

**PERAN KAMERAMEN DALAM PEMBUATAN VIDEO PROFIL
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DESA WISATA KELOR**

**SKRIPSI NON REGULER JALUR SKEMA ARTIS
(ARTIS-AUDIO VISUAL)**



Disusun oleh:

**AHMAD ULUL FAHMI
19.96.1702**

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**PERAN KAMERAMEN DALAM PEMBUATAN VIDEO PROFIL
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DESA WISATA KELOR**

**SKRIPSI NON REGULER JALUR SKEMA ARTIS
(ARTIS-AUDIO VISUAL)**

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:
AHMAD ULUL FAHMI
19.96.1702

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

**PERAN KAMERAMEN DALAM PEMBUATAN VIDEO PROFIL
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DESA WISATA KELOR**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

AHMAD ULUL FAHMI

19.96.1702

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 07 November 2024

Dosen Pembimbing,



Kartikasari Yudaningsih, S.IKom., M.A

NIK. 19030444

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI SKEMA ARTIS

**PERAN KAMERAMEN DALAM PEMBUATAN VIDEO PROFIL
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DESA WISATA KELOR**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

AHMAD ULUL FAHMI

19.96.1702

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

19 Desember 2024

Nama Penguji

Angga Intueri Mahendra, M.I.Kom

NIK. 190302339

Anggun Anindya S, S.I.Kom., M.I.Kom

NIK. 190302661

Kartika Sari Yudaningsgar, S.I.Kom., M.A.

NIK. 190302444

Tanda Tangan

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

19 Desember 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.

NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah 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 tinggi manapun, 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, 29 Oktober 2024


METERAI TEMPEL
039AMX073820357
AHMAD ULUL FAHMI
NIM. 19.96.1702

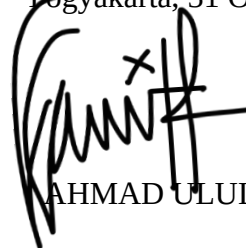
KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom
4. Kartikasari Yudaningsgar, S.I.Kom., M.A
5. Pak Misroji selaku wakil ketua Desa Wisata Kelor
6. Ayah dan Ibu
7. Teman-teman yang senantiasa mendukung dan membantu dalam penulisan ini: L. Burhan, Melano, Monica A., Khoirunisa N. F., Tiffanyswah, Amanda, Asyrofun N., Ajrun Pratista.

