

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.

Dalam rangka memperkaya pengetahuan dan referensi produksi karya, diperlukan pengumpulan penelitian terdahulu, memahami, dan mengadaptasi beberapa aspek yang terdapat pada penelitian terdahulu. Terdapat beberapa perbedaan yang signifikan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Penelitian oleh (Prasetyo, 2023) yang berjudul “Pengelolaan Media Sosial @edukasiparlemen dalam Mewujudkan Transparansi Informasi Parlemen Modern DPR-RI” menggunakan metode studi kasus kualitatif melalui wawancara dan observasi terhadap pengelolaan akun Instagram resmi milik DPR RI. Penelitian ini mengungkap bahwa Humas Sekretariat Jenderal DPR RI telah mengelola media sosial dengan baik melalui perencanaan konten yang informatif dan visual yang menarik, guna mendukung transparansi informasi serta meningkatkan partisipasi publik. Relevansi penelitian ini terletak pada pendekatan strategis penyampaian informasi melalui media digital yang dapat diadaptasi dalam pengembangan media pembelajaran digital berbasis *e-book*, khususnya dalam mengemas konten parlemen agar lebih mudah dipahami masyarakat umum.

Kajian oleh (Rahman & Izzatusolekha, 2024) yang berjudul “*Penerapan Konsep Open Parliament dalam Mewujudkan Parlemen yang Modern*” menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif berbasis studi pustaka. Penelitian ini menekankan bahwa prinsip-prinsip *open parliament* seperti transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi publik telah menjadi pilar utama pembaruan parlemen di Indonesia. Konsep ini mengarahkan lembaga legislatif untuk membuka akses informasi dan mendorong masyarakat terlibat dalam proses legislasi. Temuan ini relevan dalam konteks pengembangan media pembelajaran digital yang bertujuan untuk memperkuat pemahaman publik, karena prinsip *open parliament* dapat menjadi kerangka normatif dalam

menentukan konten dan indikator capaian edukatif dalam media yang dikembangkan.

Penelitian oleh (Habibi, 2024) berjudul "*Strategi Humas DPR RI dalam Membangun Citra Positif Melalui Program Edukasi Parlemen*" menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas DPR RI menjalankan strategi komunikasi melalui media sosial, pelibatan pihak internal dan eksternal, serta program edukasi parlemen untuk meningkatkan citra positif lembaga. Persepsi masyarakat terhadap program ini sebagian besar positif, karena dianggap mampu meningkatkan pemahaman tentang fungsi dan peran DPR RI. Penelitian ini relevan sebagai landasan bagi produksi media pembelajaran digital, karena menegaskan pentingnya pendekatan edukatif dan komunikasi strategis untuk membentuk persepsi publik yang lebih baik terhadap lembaga legislatif.

Penelitian oleh (Prily et al., 2022) dengan judul "*Upaya Edukasi Politik Humas DPR RI pada Generasi Muda melalui Program Parlemen Remaja*" menggunakan metode studi kasus kualitatif dengan pendekatan konstruktivisme. Penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan langsung generasi muda dalam program edukatif parlemen seperti "Parlemen Remaja" berdampak positif terhadap pemahaman, sikap, dan minat mereka terhadap isu-isu legislatif. Bentuk kegiatan yang interaktif dan memanfaatkan partisipasi peserta terbukti lebih efektif dalam menyampaikan informasi ketimbang metode satu arah. Temuan ini sangat tinggi bagi pengembangan media pembelajaran digital karena menggarisbawahi pentingnya fitur-fitur interaktif, seperti kuis, simulasi, atau permainan dalam meningkatkan daya tarik dan efektivitas pemahaman isi pembelajaran.

Berdasarkan kajian terhadap lima penelitian terdahulu yang tercantum dalam tabel, diperoleh beberapa temuan yang relevan untuk mendukung pengembangan media pembelajaran digital dalam tugas akhir ini. Penelitian oleh (Hidayah & Sopiandi, 2018) menunjukkan bahwa media edukasi

sederhana seperti buku saku dan leaflet dapat meningkatkan pengetahuan pengguna, meskipun efektivitasnya terhadap perubahan perilaku masih terbatas. Sementara itu, penelitian (Susilawati & Rusdinal, 2022) mengembangkan e-book berbasis *blended learning* menggunakan metode ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation*) terbukti valid, praktis, dan efektif digunakan dalam pembelajaran tematik di sekolah dasar.

Sementara itu, (Fadhlurrahman & Karnita, 2024) menekankan pentingnya konten yang menarik dan mudah dipahami dalam media pembelajaran interaktif agar efektif dalam konteks edukasi inklusif. Seluruh penelitian tersebut menegaskan bahwa keberhasilan media pembelajaran digital sangat bergantung pada desain yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, pendekatan pembelajaran yang tepat, serta validitas isi dan bentuk penyajian, sehingga menjadi dasar penting dalam merancang media pembelajaran digital untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang peran parlemen DPR RI.

