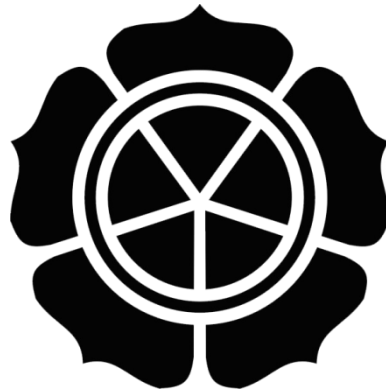


**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN  
PADA CV QUICK RELOAD  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Tri Margono  
10.22.1236**

**JURUSAN SISTEM INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM  
YOGYAKARTA  
2012**

**ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN  
PADA CV QUICK RELOAD  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagai persyaratan  
mencapai derajat Sarjana S1  
pada jurusan Sistem Informasi



disusun oleh

**Tri Margono  
10.22.1236**

**JURUSAN SISTEM INFORMASI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AMIKOM  
YOGYAKARTA  
2012**

# **PERSETUJUAN**

## **SKRIPSI**

**Analisis Dan Perancangan Iklan  
Pada CV. Quick Reload  
Yogyakarta**

**Yang di Persiapkan dan di Susun Oleh**

**Tri Margono**

**10.22.1236**

**Telah di setujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi**

**Pada Tanggal 04 Desember 2012**

**Dosen Pembimbing**



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

# PENGESAHAN

## SKRIPSI

**Analisis Dan Perancangan Iklan**

**Pada CV. Quick Reload**

**Yogyakarta**

**Yang di Persiapkan dan di Susun Oleh**

**Tri Margono**

**10.22.1236**

Telah di setujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
Pada Tanggal 15 Desember 2012

Susunan Dewan Penguji

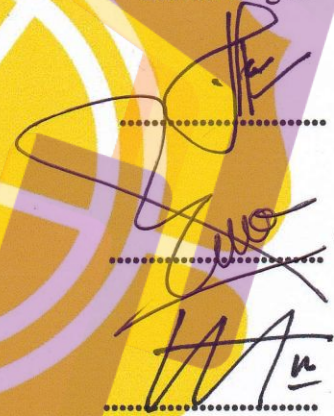
Nama Penguji

Tanda tangan

Anggit Dwi Hartanto, M.Kom  
NIK.19000002

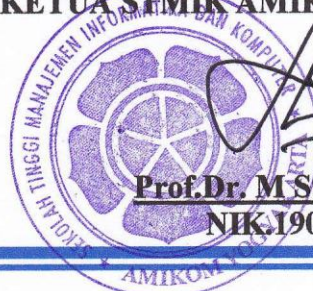
Dr. Ema Utami, S.Si.M.Kom  
NIK.190302037

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



Skripsi ini telah di terima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 04 January 2013

**KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA**



Prof.Dr. M Suyanto, M.M  
NIK.190302112

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya sendiri ( ASLI ), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu institusi pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis di acu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta 10 Desember 2012

Tri Margono

10.22.1236

## HALAMAN MOTO

- Berfikir positif terhadap Gusti Allah maka positiflah yang akan kita dapatkan.
- Terus berusaha sekuat tenaga untuk mencapai tujuan yang diinginkan dan berserah diri kepada Gusti Allah untuk hasilnya.
- Hidup adalah pelajaran dan teruslah belajar untuk hidup.
- Terus bersyukur dan kebahagiaan akan selalu mengelilingi kita.
- Tersenyum saat kau merasa sedih, kecewa, resah, di hina, susah ataupun senang karena senyum akan membuatmu tenang dan senyum mengendalikan emosimu.
- Senyum adalah ibadah paling mudah.
- Cobalah dan lihat apa yang terjadi.
- Sadarlah jika berbuat kesalahan kemudian belajarlh dari kesalahan yang kau buat, perbaiki dan jangan mengulang kesalahan yang sama.

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, saya ucapkan karena hanya atas petunjuk dan pertolongan Gusti Allah semata saya bisa menyelesaikan skripsi ini untuk ku persembahkan kepada Bapak, Ibu dan keluargaku yang tercinta.

Saya ucapkan banyak terimakasih kepada Bapak, Ibu dan kakak-kakak ku yang membesarkan, mendidik dan selalu mendo'akanku, semoga mendapat balasan yang terbaik dari Gusti Allah, Amin.

