

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN PRODUK SEPATU CASUAL  
ADIDAS UNTUK TOKO ONLINE WWW.3FSNKR.COM**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Adityo Wiraputra**

**11.22.1378**

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

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN PRODUK SEPATU CASUAL  
ADIDAS UNTUK TOKO ONLINE WWW.3FSNKR.COM**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana S1  
pada jurusan Sistem Informasi



disusun oleh

**Adityo Wiraputra**

**11.22.1378**

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

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN PRODUK SEPATU CASUAL  
ADIDAS UNTUK TOKO ONLINE WWW.3FSNKR.COM**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Adityo Wiraputra**

**11.22.1378**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
Pada tanggal 3 Desember 2012

**Dosen Pembimbing,**



**Kusnawi, S.Kom, M.Eng.**  
**NIK. 190302112**

# PENGESAHAN

## SKRIPSI

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN PRODUK SEPATU CASUAL  
ADIDAS UNTUK TOKO ONLINE WWW.3FSNKR.COM**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Adityo Wiraputra**

**11.22.1378**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 20 Januari 2015

### Susunan Dewan Penguji

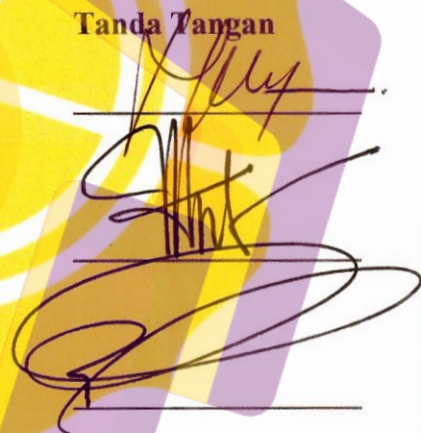
**Nama Penguji**

**Hanif Al Fatta, M.kom**  
**NIK. 190302096**

**Melwin Syafrizal, S.Kom, M.Eng**  
**NIK. 190302105**

**Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom.**  
**NIK. 190302215**

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 5 Maret 2015

**KETUA STAF 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 isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, 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 tanggungjawab saya pribadi.

