

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya teknologi yang maju multimedia semakin pesat dibidang teknologi. Perkembangan dunia animasi komputer yang pesat dewasa ini memerlukan waktu puluhan tahun dalam proses penciptaannya. Namun, pada kenyataannya perkembangan dunia animasi komputer yang semakin pesat tersebut belum diterapkan pada Kedai Ayam Hepii untuk mempromosikannya. Kedai Ayam Hepii masih menggunakan media promosi cetak brosur yang kurang menarik sebagai media promosi untuk saat ini, media promosi cetak brosur yang kurang efektif untuk menarik minat masyarakat mampir ke Kedai Ayam Hepii karena media promosi cetak brosur kurang mendapat respon positif dari masyarakat . Penerapan teknik *live shoot* yang akan digabungkan dengan *visual effect* menjadi gaya tersendiri dalam pembuatan media promosi untuk Kedai Ayam Hepii. 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 menerapkam teknik motion tracking. penerapan teknik motion tracking pada pengambilan gambar live shoot memerlukan ketepatan saat melakukan pengambilan gambar, yaitu memfokuskan objek tracking agar tetap tertangkap ke dalam frame. teknik motion tracking ini diterapkan untuk dapat memberikan penjelasan tentang produk di Kedai Ayam Heppii yang masih

terhitung sangat muda dalam memasuki dunia kuliner di Yogyakarta, dalam hal ini khususnya seputar dengan iklan kedai Ayam heppii.

Di dalam sebuah video yang akan di aplikasikan dengan sentuhan motion tracking akan memadukan sebuah cerita yang sesuai dengan tema yang akan di paparkan. Pembuatan ide dan konsep pada iklan sangatlah diperhatikan. karna di dalam penggunaanya menggabungkan teknik *motion tracking*, *motion graphic* dan *live shoot* merupakan tantangan tersendiri dalam pembuatan video ini. Dengan menerapkan teknik *motion tracking* bisa berkolaborasi menampilkan sesuatu yang berbeda dengan media promosi yang pernah ada sebelumnya.

Dari masalah yang telah dipaparkan diatas maka penulis mempunyai ide untuk merancang sebuah video kreatif dalam membangun *branding* Kedai Ayam Heppii pada target jangka pendek, yaitu dengan judul **"Implementasi Teknik Motion Tracking Untuk Media Promosi di Kedai Ayam Heppi"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut

"Bagaimana pembuatan, dan implementasi teknik motion tracking menjadi sebuah media promosi di kedai ayam heppii ?"

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari luasnya permasalahan yang ada, maka penulis membatasi :

1. Penggabungan *live shoot*, dengan *motion tracking* diterapkan dalam pembuatan media promosi.
2. Objek pembuatan dan implementas teknik *motion tracking* adalah Kedai Ayam Heppii.
3. Pada penelitian ini tidak membahas semua produk, hanya membahas tahapan pra produksi bagian produksi dan *editing*.
4. Media informasi berbentuk iklan media promosi berupa video.
5. Software yang akan digunakan adobe photoshop CS6, after effect CS6, adobe premeire CS6.
6. Durasi iklan 30 detik

1.4 Tujuan penelitian

Tujuan dari penulisan skripsi ini anatar lain :

1. Menjadikan media promosi untuk mempertarik calon konsumen yang akan berkunjung, agar terciptanya media inovatif di Kedai Ayam Heppii.
2. Mempermudah informasi kepada pengunjung tentang berbagai sajian menu makanan yang di favoritkan di kedai Ayam Heppii.

1.5 Manfaat

1.5.1 Bagi Penulis

1. Penerapan ilmu pengetahuan yang di dapat selama perkuliahan di STMIK Amikom Yogyakarta.
2. Menambah wawasan dalam pembuatan iklan media social.
3. Menambah ilmu di bidang sinematografi yang tidak diajarkan di kuliah secara formal.

1.5.2 Bagi Kedai Ayam Heppi

Manfaat yang diharapkan dari pembuatan media promosi ini untuk meningkatkan kinerja kedai Ayam Heppi yang dan pelayanan berbasis multimedia.

1.5.3 Bagi STMIK Amikom Yogyakarta

Memberikan wawasan yang terbaru agar objek yang di buat tidak totalitas terhadap dunia teknologi.

1.6 Metode Penelitian

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

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Sebagai usaha dalam memperoleh data yang benar, relevan dan terarah sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Untuk itu penulis mengembangkan beberapa metode pengumpulan data dalam penelitian skripsi, yaitu sebagai berikut :

1.6.2 Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mendatangi objek yang akan dilakukan peneliti untuk mendapatkan data secara tepat dan akurat.

1.6.3 Metode Wawancara (Interview)

Wawancara dilakukan langsung ke pada objek yang akan dituju dengan mewawancarai Bapak Ahmad Tabbin selaku Owner atau pemilik Kedai tersebut.

1.6.4 Perancangan

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

1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan ini disusun dengan maksud agar pembaca memperoleh gambaran yang jelas tentang laporan ini yang terdiri dari 5 BAB, meliputi :

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan beberapa hal antara lain : judul usulan penelitian, latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan beberapa hal mengenai teori-teori dasar motion tracking dan tahapan pembuatan media promosi serta software yang akan digunakan di dalam setiap perancangan dan implementasi teknik motion tracking.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini memaparkan tentang perancangan media promosi dengan tahapan pra produksi dan produksi serta pembuatan storyboard dan ide cerita.

BAB IV IMPLEMENTASI 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