

**TUGAS AKHIR**  
**PERANCANGAN VIDEO PROFIL**  
**KOMUNITAS SAVE STREET CHILD DI SIDOARJO**

Untuk Memenuhi sebagai Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)



Oleh:

**Kartika Chandra Cahya Dewi**

20052010050

Dosen Pembimbing 1:

**Pungky Febi Arifianto, S.Sn., M.Sn**

Dosen Pembimbing 2:

**Masnuna, S.T., M.Sn.**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**  
**2023/2024**

HALAMAN PENGESAHAN  
PERANCANGAN VIDEO PROFIL  
KOMUNITAS SAVE STREET CHILD DI SIDOARJO

Disusun Oleh:

**KARTIKA CHANDRA CAHYA DEWI**

**20052010050**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal: 14 Mei 2024

**Pembimbing 1**

**Pembimbing 2**

Pungky Febi Arifianto, S.Sn., M.Sn.

**NIP. 19900202 202203 1008**

Masnuna, S.T., M.Sn.

**NIPPPK. 19840512 202121 2004**

**Penguji 1**

**Penguji 2**

Aris Sutejo, S.Sn., M.Sn.

**NIP. 19851106 201903 1002**

Sri Wulandari, S.Sn., M.A.

**NPT. 202 19930419 173**

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

**Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain**

Ibu Sholichin, S.T., M.T

**NIPPPK. 19710916 202121 1004**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**PERANCANGAN VIDEO PROFIL**  
**KOMUNITAS SAVE STREET CHILD DI SIDOARJO**

Disusun Oleh:

**KARTIKA CHANDRA CAHYA DEWI**

**20052010050**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji**

**Pada Tanggal: 14 Mei 2024**

**Pembimbing 1**

**Pembimbing 2**

**Pungky Febi Arifianto, S.Sn., M.Sn**

**NIP. 19900202 202203 1008**

**Masnuna, S.T., M.Sn.**

**NIPPPK. 19840512 202121 2004**

**Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan**  
**Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)**

**Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual**

**Masnuna, S.T., M.Sn.**

**NIPPPK. 19840512 202121 2004**

## ABSTRAK

Anak jalanan identik dengan anak yang tinggal di jalan atau selalu menghabiskan waktunya di jalanan. Ekonomi keluarga yang tidak mendukung membuat anak terpaksa turun ke jalan untuk mencari nafkah. Anak jalanan lebih memilih untuk berjualan demi menghasilkan uang dibandingkan dengan bersekolah untuk mengenyam pendidikan.

Setiap orang mempunyai hak untuk mendapatkan pendidikan, hal ini juga berlaku untuk anak jalanan. Banyak komunitas sosial yang membantu anak-anak tersebut untuk mendapatkan haknya dalam pendidikan ataupun bermain. Salah satunya adalah Komunitas Save Street Child di Sidoarjo yang memberikan pendidikan gratis untuk anak-anak jalanan. Akan tetapi, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui komunitas tersebut. Komunitas Save Street Child di Sidoarjo juga belum mempunyai media untuk menjelaskan keseluruhan informasi mengenai komunitas secara terperinci. Sehingga dibuatlah media berbentuk video profil untuk menjabarkan informasi yang ada.

Perancangan video profil untuk Komunitas Save Street Child di Sidoarjo menggunakan metode perancangan kualitatif dengan proses pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dokumenter dan kuesioner dan menggunakan analisis 5W+1H. *Keyword* yang terpilih dalam perancangan ini adalah edukatif, informatif, dan impresif. Melalui *keyword* yang telah terpilih, dibuat beberapa konsep yang meliputi konsep verbal, konsep visual, dan konsep media.

