

**IMPLEMENTASI TEKNIK MOTION TRACKING UNTUK MEDIA  
PROMOSI DI KEDAI AYAM HEPI**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Adi Panca Atmadja**

**14.22.1603**

**JURUSAN SISTEM INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2015**

**IMPLEMENTASI TEKNIK MOTION TRACKING UNTUK MEDIA**

**PROMOSI DI KEDAI AYAM HEPI**

**Studi Kasus : Kedai Ayam Hepi**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai sarjana S1  
pada jurusan Sistem Informasi



disusun oleh

**Adi Panca Atmadja**

**14.22.1603**

**JURUSAN SISTEM INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2015**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI TEKNIK MOTION TRACKING UNTUK MEDIA  
PROMOSI DI KEDAI AYAM HEPI**

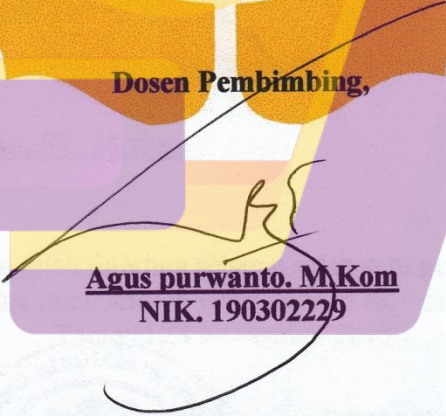
yang disusun oleh

**Adi Panca Atmadja**

**14.22.1603**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 31 Maret 2015

**Dosen Pembimbing,**

  
**Agus purwanto. M.Kom**  
**NIK. 190302229**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI TEKNIK MOTION TRACKING UNTUK MEDIA  
PROMOSI DI KEDAI AYAM HEPI**

yang disusun oleh

**Adi Panca Atmadja**

**14.22.1603**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 28 Noember 2015

**Susunan Dewan Penguji**

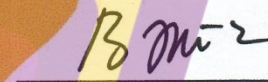
**Nama Penguji**

**Agus Purwanto M.Kom**  
NIK. 190302229

**Barka Satya M.Kom**  
NIK. 190302126

**Amir Fatah Sofyan, ST, M.Kom**  
NIK. 190302047

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 28 November 2015

**KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA**



**Prof. Dr. M. Suyanto, 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, 4 Desember 2015



TERAI  
EMPEL  
C12ADF576773250  
3000  
RIBURUPIAH  
Adi Panca Atmadja

NIM. 14.22.1603

## MOTTO

- *Jika hidup begitu susah itu namanya ujian tetapi dibalik semua itu ada pujian(panca atamdja) .*
- *Jika kamu berhasrat untuk berjaya, jangan hanya memandang ke tangga tetapi belajarlah untuk menaiki tangga tersebut.*
- *Jika kamu mendapat kesusahan, ingatlah menyimpan kesabaran - Horatius\*
- *Jika kita melakukan sesuatu dengan keikhlasan, niscaya ganjaran yang kita terima juga setanding dengan apa yang kita usahakan.*
- *Kesempatan yang kecil seringkali merupakan permulaan kepada usaha yang besar.*
- *Keberanian yang sebenar ibarat layang-layang. Sentakan angin yang menentanginya bukan melemparkannya ke bawah, sebaliknya menaikannya -John Petitsenn*

**Adi Panca Atmadja**

## PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini saya persembahkan untuk orang-orang tersayang :

1. Untuk keluargaku yang tecinta ibu Walinem dan bapak Mardjono, yang terus-menerus memberikan semangat motivasi dan doa yang dilimpahkan oleh Allah SWT.
2. Untuk keluarga ku, Mbak Rita, Mbak Duwi, Mbak Bekti, Mas Umar, Mas Muhdasir, Mas Ade dan keponakan ku tersayang Faqieh, Aqila dan Khanza.
3. Untuk penyemangat ku yg selalu ada dalam pembuatan tugas akhir dan skripsi ini Elisa Nurlaily sekaligus Teman terdekat ku dan kota Yogyakarta yang selalu membuat hati nyaman.
4. Untuk sahabat-sahabat saya di kontrakan "after-morning". Santo, alfan, bayu, tomo, ken, misbah, jodi, lilik dan tomi terimakasih untuk kalian. Terimakasih anak-anak cangkruk.
5. Untuk temen-temen perantau dari 14 SI-TRANSFER 02.
6. Dan untuk semua yang membantu dalam proses pengerjaan Skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu terimakasih kalian.

