

PERANCANGAN VIDEO INFORMASI PENIPUAN MODUS

SEGITIGA ONLINE



LAPORAN TUGAS AKHIR

Clarisa Visca Samuel

00000036458

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERANCANGAN VIDEO INFORMASI PENIPUAN MODUS

SEGITIGA *ONLINE*



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Clarisa Visca Samuel

00000036458

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Clarisa Visca Samuel
Nomor Induk Mahasiswa : 00000036458
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~
~~Magang/ MBKM*~~ (coret yang tidak dipilih) saya yang berjudul:

**PERANCANGAN VIDEO INFORMASI PENIPUAN MODUS SEGITIGA
ONLINE**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 09 Juni 2025



(Clarisa Visca Samuel)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN VIDEO INFORMASI PENIPUAN MODUS SEGITIGA ONLINE

Oleh

Nama Lengkap : Clarisa Visca Samuel
Nomor Induk Mahasiswa : 00000036458
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

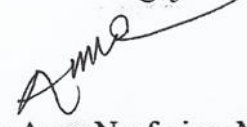
Telah diujikan pada hari Selasa, 17 Juni 2025
Pukul 15.15 s.d. 16.00 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/ 042750

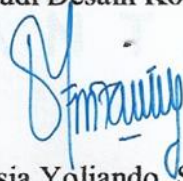
Penguji


Dr. Anne Nurfarina, M.Sn.
0416066807/ 069425

Pembimbing


Chara Susanti, M.Ds.
0313048703/ L00266

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/ 043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Clarisa Visca Samuel
Nomor Induk Mahasiswa : 00000036458
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2 * (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN VIDEO INFORMASI
PENIPUAN MODUS SEGITIGA *ONLINE*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/ Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/ konferensi nasional/ internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 09 Juni 2025



(Clarisa Visca Samuel)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/ HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat-Nya karena laporan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Video Informasi Penipuan Modus Segitiga *Online*” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penulis membuat laporan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi syarat kelulusan akademik dan mendapat gelar Sarjana Desain (S.Ds) di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menyadari bahwa proses penyusunan laporan perlu mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Chara Susanti, M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Narasumber yang bersedia membantu melengkapi data tugas akhir penulis.
7. Teman, Charlotte dan Darren Espanto yang menjadi salah satu sumber semangat bagi penulis untuk tiada henti menetik.

Semoga karya ilmiah ini dapat tertuju ke semua orang mengenai informasi yang bermanfaat dan memperluas pengetahuan. Penulis menyadari adanya kekurangan dari penyusunan karya ilmiah karena keterbatasan penulis, maka dari itu penulis menerima kritik yang membangun.

Tangerang, 09 Juni 2025



(Clarisa Visca Samuel)

PERANCANGAN VIDEO INFORMASI PENIPUAN MODUS

SEGITIGA *ONLINE*

(Clarisa Visca Samuel)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai penipuan modus segitiga *online*. Penipuan adalah suatu tindakan kriminal yang dapat merugikan orang lain melalui pemalsuan data, pencurian data, serta mencari validasi dari orang-orang tentang perilakunya. Saat ini, penipuan terus terjadi dengan banyak cara, salah satunya dengan skema segitiga. Penipuan skema segitiga jarang diketahui oleh sebagian orang karena biasanya konsumen tidak terlalu memperhatikan gaya jual dari penjual *online* yang tidak diketahui identitasnya dan lebih mementingkan kebutuhan pribadi pada barang tersebut. Penelitian ini menggunakan kombinasi antara metode kualitatif dan metode kuantitatif. Metode kualitatif meliputi wawancara dengan beberapa orang yang ahli maupun orang yang memenuhi kualifikasi, studi eksisting, dan studi referensi, sedangkan metode penelitian kuantitatif memakai kuesioner secara *online*. Penelitian ini akan dirancang sebagai media informasi yang tentunya akan dibagikan di berbagai media sosial dengan harapan masyarakat lebih waspada terhadap penipuan segitiga dari dunia maya di berbagai platform belanja *online*.

