

**PERANCANGAN IKLAN TELEVISI DENGAN KARAKTER 3D PADA
PT.NDAYU PARK SRAGEN MENGGUNAKAN TEKNIK
*MOTION TRACKING DAN LIVE SHOOT***

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

Chindy Setyawan

11.11.5337

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

PENGESAHAN

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN IKLAN TELEVISI DENGAN KARAKTER 3D PADA
PT.NDAYU PARK SRAGEN MENGGUNAKAN TEKNIK
*MOTION TRACKING DAN LIVE SHOOT***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Chindy Setyawan

11.11.5337

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 27 Februari 2015

Dosen Pembimbing,

Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom.

NIK. 190302047

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN IKLAN TELEVISI DENGAN KARAKTER 3D PADA
PT.NDAYU PARK SRAGEN MENGGUNAKAN TEKNIK
MOTION TRACKING DAN LIVE SHOOT**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Chindy Setyawan

11.11.5337

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 20 Desember 2016

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Tonny Hidayat, M.Kom.
NIK. 190302182



Ali Mustopa, M.Kom.
NIK. 190302192



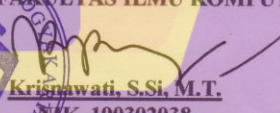
Sudarmawan, S.T., M.T.
NIK. 190302035



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 9 Maret 2017



Krisnawati, S.Si, M.T.
NIK. 190302038



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan 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, 10 Maret 2017



Chindy Setyawan

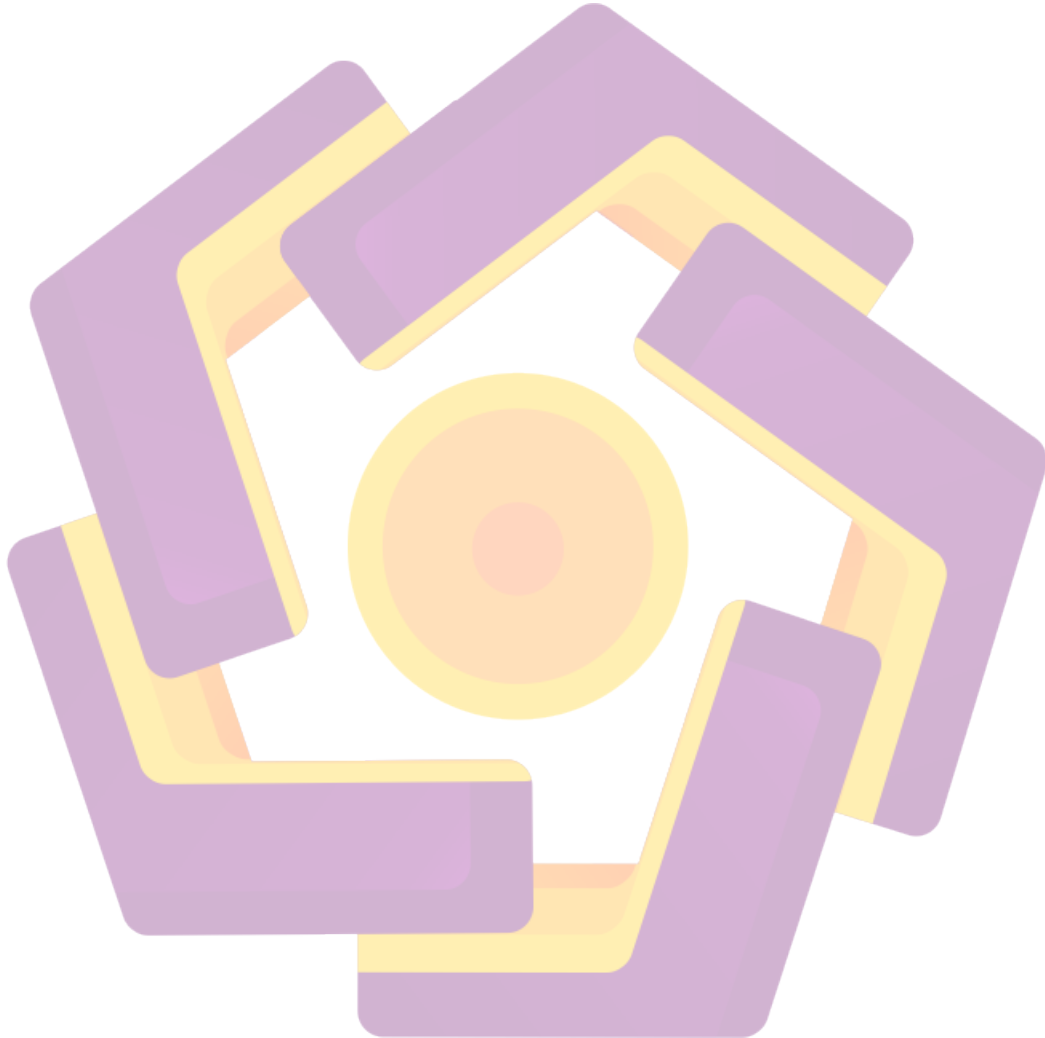
NIM. 11.11.5337

MOTTO

Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang.

Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh.

(Andrew Jackson)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah. Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PERANCANGAN IKLAN TELEVISI DENGAN KARAKTER 3D PADA PT.NDAYU PARK SRAGEN MENGGUNAKAN TEKNIK *MOTION TRACKING* DAN *LIVE SHOOT*”. Tidak lupa shalawat serta salam untuk Rasulullah Muhammad SAW yang telah memberikan teladan sebaik baiknya teladan. Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Ayah dan Ibu tercinta atas segala doa, semangat dan dukungan yang selalu diberikan.
2. Adek saya Nita dan intan, Terimakasih telah memotifasi saya, untuk adek nita semoga cepat selesai D4 kebidanan nya.
3. Bapak Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh tim PT,nDayu Alam Asri, Terimakasih atas kerjasama dan dukunganya selama ini.
5. Diosi, Rudi W, Hanif A, teman yang telah banyak membantu dalam pembuatan video iklan “nDayu Park”.
6. Sahabatku Danang, Wahid, Rudi, Hanif, Ihksan, Endar, Adekku Nita dan Intan Terimakasih kalian luar biasa.
7. Teman-teman Kelas 11-S1TI-10, Sukses untuk kita semua.
8. Serta seluruh pihak yang telah membantu kelancaran skripsi ini terimakasih banyak.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “PERANCANGAN IKLAN TELEVISI DENGAN KARAKTER 3D PADA PT.NDAYU PARK SRAGEN MENGGUNAKAN TEKNIK *MOTION TRACKING* DAN *LIVE SHOOT*”.

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan perguruan tinggi program studi Strata-1 Informatika di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.

Dalam pembuatan laporan ini penulis tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM sebagai Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Sudarmawan, M.T selaku Ketua Progam Study S1 Informatika.
3. Bapak Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu menyelesaikan Tugas Skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama penulis kuliah.
5. Kedua orang tua serta adik-adikku yang selalu memberikan semangat serta dukungannya untuk menjalani kuliah serta menyelesaikan skripsi.
6. Teman-teman serta semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Serta dengan terbuka penulis menerima kritik dan saran dari pembaca guna perbaikan pada masa mendatang. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semuanya.Amin.

Yogyakarta, 10 Maret 2017

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
INTISARI.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.4.1 Manfaat Bagi Peneliti.....	4
1.4.2 Manfaat Bagi Perusahaan.....	4
1.4.3 Manfaat Bagi UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.....	4
1.5 Metode Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Konsep Dasar Multimedia.....	9