**Adi Panca Atmadja**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala limpah dan hidayahNya yang tak pernah ada habisnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Implementasi Teknik Motion Tracking Untuk Media Promosi Di Kedai Ayam Hepi”.

Laporan skripsi ini saya susun sebagai syarat kelulusan dan mendapatkan gelar Sarjana Komputer di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer STIMIK AMIKOM jurusan Sistem Informasi. Dalam laporan skripsi ini dijelaskan tentang hal mengenai pembuatan video promosi dengan teknik-tekniknya. Pembuatan laporan ini juga dimaksud untuk memberikan referensi terhadap iklan berbasis video, mengenai promosi, serta memberikan ilmu serta pemahaman tentang pembahasan yang sesuai dengan bidangnya.

Begitu banyak pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, tidak lupa penulis ucapkan terimakasih kepada ;

1. Bapak Prof.Dr.M Suyanto MM. selaku Ketua STIMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Drs. Bambang Sudaryatno, M.M selaku sebagai jurusan Sistem Informasi
3. Bapak Agus Purwanto, M.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis dalam pembuatan skripsi.
4. Bapak dan ibu dosen STIMIK AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmu selama penulis kuliah.



5. Orang tua tercinta dan saudara-saudara saya yang senantiasa mengasuh dan membimbing serta memberikan kasih semangat dan doanya terhadap penulis.
6. Buat sahabat-sahabat kontrakan After Morning yang telah membantu pembuatan skripsi tersebut.
7. Buat sahabat-sahabat 14 SI-TRANSFER-02 dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namanya yang telah membantu dalam proses penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusun skripsi ini masih banyak kekurangannya. Saran dan kritik yang membangun penulis harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Namun penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 4 Desember 2015

Penyusun

## DAFTAR ISI

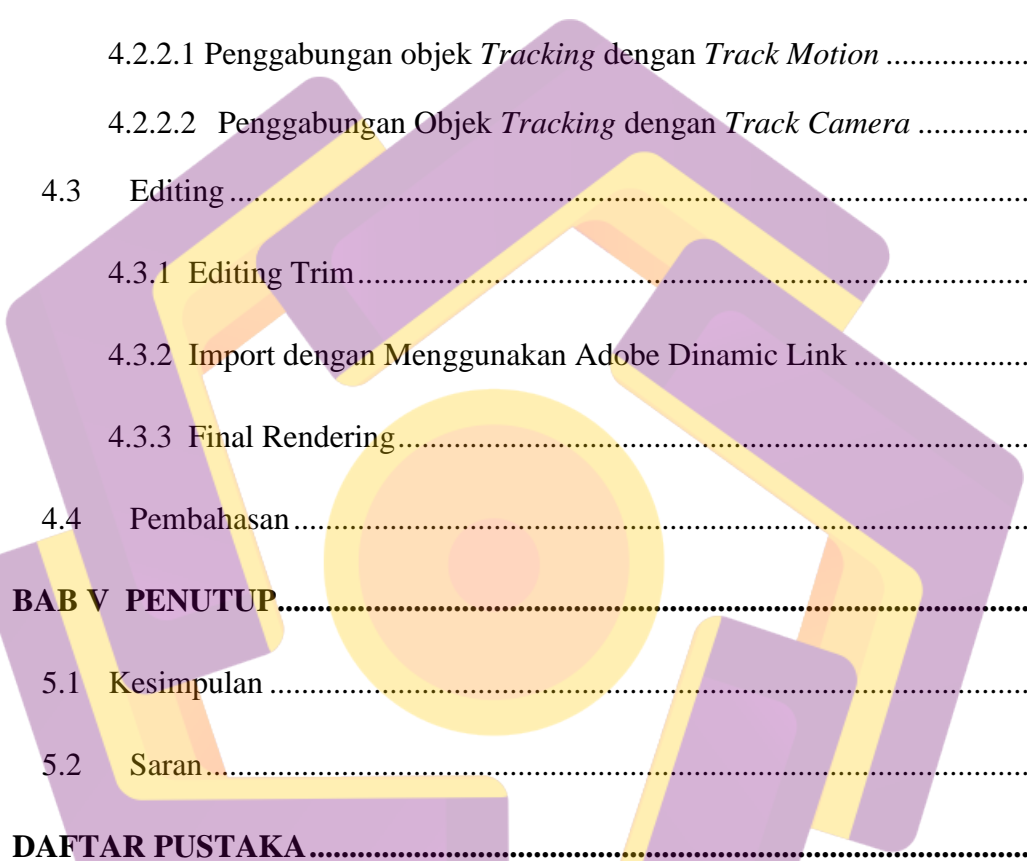
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xviii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan penelitian.....	3
1.5 Manfaat.....	4
1.5.1 Bagi Penulis .....	4
1.5.2 Bagi Kedai Ayam Heppi.....	4