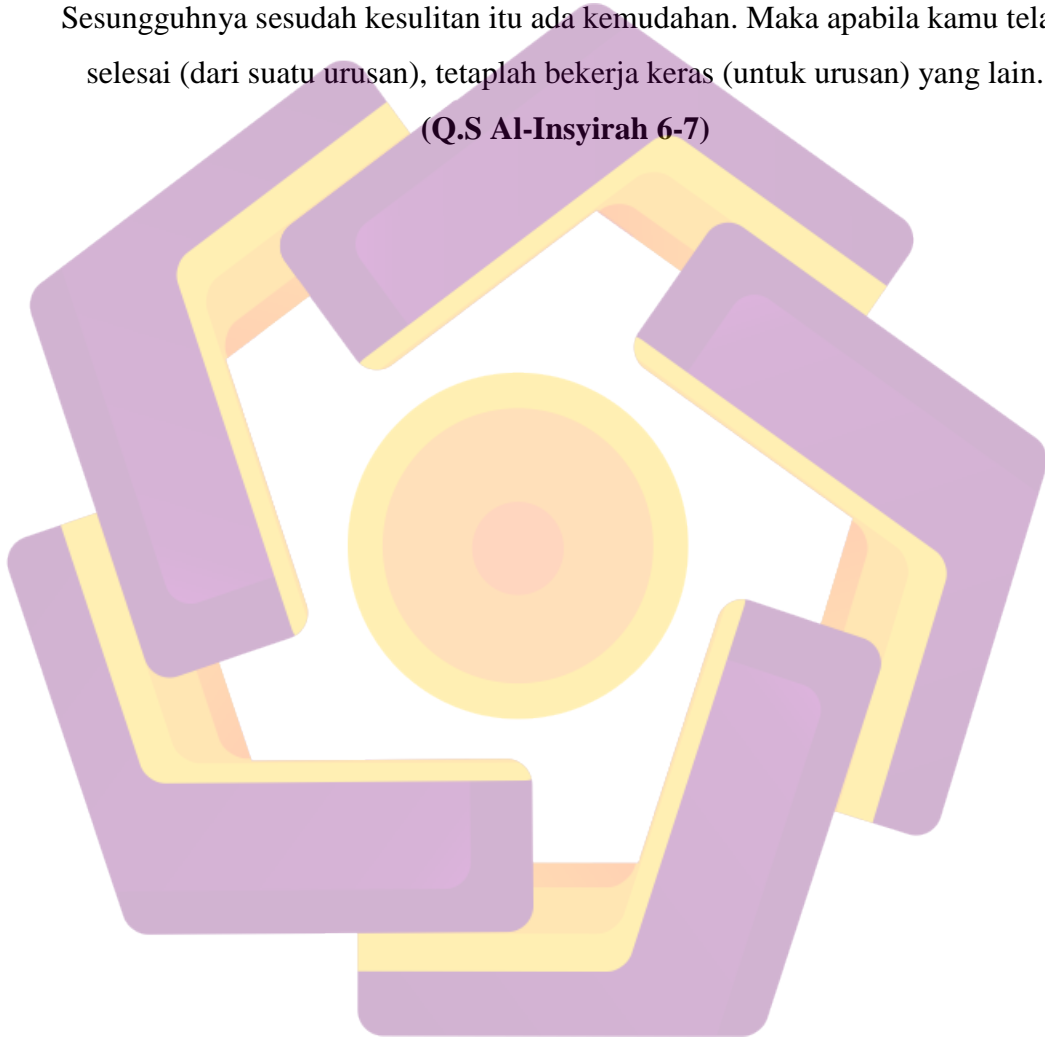
Yogyakarta, 23 Februari 2015

Adityo Wiraputra  
NIM. 11.22.1378

## **MOTTO**

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui. **(Q.S Al-Baqarah 216)**

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetapkanlah bekerja keras (untuk urusan) yang lain.  
**(Q.S Al-Insyirah 6-7)**



## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah Robbal Alamin, atas ridha, rahmat dan hidayah ALLAH SWT, saya dapat menyelesaikan amanat: skripsi ini dengan baik, Karya sederhana ini ku persembahkan untuk;*

- ✓ Ibu dan Bapakku, yang tanpa kenal lelah mendukungku, memberikan kepercayaan dan memberiku motivasi dalam segala hal serta memberikan kasih sayang yang teramat besar yang tak mungkin bisa ku balas dengan apapun.
- ✓ Bidadari UIN Sukijo Yulianty Harun....yang tulus dan senantiasa menemani dalam segala kepayahan usaha mencapai gelar ini, yang selalu memotivasiku...Neve'Giv'Up!
- ✓ Saudaraku Aditya W.Putra yang selalu memberi dukungan teknis juga memberikan spirit...*We have a Strength to Endure!..bro (Ayo segera menyusul..)*