Kata kunci: Desain Komunikasi Visual, Video Informasi, Penipuan *Online*, Modus Segitiga



DESIGN OF ONLINE FRAUD INFORMATION VIDEO WITH TRIANGLE SCHEME

(Clarisa Visca Samuel)

ABSTRACT (English)

This research aims to raise awareness and provide information to the public about online triangle scams. Fraud is a criminal act that can harm others through data forgery, data theft, and seeking validation from people about their behavior. Currently, fraud continues to occur in many ways, one of which is through a triangle scheme. The triangle scheme fraud is rarely known by some people because usually consumers do not pay much attention to the selling style of online sellers whose identities are unknown and prioritize their personal needs for the item. This research uses a combination of qualitative and quantitative methods. The qualitative method includes interviews with several experts or qualified individuals, existing studies, and reference studies, while the quantitative research method uses online questionnaires. This research will be designed as an information medium that will be shared on various social media platforms with the hope that the public will be more vigilant against online scams in various online shopping platforms.

Keywords: *Visual Communication Design, Information Video, Online Fraud, Triangle Scheme*

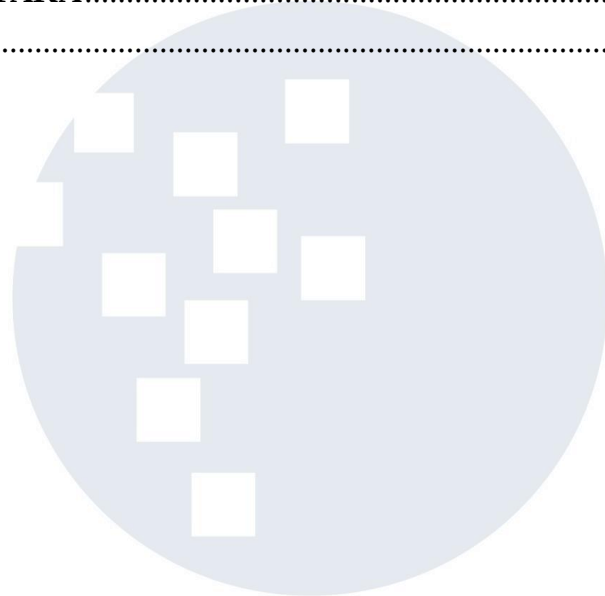


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT (English).....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Video Infografis	5
2.1.1 Prinsip Animasi dalam Motion Grafis	5
2.1.2 Fungsi Motion grafis	8
2.1.3 Elemen Desain Komunikasi Visual dalam Motion Grafis ...	9
2.2 Media Sosial	14
2.2.1 Instagram	14
2.2.2 Tiktok	15
2.2.3 Facebook.....	15
2.2.4 Youtube	16
2.3 Penipuan Segitiga Online	16
2.3.1 Ciri-ciri Penipuan Segitiga Online	16
2.3.2 Faktor Penipuan Segitiga Online	17
2.3.3 Tips Terhindar dari Penipuan Segitiga Online.....	17

2.4 Penelitian yang Relevan	18
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	21
3.1 Subjek Perancangan	21
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	22
3.2.1 Orientasi	23
3.2.2 Analisis	24
3.2.3 Konsep	24
3.2.4 Desain	25
3.2.5 Implementasi	25
3.2.6 Market Validation/Beta Test	25
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	25
3.3.1 Wawancara	26
3.3.2 Studi Eksisting	28
3.3.3 Studi Referensi	28
3.3.4 Kuesioner	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN.....	31
4.1 Hasil Perancangan	31
4.1.1 Orientasi	31
4.1.2 Analisis	55
4.1.3 Konsep	57
4.1.4 Desain Development	60
4.1.5 Implementasi	85
4.1.6 Bimbingan Spesialis	85
4.2 Pembahasan Perancangan	89
4.2.1 Analisis Market Validation/Beta Test	89
4.2.2 Analisis Layout	101
4.2.3 Analisis Tipografi	102
4.2.4 Analisis Storyboard	102
4.2.5 Analisis Motion	118
4.2.6 Analisis Desain Youtube Shorts	118
4.2.7 Analisis Desain Instagram Ads	120
4.2.8 Analisis Desain Tiktok Feeds	121

4.2.9 Analisis Desain Facebook Story.....	121
4.2.10 Analisis Anggaran.....	122
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	124
5.1 Simpulan	124
5.2 Saran	125
DAFTAR PUSTAKA.....	126
LAMPIRAN	xvii



UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.4 Penelitian yang Relevan	18
Tabel 4.1 Tabel Hasil Kuesioner 1	38
Tabel 4.2 Tabel Hasil Kuesioner 2	39
Tabel 4.3 Tabel Hasil Kuesioner 3	39
Tabel 4.4 Tabel Hasil Kuesioner 4	40
Tabel 4.5 Tabel Hasil Kuesioner 5	40
Tabel 4.6 Tabel Hasil Kuesioner 6	41
Tabel 4.7 Tabel Hasil Kuesioner 7	41
Tabel 4.8 Tabel Hasil Kuesioner 8	42
Tabel 4.9 Tabel Hasil Kuesioner 9	43
Tabel 4.10 Tabel Hasil Kuesioner 10	43
Tabel 4.11 Tabel Hasil Kuesioner 11	44
Tabel 4.12 Tabel Hasil Kuesioner 12	45
Tabel 4.13 Tabel Hasil Kuesioner 13	45
Tabel 4.14 Tabel Hasil Kuesioner 14	46
Tabel 4.15 Tabel Hasil Kuesioner 15	47
Tabel 4.16 Tabel Hasil Kuesioner 16	47
Tabel 4.17 Tabel Hasil Kuesioner 17	48
Tabel 4.18 Tabel Hasil Kuesioner 18	49
Tabel 4.19 Tabel Hasil Kuesioner 19	50
Tabel 4.20 SWOT Poster Penipuan Skema Segitiga	52
Tabel 4.21 Segmentasi Target Audiens	56
Tabel 4.22 Big Idea.....	58
Tabel 4.24 Kuesioner Beta Test 1.....	89
Tabel 4.25 Kuesioner Beta Test 2.....	90
Tabel 4.26 Kuesioner Beta Test 3.....	90
Tabel 4.27 Kuesioner Beta Test 4.....	91
Tabel 4.28 Kuesioner Beta Test 5.....	92
Tabel 4.29 Kuesioner Beta Test 6.....	92
Tabel 4.30 Kuesioner Beta Test 7.....	93
Tabel 4.31 Kuesioner Beta Test 8.....	94
Tabel 4.32 Kuesioner Beta Test 9.....	94
Tabel 4.33 Kuesioner Beta Test 10.....	95
Tabel 4.34 Kuesioner Beta Test 11.....	96
Tabel 4.35 Kuesioner Beta Test 12.....	96
Tabel 4.36 Kuesioner Beta Test 13.....	97
Tabel 4.37 Kuesioner Beta Test 14.....	98
Tabel 4.38 Kuesioner Beta Test 15.....	99
Tabel 4.39 Kuesioner Beta Test 16.....	100
Tabel 4.40 Tabel Anggaran.....	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Single Column Grid	12
Gambar 2.2 Tipografi Sans Serif	12
Gambar 2.3 Vektor	13
Gambar 2.4 Flat Desain	13
Gambar 2.5 Instagram.....	14
Gambar 2.6 Tiktok.....	15
Gambar 2.7 Facebook	15
Gambar 2.8 Youtube	16
Gambar 4.1 Wawancara dengan Kepala Sium Polsek Mauk	32
Gambar 4.2 Wawancara dengan Penjual yang Hampir Menjadi Korban	34
Gambar 4.3 Wawancara dengan Ajun Komisaris PS Kasi Humas	36
Gambar 4.4 Poster Waspada Penipuan Skema Segitiga Via Marketplace	52
Gambar 4.5 KokBisa?	53
Gambar 4.6 Cuplikan Gambar Informasi Fakta	54
Gambar 4.7 Cuplikan Gambar Cara Bekerja Pelaku Penipuan.....	54
Gambar 4.8 Cuplikan Gambar Karakter Merasa Takjub	55
Gambar 4.9 Mindmap	57
Gambar 4.10 Moodboard	59
Gambar 4.11 Referensi Karakter	61
Gambar 4.12 Karakter Alternatif 1	61
Gambar 4.13 Sketsa Karakter Alternatif 2	62
Gambar 4.14 Sketsa Pelaku.....	62
Gambar 4.15 Sketsa Penjual.....	63
Gambar 4.16 Sketsa Pembeli.....	64
Gambar 4.17 Finalisasi Karakter Pelaku.....	65
Gambar 4.18 Finalisasi Karakter Penjual.....	66
Gambar 4.19 Finalisasi Karakter Pembeli	67
Gambar 4.20 Tipografi Dosis	68
Gambar 4.21 Sketsa Storyboard Scene 1 dan 2.....	69
Gambar 4.22 Sketsa Storyboard Scene 3 dan 4.....	70
Gambar 4.23 Sketsa Storyboard Scene 3 Hingga 10.....	71
Gambar 4.24 Sketsa Storyboard Scene 11 Hingga 22	72
Gambar 4.25 Sketsa Storyboard Scene 25 Hingga 32	73
Gambar 4.26 Sketsa Storyboard Scene 33 Hingga 40	73
Gambar 4.27 Finalisasi Storyboard 1.....	74
Gambar 4.28 Finalisasi Storyboard 2.....	74
Gambar 4.29 Finalisasi Storyboard 3.....	75
Gambar 4.30 Finalisasi Storyboard 4.....	76
Gambar 4.31 Finalisasi Storyboard 5.....	76
Gambar 4.32 Sketsa Instagram Ads.....	77
Gambar 4. 33 Pewarnaan Instagram Ads	78