Yogyakarta, 31 Oktober 2024



AHMAD ULUL FAHMI

DAFTAR ISI

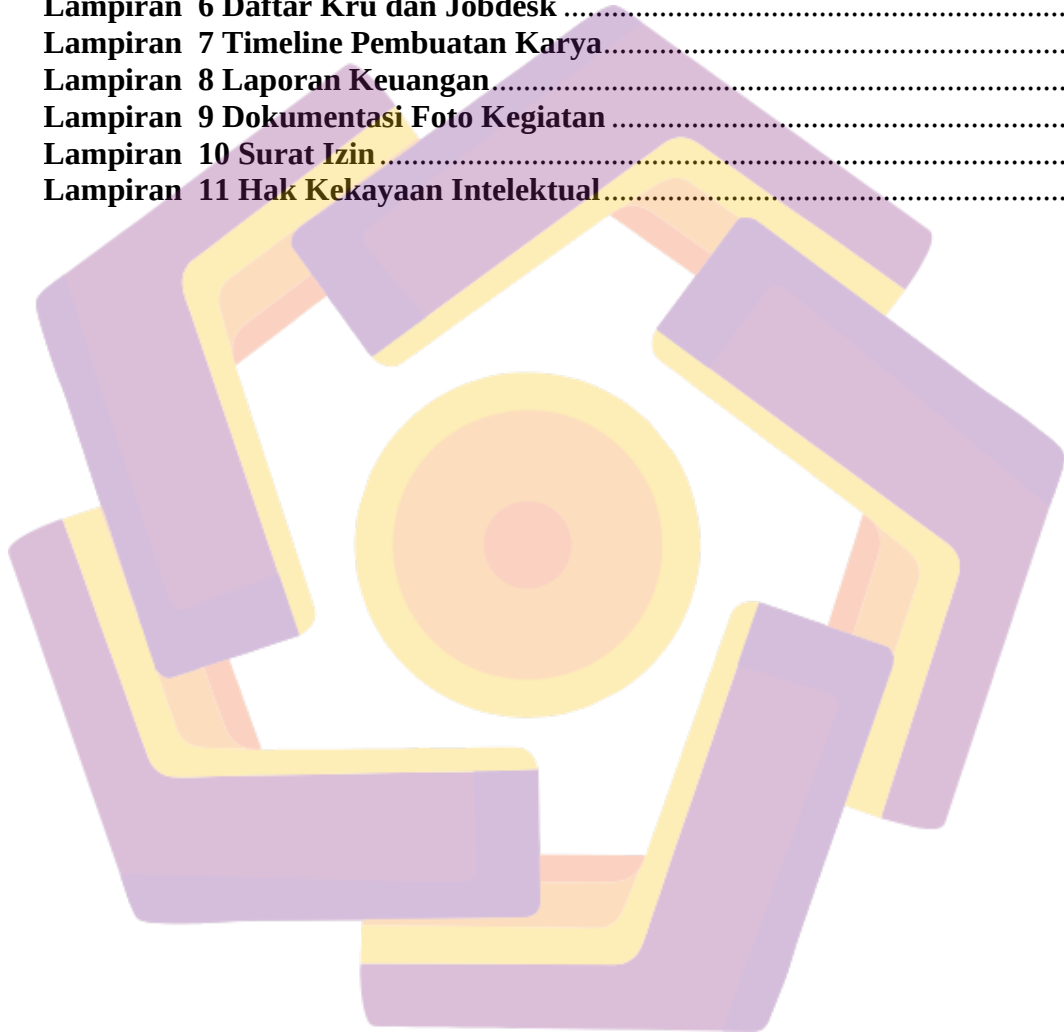
PERAN KAMERAMEN DALAM PEMBUATAN VIDEO PROFIL SEBAGAI MEDIA PROMOSI.....	i
PERAN KAMERAMEN DALAM PEMBUATAN VIDEO PROFIL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DESA WISATA KELOR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRACT.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Manfaat Penciptaan Karya	3
1.2.1. Manfaat Karya Secara Akademis.....	3
1.2.2. Manfaat Karya Secara Praktis	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1. Referensi Karya Sebelumnya.....	4
2.1.1 Video profil Desa Wisata Jawa Timur “The Amazing Bumiaji” 2021	4
2.1.2 Video Profil Desa Wisata Semen 2022	6
2.1.3 Video Profil Desa Wisata Kelor Yogyakarta-Outbound dan River Tracking	7
2.2. Landasan Teori/ Konsep	8
BAB III METODE PEMBUATAN KARYA.....	19
3.1. Riset Dalam Pra Produksi.....	19
3.2. Deskripsi Karya.....	19
3.2.1. Format Media	19
3.2.2. Durasi Karya	19
3.2.3. Isi Pesan Karya.....	21
3.2.4. Target Audiens	21
3.2.5. Periode Publikasi Karya.....	22
BAB IV PEMBAHASAN HASIL KARYA.....	24
4.1. Deskripsi Peran dan Tugas	24
4.1.1. Pra Produksi:.....	24
4.1.2. Produksi	26

