

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Karya Terdahulu

Penelitian yang relevan dengan pengembangan media informasi berbasis *e-guidebook* salah satunya berjudul **“Kajian Buku Panduan Elektronik Interaktif Barang Bawaan Penumpang dalam Rangka Mempermudah Pemeriksaan di Passenger Security Check Point (PSCP) Bandar Udara Internasional Juanda”** oleh Anas *et al.* (2025) Penelitian ini bertujuan merancang buku panduan elektronik interaktif yang dapat membantu penumpang memahami regulasi barang bawaan yang diperbolehkan dan dilarang pada proses pemeriksaan keamanan bandara. Media yang dikembangkan berupa buku panduan elektronik berbasis flipbook yang dapat diakses melalui *QR Code* di area bandara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa buku panduan elektronik tersebut dinilai layak digunakan dan mampu meningkatkan efektivitas penyampaian informasi kepada penumpang. Penelitian ini menunjukkan bahwa media panduan digital dapat berperan dalam mendukung penyampaian informasi operasional di lingkungan bandara secara lebih praktis dan mudah diakses oleh pengguna jasa.

Penelitian lain yang relevan adalah **“Perancangan Media Informasi *E-guidebook* Perjalanan Bus Bandros sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Objek Wisata Kota Bandung”** oleh Zulhamri *et al.* (2023) Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kurangnya media informasi pendukung yang dapat membantu wisatawan memahami objek wisata yang dilalui selama perjalanan menggunakan Bus Bandros. Oleh karena itu, penelitian ini merancang media informasi berupa *e-guidebook* infografis yang berisi informasi sejarah bangunan, rute perjalanan, serta visual ilustratif yang mendukung penjelasan tour guide. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-guidebook* dapat membantu wisatawan memperoleh informasi secara lebih jelas, menarik, dan mudah diingat selama perjalanan wisata.

Penelitian berikutnya berjudul **“*Developing a Bilingual E-guidebook of Mojokerto City for the Government of Mojokerto City*”** oleh Prasetya & Suharto

(2025) Penelitian ini bertujuan mengembangkan *e-guidebook* bilingual yang menyajikan informasi wisata Kota Mojokerto dalam dua bahasa, yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Pengembangan produk dilakukan menggunakan pendekatan *Design and Development Research* dengan model ADDIE yang meliputi tahap analisis, desain, pengembangan, implementasi, dan evaluasi. *E-guidebook* yang dihasilkan memuat berbagai informasi mengenai destinasi wisata, kuliner, akomodasi, serta tips perjalanan yang dilengkapi dengan gambar dan deskripsi untuk memudahkan wisatawan memahami informasi yang disajikan.

Penelitian lain yang berkaitan dengan media panduan digital adalah ***“Developing a Bilingual E-guidebook and Promotional Videos for Mulawarman Museum Tenggarong”*** oleh Khoirunnisa *et al.* (2024) Penelitian ini bertujuan mengembangkan *e-guidebook* bilingual sebagai media informasi dan promosi bagi pengunjung museum. *E-guidebook* dirancang menggunakan platform desain digital dan memuat berbagai informasi mengenai sejarah museum, koleksi, fasilitas, serta panduan kunjungan bagi wisatawan lokal maupun internasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-guidebook* dapat meningkatkan aksesibilitas informasi bagi pengunjung serta membantu memperkenalkan potensi wisata budaya secara lebih luas.

Selain itu, penelitian berjudul **“Perancangan Infotainment Map Interaktif sebagai Media Panduan Wisata Kampung Eco Taman Sari”** oleh Darmawan & Justin (2025) juga memiliki keterkaitan dengan pengembangan media informasi digital. Penelitian ini merancang peta digital interaktif berbasis UI/UX yang berfungsi sebagai panduan fasilitas wisata bagi pengunjung. Media yang dikembangkan memuat ikon fasilitas, navigasi interaktif, serta informasi lokasi yang tersusun secara sistematis sehingga memudahkan pengguna dalam memahami tata letak kawasan wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media panduan digital interaktif dapat meningkatkan pemahaman lokasi, efisiensi navigasi, serta kepuasan pengunjung dalam mengakses informasi fasilitas wisata.

Berdasarkan kajian tersebut, Dari lima penelitian yang dikaji, hanya penelitian Anas *et al.* (2025) yang dilakukan pada konteks bandar udara, namun fokusnya terbatas pada informasi barang bawaan penumpang dalam proses pemeriksaan keamanan. Sementara itu, proyek tugas akhir ini mengembangkan *e-guidebook* yang mengintegrasikan berbagai informasi fasilitas dan layanan Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang dalam satu media digital yang mudah diakses oleh pengguna jasa.