Kata Kunci: Video Profil, Komunitas Save Street Child, Anak Jalanan

## **ABSTRACT**

*Street children are synonymous with children who live on the street or always spend their time on the street. An unsupportive family economy forces children to go to the streets to make a living. Street children prefer to sell to make money compared to going to school to get an education.*

*Everyone has the right to education, this also applies to street children. Many social communities help these children get their rights in education or play. One of them is the Save Street Child Community in Sidoarjo which provides free education for street children. However, there are still many people who do not know about this community. Save Street Child Community in Sidoarjo also does not have media to explain all information about the community in detail. So a medium in the form of a profile video was made to describe the existing information.*

*The design of a profile video for the Save Street Child Community in Sidoarjo uses a qualitative design method with a data collection process through interviews, observation, documentation, documentaries and questionnaires and uses 5W + 1H analysis. The keywords chosen in this design are educational, informative, and impressive. Through the keywords that have been selected, several concepts are made which include verbal concepts, visual concepts, and media concepts.*

*Keywords: Profile Video, Save Street Child Community, Street Children*

### PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, naskah dalam laporan Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk mendapatkan gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak ada pendapat atau karya milik orang lain, kecuali secara resmi dikutip dan disebutkan dalam naskah laporan ini dan telah dicantumkan sumber data dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah ini terdapat unsur plagiasi, saya bersedia laporan Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2023, pasal 25 ayat 2 pasal 70).

Surabaya, 29 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow adhesive stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METERAI TEMPEL', and the serial number 'AB66JX336719994'.

Kartika Chandra Cahya Dewi

## KATA PENGANTAR

Dengan nama Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, segala puji hanya milik Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Perancangan Video Profil Komunitas Save Street Child di Sidoarjo”

Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Desain Komunikasi Visual di UPN “Veteran” Jawa Timur. Selain itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang telah membantu peneliti selama proses penyelesaian tugas akhir ini. Peneliti menyampaikan rasa terima kasihnya kepada:

1. Allah SWT
2. Bapak Sugeng, Ibu Indah, dan Mbak Ayu selaku keluarga yang selalu memberikan perhatian, dukungan, dan kasih sayang
3. Bapak Pungky Febi Arifianto, S.Sn., M.Sn selaku dosen pembimbing telah memberikan bimbingan kepada peneliti dan terima kasih atas bantuan serta arahan yang diberikan selama menjalani periode tugas akhir
4. Ibu Masnuna, S.T., M.Sn. selaku dosen pembimbing kedua
5. Bapak Aris Sutejo, S.Sn, M.Sn. dan Ibu Sri Wulandari, S.Sn., M.A. selaku dosen penguji yang memberikan saran serta masukan kepada peneliti
6. Seluruh Dosen Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan ilmu yang tak ternilai harganya selama proses pembelajaran yang dapat menambah wawasan peneliti
7. Pendiri dan seluruh relawan pengajar di Komunitas Save Street Child di Sidoarjo yang membantu peneliti selama proses produksi
8. Bapak Surya Aditama selaku narasumber yang membantu peneliti dalam validasi
9. Kepada seluruh *talent* dan kru produksi yang telah membantu dalam proses produksi video sehingga dapat berjalan dengan lancar
10. Tahsyah Nabilah Putri Agradewi sahabat masa kecil yang selalu memberikan bantuan dan mendukung peneliti dalam keadaan apapun
11. Kepada Mashuda, Sabita, Nai'ma, dan Dinda yang selalu membantu dan memotivasi peneliti untuk tidak menyerah selama masa perkuliahan

12. Kepada Fania, Niso, Ermi, Diana, Balqish, Rama, dan Hafidz selaku teman satu bimbingan yang saling memberikan semangat dan dukungan
13. Seluruh teman-teman seperjuangan DKV UPN “Veteran” Jawa Timur Angkatan 2020
14. Semua pihak yang telah membantu peneliti yang tidak bisa disebutkan satu-persatu terima kasih atas doa dan dukungan yang berharga bagi peneliti