2.2 Kerangka Teoretis

2.2.1 Teori Manajemen Relasi

Ledingham dalam (Heath, 2013) menyebutkan bahwa manajemen relasi adalah proses membina hubungan antara organisasi dan publiknya. Teori ini menjelaskan tentang bagaimana suatu hubungan dalam organisasi atau lembaga dibina untuk saling menguntungkan antara organisasi atau lembaga kepada publik dan sebaliknya. Teori manajemen relasi merupakan salah satu teori terapan dari public relations ini merupakan hasil dari paradigma *co-creational* dimana komunikasi digunakan untuk memberi stimulasi kepada publik untuk memberikan makna terhadap hubungan atau disebut *co-creator meaning*. Ledingham lebih lanjut mendefinisikan hubungan atau relasi sebagai keadaan di mana antara organisasi dan publiknya dapat memengaruhi kesejahteraan ekonomi, sosial, budaya, atau politik.

Dalam bukunya yang berjudul *Encyclopedia of Public Relations*, Robert L. Heath menjelaskan bahwa membina hubungan antara organisasi atau lembaga terhadap publiknya merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Keberhasilan program yang dilakukan oleh organisasi atau lembaga ditentukan oleh kualitas manajemen relasi publiknya (Heath, 2013). Dalam hal ini, komunikasi menjadi alat utama dalam membangun relasi dan mendapatkan sebanyak-banyaknya informasi dari publik sehingga organisasi atau lembaga dapat melakukan evaluasi dan melakukan pelayanan yang baik. (Kriyantono, 2014) menjelaskan bahwa manajemen relasi dapat dilihat dengan metode pengukuran Hon & Grunig yang memiliki empat dimensi, diantaranya:

a) Kepercayaan

Kepercayaan atau *trust* didefinisikan sebagai keterbukaan dan kejujuran seseorang terhadap orang lain yang memiliki tiga dimensi, yaitu:

- (1) Integritas, kedua pihak yang menjalin relasi bersifat adil dan menunjukkan kesatuan yang utuh satu sama lain
- (2) *Reliability*, kedua pihak yang terlibat dalam relasi mampu memercayai satu sama lain karena memiliki kesesuaian antara apa yang diucapkan dengan apa yang dilakukan
- (3) Kompetensi, kedua pihak yang menjalin relasi memiliki kemampuan untuk melakukan sesuatu yang mereka katakan

b) Komitmen

Komitmen merupakan tingkat dedikasi seseorang kepada organisasi atau lembaga. Komitmen merupakan aspek penting dari manajemen relasi karena merupakan hal fundamental bagi sikap organisasi pada publik.

c) Kepuasan

Manajemen relasi berfokus pada keuntungan yang didapatkan oleh kedua belah pihak dari menjalin hubungan. Kepuasan merupakan alat ukur kedua belah pihak yang terlibat dalam hubungan memiliki perasaan positif satu sama lain.

d) Kontrol Kebersamaan

Dalam dimensi ini, kedua belah pihak memiliki keseimbangan dan kekuatan untuk mengevaluasi pihak yang memiliki kekuatan dan pengaruh terhadap pihak lain. Kontrol kebersamaan inilah yang digunakan untuk memengaruhi sikap dan perilaku sehingga mampu mempertahankan relasi.

Teori manajemen relasi memiliki 10 prinsip dasar dalam membangun relasi, diantaranya:

- a) *Public Relations* berfokus pada membangun relasi
- b) Relasi dapat dikatakan berhasil apabila memperoleh keuntungan kedua pihak yang terlibat
- c) Relasi antara organisasi dan publiknya bersifat dinamis dan berubah setiap saat
- d) Relasi terjadi karena dorongan kebutuhan dan keinginan organisasi dan public
- e) Manajemen relasi yang efektif mampu meningkatkan keuntungan organisasi dan publiknya
- f) Keberhasilan relasi diukur dengan kualitas relasi organisasi dan publiknya
- g) Komunikasi merupakan alat utama dalam manajemen relasi, tetapi jika tidak diiringi perilaku organisasi maka relasi jangka panjang tidak akan terjaga
- h) Relasi antara organisasi dan publiknya dipengaruhi oleh sejarah relasi, sifat interaksi, frekuensi pertukaran, dan saling timbal balik
- i) Relasi dapat dikategorikan ke beberapa jenis, yaitu relasi personal, relasi professional, relasi komunitas
- j) Relasi data terjadi pada beragam aspek kajian dan praktik kehumasan

