

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era perkembangan teknologi informasi saat ini yang semakin pesat seperti halnya teknologi di bidang multimedia. Multimedia memberikan peranan penting dalam memberikan informasi dan promosi untuk menyampaikan isi dari sebuah kualitas perusahaan yang berupa gambar dan suara, sehingga jika digabungkan akan menjadi sebuah video. Dengan menjadikan iklan sebagai media promosi diharapkan mampu sebagai daya tarik masyarakat tentunya di kalangan anak muda, dengan tujuan untuk memenangkan persaingan di tengah banyaknya distro di Yogyakarta. Penerapan teknik *live shoot* yang akan digabungkan dengan *visual effect* menjadi gaya tersendiri dalam pembuatan media promosi untuk Osz Store. Dalam teknik pengambilan gambar merupakan suatu perhatian yang nanti akan dikombinasikan dengan *visual effect* yang telah direncanakan oleh pembuatnya.

Pembuatan video sangat diperlukan teknik tersendiri dalam penyajiannya, salah satunya dengan menerapkan teknik *motion tracking*. Penerapan teknik *motion tracking* pada pengambilan gambar *live shoot* memerlukan ketepatan dan keakuratan saat melakukan pengambilan gambar, yaitu mengusahakan objek *tracking* agar tetap tertangkap dalam *frame* kamera. Teknik *motion tracking* ini diterapkan untuk dapat memberikan penjelasan tentang kualitas produk Osz Store.

Video yang akan di aplikasikan dalam Osz Store dengan menerapkan *motion tracking* akan memadukan sebuah cerita yang sesuai dengan tema video iklan promosi. Pembuatan ide dan konsep cerita pada iklan ini juga sangat diperhatikan. Keselarasan antara *live shoot* dengan *motion tracking* merupakan tantangan tersendiri dalam pembuatan video ini. Dengan menerapkan teknik *motion tracking* tersebut video yang dibuat akan menampilkan gaya iklan yang berbeda dengan iklan yang pernah ada sebelumnya.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka penulis mempunyai ide untuk membuat sebuah video kreatif yang menjadi inti dari penyusunan skripsi pada target jangka pendek, yaitu dengan judul "**Implementasi Teknik Motion Tracking Untuk Media Promosi Pada Osz. Store**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. "Bagaimana pembuatan, dan implementasi teknik *motion tracking* menjadi sebuah media promosi di Osz Store ?"
2. "Bagaimana ketepatan saat melakukan pengambilan gambar untuk mengusahakan objek *tracking* tetap tertangkap *frame* kamera ?"

1.3 Batasan Masalah

Dalam penyusunan laporan ini, agar pembahasan tidak terlalu melebar dan untuk memudahkan penulis dalam penyelesaiannya maka harus ada batasan masalah sebagai berikut :

1. Implementasi teknik *motion tracking* dengan penggabungan *live shoot* pada pembuatan iklan.
2. Objek pembuatan dan implementasi teknik *motion tracking* adalah Osz store dan produk didalamnya.
3. Media informasi berbentuk iklan media promosi berupa video adalah Osz Store dan produk didalamnya.
4. Iklan media peomosi ini berdurasi 30 detik.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan skripsi ini anatar lain :

1. Menjadikan media promosi untuk menarik perhatian calon konsumen yang akan berkunjung, agar terciptanya media inovatif di Osz Store.
2. Menambah keterampilan dalam merancang iklan dengan menerapkan *motion tracking* di dalamnya.
3. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program Strata 1 (Transfer) STMIK Amikom Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data sangatlah penting dalam penyusunan laporan skripsi ini. Pengumpulan informasi dan data harus akurat dan sesuai dengan judul yang penulis angkat sebagai skripsi ini. Dalam penulisan laporan skripsi ini penulis menerapkan pengambilan data sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Metode observasi ini dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan atau observasi terhadap objek yang diteliti yaitu Osz Store untuk mendapatkan data secara tepat dan akurat.

2. Metode Wawancara (*interview*)

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan jalan mengadakan komunikasi dengan sumber data. Komunikasi tersebut dilakukan dengan dialog (Tanya jawab) secara lisan, baik langsung maupun tidak langsung dengan pihak Osz Store.

3. Perancangan

Metode perancangan yang digunakan untuk membuat video profil ini adalah metode perancangan Pra-Produksi, Produksi dan Pasca Produksi.

1.5.2 Metode Analisis

Melakukan analisis data yang telah di kumpulkan untuk menyusun laporan dan merancang iklan tersebut. Analisis dalam penelitian ini adalah analisis kebutuhan sebagai berikut:

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu cara untuk menganalisis perencanaan strategic yang di dalamnya mempertimbangkan beberapa point, seperti *streghts*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats* agar sebuah iklan dapat dibuat sesuai dengan kebutuhan.

2. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan merupakan analisis yang di dalamnya akan menganalisis kebutuhan informasi, kebutuhan *brainware*, kebutuhan perangkat lunak, dan perangkat keras yang dibutuhkan untuk perancangan pembuatan iklan.

1.5.3 Metode Perancangan

Metode perancangan pada penelifian ini menggunakan metode pra produksi yang di dalamnya terdapat beberapa langkah persiapan, seperti membuat naskah iklan, menentukan konsep gambar 2d yang akan digunakan sebagai ikon, serta membuat *storyboard* iklan.

1.5.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan dengan melakukan langkah-langkah produksi yang di dalamnya terdapat proses pembuatan gambar 2d, menyusun gambar sesuai naskah, *review* hasil sementara dan dokumentasi hasil. Tahap pasca produksi, yaitu tahap dilakukannya proses editing, memeriksa hasil editing sementara, dan jika editing sudah sesuai dengan yang diharapkan, kemudian dilanjutkan dengan proses *rendering* untuk *packaging* hasil akhir dengan format video yang diinginkan.

1.5.5 Evaluasi

Merupakan bentuk penelitian yang bertujuan untuk memeriksa proses perjalanan suatu program sekaligus menguraikan fakta-fakta yang bersifat kompleks dan terlibat di dalam program.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam menyusun laporan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang pengantar dari tema judul skripsi penulis. Dalam bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang iklan dan pembuatannya. Menampilkan teori tentang *motion tracking* dan tahap- tahap dalam pembuatan iklan serta *software* yang nantinya akan digunakan dalam perancangan dan implementasi teknik *motion tracking*.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Dalam bab ini penulis akan memaparkan tentang perancangan media promosi dari proses pra produksi sampai produksi. Pembuatan *storyboard* dan pembuatan ide cerita juga akan dipaparkan dalam bab ini.

BAB IV IPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menuliskan skripsi berisikan tentang pembahasan iklan yang dibuat, serta menerapkan hasil dari tahapan pembuatan iklan tersebut.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian dari akhir laporan. Bab V berisi kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA