

**IMPLEMENTASI TEKNIK MOTION TRACKING UNTUK MEDIA
PROMOSI PADA OSZ STORE**

SKRIPSI



disusun oleh

Ambar Faruk

14.22.1611

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

**IMPLEMENTASI TEKNIK MOTION TRACKING UNTUK MEDIA
PROMOSI PADA OSZ STORE**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
Pada Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

Ambar Faruk

14.22.1611

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI TEKNIK MOTION TRACKING UNTUK MEDIA
PROMOSI PADA OSZ STORE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ambar Faruk

14.22.1611

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 12 Maret 2016

Dosen Pembimbing,



Dhani Ariatmanto, M.Kom.

NIK. 190302197

PENGESAHAN

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI TEKNIK MOTION TRACKING UNTUK MEDIA
PROMOSI PADA OSZ STORE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ambar Faruk

14.22.1611

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 Desember 2016

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Rum M. Andri, KR, Ir, M.Kom
NIK. 190302011

Tonny Hidayat, M.Kom
NIK. 190302182


Dhani Ariatmanto, M.Kom
NIK. 190302197

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 29 Desember 2016

KETUA STIMIK 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 ini 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 atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali 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, 2 Januari 2017



Ambar Faruk

14.22.1611

MOTTO

- Jangan merendahkan seseorang, karena kita di ciptakan ke dunia mempunyai kelebihan masing-masing. (Ismail)
- Kamu terlahirkan di dunia, bukan untuk mencari satu orang yang sempurna untuk di cintai. Tetapi belajar mencintai orang yang tidak sempurna dengan cara yang sempurna. (Ririn Apriani)
untuk menjadi musuhmu. (Habib Syech Bin Abdul Qodir As)
- Bunga yang tidak akan layu sepanjang jaman adalah kebajikan.
(*William Coper*)
- Kesopanan adalah pengaman yang baik bagi keburukan lainnya.
(*Chesterfield*)
- Berikan musuhmu seribu kesempatan untuk menjadi temanmu tetapi jangan berikan satu kesempatanpun temanmu segaf)

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan ridho-Nya dalam menyelesaikan skripsi saya ini, dengan selesainya skripsi ini penulis persembahkan untuk :

- Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya yang telah memberikan kelancaran, kesehatan serta kemudahan disaat penulis menemukan kesulitan dalam proses penyusunan skripsi ini.
- Terima kasih kepada kedua bapak, ibu, kakak, adik saya yang tercinta yang selalu mendoakan dan mendukung demi kelancaran saya dalam mengerjakan skripsi ini.
- Terima kasih kepada Bapak Dhani Ariatmanto, M.Kom yang sudah memberi masukan dan saran dalam pembuatan skripsi ini.
- Teman-teman kost plamboyan 14 yang telah membantu supportnya selama mengerjakan.
- Untuk keluarga besar squad Lombok Alternatif, kalian luar biasa.
- Teman-teman 14S1 TS SI 02 angkatan 2014 yang banyak memberikan suasana suka, duka, ceria, bangga, haru ketika belajar bersama di Kampus Ungu tercinta.
- Dan masih banyak teman-teman dari Kampus lain dan pihak-pihak lain yang terkait, yang telah banyak membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
- Terakhir terima kasih untuk kampus tercinta ini STMIK AMIKOM Yogyakarta.

Sebagai seorang manusia biasa, penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun yang menjadikannya lebih bermanfaat.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan yang baik serta menjadi motivasi bagi penulis, dengan selesainya skripsi yang berjudul “IMPLEMENTASI TEKNIK MOTION TRACKING UNTUK MEDIA PROMOSI PADA OSZ STORE”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Strata-1 Jurusan Sistem Informasi (Transfer) Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta guna memperoleh gelar Sarjana Komputer. Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari beberapa pihak, untuk itu penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM, selaku ketua STMIK AMIKOM YOGYAKARTA.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, MT, selaku ketua jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Dhani Ariatmanto, M.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan banyak saran serta masukan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu dosen yang selama ini telah banyak membantu dan memberikan bekal ilmu pengetahuan dalam proses pendidikan di Sistem Informasi (Transfer) STMIK AMIKOM Yogyakarta.
5. Seluruh staff BAAK, staff perpustakaan dan staff jurusan yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Kepada kedua orang tua dan seluruh keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan semangat, motivasi, serta semua dukungan.
7. Sahabat dan teman kelas 14 – SITS – 02 yang telah berjuang bersama – sama selama 4 semester ini dengan saling membantu.
8. Serta semua pihak yang telah membatu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari akan kekurangan karena kemampuan penulis, oleh karena itu Kritik dan saran yang membangun senantiasa diharapkan demi kebaikan tugas akhir ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta motivasi bagi pembaca pada umumnya dan khususnya penulis.