2.2.2 Teori Media Baru

New media atau media baru adalah perangkat teknologi elektronik yang memiliki penggunaan yang berbeda dengan media tradisional. Denis McQuail menjelaskan dalam bukunya yang berjudul “McQuail’s Mass

Communication Theory” bahwa media baru memiliki beberapa sistem teknologi seperti sistem transmisi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian gambar dengan kombinasi teks dan grafik, serta sistem pengendalian oleh komputer. Media baru merupakan alternatif dari media tradisional untuk menjawab tantangan digital. Contoh media baru adalah blog, podcast, media sosial, atau aplikasi pengantar pesan. Media baru memiliki karakteristik, diantaranya:

a) Digital

Setiap bagian data yang dimasukkan, diubah menjadi bentuk numerik, misalnya informasi seperti teks, grafik, diagram, dan rekaman video akan diubah dan disimpan sebagai data numerik, yang akan dikeluarkan sebagai format online, cakram digital, atau drive memori. Data ini kemudian ditafsirkan dan disajikan sebagai tampilan layar dan dikirimkan kembali melalui jaringan telekomunikasi.

b) Interaktif

Media baru memungkinkan pengguna mendapatkan timbal balik secara langsung dan berinteraksi secara aktif.

c) Hipertekstual

Hypertext memungkinkan penggunaan sumber eksternal yang tersambung di sebuah potongan teks. Sehingga ketika kita menekan teks tersebut akan muncul halaman website atau halaman lain.

d) Virtual

Virtual merupakan proses komunikasi menggunakan ruang maya bersifat interaktif. Virtual memiliki arti “maya” atau “seolah nyata” yang merupakan suatu keadaan tiruan dari dunia nyata.

e) Simulasi

Simulasi merupakan representasi dunia nyata yang didramatisasi seolah hal tersebut nyata sehingga penerima informasi merasakan hal yang sama di dunia nyata.

f) Jaringan

Hubungan yang terjalin antara pengguna satu dengan yang lainnya akibat dari penggunaan internet.

2.3 Kerangka Konseptual

2.3.1 Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat atau juga dikenal dengan sebutan *public relations* (PR) merupakan salah satu kegiatan komunikasi pemasaran yang memiliki fungsi untuk membangun dan meningkatkan citra organisasi di mata publik. Menurut The British Institute of Public Relations, humas adalah upaya organisasi yang berkesinambungan, sungguh-sungguh, dan terencana untuk membangun serta membina hubungan baik dengan publiknya (Rachmadi, 1994). Setelah revolusi industri di Eropa dan Asia, praktik kehumasan semakin luas ke berbagai bidang seperti bisnis, ilmu politik, psikologi, hingga antropologi (Kriyantono, 2020). Namun, seluas apapun praktik kehumasan berkembang dan digunakan di seluruh sektor, PR tetap merupakan disiplin ilmu yang baru berkembang di bidang komunikasi.

Setiap aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh organisasi, lembaga, atau perusahaan merupakan bagian dari *public relations* (Wayan Supada, 2020). *Public Relations Society of America* (PRSA) mendefinisikan hubungan masyarakat atau PR sebagai proses komunikasi strategis yang saling menguntungkan antara organisasi, lembaga, atau perusahaan dan publiknya. (Seitel, 2017) dalam bukunya yang berjudul *The Practice of Public Relations* menjelaskan bahwa hubungan masyarakat adalah proses strategis yang memiliki fokus untuk membantu organisasi mencapai tujuannya. Pada dasarnya, komunikasi merupakan komponen dasar dan menjalin hubungan adalah fokus utama dalam hubungan masyarakat. (Kriyantono, 2020) memaknai hubungan masyarakat sebagai aktivitas manajemen komunikasi yang terbagi dalam dua pendekatan, yaitu metode komunikasi dan teknik komunikasi. Metode komunikasi diartikan sebagai aktivitas kehumasan dilakukan dengan terencana pada struktur lembaga

yang jelas, contohnya adalah terdapat divisi atau departemen PR. Sebagai teknik komunikasi, aktivitas kehumasan dapat dilakukan oleh setiap individu secara terencana maupun tidak. Dalam konteks lembaga, organisasi, atau perusahaan, kedua pendekatan ini tidak dapat dipisahkan karena saling memberi pengaruh satu dengan yang lain. Komunikasi yang dilakukan merupakan kesatuan utuh secara keseluruhan yang mengikat antara perilaku individu dan organisasi. Cutlip & Centre, and Canfield dalam (Ruslan, 2001) merumuskan fungsi kehumasan, sebagai berikut:

- a) Menunjang aktivitas utama manajemen untuk mencapai tujuan bersama
- b) Membina hubungan harmonis dengan public sebagai khalayak sasaran
- c) Mengidentifikasi opini, persepsi, dan tanggapan publik terhadap organisasi
- d) Melayani keinginan public dan memberikan saran kepada pimpinan untuk mencapai tujuan dan manfaat bersama
- e) Menciptakan lingkungan komunikasi dua arah yang baik dan mengatur arus informasi antara public dan organisasi sehingga tercapai citra positif kedua belah pihak.