Makasih berat buat anak kost yang selalu menjaga ketenangan hehe, temen – temen dekat, deek Ika yang slalu mensupport dan mengingatkan buat garap skripsi, serta keluarga besar MAYAPALA yang memberikan banyak pelajaran, pengalaman dan keahlian baik dalam organisasi maupun dalam kehidupan, kita saudara selamanya. Call Again ??

Serta tidak lupa saya ucapkan terimakasih kepada kampus tercinta STMIK AMIKOM Yogyakarta tempatku menimba ilmu, Thank All.!!

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat melaksanakan segala aktivitas dalam merampungkan skripsi yang merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi untuk program strata satu pada STMIK AMIKOM Yogyakarta.

Berbagai kesulitan dan hambatan dalam penulisan skripsi ini banyak dihadapi penulis, namun berkat bimbingan dan petunjuk serta dorongan dari berbagai pihak, baik moral maupun materil sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Olehnya itu dengan segala kerendahan hati kami ucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Prof. Drs. M Suyanto, M.M. selaku ketua STMIK “ AMIKOM” Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Bambang Sudaryanto, M.M. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi STMIK “AMIKOM” Yogyakarta.
3. Bapak Kusnawi,S.Kom, M.Eng. Selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah banyak membimbing dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Para Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh staf dan karyawan/karyawati STMIK “ AMIKOM” Yogyakarta yang telah member ilmunya kepada kami.



5. Kedua orang tua Bapak dan Ibu tercinta yang senantiasa sabar dan tekun dalam membimbing kami.
6. Keluarga besar MAYAPALA yang telah memberikan ilmu tentang kehidupan alam bebas dan selalu siap memberikan tangannya untuk menolong dalam kondisi apapun.

Akhirnya tiada harapan selain ridha Allah SWT atas segala jerih payah dan jasa baik kita semua serta limpahan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya senantiasa tetap tercurah kepada kita sekalian, Amin.

