

Penggunaan Teknik Motion Tracking Untuk Media Promosi di Kedai Ayam Hepi

Ade Priyatna

STMIK Nusa Mandiri Jakarta, ade.aeq@nusamandiri.ac.id

Abstrak

Pada masa saat ini perkembangan teknologi informasi semakin berkembang sehingga memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi. Dalam dunia promosi maupun bisnis sangat dibutuhkan sebuah media promosi sebagai alat untuk mengembangkan perusahaan dan mempromosikan suatu usaha. 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. Teknik Motion Tracking yang diterapkan dalam pembuatan iklan adalah salah satu contohnya. Media promosi ini berisikan video tentang berbagai menu makanan di sebuah usaha dalam hal ini Kedai Ayam Hepi dengan harapan media ini dapat memberikan informasi mengenai berbagai menu makanan di Kedai Ayam Hepi. Calon Customer juga diharapkan dapat merasakan berbagai menu makanan yang diproduksi dengan mengedepankan cita rasa yang berbeda.

Kata Kunci : promosi, media, iklan, kuliner

Abstract

At this time the development of information technology is growing, making it easier for people to get information. In the world of promotion and business, a media campaign is needed as a tool to develop the company and promote a business. Information and promotion services in each company become an important role to attract consumers' interest in the business. By making advertising a promotional medium, businesses and businesses can increase their income. Motion Tracking techniques that are applied in the making of advertisements is one example. This promotional media contains videos about various food menus in a business in this case Shop Ayam Hepi in the hope that this media can provide information about various food menus in Shop Ayam Hepi. Prospective Customers are also expected to be able to experience a variety of food menus produced by promoting different flavors.

Keywords: *promotion, media, advertising, culinary*

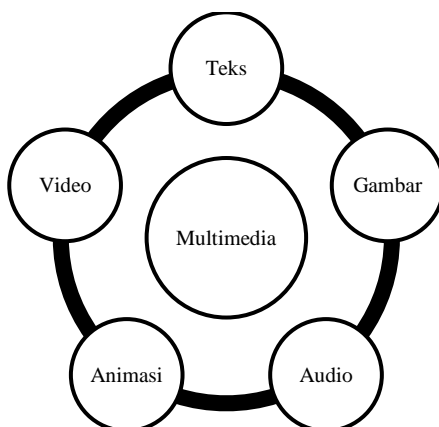
Diterima :06 Agustus 2018, Direvisi :08 Agustus 2018, Dipublikasikan : 15 Agustus 2018

Pendahuluan

Semakin berkembangnya teknologi khususnya dibidang multimedia , banyak perusahaan atau pengusaha yang memanfaatkan teknologi tersebut , Namun, pada keyataannya perkembangan dunia multimedia yang semakin pesat tersebut belum diterapkan pada Kedai Ayam Hepi untuk mempromosikannya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 1995: 671) multi sendiri berarti banyak; lebih dari satu; lebih dari dua, sedangkan media (KBBI, 1995: 640) mempunyai arti alat (sarana) komunikasi. Multimedia adalah sarana komunikasi yang memiliki komponen lebih

dari satu atau lebih sebagai sarana komunikasi. Menurut Tay Vaughan dalam bukunya *Multimedia Making it work* edisi 6 Multimedia merupakan kombinasi teks, seni, suara, animasi dan video yang disampaikan kepada anda dengan komputer atau peralatan manipulasi elektronik dan digital yang lain (Vaughan, 2006 : 3). Saat ini Kedai Ayam Hepii masih menggunakan media promosi cetak brosur yang kurang menarik sebagai media promosi.

Perlu adanya sebuah media yang lebih bagus untuk menunjang promosi dari Kedai Ayam Hepii yaitu dengan membuat sebuah video kreatif berbasis multimedia untuk membangun *branding* Kedai Ayam Heppii dengan menggunakan teknik motion tracking. Motion tracking (Lanier, L.,2010) adalah sebuah proses yang bertujuan melacak titik sebuah pergerakan pada sebuah video atau animasi. Sebenarnya penggunaan motion tracking tidak sebatas pada animasi, sejauh ini perkembangannya bahkan bisa untuk virtual reality, semacam mendeteksi pergerakan titik tangan pada sebuah layar, yang nantinya bisa digunakan untuk memicu perintah-perintah dalam computer dan Multimedia adalah pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, gambar bergerak (video dan animasi) dengan menggabungkan *link* dan *tool* yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi, dan berkomunikasi (Hofsetter, 2001 dikutip dalam Suyanto, 2005:21).