- ✓ Seluruh Keluarga WRS..Mbahe (yg slalu mendoaakan dan mberi sangu..he2), Pakdhe, Budhe, Om, Bulek, Gendoyo2, Ciprut, Untuk Om Nur (Alm.) Om akhirnya bisa selesai Amanat ini..(pdahal pgn ajak jalan2 kjjja lg skalian syukuran..miss u...the best)
- ✓ Seluruh Keluarga MGL..Pakdhe Budhe, Inung a.k.a Inok dengan supportnya..Lets Game!(sgera nyusul jg..)
- ✓ Semua Teman2 Saudara2ku...Dendy Sunda (thanx bwt suaranya), Sudilla (thanx dubbingnya), Eqlima Semangat (thanx bwt semangatnya), Titta, Ndiroh, Ina, Indah, Lina Ena, Uri,Uda, Amin, Na'im , Ali Pwd dan Smua temen2 UIN Sukijo.
- ✓ Semua Teman2 Kost Nabila 122A..ada Edy'iyot, Agoeng'Jek, Yudha'Simbah, Teguh 'Haho, Surya 'Bali, Aan'Tholib, May'munah, Indra'jhon, Dedex, Ardi'Keos, Adi'Sunda...My Brother Maz Rizal (thanx atas ilmu dan pinjaman Scannernya) , Mr Agung (thanx kpn kuliner lg) , Pak Anwar, Maz Ufly ..dan Maz Jaffar jg Mbak Sumi...Trims...
- ✓ Semua Keluarga besar Masjid W.S. (neve'forge') Pak Amin, Pak Man, Pak Nur, Pak Wadigan, Pak Heri, Pak Sukir, Pak Rudy, Pak Topan, Pak Zaenuri, Pak Wahyu, Pak Yono ( Terima Kasih buat nasihat dan ilmunya..) My brother Arief Rianto (thanx 4all support), MazBro Imam, Maz Aman, Maz Halim (thanx bwt ilmunya..) Mbak Muza, Maz Teguh, Tari, dan semua Jamaah Masjid W.S.. Barakallah...