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. 1. Screenshot Youtube Amazing Bumiaji Tahun 2021.....	4
Gambar 2.1. 2. Screenshot Youtube “Profil Desa Wisata Semen 2022”	6
Gambar 2.1. 3. Screenshot Youtube “Desa Wisata Kelor Yogyakarta-Outbound dan River Tracking”	7
Gambar 2.2.1. 1. Ilustrasi Macam dan Jenis Angle Kamera.....	13
Gambar 2.2.1. 2. Ilustrasi eye-level angle kamera.....	13
Gambar 2.2.1. 3. Ilustrasi low-level angle kamera	14
Gambar 2.2.1. 4. Ilustrasi high-level angle kamera	14
Gambar 2.2.1. 5. Ilustrasi bird-level angle kamera.....	15
Gambar 3.2.2. 1. Hubungan Durasi Dengan Engagement Audiens.....	20
Gambar 3.2.5. 1. Dokumentasi penulis, 2024 Youtube Desa Wisata Sejarah KelorYogyakarta "The Outbound & Historic Sites" 2022	22
Gambar 3.2.5. 2. Dokumentasi penulis, 2024 Youtube Desa Wisata Sejarah Kelor Yogyakarta "The Outbound & Historic Sites" 2022.....	22
Gambar 4.1.2.1. 1. Dokumentasi penulis 2022, Screenshot Eye Angle Level	27
Gambar 4.1.2.1. 2. Dokumentasi penulis 2022, Screenshot Low Angle Level	27
Gambar 4.1.2.1. 3. Dokumentasi penulis 2022 Screenshot Pengambilan Footage Bird Eye View.....	28
Gambar 4.1.2.1. 4. Dokumentasi penulis 2022 Screenshot Pengambilan Footage Bird Eye View.....	28
Gambar 4.1.2.1. 5. Dokumentasi penulis 2022 Screenshot Tracking Shot dan Tilting Shot	29
Gambar 4.1.2.1. 6. Dokumentasi penulis 2022 Screenshot Static Shot dan Panning Shot	29
Gambar 4.1.2.1. 7. Dokumentasi penulis 2022 Screenshot Panning Shot.....	30
Gambar 4.1.2.1. 8. Dokumentasi penulis 2022 Screenshot Tracking Shot	30
Gambar 4.1.2.1. 9. Dokumentasi penulis 2022 Screenshot Arc Shot dan Panning Shot	31
Gambar 4.1.2.1. 10. Dokumentasi penulis 2022 Screenshot Following Shot	31
Gambar 4.1.2.1. 11. Dokumentasi penulis 2022 Screenshot Static Shot dan Panning Shot	32
Gambar 4.1.2.1. 12. Dokumentasi penulis 2022 Screenshot Static Shot.....	32
Gambar 4.1.2.1. 13. Dokumentasi penulis 2022 Screenshot Tracking Shot dan Tilting Shot	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tautan Karya.....	42
Lampiran 2 Naskah	42
Lampiran 3 Storyboard.....	43
Lampiran 4 Daftar Talent.....	44
Lampiran 5 Shotlist	45
Lampiran 6 Daftar Kru dan Jobdesk	45
Lampiran 7 Timeline Pembuatan Karya.....	46
Lampiran 8 Laporan Keuangan.....	47
Lampiran 9 Dokumentasi Foto Kegiatan	48
Lampiran 10 Surat Izin	49
Lampiran 11 Hak Kekayaan Intelektual.....	50



ABSTRACT

The Kelor Tourism Village in Yogyakarta has substantial tourism potential, including activities like outbound programs and natural attractions. However, limited promotion has hindered its appeal to a broader audience. A profile video was created as an effective medium to introduce this village's unique features through digital platforms. In this project, the cameraman's role was crucial in capturing moments aligned with the intended visual concept. Techniques such as camera angles, lighting adjustments, and optimal framing were used to produce engaging and informative visuals. The video aims to support enhanced promotional efforts to attract more visitors..

Keywords: *Cameramen, Videography, Video Profile, Tourism Village Promotion, Tourism Documentation.*



ABSTRAK

Desa Wisata Kelor di Yogyakarta memiliki potensi pariwisata yang besar, seperti kegiatan *outbound* dan keunikan alam, namun kurangnya media promosi dapat menghambat daya tarik tempat wisata. Pembuatan video profil dipilih sebagai sarana efektif untuk memperkenalkan potensi desa ini ke audiens yang lebih luas, terutama melalui platform digital. Dalam proyek ini, peran kameramen sangat penting dalam menangkap momen yang sesuai dengan konsep visual yang ditargetkan. Teknik pengambilan gambar, pengaturan pencahayaan, dan sudut pandang yang tepat digunakan untuk menghasilkan visual yang menarik dan informatif.

Kata Kunci: Kameramen, Videografi, Video Profil, Promosi Desa Wisata, Dokumentasi Wisata.