Cutlip, et.al dalam (Wayan Supada, 2020) menjabarkan empat langkah dalam strategi aktivitas *public relations*. Keempat langkah ini merupakan landasan dalam melaksanakan kegiatan kehumasan secara strategis. Berikut langkah dalam strategi kehumasan:

- a) *Defining the problem*, memiliki arti bahwa humas harus mampu untuk memantau informasi, opini, sikap, dan perilaku public untuk mengetahui apa yang sedang terjadi di dalam maupun luar lembaga
- b) *Planning and programming*, setelah mengetahui dan memahami situasi yang terjadi, humas perlu membuat keputusan tentang tindakan apa yang harus dilakukan untuk mendukung tujuan program
- c) *Taking action and communicating*, rencana-rencana yang sudah disusun secara sistematis kemudian diimplementasikan dengan mengomunikasikan program kepada publiknya. Humas perlu

mengetahui pemetaan stakeholder internal dan eksternal agar dapat mengomunikasikan program secara komprehensif

- d) *Evaluating the program*, penilaian terhadap program dan hasil dari implementasi program diperlukan untuk mempertimbangkan keberlanjutan program tersebut. Humas harus mengetahui standar kesuksesan setiap program dan bagaimana implementasinya berjalan.

Langkah-langkah dalam strategi kehumasan tersebut diiringi dengan pendekatan kehumasan menurut (Ruslan, 2001). Pendekatan persuasif merupakan strategi komunikasi kehumasan yang dalam penyampaian pesan atau informasinya didasarkan pada kebutuhan atau kepentingan khalayak yang menjadi targetnya sehingga dapat menarik perhatian khalayak; Selanjutnya adalah pendekatan edukatif-informatif atau strategi yang dilakukan oleh humas untuk menyampaikan fakta dan opini baik di dalam maupun luar lembaga, menelusuri informasi melalui dokumen resmi lembaga, dan memahami perubahan yang terjadi; Pendekatan ketiga adalah tanggung jawab sosial humas dimana upaya menumbuhkan sikap bahwa tujuan dan sasaran yang ingin dicapai bukan merupakan keuntungan sepihak melainkan keuntungan bersama bagi organisasi dan publiknya.

2.3.2 Trias Politika

Dalam memahami sistem ketatanegaraan Indonesia, terdapat salah satu konsep penting yang perlu diketahui, yaitu Trias Politika atau pembagian kekuasaan negara menjadi tiga fungsi utama untuk mengatur kehidupan berbangsa dan bernegara. Tiga fungsi tersebut adalah legislatif, eksekutif, dan yudikatif yang pertama kali dikembangkan oleh Montesquieu dalam bukunya yang berjudul "*The Spirit of Laws*". Tujuan utama dari konsep ini adalah mencegah terjadinya kekuasaan terpusat pada satu pihak dan memastikan terdapat pengawasan di antara lembaga-lembaga yang menjalankan pemerintahan. Hal ini biasa disebut dengan prinsip *checks and balances* (Oktavira, 2025). Penerapan trias politika di Indonesia lebih fleksibel dan telah disesuaikan dengan kondisi sosial dan politik yang ada

dengan sistem pembagian kekuasaan, alih-alih dengan pemisahan kekuasaan yang diatur dalam Undang-Undang Dasar 1945 setelah amandemen (Umboh, 2020).

Dalam sistem ini, lembaga legislatif dijalankan oleh MPR, DPR, DPD, dan DPRD yang memiliki kewenangan untuk membuat undang-undang, mengawasi jalannya pemerintahan, dan menyusun anggaran negara. Dalam menjalankan perannya untuk menggagas dan membentuk undang-undang, DPR disebut sebagai *positive legislator* (Sari & Raharjo, 2022). Di sisi lain, kekuasaan eksekutif berada di tangan Presiden yang dibantu oleh para menteri. Presiden bertanggung jawab untuk menjalankan undang-undang, menetapkan kebijakan nasional, dan memimpin jalannya pemerintahan. Selanjutnya, kekuasaan yudikatif dijalankan oleh Mahkamah Agung (MA), Mahkamah Konstitusi (MK), dan Komisi Yudisial (KY). Ketiga lembaga ini bertugas menjaga keadilan dan supremasi hukum. Mahkamah Konstitusi juga memiliki kewenangan untuk melakukan *judicial review* atau menguji undang-undang terhadap UUD 1945, yang membuatnya dijuluki sebagai *negative legislator* (Sahib, 2024). Selain tiga kekuasaan utama tersebut, Indonesia juga mengenal kekuasaan eksaminatif, yaitu kewenangan untuk melakukan audit dan pemeriksaan keuangan negara yang dijalankan oleh Badan Pemeriksa Keuangan (BPK).

