjadi beban, jika itu hanya dipikirkan. Sebuah cita-cita adalah sebuah beban, jika itu hanya angan-angan”

“Lakukan sekarang terkadang nanti akan menjadi tidak pernah”



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan kesempatan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penelitian ini dapat terselesaikan juga atas bantuan dari berbagai pihak. Saya juga berterima kasih kepada :

- Bapak dan ibu yang tidak pernah lelah untuk berdoa kepada Allah SWT demi kelancaran studi saya dan semangat yang selalu diberikan untuk mencapai cita-citaku.
- Sahabat yang tidak bisa sebutkan satu persatu yang terus memberikan dukungan dan nasehat ketika membuat kesalahan.
- Bapak Mei Parwanto Kurniawan, M.Kom yang telah membimbing saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
- Dan semua pihak yang telah membantu mulai dari penyusunan sampai selesainya skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan berkah dan hidayah-Nya kepada setiap hamba-Nya, serta Shalawat dan salam juga tidak lupa penulis kirimkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan teladan mulia dalam menuntun umatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Menggunakan Teknik Motion Tracking Pada ChaCha milktea Yogyakarta”.


Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu sebagai rasa hormat, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. Selaku Ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krishawati, S.Si., MT selaku ketua Jurusan Sistem Informasi
3. Bapak Mei Parwanto Kurniawan, M.Kom sebagai dosen pembimbing yang telah sabar dalam memberikan petunjuk, arahan dan dorongan serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen STMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama kuliah.
5. Bapak Pinpin selaku pemilik chacha milktea yogyakarta yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
6. Teman-teman S1SI-08 angkatan 2012.

7. Teman-teman Firman Wahyudi, Danu Tovel, Awal Masykur, Intan, Didik Pranata Sakti, Nur Arfandi, Irma, Uli Rizki yang sudah membantu dalam pengambilan gambar dan suara.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangannya. Kritik dan saran yang membangun penulis harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 8 September 2016



Izka Annas Muidur Rohman

DAFTAR ISI

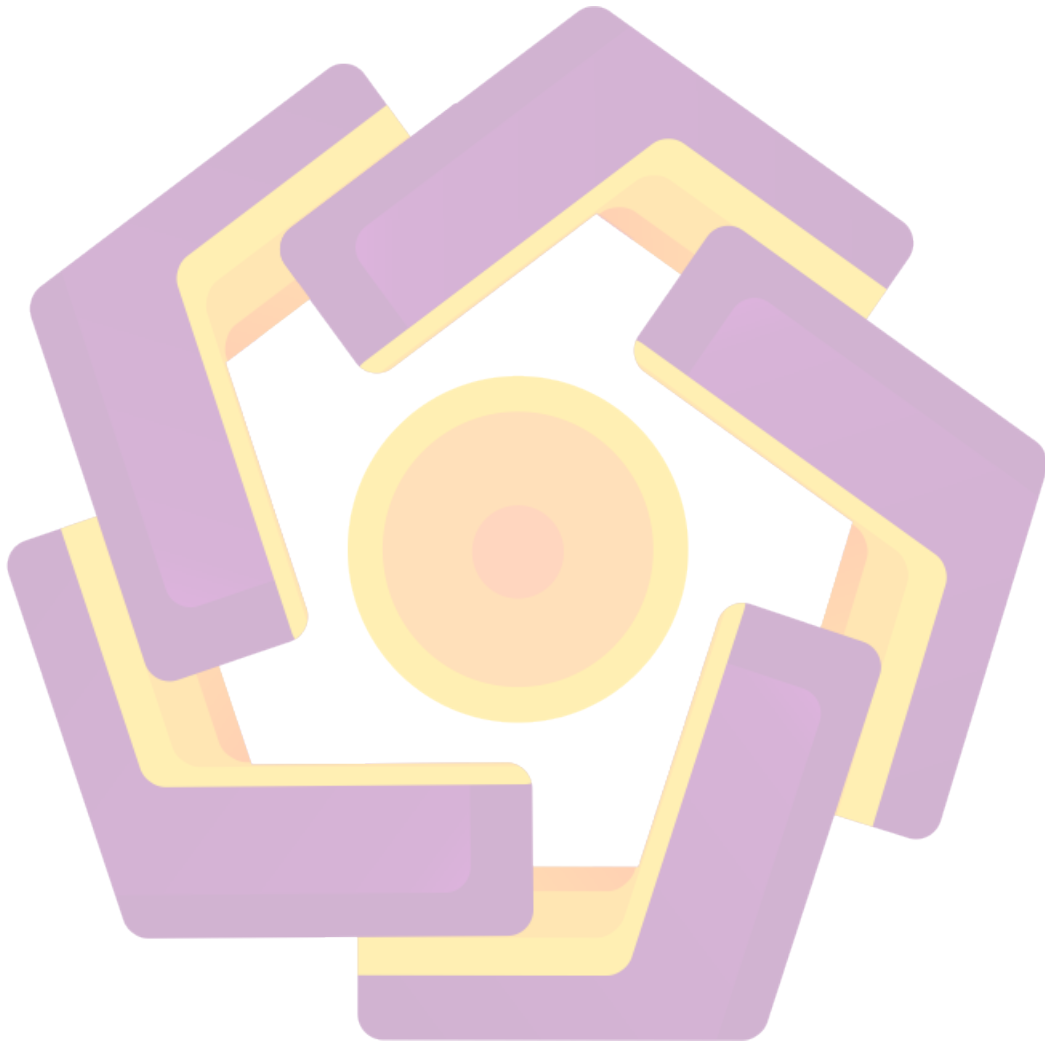
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ASLI	iv
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metodologi Penelitian	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.3 Metode Studi Pustaka	4
1.6.4 Metode Analisis	4
1.6.5 Metode Perancangan.....	5
1.6.6 Metode Pengembangan.....	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Konsep Dasar Multimedia.....	7
2.2 Motion Tracking.....	8
2.2.1 Perkembangan Motion Tracking.....	9