Yogyakarta, 2 Januari 2017

Penulis,

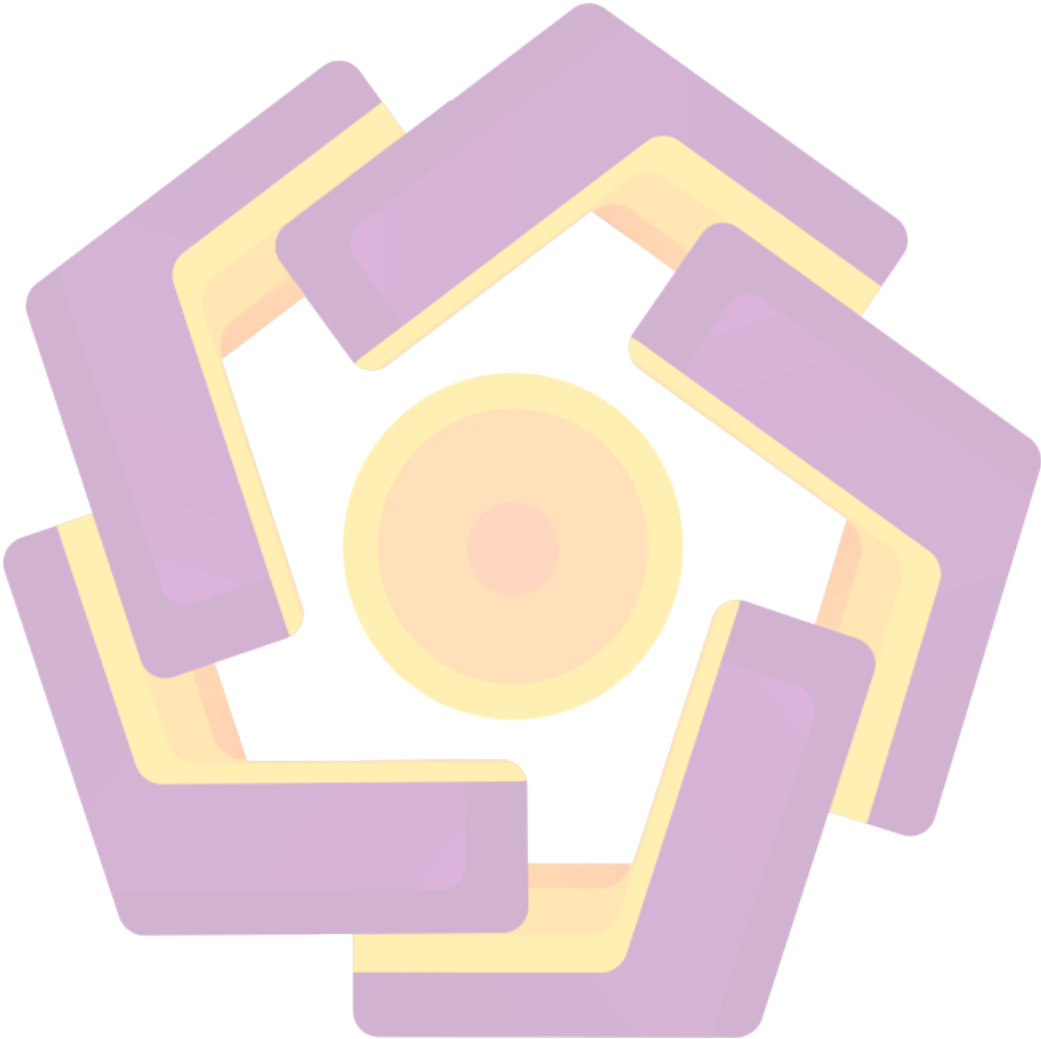
DAFTAR ISI

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
<i>ABSTRACT</i>	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
1.5. Metode Penelitian.....	4
1.5.1. Metode Pengumpulan Data	4
1.5.2. Metode Analisis	5
1.5.3. Metode Perancangan	5