Lembaga-lembaga tersebut saling terhubung dan saling mengawasi satu sama lain sebagai bentuk mekanisme *checks and balances*. Misalnya, DPR berhak meminta pertanggungjawaban pemerintah dan menyetujui anggaran negara, Presiden memerlukan persetujuan DPR dalam pengangkatan pejabat penting, dan Mahkamah Konstitusi bisa membatalkan undang-undang yang dianggap bertentangan dengan konstitusi. Konsep ini penting untuk dipahami masyarakat karena menunjukkan bagaimana sistem pemerintahan Indonesia diselenggarakan, termasuk peran DPR RI dalam menjalankan fungsi legislasi, anggaran, dan pengawasan berikut dengan hak-hak yang dimilikinya sebagai wakil rakyat. Dengan memahami konsep

trias politika, masyarakat bisa lebih sadar akan pentingnya peran lembaga-lembaga negara, khususnya DPR RI dalam menjaga keseimbangan kekuasaan serta jalannya pemerintahan yang demokratis dan akuntabel.

2.3.3 Komunikasi Digital

Komunikasi digital adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media digital. Terdapat perbedaan signifikan antara komunikasi tradisional dengan komunikasi digital, yaitu pada pengemasan dan penyajian informasi serta penggunaan teknologi dalam penyampaian informasi. Informasi yang disampaikan melalui media digital tersampaikan dengan cepat dan memungkinkan dikemas dengan cara yang unik (Asari et al., 2023). Komunikasi digital memungkinkan respon yang lebih meluas tanpa terbatas ruang dan waktu. Menurut Fleishman dan Hillard, komunikasi digital adalah taktik komunikasi yang memanfaatkan teknologi di internet seperti iklan, email, pesan teks, siaran pers, mesin pencarian seperti Google, dan lainnya. Berikut konsep komunikasi digital:

a) Dunia Maya

Dunia maya adalah lingkungan digital yang memungkinkan bagi sekelompok orang untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan berbagi informasi.

b) Realitas Maya

Realitas Maya atau *Virtual Reality* (VR) adalah teknologi yang memungkinkan penggunaannya untuk mendapatkan pengalaman di lingkungan digital yang interaktif sehingga seolah-olah merasa berada di lingkungan tersebut.

c) Komunitas Maya

Komunitas maya merupakan sekelompok individu yang memiliki ketertarikan yang sama di dunia maya. Aktivitas yang dilakukan hampir mirip dengan komunitas di dunia nyata, hanya saja memerlukan perangkat elektronik dan koneksi internet untuk berinteraksi.

d) Chat Room

Chat room adalah fitur digital yang memungkinkan bagi penggunanya untuk berkomunikasi dengan orang lain tanpa harus bertemu. Komunikasi yang dilakukan dapat melalui pesan teks atau rekaman audio hingga saling bertukar gambar.

e) Keinteraksian

Pengguna dapat berinteraksi dengan berbagai fitur yang tersedia di internet untuk kebutuhan komunikasi seperti mengirim dan menerima email.

f) Hiperteks

Penggunaan fitur hiperteks memungkinkan pengguna mengakses tautan atau sumber eksternal lain untuk mendapatkan lebih banyak informasi. Contoh penggunaan hiperteks yang umum digunakan adalah hyperlink.

g) Multimedia

Multimedia merupakan kemasan komunikasi yang menggabungkan teks, grafik, suara, video, dan animasi. Dengan kemajuan teknologi, World Wide Web (WWW) kini menawarkan streaming multimedia yang memungkinkan pengguna mengakses audio dan video langsung dari situs web. Integrasi multimedia dengan hyperlink memungkinkan pengguna mengakses gambar, video, atau informasi lain dengan mudah.

2.3.4 Produksi Media Public Relations

Media Public Relations adalah segala hal yang digunakan oleh praktisi *public relations* untuk memberikan informasi kepada masyarakat dengan tujuan menjalin komunikasi dua arah dengan publiknya. Menurut Kriyantono, dalam menyampaikan nilai-nilai dari produk atau program kerja organisasi kepada publik, media public relations berperan penting agar publik dan organisasi mencapai pemahaman yang sama. Media juga merupakan upaya public relations agar produk atau program kerja organisasi dapat dikenal lebih luas di ruang publik. Selain itu, media public

relations memiliki manfaat dalam meningkatkan citra dan membangun reputasi yang baik suatu organisasi atau lembaga.