Gambar 1. Diagram Multimedia

Elemen Multimedia

1. Teks

Bentuk dan multimedia yang paling mudah disimpan dan dikendalikan adalah teks. Teks merupakan yang paling dekat dengan kita dan yang paling banyak kita lihat. Teks dapat membentuk kata, surat, atau narasi dalam multimedia yang menyajikan bahasa kita. Kebutuhan teks tergantung pada kegunaan aplikasi multimedia (suyanto 2003,2005 : 46).

2. Gambar

Gambar merupakan media penting saat orang mulai memvisualkan sebuah ide dalam bentuk grafis. Menurut kamus besar bahasa Indonesia edisi kedua departemen pendidikan dan kebudayaan , gambar adalah tiruan barang, orang, binatang, tumbuhan dan sebagainya yang dibuat dengan coretan pensil dan

sebagiannya pada kertas, kanvas dan sebagainya. Gambar juga merupakan sebuah penangkapan citra dari sebuah alat yang kemudian diproses menjadi seperti apa yang di citrakan oleh alat tersebut, seperti kamera, scanner dan lain sbegainya.

3. Video

Video merupakan sajian gambar dan suara yang ditangkap oleh sebuah kamera, kemudian disusun ke dalam urutan frame untuk dibaca dalam satuan detik (Sofyan dan Purwanto, 2008:4). Pada sebuah multimedia sebuah video sangatlah dibutuhkan untuk menunjang kinerja dari sistem multimedia tersebut, beberapa format file audio antara lain MPG, JPG, MP4 dan yang lainnya.

Video menyediakan sumber daya yang kaya dan hidup bagi aplikasi multimedia (Suyanto, 2005 : 279). Sedangkan menurut KBBI edisi kedua terbitan Departemen pendidikan dan kebudayaan video adalah rekaman gambar hidup yang ditampilkan lewat pesawat televisi. Dalam video terdapat beberapa standar yang dapat dipakai saat ini.

Menurut Suyanto dalam bukunya Multimedia alat untuk Bersaing menyatakan bahwa standar video yang bisa di pakai saat ini diantaranya adalah, NTSC, PAL, SECAM, HDTV (Suyanto, 2003, 2005 : 283).

4. Animasi

Animasi merupakan penggunaan computer untuk menciptakan grafis atau gambar bergerak menggunakan sekumpulan gambar yang berbeda pada tiap frame suatu film. Ada sembilan jenis animasi yaitu : Animasi Sel, Animasi Frame, Animasi Sprite, Animasi Lintasan, Animasi Spline, Animasi Vector, Animasi Karakter, Animasi Computational, dan morphing.

Animasi adalah paparan urutan gambar yang setiap satunya terdapat sedikit perbedaan untuk menghasilkan satu pergerakan secara berkelanjutan. Animasi merupakan satu teknologi yang menyebabkan gambar keliihatan seolah - olah hidup, dapat bergerak, beraksi dan bersuara. Animasi akan sangat menarik perhatian pemirsa untuk menghilangkan kejenuhan pemirsa yang menonton.

5. Audio

Multimedia tanpa suara hanya disebut unimedia, bukan multimedia (suyanto, 2003), oleh karena itu sistem atau aplikasi yang berbasiskan multimedia wajib menyertakan suara dalam sistemnya. Beberapa format file suara yaitu MP3, DAT, MIDI, dan yang lainnya. Suara merupakan energi, seperti gelombang yang menghantam pantai berpasir, dan terlalu banyak volume yang secara permanen dapat merusak mekanisme penerimaan yang rentan di belakang gendang telinga anda, biasanya memekakan telinga anda pada *range* frekuensi 6 kHz (Vaughan : 2006 : 92).

Metode

Metode Pengumpulan Data

Sebagai usaha dalam memperoleh data yang benar, rerlavan dan terarah sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian :

A. Metode Obeservasi

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

B. Metode Wawancara (interview)

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

C. Perancangan

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

Hasil dan Pembahasan

Tahapan Pra Produksi

Tahap dimana semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi sebelum video profile Kedai Ayam Hepii diproduksi secara nyata.

1. Perancangan Ide dan Konsep

Ide adalah suatu cerita dan konsep merupakan suatu rancangan dalam pembuatan gambaran sebuah karya. Penggabungan kreatifitas yang dikombinasikan dengan situasi keseharian pada iklan tersebut, untuk membangun dan mempromosikan. Beberapa referensi juga dibutuhkan untuk mewujudkan imajinasi yang ada dalam sebuah karya.

Pada video promosi ini akan menampilkan seseorang yang sedang menikmati hidangan ayam goreng di Kedai Ayam Heppii, menampilkan menu makanan dan harga makanan yang ditampilkan, serta promosi terhadap pelanggan untuk memberikan kenyamanan. Dengan Kombinasi live shoot, *visual effect*, *motion Tracking* dan *motion graphic* yang akan diterapkan di dalam video promosi ini.