1.5.4. Metode Pengembangan	6
1.5.5. Evaluasi.....	6
1.6. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1. Tinjauan Pustaka.....	8
2.2. Dasar Teori.....	9
2.2.1. <i>Motion Tracking</i>	9
2.2.1.1. <i>Motion Tracking Behaviors</i>	12
2.2.1.2. Bagaimana <i>Tracker</i> Bekerja.....	14
2.2.2. Konsep Dasar Promosi.....	15
2.3. Metode Analisis	17
2.3.1. Analisis SWOT	17
2.3.2. Analisis Kebutuhan.....	19
2.3.2.1. <i>Software</i> Yang Digunakan	19
2.4. Metode Perancangan.....	28
2.4.1. Pra Produksi	28
2.4.1.1. Mempelajari Naskah	28
2.4.1.2. <i>Storyboard</i>	29
2.4.1.3. Teknik pengambilan Gambar.....	30
2.5. Metode Pengembangan.....	40
2.5.1. Prproduksi	40
2.5.1.1. Pemilihan Kamera.....	40
2.5.1.2. Pengaturan Cahaya.....	42
2.5.1.3. Kegiatan <i>Shooting</i>	45
2.5.1.4. Perekaman Suara.....	46
2.6. Metode Testing	47
2.6.1. Pasca Produksi	47
2.7. Metode Implementasi.....	50

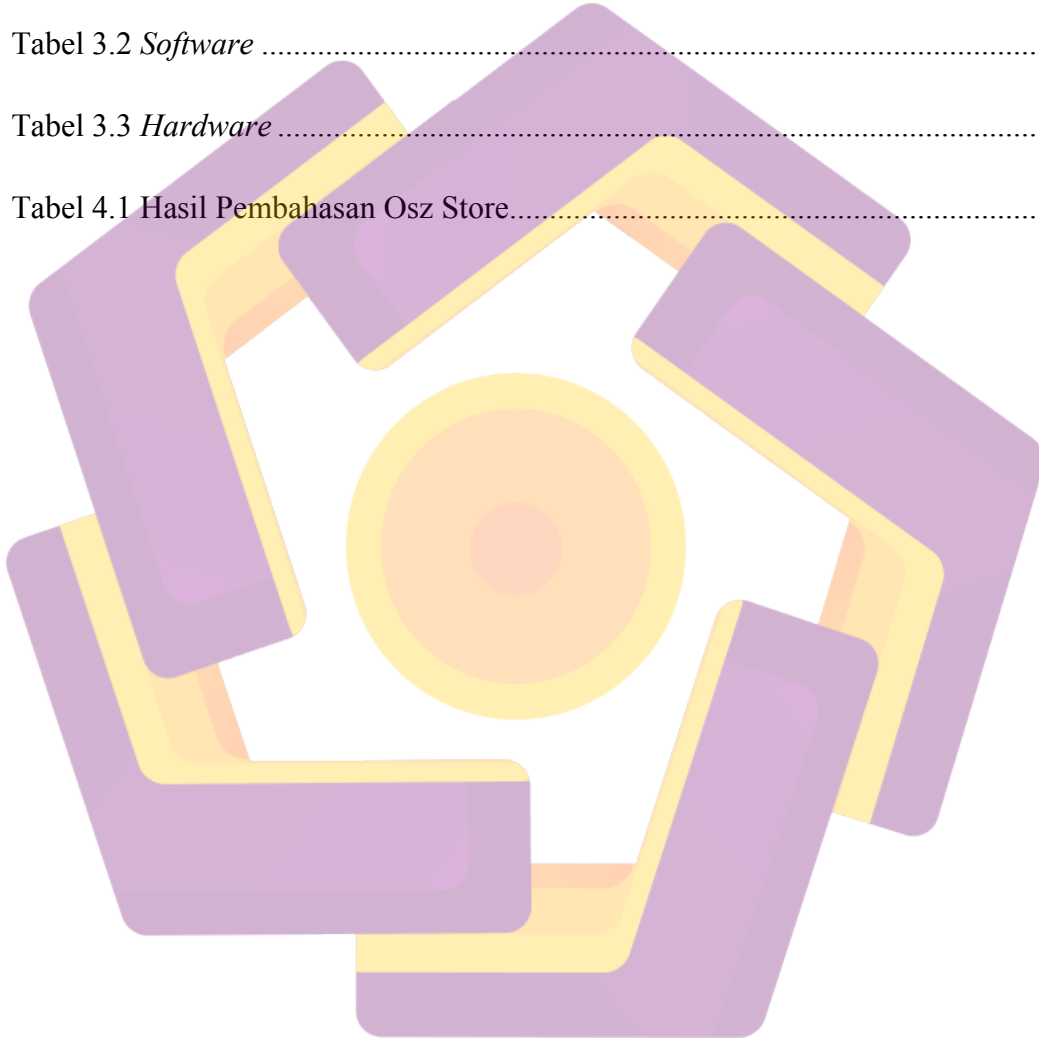
2.7.1. Format Standard Video Digital	50
2.7.1.1. <i>Moving Picture Expert Grup (MPEG)</i>	50
2.7.1.2. <i>Shockwave (Flash)</i>	50
2.7.1.3. <i>Audio Video Interlace (AVI)</i>	51
2.7.1.4. <i>Quick Time (.MOV)</i>	51
2.7.2. Perkembangan Media Sosial	52
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	57
3.1. Gambara Umum	57
3.1.1. Latar Belakang	57
3.1.2. Profil Osz Store	57
3.2. Analisis Masalah	58
3.3. Analisis SWOT	58
3.3.1. Analisis Kekuatan (<i>Strenght</i>)	59
3.3.2. Analisis Kelemahan (<i>Weakenss</i>)	60
3.3.3. Analisis Peluang (<i>Oppurtunity</i>)	60
3.3.4. Analisis Ancaman (<i>Thearts</i>)	61
3.4. Solusi – Soslusi yang dapat diterapkan	63
3.5. Solusi yang di pilih	64
3.6. Anailisis Kebutuhan	64
3.6.1. Analisa Kebutuhan Pengguna (<i>Brainware</i>)	64
3.6.2. Kebutuhan Perangkat Lunak	66
3.6.3. Kebutuhan Perangkat Keras	66
3.7. Tahap Pra Produksi	67
3.7.1. Perancangan Ide Konsep	67
3.7.2. Tema	67
3.7.3. Sinopsis	68
3.7.4. Rancangan Naskah	68
3.7.5. <i>Storyboard</i>	69