1.5.3	Bagi STMIK Amikom Yogyakarta.....	4
1.6	Metode Penelitian.....	4
1.6.1	Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.2	Metode Observasi.....	5
1.6.3	Metode Wawancara (interview).....	5
1.6.4	Perancangan .....	5
1.7	Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>		<b>7</b>
2.1	Tinjauan Pustaka .....	7
2.2	Konsep Dasar Multimedia.....	8
2.2.1	Dasar Multimedia.....	8
2.2.2	Elemen Multimedia.....	10
2.3	Konsep Dasar Promosi .....	12
2.3.1	Promosi .....	12
2.3.2	Manajemen Periklanan.....	13
2.4	Analisis SWOT .....	15
2.5	Analisis Kebutuhan Sistem .....	16
2.5.1	Kebutuhan Fungsional (Functional requirement) .....	17
2.5.2	Kebutuhan Nonfungsional (Nonfunctional Requirements). .....	17
2.6	Motion Tracking .....	17
2.6.1	Motion Tracking Behaviours .....	20

2.6.2	Bagaimana Tracker Bekerja.....	21
2.7	Pra Produksi .....	22
2.7.1	Mempelajari Naskah .....	23
2.7.2	Stoyboard .....	24
2.7.3	Menganalisa Teknik Produksi.....	25
2.8	Produksi.....	35
2.8.1	Pemilihan Kamera.....	35
2.8.1.1	Medium Penangkap Cahaya .....	36
2.8.1.2	View finder (Jendela Bidik) .....	36
2.8.1.3	Shutter (Penutup Rana) .....	36
2.8.1.4	Shutter Release (Tombol Penutup Rana) .....	36
2.8.2	Pengaturan Cahaya.....	37
2.8.2.1	High Key Lighting .....	37
2.8.2.2	Low Key Lighting .....	37
2.8.2.3	Key Light.....	37
2.8.2.4	Base Light .....	38
2.8.2.5	Fill Light.....	38
2.8.2.6	Cross Light .....	38
2.8.2.7	Back Light .....	38
2.8.2.8	Side Back Light.....	38
2.8.2.9	Eye Light.....	39
2.8.2.10	Set Light.....	39
2.8.3	Kegiatan Shooting.....	40

2.8.3.1	Jadwal Shooting .....	40
2.8.3.2	Pemilihan Style .....	40
2.8.3.3	Menentukan Anggaran Dana ( <i>Budgeting</i> ).....	40
2.8.3.4	Menyeleksi Kru .....	41
2.8.4	Perekaman Suara.....	42
2.9	Pasca Produksi .....	43
2.9.1	Editing.....	43
2.9.2	Visual Effect .....	43
2.9.3	Pencampuran Audio dan Video .....	44
2.9.4	Rendering .....	45
2.10	Format Video Digital.....	45
<b>BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM.....</b>		<b>48</b>
3.1	Tinjauan Umum .....	48
3.1.1	Latar Belakang Perusahaan.....	48
3.1.2	Sejarah Berdirinya Kedai Ayam Heppii .....	48
3.2	Analisis Masalah.....	52
3.3	Analisis SWOT .....	53
3.3.1	Analisis Kekuatan ( <i>Strenght</i> ).....	53
3.3.2	Analisis Kelemahan ( <i>Weakeness</i> ) .....	54
3.3.3	Analisis Peluang ( <i>Oppurtunity</i> ) .....	55
3.3.4	Analisis Ancaman ( <i>Thearts</i> ).....	55
3.4	Solusi – solusi yang dapat diterapkan .....	57

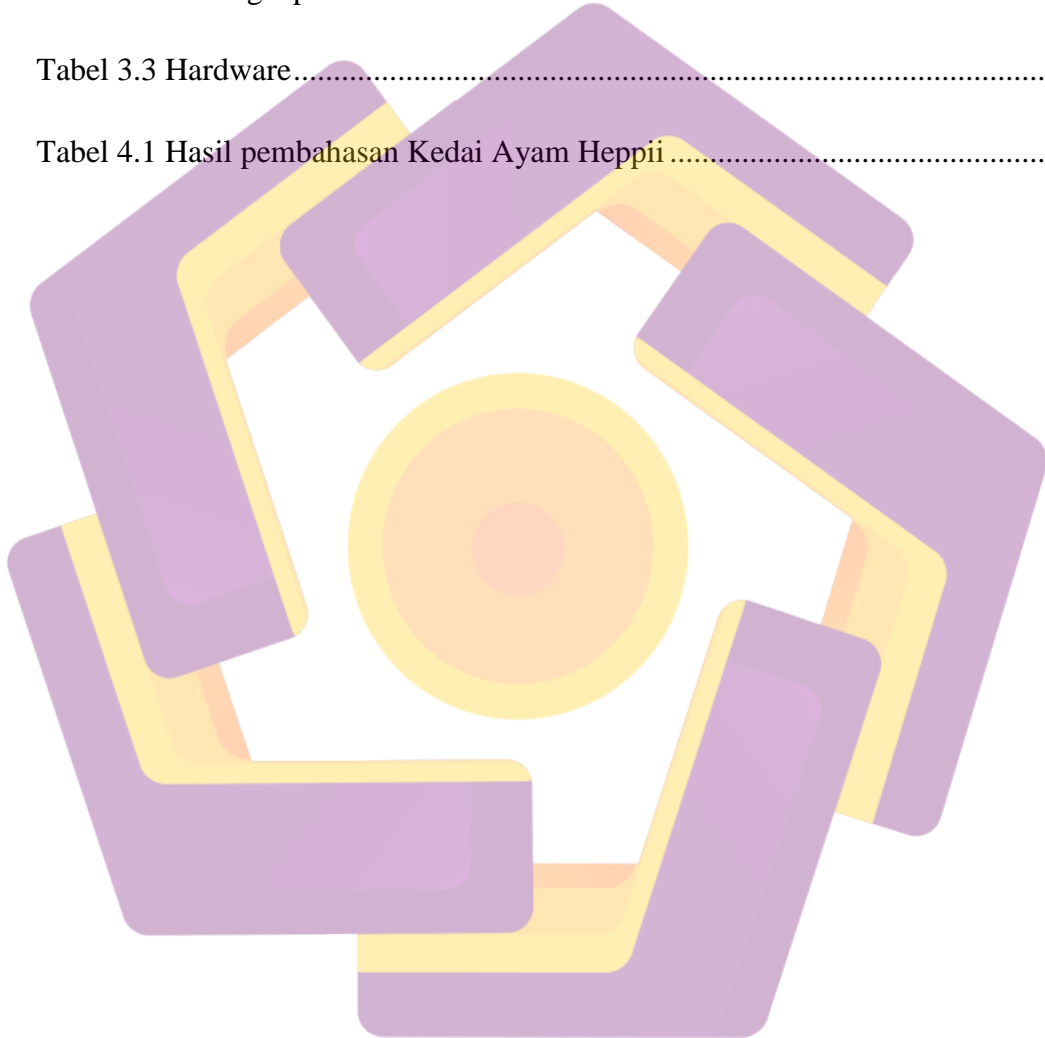
3.5	Analisi Kebutuhan Fungsional.....	58
3.6	Analisis Kebutuhan Non Fungsional.....	59
3.6.1	Kebutuhan Perangkat Keras ( <i>hardware</i> ).....	59
3.6.2	Kebutuhan Perangkat Lunak ( <i>software</i> ) .....	60
3.6.3	Kebutuhan Sumber Daya Manusia ( <i>Brainware</i> ).....	60
3.7	Tahapan Pra Produksi .....	62
3.7.1	Perancangan Ide dan Konsep .....	62
3.7.2	Rancangan Konsep Iklan .....	62
3.7.3	Tema .....	63
3.7.4	Sinopsis .....	64
3.7.5	Rancangan Naskah.....	64
3.7.6	Rancangan Storyboard .....	67
3.7.7	Rancangan Visual Effect (Motion Tracking dan Motion Graphic) .....	69
3.7.8	Penjadwalan .....	70
<b>BAB IV</b>	<b>IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>71</b>
4.1	Produksi.....	71
4.1.1	Penataan Lokasi .....	71
4.1.2	Penataan Cahaya .....	71
4.1.3	Pemilihan Angel Kamera.....	72
4.1.4	Pengambilan Gambar.....	72
4.1.5	Pengambilan Audio Narasi .....	73