2.2.1	Definisi Multimedia	9
2.2.2	<i>Element</i> Multimedia	10
2.3	Definisi Iklan	11
2.3.1	Pengertian Iklan	11
2.3.2	Tujuan Periklanan Televisi	12
2.3.3	Strategi Merancang Iklan	14
2.4	Definisi <i>Motion Tracking</i>	16
2.4.1	Sejarah <i>Motion Tracking</i>	17
2.4.2	Penggunaan <i>Motion Tracking</i> Pada Video	18
2.5	Dasar 3 Dimensi	18
2.5.1	Pengertian 3D <i>Modeling</i>	19
2.6	Metode Pemodelan 3 Dimensi	20
2.6.1	Klasifikasi Pemodelan 3 Dimensi	20
2.6.1.1	<i>Hard Surface (Non-Organic)</i>	20
2.6.1.2	<i>Organic</i>	21
2.6.2	Pemodelan Digital (Digital Model)	22
2.6.3	<i>Build Out</i>	27
2.6.4	<i>Primitive Modeling</i>	29
2.6.5	<i>Box Modeling</i>	30
2.6.6	<i>Patch Modeling</i>	30
2.7	Pengertian Animasi	31
2.8	Prinsip Animasi	31
2.8.1	<i>Solid Drawing</i>	31
2.8.2	<i>Straight Ahead Action and Pose to Pose</i>	32
2.8.3	<i>Squash and Stretch</i>	32

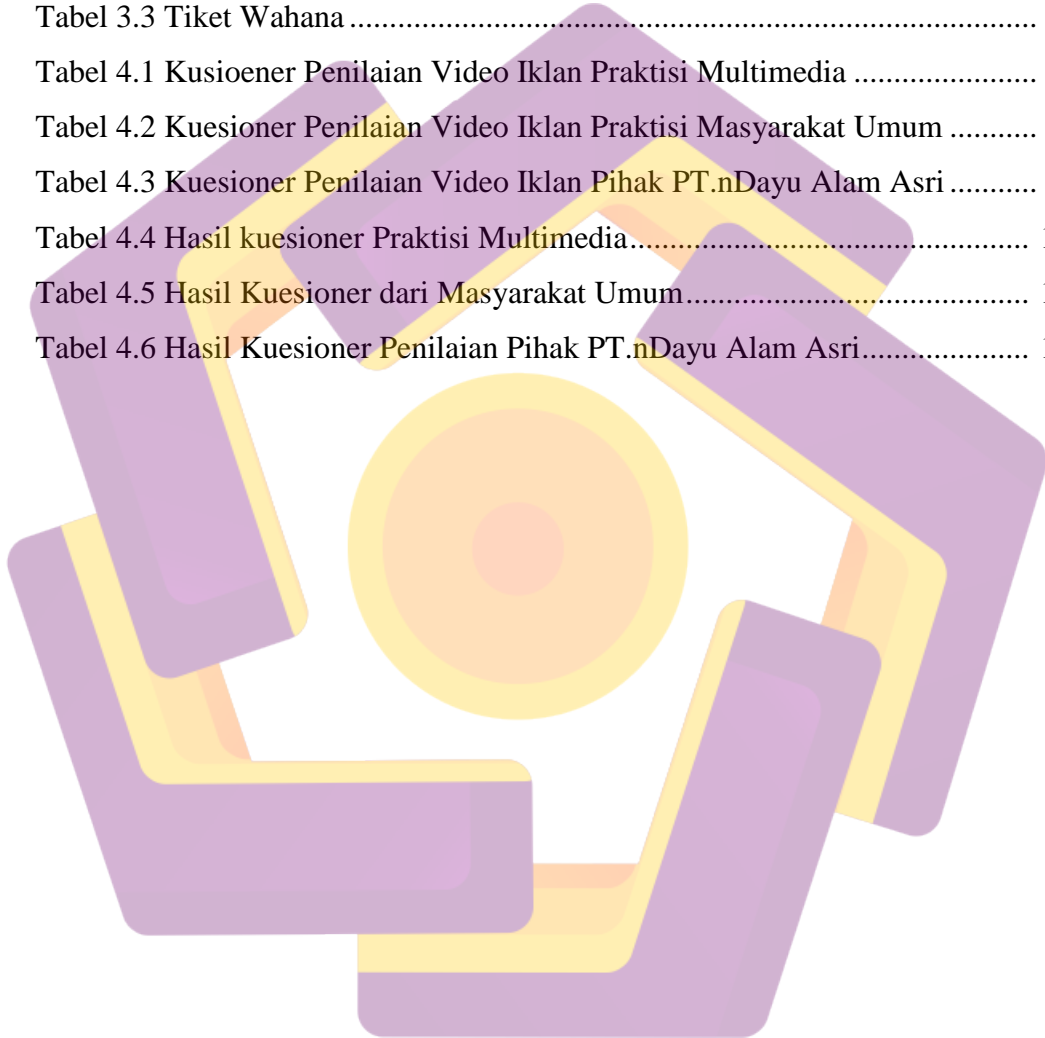
2.8.4	<i>Anticipation</i>	33
2.8.5	<i>Staging</i>	34
2.8.6	<i>Follow-Through and Overlapping Action</i>	34
2.8.7	<i>Slow in – Slow out</i>	34
2.8.8	<i>Arcs</i>	35
2.8.9	<i>Secondary Action</i>	36
2.8.10	<i>Timing</i>	36
2.8.11	<i>Exaggeration</i>	36
2.8.12	<i>Appeal</i>	37
2.9	Metode Penelitian.....	38
2.9.1	Metode Pengumpulan Data	38
2.9.2	Metode Analisis	38
2.9.3	Metode Perancangan	39
2.9.4	Metode Pengembangan	39
2.9.5	Metode <i>Testing</i>	39
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		40
3.1	Gambaran Umum	40
3.1.1	Sejarah Singkat PT.nDayu Park Sragen.....	40
3.1.2	Logo	41
3.1.3	Denah Lokasi	42
3.1.4	Sarana dan Prasarana.....	42
3.1.5	Profil Instansi	49
3.1.6	Struktur Organisasi	50
3.2	Analisis Sistem	51
3.2.1	Analisis SWOT	51