3.7.6. Rancangan <i>Visual Effect (Motion Tracking dan Motion Graphic)</i>	70
3.7.7. Penjadwalan.....	71
BABA IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	72
4.1. Produksi	72
4.1.1. Penataan Lokasi	72
4.1.2. Penataan Cahaya	73
4.1.3. Pemilihan <i>Angle</i> Kamera.....	74
4.1.4. Pengambilan Gambar	76
4.1.5. Pengambilan <i>Audio</i> Narasi	77
4.2. Pasca Produksi	78
4.2.1. <i>Compositing</i>	78
4.2.1.1. Animasi Untuk Adegan <i>Motion Tracking</i>	79
4.3. Editing.....	84
4.3.1. <i>Editing Trim</i>	84
4.3.2. <i>Color Corection</i>	86
4.3.3. <i>Final Rendering</i>	87
4.4. Pembahasan.....	90
4.4.1. Penataan Cahaya	90
4.4.2. Penataan lokasi dan Pengambilan Gambar	91
4.4.3. <i>Audio</i> Narasi.....	91
4.4.4. Animasi untuk adegan <i>motion tracing</i>	91
4.4.5. <i>Rendering Audio Visual</i>	92
4.4.6. <i>Testing</i>	92
BAB V PENUTUP.....	96
5.1. Kesimpulan	96
5.2. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Model Matrik Analisis SWOT	19
Tabel 3.1 Analisis SWOT	61
Tabel 3.2 <i>Software</i>	66
Tabel 3.3 <i>Hardware</i>	66
Tabel 4.1 Hasil Pembahasan Osz Store.....	93