2. Rancangan Konsep Iklan

Iklan media promosi ini berdurasi 30 detik yang berisi penerapan teknik motion tracking dan livenesshoot. Iklan yang berbentuk video ini mencakup beberapa hal informasi dari Kedai Ayam Heppii yaitu dengan menggambarkan harga yang terjangkau dan sajian menu makan. Pada iklan ini menampilkan seseorang yang sedang menikmati harumnya ayam bakar. Video diawali seorang yang duduk menikmati sensasi ayam bakar yang ada di tangannya. Bumbu-bumbu yang ada di atas cobek juga menambah kesan grafitasi untuk menambah visual yang akan dibuat. Setelah proses bumbu dibuat masuk ayam ke dalam adonan bumbu dan kuas untuk mengoles permukaan dari daging ayam tersebut. Ayam pun masuk ke dalam panggangan untuk proses pembakaran, kemudian muncul visualisasi *motion tracking* pada setiap menu makanan yang di jelaskan dan harga disetiap menu makanan yang ditampilkan. Masuk ke scene animasi yang memberikan nilai animasi untuk video berikut dengan menganimasikan icon-icon gambar alamat dan media sosial agar dapat menginformasikan suatu iklan promosi tersebut. Flashback ke ceirta seseorang lelaki yang menikmati harumnya ayam bakar, lahap nya seseorang itu makan dengan penuh dengan penghayatan. Visualisasi yang ditayangkan dalam video ini bertujuan untuk menganimasikan video dan menjelaskan kenikmatan dari suatu makan yang ditampilkan seperti menu makanan yang paling utama dan harga yang ditampilkan. Serta logo dari Kedai Ayam Heppii dan kontak person yang ditayangkan di akhir video.

3. Rancangan Naskah

Naskah dirancang dengan sederhana, dengan tujuan awal mewujudkan konsistensi dari tema yang dirancang. Pengambilan gambar dan pembuatan iklan promosi telah diatur dalam storyboard hal ini untuk memudahkan perancangan naskah untuk melakukan pengambilan gambar.

Scene 1 : Seseorang laki-laki sedang menghirup menikmati harumnya kelezatan ayam bakar yang ada di tangannya,

Narasi : hemm, nikmati harumnya cita rasa ayam heppii

Audio : Sound Intrumental

Durasi : 4 detik

Scene 2 : butiran bumbu di atas cobek bertaburan dari atas dengan teknik slow motion

Narasi : sensasi sambalnya yang begitu luar biasa pedasnya !!!

Audio : Sound Intrumental

Durasi : 4 detik

Scene 3 : memasukan ayam ke dalam bumbu yang sedang di masak

Narasi : rahasia kelezatan bumbu pilihan yang di racik hingga meresap ke dalam ayam

Audio : Sound intument

Durasi : 1 detik

Scene 4 : kuas diatas merupakan proses pengolesan secara merata dari daging ayam

Narasi : -

Audio : sound intrumet

Durasi : 3 detik

Scene 5 : muncul teks tampilan harga, menu pilihan ayam bakar, ikan dan teks tracking untuk menjadikan daya tarik konsumen secara jelas.

Narasi : sajian menu yang ditawarkan sangat bervariasi (ayam bakar, jamur, gurameh, cak kangkung dan masih banyak lainnya)

Audio : sound intrumet

Durasi : 8 detik

Scene 6 : Tampilan logo muncul serta kontak person yang bisa dihubungi

Narasi : untuk lebih lanjut hubungi kontak person dibawah ini

Audio : sound instrument

Durasi : 5 detik

Scene 7 : flashback seseorang yang sedang menikmati harumnya ayam, melanjutkan sedang memakan ayam dengan penghayatan.

Narasi : nikmatnya di ayam heppii !!!




Audio : sound instrument

Durasi : 5 detik

4. Rancangan Storyboard

Storyboard merupakan rangkaian gambar manual yang dibuat secara keseluruhan sehingga menggambarkan suatu cerita. Berikut merupakan *storyboard* yang akan menjadi alur cerita sebelum video dibuat pada video iklan berdurasi 30 detik :

Tabel 1. Rancangan Storyboard

<p>FRAME : 01 <u>Medium</u> Seseorang yang sedang mencium harum nya ayam bakar Efek : percikan animasi 4 detik</p>		<p>Music : instrument</p>
<p>FRAME : 02 <u>Close Up</u> bumbu di atas cobek bertaburan dari atas efek : api 4 detik</p>		<p>Music : instrument</p>
<p>FRAME : 03 <u>Close Up</u> ayam masuk ke dalam bumbu yang sedang di masak efek : percikan air 1 detik</p>		<p>Music : instrument</p>