3.3	Analisis Kebutuhan Iklan	54
3.3.1	Kebutuhan informasi.....	54
3.3.2	Kebutuhan Perangkat Keras.....	56
3.3.3	Kebutuhan Perangkat Lunak.....	56
3.3.4	Kebutuhan Brainware.....	57
3.4	Analisis Kelayakan.....	57
3.4.1	Kelayakan Teknologi.....	57
3.4.2	Kelayakan Hukum.....	58
3.4.3	Kelayakan Operasional.....	59
3.4.4	Kelayakan Ekonomi.....	59
3.4.5	Kelayakan Jadwal.....	59
3.5	Strategi Perancangan Iklan.....	60
3.5.1	Strategi Mencari Keunggulan Produk.....	60
3.5.2	Strategi Penetapan Tujuan dan Anggaran Periklanan Televisi.....	61
3.5.3	Strategi Kreatif Merancang Pesan Iklan Televisi.....	61
3.5.4	Strategi Daya Tarik Pesan Iklan Televisi.....	62
3.6	Rancangan Pra Produksi.....	62
3.6.1	Rancangan Konsep Iklan.....	62
3.6.2	Rancangan Naskah Iklan.....	63
3.6.3	Rancangan Storyboard Iklan.....	65
3.6.4	Rancangan Karakter.....	69
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		70
4.1	Pembahasan	70
4.1.1	Produksi	71
4.1.1.1	Pengambilan Gambar.....	71

4.1.1.2	<i>Capture Video</i>	72
4.1.1.3	Logo nDayu Park.....	73
4.1.1.4	Animasi Logo nDayu Park.....	75
4.1.1.5	<i>Dubbing</i>	79
4.1.1.6	Karakter.....	84
4.1.1.7	Video.....	86
4.1.1.8	<i>Motion Tracking</i>	92
4.1.2	Pasca Produksi.....	95
4.1.2.1	<i>Compositing</i>	95
4.1.2.2	<i>Rendering</i>	99
4.2	<i>Testing</i>	100
4.2.1	<i>Alpha Testing</i>	100
4.2.2	<i>Beta Testing</i>	102
4.2.3	Hasil Penilaian.....	103
BAB V PENUTUP.....		108
5.1	Kesimpulan.....	108
5.2	Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....		109
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Perbandingan.....	8
Tabel 3.1 Profil PT.nDayu Alam Asri Sragen	48
Tabel 3.3 Jumlah Pengunjung nDayu Park dari Th 2014-2016.....	53
Tabel 3.3 Tiket Wahana	54
Tabel 4.1 Kusioener Penilaian Video Iklan Praktisi Multimedia	98
Tabel 4.2 Kuesioner Penilaian Video Iklan Praktisi Masyarakat Umum	99
Tabel 4.3 Kuesioner Penilaian Video Iklan Pihak PT.nDayu Alam Asri	100
Tabel 4.4 Hasil kuesioner Praktisi Multimedia.....	102
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner dari Masyarakat Umum.....	103
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Penilaian Pihak PT.nDayu Alam Asri.....	104



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Unsur Multimedia	10
Gambar 2.2 Ilustrasi Proses Produksi menurut Wiliam Vaughan.....	19
Gambar 2.3 Ilustrasi <i>Hard Surface</i>	21
Gambar 2.4 Ilustrasi Model Organik	21
Gambar 2.5 Ilustrasi <i>Polygon</i>	23
Gambar 2.6 Ilustrasi <i>NURBS</i>	25
Gambar 2.7 <i>Subdivision Surfaces</i>	25
Gambar 2.8 Ilustrasi <i>Point by Point</i>	27
Gambar 2.9 Ilustrasi <i>Edge Extend</i>	28
Gambar 2.10 Ilustrasi <i>Primitive Modeling</i>	29
Gambar 2.11 Ilustrasi <i>Patc Modeling</i>	30
Gambar 2.12 <i>Straight Ahead, Action and Pose to Pose</i>	31
Gambar 2.13 <i>Squash and Stretch</i>	32
Gambar 2.14 <i>Anticipation</i>	32
Gambar 2.15 <i>Slow in – Slow out</i>	33
Gambar 2.16 <i>Arcs</i>	34
Gambar 2.17 <i>Timing</i>	35
Gambar 2.18 <i>Exaggeration</i>	35
Gambar 2.19 <i>Appeal</i>	36
Gambar 3.1 nDayu Alam Asri Sragen	39
Gambar 3.2 Logo nDayu Park	40
Gambar 3.3 Denah Lokasi Wisata nDayu Park	41
Gambar 3.4 Kolam Renang.....	42
Gambar 3.5 <i>Resto</i>	42
Gambar 3.6 Arena Ketangkasan	43
Gambar 3.7 <i>Play Ground</i>	43
Gambar 3.8 Agro Wisata.....	44
Gambar 3.9 Arena Outbond	45
Gambar 3.10 <i>Villa & Cottage</i>	45

Gambar 3.11 Pendopo	46
Gambar 3.12 Kantor Receptionist.....	46
Gambar 3.13 <i>Mini Zoo</i>	47
Gambar 3.14 Gazebo Pengunjung	47
Gambar 3.15 Struktur Organisasi.....	49
Gambar 4.1 Bagan Penggunaan Software.....	69
Gambar 4.2 Wahana Kayuh Bebek	70
Gambar 4.3 Wahana Kolam Renang.....	70
Gambar 4.4 <i>Capture Video</i>	71
Gambar 4.5 <i>New Composition</i>	72
Gambar 4.6 Import Logo.....	72
Gambar 4.7 Masking Logo	73
Gambar 4.8 Masking Logo	73
Gambar 4.9 Finishing Masking Logo	74
Gambar 4.10 <i>Anchor Point</i>	74
Gambar 4.11 <i>Rotation</i>	75
Gambar 4.12 <i>Scale</i>	75
Gambar 4.13 <i>Position</i>	76
Gambar 4.14 <i>Opacity</i>	76
Gambar 4.15 <i>Render Setting</i>	77
Gambar 4.16 <i>Open File Audio</i>	78
Gambar 4.17 <i>Waveform Audio</i>	78
Gambar 4.18 <i>Crop Audio</i>	79
Gambar 4.19 <i>Normalize</i>	79
Gambar 4.20 <i>Adaptive Noise Reduction</i>	80
Gambar 4.21 <i>Manual Pitch Correction</i>	80
Gambar 4.22 <i>Save File</i>	81
Gambar 4.23 <i>Modelling Karakter</i>	82
Gambar 4.24 <i>Modelling WIP</i>	82
Gambar 4.25 <i>Modelling WIP</i>	83
Gambar 4.26 <i>Rigging</i>	83