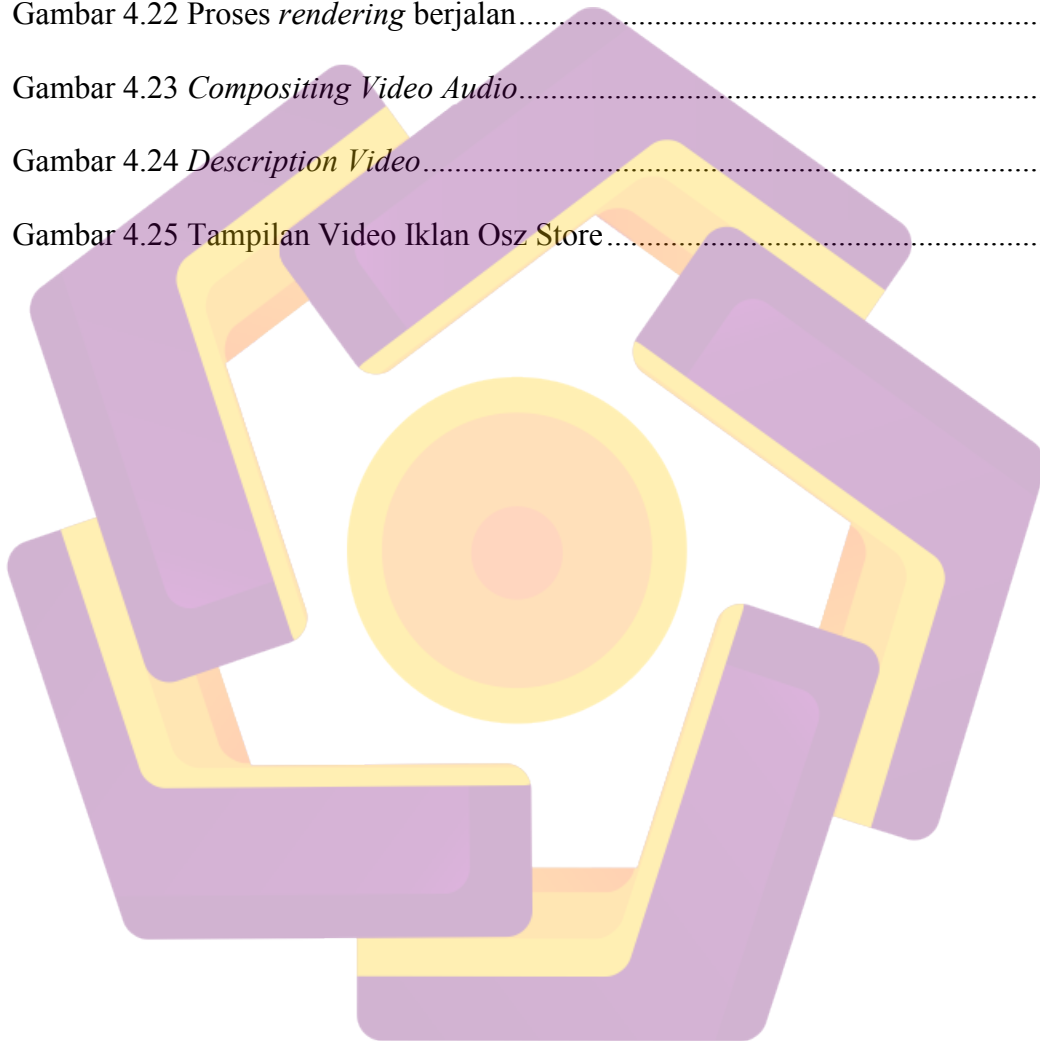


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Motion Tracking</i>	11
Gambar 2.2 Window Kanvas Menunjukkan <i>Tracker</i>	14
Gambar 2.3 Manajemen Periklanan.....	17
Gambar 2.4 Logo <i>Adobe Photoshop CC</i>	19
Gambar 2.5 Tampilan Jendela Utama <i>Adobe Photoshop CC</i>	21
Gambar 2.6 Logo <i>Adobe After Effect CC</i>	22
Gambar 2.7 Tampilan Jendela Utama <i>Adobe After Effect CC</i>	23
Gambar 2.8 Logo <i>Adobe Premiere Pro CC</i>	25
Gambar 2.9 Tampilan Jendela Utama <i>Adobe Premiere Pro CC</i>	26
Gambar 2.10 Tampilan <i>Adobe Audition</i>	27
Gambar 2.11 <i>Storyboard</i>	29
Gambar 2.12 Kamera <i>High Angel</i>	33
Gambar 2.13 Kamera <i>Low Angle</i>	34
Gambar 2.14 Kamera <i>Low Angle</i>	34
Gambar 2.15 Contoh <i>Extreme Close Up (ECU)</i>	36
Gambar 2.16 Contoh <i>Close Up (CU)</i>	37
Gambar 2.17 Contoh <i>Long Shoot (LS)</i>	38
Gambar 2.18 Contoh <i>Two Shoot</i>	39
Gambar 2.19 Contoh <i>Group Shoot</i>	39