Yogyakarta Desember 2012

*Penulis*

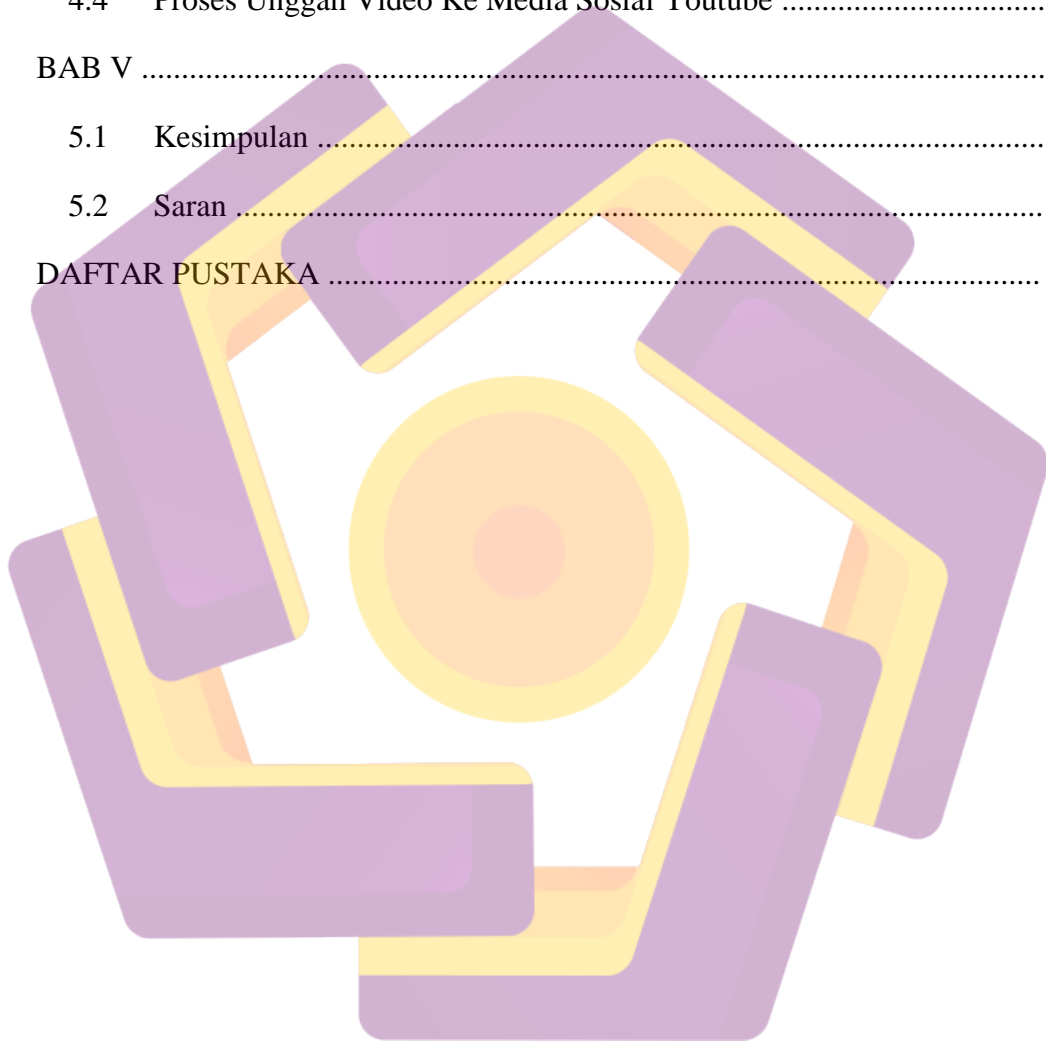
## DAFTAR ISI

COVER .....	1
PERSETUJUAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
INTISARI .....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
BAB I .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	3
1.5 Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian .....	4
1.6 Sistematika Penulisan .....	5
BAB II .....	7
2.1 Landasan teori .....	7
2.1.1 Sejarah multimedia.....	7

2.1.2	Pengertian Multimedia .....	7
2.2	Konsep Dasar Iklan .....	8
2.2.1	Sejarah Periklanan Televisi .....	8
2.2.2	Tujuan Periklanan Televisi .....	9
2.2.3	Jenis Iklan .....	11
2.2.4	Durasi Periklanan .....	12
2.3	Pengertian dasar Editing Video .....	13
2.2.5	Syarat sarat penting editing .....	13
2.2.6	Jenis Perpindahan Shot .....	14
2.2.7	Prinsip – Prinsip Editing .....	17
2.4	Tahapan Produksi .....	18
2.4.1	Pra Produksi .....	18
2.4.2	Produksi .....	18
2.4.3	Pasca Produksi .....	19
2.4.4	Media Placement .....	19
2.5	Standar Video .....	19
2.5.1	NTSC (National Television Standards Committee) .....	19
2.5.2	PAL (Phase Alternate Line) .....	19
2.5.3	SECAM (Sequential Colour and Memory sistem) .....	20
2.5.4	HDTV (High Definition TV) .....	20
2.6	Software yang Digunakan .....	20
2.6.1	Adobe After Effects .....	20
2.6.2	Adobe Premiere Pro .....	22
2.6.3	Adobe Photoshop .....	23
2.6.4	Adobe Auditions .....	24

2.7	Tinjauan Umum .....	26
2.7.1	Gambaran Umum CV.Quick Reload Yogyakarta .....	26
2.7.2	Visi dan Misi CV.Quick Reload .....	26
2.7.3	Keunggulan CV.Quick Reload .....	27
2.7.4	Sistem Yang Sedang Berjalan .....	28
BAB III .....		29
3.1	Analisis Sistem .....	29
3.2	Identifikasi Masalah .....	29
3.3	Analisis SWOT ( Strength, Weak, Opportunity, Treat ) .....	30
3.3.1	Analisis <i>Strengths</i> ( Kekuatan ) .....	31
3.3.2	Analisis <i>Weakness</i> ( kelemahan ) .....	31
3.3.3	Analisis <i>Opportunities</i> ( Kesempatan ) .....	32
3.3.4	Analisis <i>Thearts</i> ( Ancaman ) .....	32
3.4	Study Kelayakan .....	33
3.4.1	Analisis Kelayakan Sistem .....	33
3.4.2	Kelayakan Teknologi .....	34
3.4.3	Kelayakan Operasional .....	34
3.4.4	Kelayakan Hukum .....	34
3.5	Perancangan Produksi .....	35
3.5.1	Konsep Iklan .....	35
3.5.2	Merancang isi .....	36
3.5.3	Membuat Storyboard .....	37
3.5.4	Proses Pembuatan .....	39
BAB IV .....		50
4.1	Implementasi .....	50