Dalam ruang lingkup kehumasan, terdapat beberapa jenis media public relations yang dapat digunakan, misalnya artikel, brosur atau leaflet, newsletter, multimedia, media sosial, dan siaran pers. Beberapa bentuk media public relations tersebut tentu memiliki proses yang berbeda dalam produksinya. Produksi media public relations adalah serangkaian proses yang dilakukan oleh praktisi public relations untuk menyampaikan informasi kepada publik. Proses produksi media public relations terdiri dari tujuh tahap, yaitu perencanaan, riset, penulisan, editing dan proofreading, desain, produksi, dan distribusi.

2.3.5 Media Pembelajaran *E-book*

Proses belajar terjadi ketika terjadi interaksi antara individu dengan lingkungannya yang ditandai dengan perubahan tingkah laku, perubahan tingkat pengetahuan atau keterampilan (Hasan et al., 2021). Proses ini melibatkan berbagai aspek salah satunya adalah penggunaan media sebagai medium belajar. Media pembelajaran didefinisikan sebagai media yang memuat informasi atau pesan instruksional dalam proses belajar. *Electronic book* yang disingkat *E-book* adalah buku elektronik atau juga biasa dikenal dengan *digital book* merupakan salah satu media pembelajaran digital yang didalamnya memuat gambar, teks, suara, hingga video (Rusdiana & Wulandari, 2022). Sebagai alternatif media belajar *E-book* berpengaruh signifikan dalam meningkatkan literasi digital (Sonia & Yuliani, 2023). *E-book* memungkinkan penggunaannya untuk mencari informasi dengan mudah karena tersedia fitur *search query*, penandaan atau anotasi, dan mengakses tautan eksternal. Berikut tahap pembuatan *E-book*:

a) Menganalisis target audiens

Analisis dilakukan untuk memahami kebutuhan dan minat audiens sehingga isi *e-book* dapat relevan bagi mereka. Analisis juga dilakukan untuk mengetahui gaya penulisan yang akan digunakan sehingga pembaca

dapat menikmati dan mengoptimalkan penyampaian informasi kepada audiens.

b) Menentukan topik dan judul yang menarik

Setelah mengetahui segmentasi target audiens, langkah selanjutnya adalah menentukan topik dari *e-book* yang ingin disusun. Berdiskusi dengan penasihat ahli akan membantu proses penyusunan materi yang relevan dengan target audiens. Tidak lupa untuk menentukan judul yang menarik minat audiens untuk membaca *e-book* tersebut.

c) Membuat kerangka *E-book*

Disusunnya kerangka bertujuan untuk menentukan apa saja informasi yang ingin disampaikan di dalam *e-book* tersebut sehingga setiap informasinya dapat tersusun secara logis, berkesinambungan, dan memiliki alur yang efektif. Kerangka *e-book* memuat bab atau subbab yang ingin dibahas di dalam *e-book*.

d) Menentukan *Key Visual Design*

Menciptakan desain yang menarik perlu diawali dengan menentukan *key visual design* sebagai pedoman desain sehingga visual yang didapatkan tetap konsisten dari awal hingga akhir. Hal ini juga dilakukan untuk menciptakan visual *e-book* yang menarik dan efektif bagi penggunanya.

e) Menulis isi atau materi *E-book*

Menulis isi *e-book* sesuai analisis yang telah didapatkan dengan gaya penulisan yang telah disesuaikan untuk menciptakan konten yang berkualitas dan relevan serta mencapai tujuan komunikasi.

f) Mengonversi ke format yang umum

Pada umumnya, *e-book* memiliki format digital seperti PDF, EPUB, atau MOBI. Ketiganya memiliki keunggulan yang berbeda dengan situs penerbit yang berbeda pula. Format PDF merupakan bentuk paling umum yang banyak ditemui. Format ini memungkinkan konversi menjadi *flipbook* di situs tidak berbayar. Sedangkan EPUB atau *electronic publication* adalah

format digital yang dikembangkan oleh International Publishing forum (IDPF). Kedua format tersebut hampir memiliki keunggulan yang sama yaitu dapat diakses di berbagai perangkat dan mendukung navigasi yang mudah serta mendukung format gambar, teks, dan audio. Lain hal nya dengan MOBI atau mobipocket yang hanya dapat dibaca melalui perangkat Amazon Kindle dan aplikasi Kindle di *smartphone* atau tablet. Format MOBI memiliki kompresi yang baik sehingga ukuran file lebih kecil dan mendukung perlindungan hak cipta.

g) Publikasi

Publikasi *e-book* dapat dimuat di berbagai situs *e-book* yang sudah ada, seperti Amazon Kindle Direct publishing, Google Play Books, Apple Books, Deepublish, atau lainnya. Tetapi, *e-book* juga dapat dipublikasikan pada situs pribadi atau situs resmi milik suatu badan atau lembaga. Pada dasarnya, untuk mempublikasikan *e-book*, ISBN (International Standar Book Number) atau kode unik untuk mengidentifikasi buku tidak diperlukan, jika tidak ingin memonetasi buku tersebut. *E-book* yang dibagikan secara gratis melalui situs web pribadi tidak memerlukan ISBN dalam publikasinya.