Gambar 2.20 Contoh <i>Visual Effect</i>	48
Gambar 3.1 Logo Osz Store.....	57
Gambar 3.2 Naskah Osz Store	69
Gambar 3.3 <i>Storyboard</i>	70
Gambar 4.1 Penataan Lokasi.....	73
Gambar 4.2 Proses Pencahayaan.....	74
Gambar 4.3 <i>Angle Camera Close Up(CU)</i>	75
Gambar 4.4 <i>Long Shoot</i>	75
Gambar 4.5 <i>Setting</i> Kamera 1	76
Gambar 4.6 <i>Setting</i> Kamera 2	77
Gambar 4.7 File Audio Yang Sudah Di Edit	78
Gambar 4.8 Membuat <i>null object</i>	79
Gambar 4.9 <i>Menu Track Motion</i>	80
Gambar 4.10 Pemilihan titik <i>Tracking</i>	80
Gambar 4.11 Penerapan Hasil <i>Tracking</i>	81
Gambar 4.12 Menambahkan teks pada <i>track point</i>	82
Gambar 4.13 Menentukan <i>masking</i>	82
Gambar 4.14 Mengatur posisi teks	83
Gambar 4.15 Proses <i>Rendering di After Effect</i>	83
Gambar 4.16 <i>Frame Size</i> dan <i>Fps</i>	85
Gambar 4.17 <i>Trimming video dan audio</i>	86
Gambar 4.18 <i>Coloring video menggunakan RGB Curves</i>	87

Gambar 4.19 Proses <i>Export Video</i>	88
Gambar 4.20 Pemilihan <i>Format Codec</i>	89
Gambar 4.21 <i>Rendering</i>	90
Gambar 4.22 Proses <i>rendering</i> berjalan.....	90
Gambar 4.23 <i>Compositing Video Audio</i>	92
Gambar 4.24 <i>Description Video</i>	93
Gambar 4.25 Tampilan Video Iklan Osz Store.....	95



INTISARI

Pada era perkembangan teknologi informasi saat ini yang semakin berkembang dimana media promosi sebuah produk sebagai inovasi untuk membantu masyarakat mendapatkan informasi. Dalam upaya meningkatkan nilai penjualan produk sangat dibutuhkan sebuah media promosi sebagai alat untuk mengembangkan perusahaan dan mempromosikan suatu usaha dibidang distro. Dimana media promosi dapat memberikan informasi yang lebih menarik kepada masyarakat.

Dengan menjadikan iklan sebagai media promosi diharapkan mampu meningkatkan nilai penjualan produk untuk memenangkan persaingan di tengah banyaknya distro di Yogyakarta. Iklan yang dibuat dengan kreatif akan terlihat lebih menarik dan inovatif. Dengan Teknik Motion Tracking yang diterapkan dalam pembuatan iklan adalah salah satu contohnya.

Media promosi ini berisikan video tentang berbagai macam kaos, kemeja dan tas di Osz. Store. Dengan memanfaatkan teknik Motion Tracking, penulis berharap iklan dapat memberikan informasi mengenai berbagai macam kaos, kemeja dan tas di Osz. Store. Customer juga diharapkan dapat merasakan kepuasan hasil produksi dengan mengedepankan desain nama klub-klub sepak bola ternama di dunia.

Keywords : promosi, multimedia, store.

ABSTRACT

In the era of information technology development is now growing where the media promotion of a product asan innovation to help people get information. In an effort to increase the value of product sales is needed a media campaign as a means to develop and promote a business enterprise in the field of distribution. Where a media campaign to provide information that is more interesting to the public.

By making the ads as a promotional medium is expected to increase the value of sales of the product to win the competition in the midst of the many distributions in Yogyakarta. Ads created by creative will look more attractive and innovative. With Motion Tracking Techniques are applied in the manufacture of advertising is one such example.

Media promotion of the video contains a wide variety of t-shirts, shirts and bags at the OSZ. Store. By utilizing the technique of Motion Tracking, the authors hope that ads can provide information about a wide variety of t-shirts, shirts and bags at the OSZ. Store. Customer also expected to feel satisfaction with the advanced production design name football clubs in the world renowned.

Keywords: promotion, multimedia, store.