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT karena hanya berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis dan Perancangan Iklan Produk Sepatu Casual Adidas Untuk Toko Online [www.3fsnkr.com](http://www.3fsnkr.com)".

Dewasa ini perkembangan bisnis online, seperti toko online atau pun e-commerce di Indonesia begitu pesat seiring dengan perkembangan teknologi informasi (internet) dan juga penggunaannya. Menurut data Frost & Sullivan, pertumbuhan e-commerce di Indonesia mencapai rata-rata 17 persen per tahunnya. Sementara menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 28 persen dari total jumlah penduduk Indonesia.

Untuk perusahaan yang memiliki usaha bisnis dalam memperdagangkan barangnya seperti toko sepatu, media periklanan online merupakan hal yang penting. Ditambah lagi persaingan penjualan sepatu saat ini semakin menjamur dalam kehidupan masyarakat. Tujuan menggunakan media internet agar dapat membantu dalam memberikan pengenalan produk secara tepat dan tidak memandang ruang ataupun waktu. Strategi pemasaran ini banyak dipakai karena memiliki peranan penting dalam dunia bisnis dan memiliki jangkauan pasar yang luas.

Penulis banyak mengucapkan syukur dan terimakasih kepada :

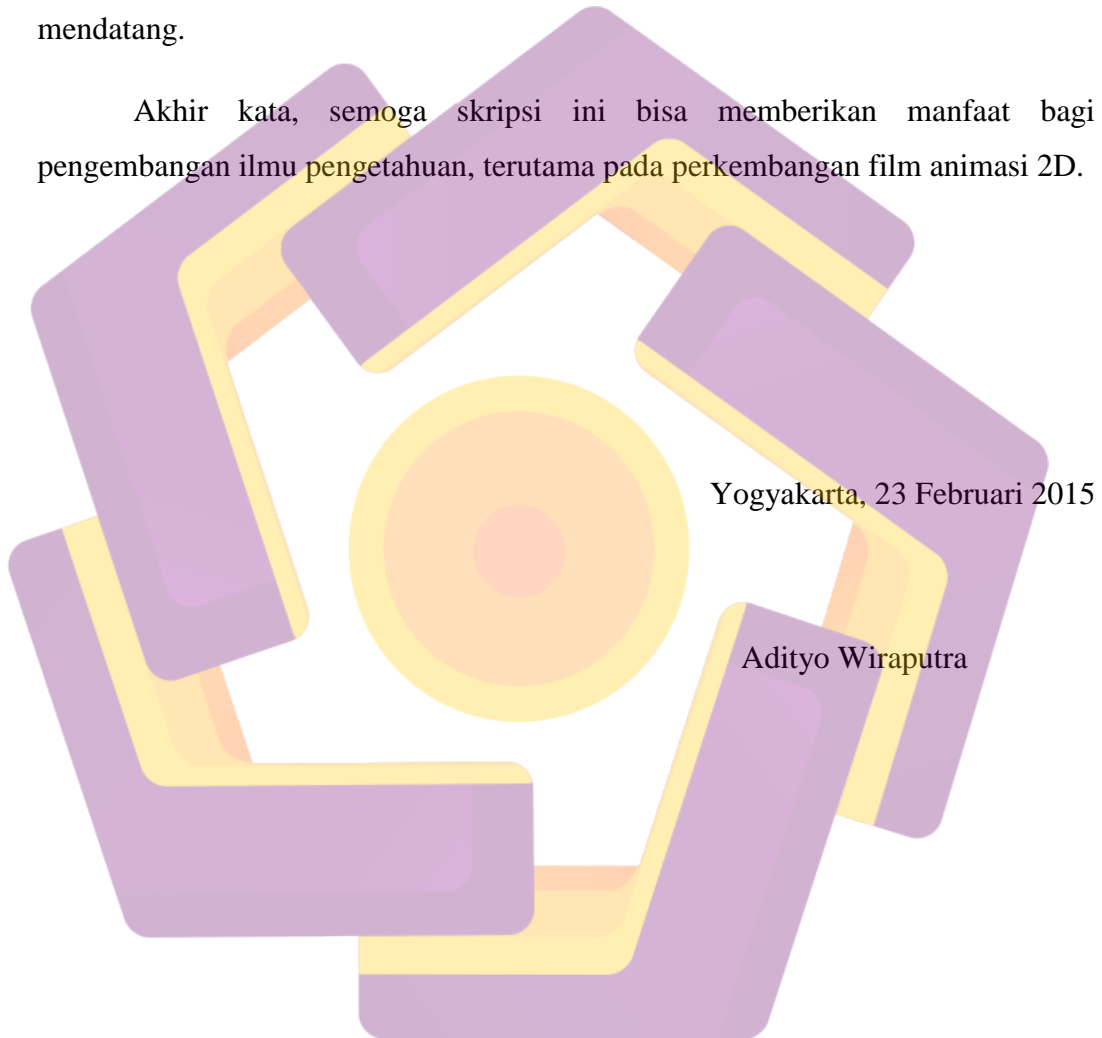
1. Bapak Kusnawi S.Kom, M.Eng selaku dosen pembimbing yang dengan sabar mengarahkan dan membimbing sehingga skripsi ini bisa selesai dengan baik.
2. Bapak Melwin Syarizal S.Kom, M.Eng selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan kritik sehingga skripsi ini tidak melenceng dari pokok pembahasan.
3. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom. selaku dosen penguji yang dengan cermat memberikan masukan-masukan dan saran kritik sehingga skripsi ini bisa menjadi lebih baik.
4. Bapak Bambang Sudaryatno, Drs, MM. selaku ketua jurusan sistem informasi yang telah memberikan izin dan nasihat sehingga penulis bisa menyelesaikan studinya.



5. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku ketua Stmik Amikom Yogyakarta yang telah menginspirasi penulis untuk tetap semangat pantang menyerah dalam menyelesaikan skripsi dan gelar ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama pada perkembangan film animasi 2D.