Terdapat perbedaan signifikan antara *E-book*, Booklet, dan Flipbook. Perbedaan utama terdapat pada bentuk fisik, jumlah halaman, dan isi. *E-book* dan flipbook merupakan publikasi digital yang dapat dibaca dengan perangkat elektronik seperti ponsel pintar, laptop, atau komputer, sedangkan booklet adalah publikasi cetak yang memiliki bentuk fisik. Jumlah halaman pada *E-book* dan flipbook memuat lebih banyak dibandingkan booklet yang terbatas. Isi pada *E-book* memuat lebih banyak informasi yang ingin disampaikan sedangkan pada booklet biasanya digunakan untuk promosi, edukasi, atau informasi mengenai produk atau jasa suatu organisasi atau perusahaan, Isi dalam *E-book* dapat digunakan secara khusus untuk tujuan pendidikan, referensi, atau hiburan, contohnya novel fiksi. Lain hal nya

dengan flipbook yang digunakan untuk tujuan promosi, pemasaran, atau presentasi (designrr, n.d.).

Dilihat dari segi aksesabilitas, *E-book* memiliki keunggulan dibandingkan publikasi digital lainnya. *E-book* lebih fleksibel digunakan pada berbagai perangkat dengan ukuran layar yang berbeda tanpa mengganggu visibilitas konten, ramah disabilitas karena mendukung fitur *text to speech*, dan tidak membutuhkan koneksi internet apabila sudah diunduh. Dengan tujuan edukasi, *E-book* lebih tepat digunakan karena di dalamnya minim elemen interaktif sehingga dapat diakses tanpa browser atau perangkat yang modern. Dalam proses penyusunan *E-book*, berikut hal-hal yang perlu diperhatikan untuk memperoleh hasil yang optimal:

- a) Ukuran Fon. Ukuran ideal *E-book* adalah dalam rentang 10-14 pt dengan pilihan fon berjenis sans serif atau sans seperti Arial, Calibri, atau Helvetica.
- b) Spasi Baris. Spasi baris yang digunakan biasanya antara 1,2 – 1,5 agar teks lebih mudah dibaca
- c) Margin. Margin yang ideal untuk sebuah *E-book* adalah 0,5 inch atau 1,3 – 2,5 cm di semua sisi
- d) Judul dan Sub Judul. Penulisan judul dan sub judul harus lebih besar daripada isi, yaitu sekitar 19 – 24 pt untuk judul dan 14 – 18 pt untuk sub judul
- e) Gambar dan Ilustrasi. Untuk meningkatkan interaktivitas, *E-book* biasanya dilengkapi dengan gambar atau ilustrasi yang relevan dengan isi teks
- f) Tabel dan Daftar. Apabila ingin mencantumkan data berupa tabel dan daftar-daftar, fon harus sesuai dengan teks utama
- g) Halaman Judul. Bagian ini disarankan memiliki desain yang menarik dan informatif

- h) Daftar Isi. Daftar isi harus memiliki desain yang jelas dan mudah dibaca, disarankan menggunakan *hyperlink* dan navigasi pada tiap nomor halaman agar memudahkan akses pembaca.

2.3.6 Desain Grafis

Dalam konteks komunikasi, desain grafis disebut sebagai desain komunikasi visual karena pada dasarnya pesan yang disampaikan melalui desain grafis adalah melalui visual seperti gambar, tipografi, atau elemen seni. Dalam buku yang berjudul *Panduan Mengenal Desain Grafis* oleh (Sitepu, 2016), Jessica Helfand mendefinisikan desain grafis sebagai kombinasi yang kompleks antara teks, gambar, angka, grafik, foto, dan ilustrasi. Kombinasi tersebut membutuhkan pemikiran khusus untuk bisa menciptakan keutuhan pesan dengan komposisi yang seimbang. Sedangkan (Asari et al., 2023) menjelaskan bahwa komunikasi adalah seni yang memiliki nilai estetika, misalnya dalam penulisan novel, siaran radio, televisi, film, penulisan skenario, penulisan buku, dan sebagainya.