Peneliti menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Semoga hasil dari tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat menjadi hal yang positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan di masa depan.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Batasan Masalah .....	7
1.5 Tujuan Perancangan .....	7
1.6 Manfaat Perancangan .....	7
1.7 Kerangka Perancangan .....	8
<b>BAB II</b> .....	9
<b>LANDASAN TEORI DAN STUDI EKSISTING</b> .....	9
2.1 Definisi Operasional Judul .....	9
2.1.1 Definisi Perancangan Video Profil.....	9
2.1.2 Definisi Komunitas Save Street Child .....	9
2.1.3 Definisi Sidoarjo .....	9
2.2 Landasan Teori .....	10
2.2.1 Studi Literatur Anak Jalanan.....	10
2.2.2 Studi Literatur Video.....	12
2.2.2.1 Berdasarkan Sudut Pengambilan Gambar.....	13
2.2.2.2 Berdasarkan Ukuran Gambar .....	15
2.2.2.3 Berdasarkan Gerakan Kamera.....	18
2.2.3 Studi Literatur Video Profil.....	18
2.2.4 Studi Literatur Warna.....	21

2.2.5	Studi Literatur Tipografi .....	22
2.2.6	Studi Literatur Komposisi .....	23
2.2.7	Studi Literatur Audio .....	25
2.2.8	Tahap Pelaksanaan Produksi .....	25
2.3	Studi Eksisting .....	27
2.3.1	Studi Komparator .....	35
<b>BAB III .....</b>		<b>51</b>
<b>METODOLOGI DESAIN .....</b>		<b>51</b>
3.1	Metode Perancangan .....	51
3.2	Objek Perancangan .....	51
3.3.1	Profil Komunitas .....	51
3.3.2	Visi dan Misi .....	51
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	52
1.4.1	Data Primer .....	52
2.4.1	Data Sekunder .....	54
3.4.1	Target Audiens .....	54
3.4	Teknik Analisis Data .....	55
3.4.1	Teknik Analisis Data .....	55
3.4.2	Analisis Data 5W+1H .....	55
3.4.3	Analisis Consumer Insight .....	59
3.4.4	Analisis Consumer Journey .....	59
3.4.5	Sintesa Data .....	61
<b>BAB IV .....</b>		<b>62</b>
<b>KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN .....</b>		<b>62</b>
4.1	Perumusan Konsep .....	62
4.1.1	<i>Keyword</i> .....	62
4.1.2	Definisi <i>Keyword</i> .....	63
4.1.3.1	Judul Video .....	64
4.1.3.2	Gaya Bahasa .....	67
4.1.3.3	Alur Cerita Video .....	67
4.1.3.4	<i>Storyline</i> .....	67
4.1.4.1	Tipografi .....	75
4.1.4.2	<i>Color Grading</i> .....	76
4.1.4.3	<i>Storyboard</i> .....	77
4.1.5	Konsep Media .....	79

4.1.5.1	Media Utama .....	79
4.1.5.2	Media Pendukung.....	79
4.1.5.3	Strategi Pemasaran dan Publikasi .....	81
4.2	Proses Perancangan Video.....	81
4.2.1	Proses Pra Produksi.....	81
4.2.2	Proses Produksi .....	82
4.2.3	Proses Pasca Produksi .....	83
4.3	Implementasi Desain .....	85
4.3.1	Media Utama .....	85
4.3.2	Media Pendukung.....	87
4.3.3	Strategi Publikasi.....	89
4.4	Rancangan Anggaran Proyek .....	91
<b>BAB V</b>	.....	<b>93</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>93</b>
5.1	Kesimpulan.....	93
5.2	Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>94</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	.....	<b>98</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial, 2023 .....	2
Gambar 1.2 Data Pengguna YouTube, 2023 .....	4
Gambar 1.3 Data Pengguna Instagram, 2023 .....	5
Gambar 1.4 Kerangka Perancangan, 2023 .....	8
Gambar 2.1 <i>Frog Eye</i> , 2023 .....	13
Gambar 2.2 <i>Low Angle</i> , 2023 .....	13
Gambar 2.3 <i>Eye Level</i> , 2023.....	14
Gambar 2.4 <i>High Angle</i> , 2023 .....	14
Gambar 2.5 <i>Bird Eye</i> , 2023 .....	14
Gambar 2.6 <i>Over Shoulder</i> , 2023 .....	15
Gambar 2.7 <i>Extreme Close Up</i> , 2023 .....	15
Gambar 2.8 <i>Big Close Up</i> , 2023.....	15
Gambar 2.9 <i>Close Up</i> , 2023 .....	16
Gambar 2.10 <i>Medium Close Up</i> , 2023 .....	16
Gambar 2.11 <i>Medium Shot</i> , 2023 .....	16
Gambar 2.12 <i>Full Shot</i> , 2023 .....	17
Gambar 2.13 <i>Long Shoot</i> , 2023 .....	17
Gambar 2.14 <i>One Shoot</i> , 2023 .....	17
Gambar 2.15 <i>Two Shoot</i> , 2023 .....	17
Gambar 2.16 <i>Group Shoot</i> , 2023.....	18
Gambar 2.17 Nuansa Merah, 2023 .....	21
Gambar 2.18 Nuansa Kuning, 2023 .....	21
Gambar 2.19 Nuansa Biru, 2023 .....	21
Gambar 2.20 Garamond, 2023 .....	22
Gambar 2.21 Roboto, 2023 .....	22
Gambar 2.22 Charmonman, 2023.....	22
Gambar 2.23 Bebas Neue, 2023 .....	23
Gambar 2.24 <i>Rules of Thirds</i> , 2023.....	23
Gambar 2.25 <i>Headroom</i> , 2023 .....	24
Gambar 2.26 <i>Noseroom</i> atau <i>Lookroom</i> , 2023.....	24
Gambar 2.27 <i>Lead Room</i> atau <i>Lead Space</i> , 2023 .....	24