2.2.2	Motion Tracking dan Live Shoot	10
2.3	Teknik Green Screen	10
2.4	Periklanan	11
2.5	Jenis Iklan	12
2.6	Manajemen Periklanan	13
2.7	Iklan Televisi	14
2.7.1	Langkah–Langkah dalam Strategi Merancang Iklan Televisi	14
2.7.2	Strategi Menetapkan Audien Sasaran	14
2.7.3	Strategi Pembidikan Pasar dan Penempatan Posisi.....	15
2.7.4	Strategi Mencari Keunggulan Produk yang dipasarkan.....	15
2.7.5	Strategi Menetapkan Anggaran Iklan Televisi.....	15
2.7.6	Strategi Kreatif Merancang Pesan Iklan Televisi.....	16
2.7.7	Strategi Merancang Daya Tarik Pesan Iklan.....	16
2.7.8	Strategi Merancang Gaya Mengeksekusi Pesan Iklan	16
2.7.9	Strategi Merancang Naskah dan Storyboard.....	16
2.8	Konsep Dasar Video.....	18
2.8.1	Jenis-jenis Video.....	18
2.8.2	Format Digital Video	18
2.8.4	Elemen Video	20
2.8.5	Jenis Shot	21
BAB III	ANALISIS DAN PERANCANGAN	22
3.1	Tinjauan Umum.....	22
3.1.1	Profil Perusahaan	22
3.1.2	Visi dan Misi ChaCha Milktea	23
3.1.3	Fasilitas	23
3.1.4	Alamat Perusahaan	23
3.1.5	Produk.....	24
3.1.6	Logo Perusahaan.....	24
3.2	Analisis	25
3.2.1	Definisi Analisis Sistem.....	25
3.2.2	Analisis Swot	25

3.2.3 Analisis Kebutuhan Sistem.....	30
3.2.4 Analisis Kelayakan Sistem	32
3.3 Tahap Pra Produksi	34
3.3.1 Perancangan Ide dan Konsep.....	34
3.3.2 Tema	34
3.3.3 Perancangan Naskah.....	34
3.3.4 Perancangan Storyboard	38
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Produksi.....	43
4.1.1 Penataan Lokasi	44
4.1.2 Penataan Cahaya	45
4.1.3 Pemilihan Angel Kamera	46
4.2 Pasca Produksi.....	47
4.2.1 Compositing	47
4.2.2 Pembuatan Motion Tracking Text dengan Track Camera.....	47
4.2.3 Penggabungan Green Screen dan Objek Grafis.....	50
4.3 Editing	53
4.3.1 Editing Trim.....	53
4.3.2 Import Menggunakan Adobe Dynamic Link.....	54
4.3.4 Final Rendering.....	57
4.4.1 Final Compositing.....	59
4.5 Rekomendasi Jumlah dan Waktu	60
4.6 Asumsi Biaya	60
BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64

Daftar Tabel

Tabel 3.1 Analisis SWOT	28
Tabel 3.2 Perancangan Naskah	35
Tabel 3.3 Storyboard	38