Gambar 4.27 <i>Blandshape</i>	84
Gambar 4.28 <i>New Project</i>	84
Gambar 4.29 <i>New Sequence</i>	85
Gambar 4.30 <i>File Video</i>	85
Gambar 4.31 <i>Tarik File Video Ke Sequence</i>	86
Gambar 4.32 <i>Audio Transitions</i>	86
Gambar 4.33 <i>Effect Transitions</i>	87
Gambar 4.34 <i>Effect transitions</i>	87
Gambar 4.35 <i>Adjustment Layer</i>	88
Gambar 4.36 <i>Colloring</i>	88
Gambar 4.37 <i>Rendering</i>	89
Gambar 4.38 <i>Poses Rendering</i>	89
Gambar 4.39 <i>Track Camera</i>	91
Gambar 4.40 <i>Create Null and Camera</i>	92
Gambar 4.41 <i>Parent</i>	92
Gambar 4.42 <i>Export file</i>	93
Gambar 4.43 <i>Pilih Format</i>	93
Gambar 4.44 <i>Render</i>	94
Gambar 4.45 <i>New Compositing</i>	95
Gambar 4.46 <i>Import File</i>	95
Gambar 4.47 <i>Blending Multiply</i>	96
Gambar 4.48 <i>Import File</i>	96
Gambar 4.49 <i>Susun File</i>	97
Gambar 4.50 <i>Curve</i>	97
Gambar 4.51 <i>Render</i>	98
Gambar 4.52 <i>Hasil Penilaian Video Iklan</i>	105

INTISARI

Kemudahan didalam mendapatkan informasi yang lengkap tentang segala aspek dari sebuah instansi atau lembaga yang diinginkan merupakan hal utama yang menjadi bahan pertimbangan untuk menarik minat keingintahuan seseorang terhadap informasi yang kita sajikan. Menggunakan multimedia untuk menyampaikan informasi merupakan salah satu cara yang baik, karena didalam multimedia terdapat audio dan video yang membuat informasi tersaji dengan lebih atraktif dan mudah di terima.

Tujuan dan manfaat dari penelitian ini yaitu menghasilkan iklan TV untuk mempromosikan wisata alam nDayu Park sragen yang memiliki beberapa nilai-nilai serta elemen-elemen penting yang seharusnya diketahui oleh para wisatawan. Iklan ini bukan hanya di promosikan kan di tv saja tetapi juga di media sosial.

Iklan ini menggunakan 3D karakter, teknik *motion tracking* dan live shoot, 3D adalah bentuk dari benda yang memiliki panjang, lebar, dan tinggi. Istilah ini biasanya digunakan dalam bidang seni, animasi, komputer dan matematika, *motion tracking* adalah proses pengaturan nilai untuk menentukan jarak pada stiap objek maupun gerakannya. Penulis mengambil teknik ini sebagai bahan skripsi karena teknik ini lebih menarik dari pada iklan yang hanya *live shoot*.

Kata Kunci : Multimedia, 3D, *Motion Tracking*

ABSTRACT

Ease in getting complete information on all aspects of an agency or institution to be desired is the main thing that is taken into consideration to attract the curiosity of a person to information that we serve. Using multimedia to convey information is a good way, because inside there are audio and video multimedia that makes the information presented in a more attractive and easily accepted.

The purpose and benefits of this research is to produce a TV ad to promote nDayu Park sragen nature that has some values as well as the essential elements that should be known by the tourists. These ads not only in promoting the on TV but also on social media.

These ads use 3D characters, motion tracking techniques and live shoot, 3D is the shape of the object that has length, width, and height. The term is usually used in the fields of art, animation, computer and mathematical, motion tracking is the process of setting a value to determine the distance to the object and its motion stiap. The author takes this technique as a thesis for this technique is more interesting than ads that only live shoot.

Keyword : *Multimedia, 3D, Motion tracking*