Gambar 2.28 Video YouTube Komunitas, 2023 .....	30
Gambar 2.29 Video YouTube Komunitas, 2023 .....	33
Gambar 2.30 Video Profil Komunitas Seni dan Budaya Matching Fund UNY Kedaireka Kemendikbud, 2023 .....	38
Gambar 2.31 Video Profil Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta, 2023.	44
Gambar 2.32 Video Profil Universitas Islam Indonesia, 2023 .....	48
Gambar 3.1 Foto Ayu, 2023 .....	59
Gambar 4.1 <i>Keyword</i> , 2023 .....	62
Gambar 4.2 Alternatif Judul Video, 2023 .....	64
Gambar 4.3 Perbaikan Alternatif Judul Video, 2023 .....	65
Gambar 4.4 Perbaikan Alternatif Judul Video, 2023 .....	66
Gambar 4.5 Desain Judul Video Terpilih, 2023 .....	66
Gambar 4.6 Desain Judul Video, 2023 .....	75
Gambar 4.7 Contoh Penggunaan <i>Font</i> Roboto, 2023 .....	76
Gambar 4.8 Perbedaan Sesudah dan Sebelum <i>Color Grading</i> , 2023 .....	76
Gambar 4.9 Gambar <i>Storyboard</i> , 2023 .....	79
Gambar 4.10 <i>Editing Offline</i> , 2024 .....	84
Gambar 4.11 Sebelum dan Sesudah <i>Color Grading</i> , 2024 .....	84
Gambar 4.12 Proses <i>Mixing</i> , 2024 .....	85
Gambar 4.13 Proses Penambahan <i>Subtitle</i> , 2024 .....	85
Gambar 4.14 Cuplikan Video Profil, 2024 .....	86
Gambar 4.15 Hasil Video Profil, 2024 .....	87
Gambar 4.16 Desain Kaos, 2024 .....	87
Gambar 4.17 Desain <i>Tote Bag</i> , 2024 .....	88
Gambar 4.18 Desain Botol Minuman, 2024 .....	88
Gambar 4.19 Desain Gantungan Kunci, 2024 .....	89
Gambar 4.20 Desain Stiker, 2024 .....	89
Gambar 4.21 Desain <i>Feed</i> Instagram, 2024 .....	90
Gambar 4.22 Desain <i>X-Banner</i> , 2024 .....	90

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kegiatan Ayu dalam Sehari.....	60
Tabel 4.1 <i>Storyline</i> .....	68
Tabel 4.2 <i>Shoot List</i> .....	82
Tabel 4.3 Biaya Produksi Media Utama.....	91
Tabel 4.4 Biaya Produksi Media Pendukung .....	91
Tabel 4.5 Total Biaya Perancangan.....	92