Gambar 4.34 Sketsa Tiktok Feeds	79
Gambar 4.35 Finalisasi Tiktok Ads	80
Gambar 4.36 Sketsa Facebook Story	81
Gambar 4.37 Finalisasi Facebook Story	82
Gambar 4.38 Sketsa Youtube Shorts	83
Gambar 4.39 Finalisasi Youtube Shorts	84
Gambar 4.40 Feedback Karakter	86
Gambar 4.41 Feedback Orientasi Video	86
Gambar 4.42 Feedback Elemen Tips	87
Gambar 4.43 Feedback Scene Pembeli	87
Gambar 4.44 Feedback Copywriting Media Sekunder	88
Gambar 4.45 Analisis Layout	101
Gambar 4.46 Analisis Font Dosis	102
Gambar 4.47 Storyboard Scene 1	103
Gambar 4.48 Storyboard Scene Tambahan	104
Gambar 4.49 Analisis Storyboard scene 3 dan 4	105
Gambar 4.50 Perubahan Storyboard Scene 4	106
Gambar 4.51 Analisis Storyboard Scene 7 dan 8	107
Gambar 4.52 Analisis Storyboard Scene 9 dan 10	108
Gambar 4.53 Analisis Storyboard Scene 11 dan 12	108
Gambar 4.54 Analisis Storyboard Scene 13 Hingga 16	109
Gambar 4.55 Analisis Storyboard Scene 17 dan 18	109
Gambar 4.56 Analisis Storyboard Scene 19 dan 20	110
Gambar 4.57 Analisis Storyboard Scene 21 dan 22	111
Gambar 4.58 Analisis Storyboard Scene 23 dan 24	111
Gambar 4.59 Analisis Storyboard Scene 25 dan 26	112
Gambar 4.60 Analisis Storyboard Scene 27 dan 28	112
Gambar 4.61 Analisis Storyboard Scene 29 dan 30	113
Gambar 4.62 Analisis Storyboard Scene 31 dan 32	114
Gambar 4.63 Analisis Storyboard Scene 33 dan 34	114
Gambar 4.64 Analisis Storyboard Scene 35 dan 36	115
Gambar 4.65 Analisis Storyboard Scene 37 dan 38	116
Gambar 4.66 Penambahan Scene 39	116
Gambar 4.67 Perubahan Scene 40	117
Gambar 4.68 Storyboard Mandatory	117
Gambar 4.69 Graph Value Motion	118
Gambar 4.70 Analisis Youtube Shorts	119
Gambar 4.71 Analisis Instagram Ads	120
Gambar 4.72 Analisis Tiktok Feeds	121
Gambar 4.73 Analisis Facebook Story	122

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Persentase Turnitin.....	xvii
Lampiran 2 Form Bimbingan	xxii
Lampiran 3 Non-Disclosure Statement.....	xxvi
Lampiran 4 Non-Disclosure Agreement Hendryadi Sitompul.....	xxvii
Lampiran 5 Non-Disclosure Agreement Tanti Aji Rahayu	xxviii
Lampiran 6 Non-Disclosure Agreement Prapto Lasono, S.H., M.H.	xxix
Lampiran 7 Bimbingan Spesialis.....	xxx
Lampiran 8 Hasil Kuesioner.....	xxxi
Lampiran 9 Hasil Market Validation/Beta Test	xxxviii
Lampiran 10 Storyline	xliv
Lampiran 11 Wawancara dengan Henryadi Sitompul.....	lvii
Lampiran 12 Wawancara dengan Tanti Aji Rahayu.....	lx
Lampiran 13 Wawancara dengan AKP Prapto Lasono, S.H., M.H.....	lxiii