Yogyakarta, 23 Februari 2015

Adityo Wiraputra

## DAFTAR ISI

Lembar Judul .....	i
Persetujuan .....	ii
Pengesahan .....	iii
Pernyataan Keaslian .....	iv
Motto .....	v
Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
Intisari .....	xiv
Abstract .....	xv
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Penelitian .....	3
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
1.6 Metode Penelitian .....	5
1.7 Sistematika Penulisan .....	6
II. LANDASAN TEORI .....	8
2.1 Tinjauan Pustaka .....	8
2.2 Definisi Konsep Periklanan .....	9
2.2.1 Pengertian Daya Tarik Iklan .....	9
2.2.2 Brand Image .....	10
2.3 Konsep Dasar Multimedia .....	10
2.3.1 Pengertian Multimedia .....	10
2.4 Elemen-elemen Multimedia .....	12

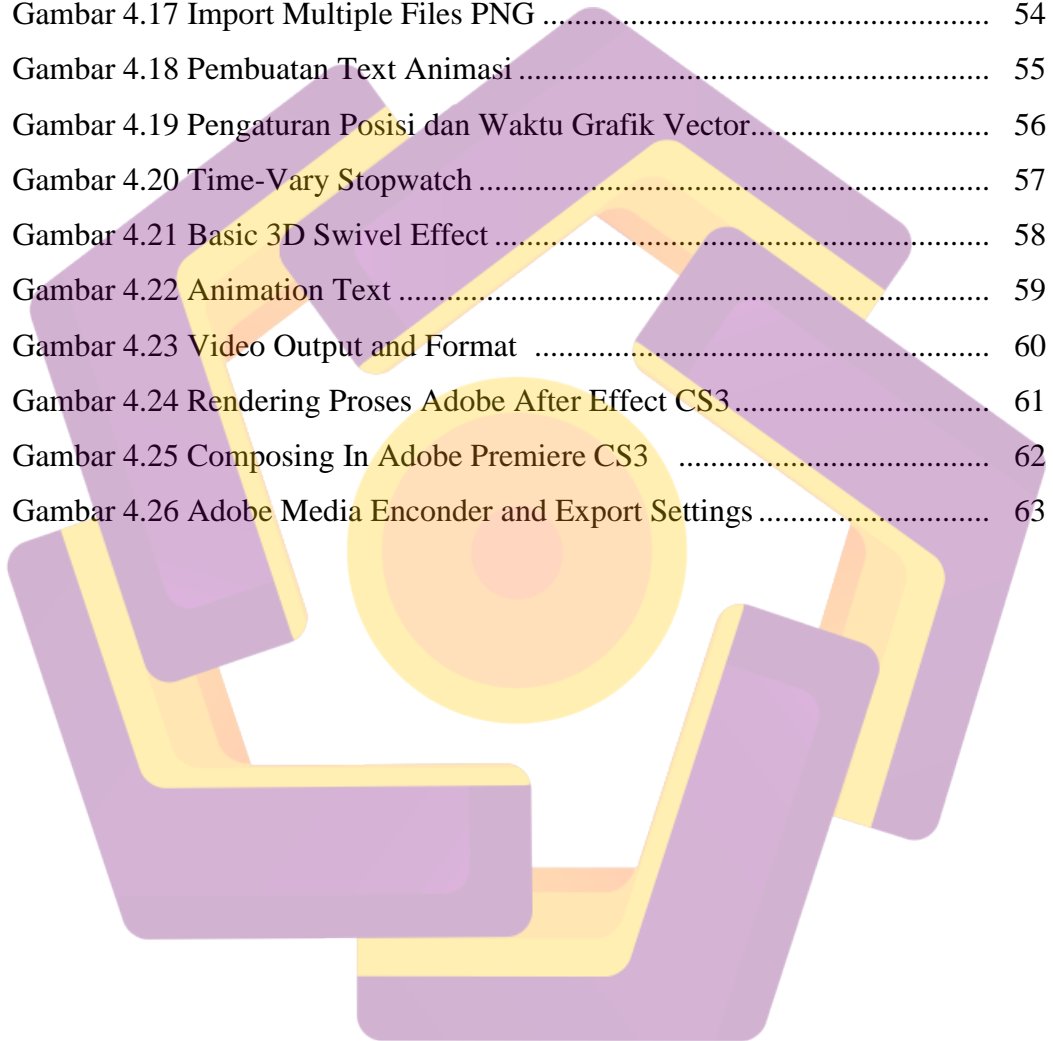
2.4.1 Texts .....	12
2.4.2 Audio .....	12
2.4.3 Image (Gambar) .....	13
2.4.4 Video.....	13
2.4.5 Animasi .....	15
2.5 Pengembangan Aplikasi (Sistem) Mutimedia.....	17
2.5.1 Siklus Hidup Pengembangan Aplikasi Multimedia .....	17
2.5.2 Mendefinisikan Masalah .....	18
2.5.3 Merancang Konsep .....	21
2.5.4 Merancang Isi Multimedia .....	22
2.5.5 Merancang Naskah.....	22
2.5.6 Merancang Grafik .....	23
2.5.7 Memproduksi Sistem Multimedia.....	24
2.5.8 Pengetesan Sisem Multimedia .....	24
2.5.9 Penggunaan Sistem Mutimedia.....	25
2.5.10 Pemeliharaan Sistem Multimedia .....	25
2.6 Macam-macam Struktur Aplikasi Multimedia .....	25
2.6.1 Struktur Linier.....	27
2.6.2 Struktur Hierarki .....	27
2.6.3 Struktur Piramid.....	28
2.6.4 Struktur Polar .....	28
2.7 Sistem Perangkat Lunak (Software) Multimedia.....	29
2.7.1 Adobe After Effect CS3 Professional .....	29
2.7.2 Adobe Premiere Pro CS3 .....	30
2.7.3 Adobe Audition 0.3.....	32
2.7.4 Corel Draw X6 .....	33
2.8 Spesifikasi Perangkat Keras yang Digunakan.....	33
III. ANALISIS DAN PERANCANGAN .....	36
3.1 Tinjauan Umum Perusahaan .....	36