4.2	Pasca Produksi.....	73
4.2.1	Compositing.....	73
4.2.1.1	Animasi untuk adegan Motion tracking.....	74
4.2.2	Penggabungan Objek dengan Tracker .....	76
4.2.2.1	Penggabungan objek <i>Tracking</i> dengan <i>Track Motion</i> .....	77
4.2.2.2	Penggabungan Objek <i>Tracking</i> dengan <i>Track Camera</i> .....	79
4.3	Editing .....	82
4.3.1	Editing Trim.....	82
4.3.2	Import dengan Menggunakan Adobe Dynamic Link .....	84
4.3.3	Final Rendering.....	85
4.4	Pembahasan.....	88
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>90</b>
5.1	Kesimpulan .....	90
5.2	Saran.....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>92</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Model Matrik Analisis SWOT.....	16
Tabel 3.1 Matrik SWOT .....	56
Tabel 3.2 Perlengkapan Produksi .....	59
Tabel 3.3 Hardware.....	60
Tabel 4.1 Hasil pembahasan Kedai Ayam Heppii .....	88





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Multimedia .....	9
Gambar 2.2 Manajemen periklanan (Sumber : Suyanto, 2004 : 3-4) .....	14
Gambar 2.3 Motion Tracking .....	19
Gambar 2.4 Window Kanvas Menunjukkan Tracker .....	22
Gambar 2.5 Storyboard .....	24
Gambar 2.6 Kamera <i>High Angel</i> .....	28
Gambar 2.7 Kamera <i>Low Angle</i> .....	29
Gambar 2.8 Kamera <i>Low Angle</i> .....	29
Gambar 2.9 Contoh <i>Extreme Close Up</i> (ECU) .....	31
Gambar 2.10 Contoh <i>Close Up</i> (CU) .....	32
Gambar 2.11 Contoh <i>Long Shoot</i> ( LS ) .....	33
Gambar 2.12 Contoh <i>Two Shoot</i> .....	34
Gambar 2.13 Contoh <i>Group Shoot</i> .....	34
Gambar 2.14 Contoh <i>Visual Effect</i> .....	44
Gambar 3.1 Profil Kedai Ayam Heppii .....	48
Gambar 3.2 logo Kedai Ayam Heppii .....	50
Gambar 4.1 Ayam Heppii .....	72
Gambar 4.2 <i>Import Per Layer</i> .....	74
Gambar 4.3 membuat <i>composition</i> baru .....	75
Gambar 4.4 mengatur posisi layar <i>motion graphic</i> .....	76