Daftar Gambar

Gambar 2.1 <i>Green Screen</i>	11
Gambar 3.1 <i>Produk Chacha Milktea</i>	24
Gambar 4.1 <i>Bagan Proses Produksi</i>	44
Gambar 4.2 <i>Hasil Pencahayaan</i>	45
Gambar 4.3 <i>Angel Kamera Group Shoot</i>	46
Gambar 4.4 <i>Track Camera</i>	48
Gambar 4.5 <i>Analisi 3D Camera Tracking</i>	48
Gambar 4.6 <i>Titik Tracking & Create Text Camera</i>	49
Gambar 4.7 <i>Type Text</i>	49
Gambar 4.8 <i>Hasil Text Motion Tracking</i>	50
Gambar 4.9 <i>Proses Keying - Keylight</i>	51
Gambar 4.10 <i>Screen Colour</i>	51
Gambar 4.11 <i>Import Background ke Timeline</i>	52
Gambar 4.12 <i>Import Objek Grafis</i>	52
Gambar 4.13 <i>Membuat Animasi Objek</i>	53
Gambar 4.14 <i>Hasil Trimming dan Razor Tool</i>	54
Gambar 4.15 <i>Adobe Dynamic Link</i>	55
Gambar 4.16 <i>Proses Import After Effect Compositing</i>	55
Gambar 4.17 <i>Tampilan Brightness dan Contrast</i>	56
Gambar 4.18 <i>Color Corection Three-Way Color Corection</i>	57
Gambar 4.19 <i>Proses Export Video</i>	57
Gambar 4.20 <i>Pemilihan Format Video</i>	58
Gambar 4.21 <i>Pemilihan Codec Video</i>	58
Gambar 4.22 <i>Proses Rendering</i>	59
Gambar 4.23 <i>Hasil Penggabungan Akhir</i>	60
Gambar 4.24 <i>Bukti Kwitansi (RBTv)</i>	61
Gambar 4.25 <i>Media Order (RBTv)</i>	61

INTISARI

Chacha Milktea adalah sebuah kafe yang baru berdiri dan masih kurang menarik dalam memperkenalkan produk, konsep dan profil kafe mereka membutuhkan promosi. Untuk dapat mencapai target Chacha Milktea harus mengambil hati konsumen tentang apa jenis kampanye yang akan digunakan. Kadang-kadang promosi dilakukan hanya untuk *formalitas*, tapi promosi dapat menentukan keberhasilan organisasi. Kesadaran tentang pentingnya promosi tidak telah tertanam dalam Chacha Milktea.

Promosi atau iklan menggunakan teknik *Motion Tracking*, ini sangat unik dan menarik. Di samping teknik ini belum secara luas digunakan sebagai media promosi di sebuah iklan *televisi*. Tidak hanya menggunakan teknik *Motion Tracking* tetapi juga akan menambah suara narasi dimaksudkan sebagai lebih bervariasi.

Berdasarkan pengamatan observasi-obyek yang dilakukan penulis dalam studi ini, penulis menemukan bahwa promosi yang dilakukan Chacha Milktea dengan menggunakan sosial media kampanye media seperti *facebook* dan *twitter* dan melalui radio. Media ini masih dianggap minimal dan kurang ekstensif dalam periklanan saat ini. Dengan iklan berbasis media dan *motion tracking* diharapkan mampu untuk menyebarkan informasi tentang Chacha milktea bisa lebih *efektif* dan *efisien*.

Kata kunci: media promosi, motion tracking, chacha milktea

ABSTRACT

Chacha Milktea is a café that had just stood up, to be able to introduce products, concepts and profiles café they needed a promotion. To be able to achieve the target Chacha Milktea should take to heart about what kind of campaign they will use. Sometimes the promotion is done only for the formality, but a promotion can determine the success of an organization. Awareness of the importance of the promotion has not been embedded in Chacha Milktea.

Promotional or advertising use motion tracking techniques, is very unique. In addition this technique has not been widely used as a media campaign in a television advertisement. Not only use techniques and Motion Tracking but also will add to the voice amplifier intended as an to be more lively and interesting.

Based on observations observasi-object yan author in this study, the authors found that the promotion done Chacha Milktea when using social media campaign media such as facebook and twitter and via radio. This media is still considered minimal and less extensive in scope. With the ad-based media and motion tracking Animation is expected to spread information about Chacha milktea can be more effectively and efficiently.

Keywords : *media promotion, motion tracking, chacha milktea*