3.1.1 Profil Perusahaan .....	36
3.1.2 Deskripsi 3fsnkr .....	37
3.2 Visi dan Misi.....	37
3.2.1 Visi .....	37
3.2.2 Misi .....	38
3.3 Tampilan Website www.3fsnkr.com .....	38
3.3.1 Homepage 3fsnkr.com .....	38
3.3.2 Customer Login.....	39
3.3.3 How To Order .....	30
3.4 Analisis.....	40
3.4.1 Analisis SWOT .....	40
3.4.2 Strategi Perancangan Iklan.....	48
3.5 Merancang Naskah dan Storyboard .....	50
<b>IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
4.1 Tahap Produksi .....	56
4.1.1 Shooting .....	56
4.1.2 Acting .....	59
4.1.3 Creating Effect Video .....	60
4.1.4 Recording Sound & Effect .....	63
4.1.5 Create Animation Graphic & Text .....	67
4.2 Tahap Pasca Produksi .....	77
4.2.1 Composing .....	77
<b>V. PENUTUP .....</b>	<b>79</b>
5.1 Kesimpulan .....	79
5.2 Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Siklus pengembangan aplikasi multimedia .....	9
Gambar 2.2 Rincian Siklus Pengembangan Aplikasi Multimedia .....	10
Gambar 2.3 Icon yang Digunakan untuk Mendesain Struktur Aplikasi .....	11
Gambar 2.4 Desain Struktur Linier .....	12
Gambar 2.5 Desain Struktur Hierarki .....	13
Gambar 2.6 Desain Struktur Piramid .....	14
Gambar 2.7 Desain Struktur Polar .....	17
Gambar 2.8 Adobe After Effect CS3 Professional .....	19
Gambar 2.9 Adobe Premiere Pro CS3 .....	20
Gambar 2.10 Adobe Audition 0.3 .....	21
Gambar 2.11 Corel Draw X6 .....	22
Gambar 3.1 Homepage 3fsnkr .....	23
Gambar 3.2 Customer Login 3fsnkr.....	24
Gambar 3.3 Cara Order 3fsnkr.....	25
Gambar 3.4 Rancangan Storyboard .....	31
Gambar 4.1 New Project Adobe Premiere CS3 .....	32
Gambar 4.2 File Import Adobe Premiere CS3.....	34
Gambar 4.3 Razor Tool di Timeline .....	35
Gambar 4.4 Shooting Scene 1 dan Scene 4.....	36
Gambar 4.5 Acting Tokoh Utama Pemimpin Rombongan .....	36
Gambar 4.6 Composition Settings Adobe After Effect CS3.....	37
Gambar 4.7 File Import dan Effect CC Radial Blur .....	39
Gambar 4.8 Pengaturan Effect CC Radial Blur di Timeline.....	40
Gambar 4.9 Import Music Background .....	41
Gambar 4.10 Selection Music Background .....	47
Gambar 4.11 Setting Background Sound.....	48
Gambar 4.12 Save Format and MP3 Compression Option.....	49