Gambar 4.5 menentukan titik <i>tracking</i> .....	77
Gambar 4.6 Menentukan <i>Motion Target</i> .....	78
Gambar 4.7 Pemindahan hasil tracking .....	78
Gambar 4.8 Proses <i>parent</i> .....	79
Gambar 4.9 Proses menganalisa titik tracking.....	80
Gambar 4.10 Membuat dan mengatur teks .....	80
Gambar 4.11 Proses <i>rotoscoping</i> .....	81
Gambar 4.12 Rotoscoping teks dan background .....	81
Gambar 4. 13 <i>warp stabilizier</i> .....	82
Gambar 4.14 hasil <i>trimming</i> dan <i>razool tool</i> .....	84
Gambar 4.15 <i>Adobe Dynamic Link</i> .....	84
Gambar 4.16 Proses <i>Import After Effect Composition</i> .....	85
Gambar 4.17 <i>Proses Export Video</i> .....	86
Gambar 4.18 Proses Pemilihan Format .....	86
Gambar 4.19 Pemilihan <i>Codec Video</i> .....	87
Gambar 4.20 Proses <i>Rendering</i> .....	87

## INTISARI

Pada masa saat ini perkembangan teknologi informasi semakin berkembang media promosi sebuah produk dimana sebagai inovasi untuk membantu masyarakat mendapatkan informasi. Di Dalam dunia promosi maupun bisnis sangat dibutuhkan sebuah media promosi sebagai alat untuk mengembangkan perusahaan dan mempromosikan suatu usaha dibidang kuliner. Media promosi menjadi salah satu yang dapat memberikan informasi yang lebih menarik. Layanan informasi dan promosi di setiap perusahaan menjadi peranan yang penting untuk menarik minat konsumen terhadap usaha tersebut.

Dengan menjadikan iklan sebagai media promosi, suatu usaha dan bisnis dapat meningkatkan pendapatan mereka. Iklan yang dibuat dengan kreatif akan terlihat lebih menarik dan inovatif. Teknik Motion Tracking yang diterapkan dalam pembuatan iklan adalah salah satu contohnya.

Media promosi ini berisikan video tentang berbagai menu makanan di Ayam Heppi. Dibuat dengan teknik Motion Tracking, penulis berharap iklan dapat memberikan informasi mengenai berbagai menu makanan di Ayam Heppi. Calon Customer juga diharapkan dapat merasakan berbagai menu makanan yang diproduksi dengan mengedepankan cita rasa yang berbeda.

Kata Kunci : promosi, multimedia, kuliner

## **ABSTRACT**

*In the current era of information technology is growing media promotion of a product where as innovation to help people get information. Inside the world of business promotion and desperately needed a media campaign as a tool to develop and promote a business enterprise in the field of culinary. Media campaigns into one that can provide more interesting information. Information services and promotion in every company becomes an important role to attract customers to the business.*

*By making advertising as a media campaign, a business and businesses can increase their income. Ads created by creative will look more attractive and innovative. Motion Tracking techniques applied in the manufacture of advertising is one such example.*

*This promotion media containing videos of various food menu at Chicken Heppi. Created with Motion Tracking technique, the authors hope advertisements can provide information about the various menus of food in Chicken Heppi. Prospective Customers also expected to taste a variety of foods that are produced by putting a different taste.*

*Keywords: promotion, multimedia, culinary*