FRAME : 04

Close Up

Proses pengolesan secara merata ke permukaan daging ayam
3 detik



Music :
instrument

FRAME : 05

Close Up

Tampilan menu makanan yang dipopulerkan.
8 detik



Music :
instrument

FRAME : 06

Close Up

Tampilan logo muncul serta kontak person yang bisa dihubungi
5 detik



Music :
instrument

FRAME : 07

Close Up

Flaskback seseorang melanjutkan makan ayam ditanganya
Efek : animasi kembang api
5 detik





Music :
instrument

5. Rancangan Visual Effect (Motion Tracking dan Motion Graphic)

Visual effect motion tracking ini ditunjukkan untuk menambah kesan dengan iklan yang belum pernah dibuat. Dengan menerapkan *motion tracking* dan *motion graphic* ini akan menghasilkan sebuah karya yang akan lebih hidup yaitu berupa video. Untuk merancang sebuah *visual effect* diperlukan perhitungan yang matang saat pengambilan gambar. Untuk menjaga sinkronisasi hasil penggabungannya menggunakan *software After Effect*. *Motion tracking* bertujuan untuk memberikan kesan dinamis pada sebuah pergerakan objek yang susah diwujudkan saat *live shoot* dan *motion graphic* memberikan gambaran untuk penganimasian agar terlihat semenarik mungkin. Penerapan *motion tracking* yang nanti akan digunakan adalah *tracking* sedangkan untuk *motion graphic* penerapannya yang dibuat adalah berupa icon-icon yang bergerak.

Tabel 2. Pembahasan Kedai Ayam Heppi

No	Kebutuhan Fungsional	Pembahasan	Pembuktian	Status
1	Mampu menampilkan informasi produk menu makanan terpopuler beserta harga yang ditampilkan di kedai Ayam Heppi.	Pada detik 00.12-00.20 menampilkan menu makan yang dipopulerkan		Terpenuhi
2	Mampu menginformasikan Kedai Ayam Heppi sebagai rumah makan melalui visual, sehingga bisa menjalankan fungsinya sebagai media promosi video <i>online</i> , seperti Youtube.	Pada detik 00.22-00.24 memberikan animasi dengan tujuan media social dan alamat agar bisa mempromosikanya melalui media online.		Terpenuhi
3	Mampu menampilkan visual teknik <i>motion tracking</i> dan <i>motion graphic</i>	Hampir di setiap detik menampilkan <i>motion tracking</i> dan <i>motion graphic</i> .		Terpenuhi

Simpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisa dan penjelasan yang telah diuraikan diatas maka dapat diambil kesimpulan mengenai implemementasi teknik motion tracking untuk media promosi di Kedai Ayam Heppii. adapun sebagai berikut :

1. Membangun media iklan melalui video dengan menggunakan teknik motion tracking, motion graphic dan live shoot.
2. Membantu pembuatan sebuah media promosi dari sebelumnya media cetak yang kurang efektif.
3. Tracker yang baik untuk mendapatkan hasil tracking yang lebih akurat merupakan tracker bertanda plus pada titik tracker. Penentuan titik tracking pun juga selalu diletakan ke pada objek agar tidak keluar dari frame kamera yang akan di tracking, ini akan menghasilkan tracking yg lebih baik sehingga menjadi acuan fokus objek yang akan di tracking.
4. Iklan yang dibuat mencakup tentang informasi menu favorit , alamat dan contact yang ada pada kedai Ayam Heppii

Saran

1. Dalam pengembangan video ini perlu adanya teknik-teknik baru
2. Menambahkan durasi yang lebih lama bisa membuat lebih mengexplore ide-ide yang akan kita tuangkan dalam proses pengeditan.

Daftar Pustaka

- KBBI,. (1995). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Surakarta: Bringin 55, Inc. hal: 640, 671.
- Lanier, L. (2010). Profesional Digital Compositing :Assential Tools And Techniques. Canada: Wiley Publishing, Inc,108.
- Purwanto, Agus dan Sofyan, Amir Fatah. (2008). Digital Multimedia: Animasi, Sound Editing, &VideoEditing. Yogyakarta: Andi Offset, Inc: 4.
- Suyanto,M. (2004). Analisis & Desain Aplikasi Multimedia Untuk Pemasaran. Yogyakarta: Andy Offset.
- Suyanto, M. (2005). Multimedia Alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing, Hofsetter, Yogyakarta: Andi Offset Inc.:46.
- Suyanto, M. 2005. Strategi Perancangan Iklan Televesi Perusahaan Top Dunia (Yogyakarta:Andi Offset, 2005)
- Vaughan, T. (2006). Multimedia Making it Work.Yogyakarta: Andi, Edisi keenam Inc, 3.