Gambar 4.13 New Project and Composition Settings.....	50
Gambar 3.14 Freehand Tool and Shape Tool Corel Draw X6.....	51
Gambar 4.15 Color Balance (HLS) Effect.....	52
Gambar 4.16 Graphic Vector Adidas di Corel Draw X6.....	53
Gambar 4.17 Import Multiple Files PNG .....	54
Gambar 4.18 Pembuatan Text Animasi .....	55
Gambar 4.19 Pengaturan Posisi dan Waktu Grafik Vector.....	56
Gambar 4.20 Time-Vary Stopwatch .....	57
Gambar 4.21 Basic 3D Swivel Effect .....	58
Gambar 4.22 Animation Text .....	59
Gambar 4.23 Video Output and Format .....	60
Gambar 4.24 Rendering Proses Adobe After Effect CS3.....	61
Gambar 4.25 Composing In Adobe Premiere CS3 .....	62
Gambar 4.26 Adobe Media Encoder and Export Settings .....	63



## INTISARI

Era baru saat ini di dunia bisnis semakin ketat dan dalam memperkuat bisnis banyak perusahaan mempergunakan media-media periklanan untuk memasarkan barang dagangannya. Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat membuat beralihnya media periklanan ke media internet. Internet termasuk salah satu cara yang lebih menarik dalam menggunakan Web sebagai basis untuk aplikasi bisnis secara lebih luas sekaligus memperluas informasi dan sebagai sarana komunikasi antar konsumen dengan perusahaan.

Untuk perusahaan yang memiliki usaha bisnis dalam memperdagangkan barangnya seperti toko sepatu, media periklanan online merupakan hal yang penting. Ditambah lagi persaingan penjualan sepatu saat ini semakin menjamur dalam kehidupan masyarakat. Salah satu toko sepatu online adalah 3fsnkr menjual berbagai macam produk sepatu sport dan casual bermerk, dalam mempromosikan produknya kurang detail karena hanya memaparkan gambar atau photo produk sehingga kurang menarik minat konsumen.

Dengan menggunakan iklan Mutimedia pada toko online akan memberikan gambaran gaya hidup pemakai produk sepatu adidas originals sehingga dapat menambah nilai jual produk.

**Kata Kunci :** Iklan mutimedia , 3fsnkr, Toko sepatu online.

## ABSTRACT

*A new era in the world of business today is getting tight and in strengthening the business many companies use media advertising to market their wares. The development of information technology very rapidly making the shift to Internet media advertising media. Internet is one of the more interesting ways to use the Web as a basis for broader business applications as well as expand the information and as a means of communication between the consumer with the company.*

*For companies that have business in the trade of goods such as shoe stores, online advertising media is important. Plus current shoe sales competition has mushroomed in public life. One of the online shoe store is 3fsnkr sells a wide range of products branded sports shoes and casual, in promoting its products less detail because only describe images or pictures of products that are less consumer interest.*

*Using Multimedia advertising on the online store will provide an overview lifestyle footwear adidas originals product users so that they can add value to the product.*

**Keywords:** Advertising multimedia, 3fsnkr, online shoes store.