4.2	Pembahasan .....	50
4.2.1	Editing Menggunakan Adobe Premiere Pro .....	50
4.2.2	Rendering Video .....	56
4.3	Screenshot Iklan .....	58
4.4	Proses Unggah Video Ke Media Sosial Youtube .....	62
BAB V	.....	66
5.1	Kesimpulan .....	66
5.2	Saran .....	66
DAFTAR PUSTAKA	.....	68



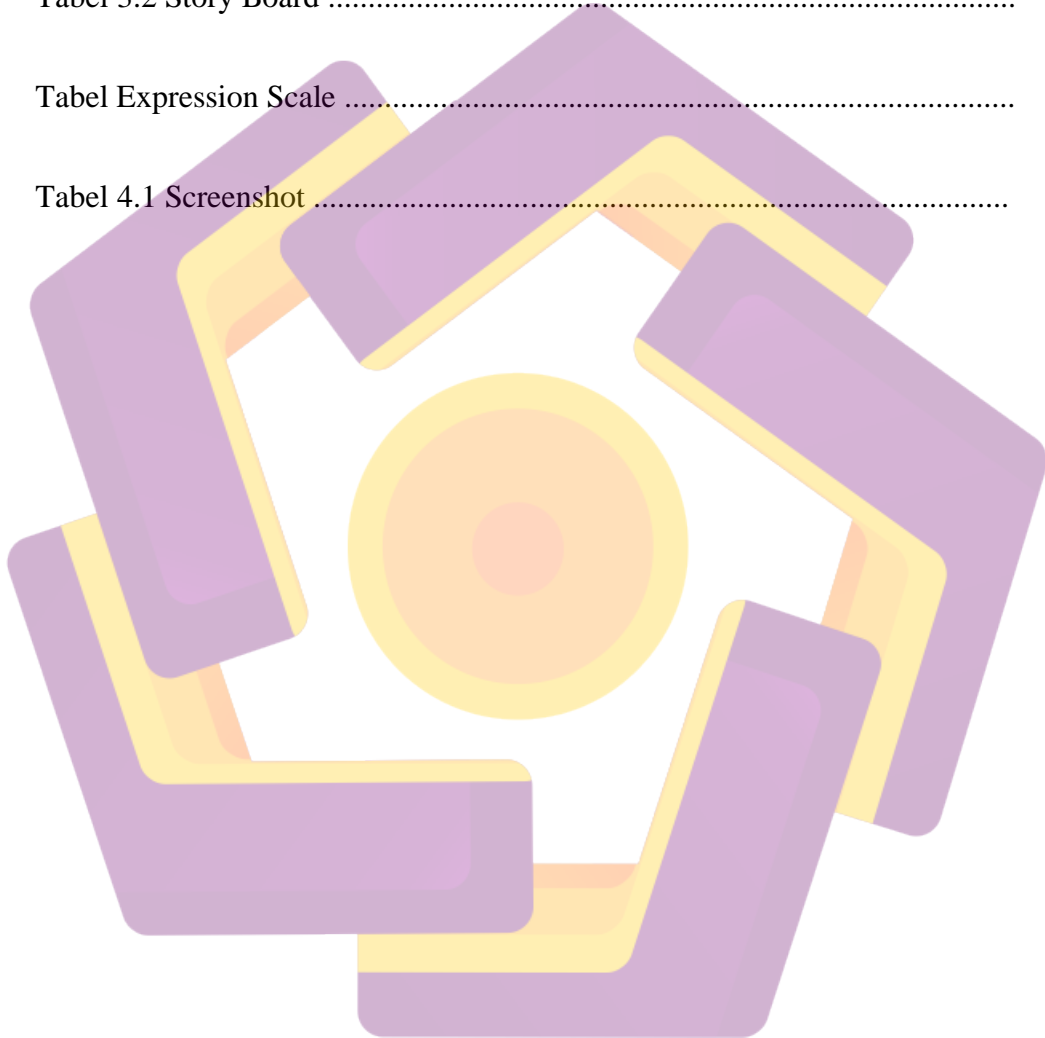
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tampilan Adobe After Effect .....	22
Gambar 2.2 Tampilan Adobe Pemier Pro .....	23
Gambar 2.3 Tampilan Adobe Photoshop .....	24
Gambar 2.4 Tampilan Adobe Audition .....	25
Gambar 3.1 Skema Proses Pengerjaan .....	36
Gambar 3.2 Story Board .....	41
Gambar 3.3 Pembuatan Comp1 .....	42
Gambar 3.4 Pembuatan Comp2 .....	43
Gambar 3.5 Pembuatan Comp3 .....	44
Gambar 3.6 Pembuatan Comp4 .....	45
Gambar 3.7 Pembuatan Comp5 .....	46
Gambar 3.8 Penggabungan Composition .....	47
Gambar 3.9 Proses Pembuatan Comp 6-8 .....	48
Gambar 3.10 Penggabungan Comp 6-8 .....	48
Gambar 3.11 Penggabungan Scane 1 dan 2 .....	49