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengembangan media informasi digital seperti *e-guidebook* dan media panduan interaktif memiliki peran penting dalam meningkatkan kemudahan akses informasi bagi pengguna layanan. Persamaan penelitian-penelitian tersebut dengan proyek tugas akhir ini terletak pada pemanfaatan media digital sebagai sarana penyampaian informasi yang sistematis, mudah diakses, dan komunikatif. Adapun perbedaannya terletak pada konteks implementasinya, di mana penelitian terdahulu umumnya berfokus pada sektor pariwisata, museum, dan informasi operasional tertentu.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Public Relations*

Public relations merupakan salah satu fungsi manajemen komunikasi yang berperan dalam membangun serta memelihara hubungan yang baik antara organisasi dan publiknya. Menurut Frank Jefkins (dalam Septiyani *et al.*, 2024) *public relations* merupakan keseluruhan bentuk komunikasi yang terencana, baik yang bersifat internal maupun eksternal, antara organisasi dengan publiknya untuk mencapai tujuan tertentu. Melalui proses komunikasi tersebut, organisasi dapat menyampaikan informasi, membentuk pemahaman, serta membangun citra positif di mata publik.

Selain sebagai sarana komunikasi organisasi, *public relations* juga memiliki fungsi strategis dalam pengelolaan hubungan dengan publik. Cutlip dan Allen Center (dalam Setiawan *et al.*, 2024) menjelaskan bahwa fungsi *public relations* meliputi memfasilitasi arus opini publik agar kebijakan organisasi dapat berjalan selaras dengan kepentingan masyarakat,

memberikan saran kepada manajemen dalam penyusunan kebijakan organisasi, serta merencanakan dan melaksanakan program komunikasi yang mampu menumbuhkan pemahaman positif terhadap kebijakan dan kegiatan organisasi. Melalui kegiatan komunikasi yang terencana, *public relations* membantu organisasi dalam membangun citra, meningkatkan kepercayaan publik, serta menjaga hubungan yang berkelanjutan dengan masyarakat

2.2.2 Media informasi

Media informasi merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari sumber kepada penerima pesan sehingga informasi dapat diterima secara efektif dan efisien. Dalam konteks pelayanan publik, media informasi berperan sebagai alat yang memungkinkan masyarakat memperoleh informasi secara cepat, akurat, dan mudah diakses. Menurut Sisilianingsih *et al.* (2023) media informasi tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen yang mendukung keterbukaan, transparansi, dan kemudahan akses informasi bagi masyarakat. Melalui media informasi, organisasi dapat menyampaikan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh publik secara lebih terstruktur dan sistematis.

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi media informasi dari bentuk konvensional menuju media digital. Tulungen *et al.* (2022) menjelaskan bahwa media informasi digital memiliki karakteristik interaktif, mudah diakses, dapat diperbarui secara *real-time*, serta mampu mengintegrasikan berbagai bentuk informasi seperti teks, gambar, audio, dan video dalam satu platform. Karakteristik tersebut menjadikan media informasi digital lebih efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat yang semakin mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan fleksibilitas akses informasi.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa media informasi merupakan sarana atau perantara yang digunakan untuk mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan informasi kepada khalayak secara efektif, baik melalui media konvensional maupun digital. Keberadaan media informasi menjadi penting dalam mendukung penyampaian informasi yang akurat, mudah dipahami, serta dapat diakses oleh masyarakat sesuai dengan kebutuhan informasinya.

2.2.3 E-guidebook

E-guidebook merupakan bentuk buku panduan dalam format elektronik yang dirancang untuk memberikan arahan, informasi, maupun instruksi mengenai suatu topik tertentu secara sistematis. Anggraini *et al.* (2025) menjelaskan bahwa *e-guidebook* disusun untuk membantu pengguna memahami suatu materi atau prosedur melalui penyajian informasi yang terstruktur dan terarah. Dengan demikian, *e-guidebook* tidak hanya menyampaikan informasi secara naratif, tetapi juga berfungsi sebagai media panduan yang memfasilitasi pengguna dalam memahami langkah, alur, maupun ketentuan tertentu.

Sebagai media digital, *e-guidebook* memiliki karakteristik yang membedakannya dari media cetak konvensional. Jubair Fadlhurrohman *et al.* (2025) menyatakan bahwa *guidebook digital* mampu memuat informasi yang lebih lengkap dibandingkan media ringkas seperti leaflet atau pamflet. Selain itu, *e-guidebook* bersifat lebih fleksibel karena dapat diakses melalui perangkat digital seperti smartphone, tablet, maupun komputer, sehingga memungkinkan pengguna memperoleh informasi kapan saja dan di mana saja. Keunggulan ini juga menjadikan *e-guidebook* lebih efisien serta ramah lingkungan karena tidak memerlukan proses pencetakan fisik.

2.2.4 Desain Grafis

Desain grafis merupakan bidang yang berkaitan dengan proses perancangan elemen visual untuk menyampaikan pesan atau informasi secara efektif kepada audiens. Herdian Saputra & El-Khaeri Kesuma (2025) menjelaskan bahwa desain grafis menggabungkan unsur-unsur visual seperti teks, gambar, warna, dan bentuk dalam suatu komposisi yang terstruktur guna menghasilkan komunikasi visual yang jelas dan menarik. Dengan demikian, desain grafis tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai media penyampaian pesan yang memiliki tujuan komunikasi tertentu.