Untuk menghasilkan nilai estetis pada sebuah pesan, desain grafis memiliki elemen-elemen dan prinsip sebagai dasar pengemasannya (Sitepu, 2016), Berikut ini adalah elemen-elemen yang terdapat pada desain grafis:

a) Garis

Gabungan titik-titik sejajar ini merupakan elemen dasar pada desain grafis yang fungsinya sebagai pembentuk tekstur, bentuk, dan pola. Garis juga dapat memisahkan elemen, menggambarkan objek, dan menciptakan Kesan visual. Garis memiliki banyak ragam dengan fungsi yang berbeda, misalnya garis tebal yang memberika Kesan kokoh dan tegas, garis tipis yang memberikan kesan dinamis, atau garis putus-putus yang memberikan tekstur atau membentuk pola tertentu.

b) Titik

Titik adalah elemen terkecil dalam desain grafis yang tidak memiliki sudut dan arah. Titik merupakan bentuk lingkaran sederhana yang memiliki

fungsi pada setiap keberadaannya, misalnya titik-titik rapat pada salah satu sisi suatu objek memberi kesan dimensi atau titik berulang yang konstan membentuk suatu pola.

c) Tekstur

Tekstur merupakan elemen yang digunakan untuk menciptakan efek atau kesan visual suatu objek atau bentuk sehingga siapa saja yang melihatnya dapat menilai bagaimana permukaannya jika diraba. Misalnya, tekstur bulu-bulu untuk memberi kesan visual halus, lubang-lubang tidak beraturan seperti gambar bulan memberi kesan kasar, istilah ini dikenal dengan tekstur taktil atau kesan yang realistis dalam desain grafis seperti kertas yang kasar, kulit halus, kayu berpori, logam licin.

d) Warna

Warna merupakan elemen yang digunakan untuk menciptakan makna dan kesan visual yang sesuai dengan tema desain tersebut. Warna terbagi dalam dua kategori yaitu warna yang muncul melalui cahaya atau RGB (Red, Green, Blue) dan warna yang dibuat dengan elemen tinta atau CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Key/Black). Umumnya, desainer menggunakan palet warna atau serangkaian warna yang memiliki nada yang seimbang agar menghasilkan warna yang teratur dengan komposisi yang sesuai.

e) Ruang

Ruang adalah jarak antar objek pada suatu desain seperti latar, gambar, bentuk, dan teks. Elemen ini harus dipertimbangkan dalam desain untuk menciptakan kesan visual yang harmonis, seimbang, dan menarik.

Selain elemen, desain grafis juga memiliki prinsip dasar pengemasan. Terdapat tujuh prinsip dalam desain grafis, yaitu:

a) Keseimbangan (*Balance*)

Prinsip keseimbangan merupakan dasar menciptakan kesan visual yang komunikatif dengan seimbang dan harmonis. Keseimbangan dapat dicapai

dengan mempertimbangkan komposisi penggunaan elemen-elemen desain grafis yang tersebut di atas.

b) Kesatuan (*Unity*)

Dalam desain grafis, kesatuan digunakan untuk mensiptakan kesan visual yang koheren dan terintegrasi. Penggunaan elemen-elemen desain grafis dengan konsisten dan seragam akan menciptakan kesatuan.

c) Kontras (*Contrast*)

Kesan visual yang menarik dan efektif dalam desain grafis dengan memanfaatkan perbedaan antara warna, bentuk, dan tekstur dalam desain grafis disebut dengan kontras. Contoh sederhana adalah perbedaan warna pada *keyword* dan *message* atau teks dalam grafis.

d) Irama (*Rhythm*)

Penggunaan elemen desain grafis yang berulang dan memiliki pola pengulangan tertentu disebut dengan irama. Prinsip ini digunakan untuk menghasilkan desain yang dinamis dan menarik.

e) Proporsi (*Proportion*)

Proporsi merupakan prinsip pada desain grafis yang digunakan untuk memberi kesan seimbang dan harmonis. Penggunaan elemen desain grafis yang proporsional seperti penempatan bentuk, teks, dan gambar.

f) Hierarki (*Hierarchy*)

Prinsip yang digunakan dalam desain grafis untuk mendapatkan kesan visual yang terstruktur dan efektif. Biasanya, elemen desain grafis seperti ukuran, warna, dan tekstur dapat mencirikan hierarki. Contohnya, perbedaan ukuran fon pada heading dan sub heading.

g) Kedekatan (*Proximity*)

Kedekatan dalam desain grafis adalah prinsip untuk menghasilkan kesan visual yang koheren dan terintegrasi sehingga lebih efektif dan mudah dibaca. Penggunaan elemen desain grafis yang berhubungan dan berkesinambungan misalnya, garis, bentuk, dan warna. Contohnya judul

dan sub judul yang berdekatan, atau gambar dan keterangan teks yang berdekatan.