Gambar 3.12 Proses Rendering .....	49
Gambar 4.1 Tampilan Awal Adobe Premier Pro .....	51
Gambar 4.2 Tampilan New Project Adobe Premier Pro .....	52
Gambar 4.3 Tampilan Lembar Kerja Adobe Premier Pro .....	52
Gambar 4.4 Tampilan Import Video ke Project Adobe Premier Pro .....	53
Gambar 4.5 Tampilan Import Audio ke Project Adobe Premier Pro .....	54
Gambar 4.6 Tampilan Drag File .....	54
Gambar 4.7 Tampilan Play Video .....	55
Gambar 4.8 Tampilan Cut Back Sound .....	56
Gambar 4.9 Tampilan Proses Rendering .....	57
Gambar 4.10 Tampilan Unggah Video ke Youtube .....	63
Gambar 4.11 Tampilan Sukses Unggah Video ke Youtube .....	63
Gambar 4.12 Tampilan Share Video ke Media Sosial Facebook .....	64
Gambar 4.13 Tampilan Share Video ke Media Sosial Twitter .....	64
Gambar 4.14 Tampilan Share Video ke Google Plus .....	65
Gambar 4.15 Tampilan Play Video di Youtube .....	65

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Strategi Analisis SWOT .....	33
Tabel 3.2 Story Board .....	37
Tabel Expression Scale .....	40
Tabel 4.1 Screenshot .....	58





## INTISARI

Teknik animasi sudah berhasil disingkap oleh akal cerdas manusia sejak ribuan tahun lalu. Berdasarkan teknik-teknik tertentu yang terus dikembangkan hingga kini, animasi telah tumbuh menjadi industri luar biasa. Dari teknik manual hingga menjadi digital seperti sekarang ini, animasi telah mempesona dan menyihir jutaan manusia dan mampu sebagai sarana iklan dan promosi dalam dunia usaha.

Peninjauan masalah ini adalah penelitian untuk pembuatan iklan animasi 3 Dimensi pada CV.Quick Reload. Persaingan dalam dunia usaha saat ini yang sangat ketat membutuhkan suatu teknik dan cara yang jitu untuk mampu bersaing, bertahan dan berkembang dalam dunia usaha. Dimana CV.Quick Reload media promosi yang digunakan masih belum dilakukan secara maksimal.

Dari itulah penulis ingin menganalisis dan membuat sebuah iklan animasi yang sebagai media promosi yang menarik, unik dan tentunya mempunyai nilai komersial dalam unit usaha yang mampu memberikan karakteristik dan daya tarik tersendiri bagi konsumennya sehingga mau membeli atau bergabung dengan jasa yang telah diiklankan dan dipromosikan melalui media jejaring sosial . Maka dalam penelitian dan pembuatan skripsi ini penulis mengambil judul **Analisis Dan Perancangan Iklan Pada CV.Quick Reload Yogyakarta.**

**Kata kunci** : special effect, movie trailer, *adobe after effect*

## ABSTRACT

Animation techniques have successfully revealed by intelligent human mind for thousands of years. Under certain techniques are constantly being developed up to now, the animation industry has grown to become extraordinary. From manual techniques to be digital, as now, the animation has fascinated and bewitched millions of human beings and capable as a means of advertising and promotion in the business world.

A review of this issue is research to manufacture 3-D animated ads on CV.Quick Reload. Competition in the business world today requires a very strict suatau techniques and surefire way to compete, survive and thrive in the business world. Where CV.Quick Reload media campaign used to its full potential is not yet done.

From that writer wants to analyze and create an ad animation as a media campaign interesting, unique and certainly has commercial value in the business unit that is able to provide its own characteristics and appeal to consumers that want to buy or join a service that has been advertised and promoted through the media social networking. So in the research and manufacture of this paper the author took the title Analysis and Design of Ad CV.Quick Reload Yogyakarta.

Keyword : special effect, movie trailer, *adobe after effect*