Seiring perkembangan teknologi, praktik desain grafis mengalami transformasi signifikan, terutama dalam konteks digital. Kemajuan perangkat lunak desain seperti Adobe Illustrator, Canva, IbisPaint dan Figma memberikan kemudahan dan fleksibilitas bagi desainer dalam menciptakan karya visual yang profesional. Teknologi digital memungkinkan proses perancangan dilakukan secara lebih efisien serta memberikan ruang eksplorasi kreatif yang lebih luas dalam penyusunan elemen visual. Dalam kajian desain grafis, terdapat sejumlah elemen dasar yang menjadi fondasi dalam membangun komposisi visual. Caesar Irjayana *et al.* (2025) mengemukakan bahwa elemen-elemen tersebut meliputi :

1. Titik merupakan elemen visual paling sederhana yang tidak memiliki dimensi, namun dapat membentuk pola atau komposisi ketika disusun secara terstruktur.
2. Garis terbentuk dari rangkaian titik yang saling terhubung dan memiliki variasi bentuk seperti lurus, melengkung, tebal, atau tipis, yang masing-masing menghasilkan kesan visual berbeda.
3. Bidang merupakan area tertutup yang terbentuk dari pertemuan garis dan berfungsi membentuk objek atau struktur visual.

4. Warna memiliki peran penting dalam menciptakan identitas dan suasana dalam suatu desain, sekaligus membantu memperkuat pesan yang ingin disampaikan.
5. Tekstur menggambarkan karakteristik visual suatu permukaan yang dapat memberikan dimensi tambahan dalam karya desain.
6. Ruang (*space*) berfungsi sebagai jarak antar elemen visual yang membantu meningkatkan keterbacaan dan keseimbangan komposisi.
7. Ilustrasi dan tipografi turut menjadi elemen penting dalam memperjelas pesan, sedangkan kontras atau gelap terang digunakan untuk menciptakan perbedaan visual yang menonjolkan elemen tertentu serta membangun hierarki informasi.

Berdasarkan uraian tersebut, desain grafis dapat dipahami sebagai proses komunikasi visual yang memanfaatkan elemen-elemen dasar secara terstruktur untuk menghasilkan karya yang informatif, komunikatif, dan estetis. Penerapan prinsip-prinsip desain grafis yang tepat menjadi faktor penting dalam menciptakan media visual yang efektif dan mudah dipahami oleh audiens.

2.2.5 Teknik Pengambilan Gambar

Teknik pengambilan gambar merupakan elemen penting dalam produksi visual karena menentukan bagaimana objek, ruang, dan peristiwa ditampilkan kepada audiens. Reviansyach Dewandra & Ariffudin Islam (2022a) dalam penelitiannya mengenai teknik pengambilan gambar menjelaskan bahwa teknik sinematografi mencakup aspek berikut :

a. Pergerakan Kamera

- *Panning* merupakan teknik pergerakan kamera secara horizontal ke kanan atau kiri pada satu poros tetap.

- *Tilting* adalah pergerakan kamera secara vertikal ke atas atau ke bawah tanpa memindahkan titik tumpu kamera.
- *Follow camera* dilakukan dengan cara mengikuti pergerakan objek agar tetap berada dalam bingkai gambar.
- *Crab movement* adalah pergerakan kamera secara menyamping dengan posisi kamera berpindah tempat.
- *Tracking camera* merupakan pergerakan kamera yang mendekati atau menjauhi objek untuk menciptakan efek kedalaman atau penekanan visual.

b. Tipe Shot

- *Wide shot* menampilkan objek secara utuh beserta lingkungan sekitarnya.
- *Medium shot* memperlihatkan objek dari kepala hingga pinggang.
- *Medium close up* menampilkan objek dari kepala hingga dada.
- *Close up* berfokus pada bagian kepala objek.
- *Big close up* menampilkan detail wajah secara lebih dekat.
- *Over shoulder shot* diambil dari belakang bahu salah satu objek untuk menunjukkan interaksi.

c. Angle Camera

- *High angle* diambil dari posisi lebih tinggi dari objek.
- *Low angle* diambil dari posisi lebih rendah dari objek.
- *Eye level* diambil sejajar dengan pandangan mata objek.

2.2.6 Fotografi PR

Fotografi Public Relations merupakan penggunaan foto sebagai media komunikasi visual untuk menyampaikan pesan organisasi kepada publik. Dalam kegiatan *public relations*, fotografi tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang mampu memperjelas informasi dan membantu audiens memahami pesan yang disampaikan. Gunawan (2021) menjelaskan bahwa fotografi merupakan

media visual yang dapat digunakan untuk mendukung, melengkapi, dan memperjelas suatu informasi sehingga pesan yang ingin disampaikan menjadi lebih mudah dipahami oleh khalayak. Selain itu, fotografi memiliki kemampuan untuk menghadirkan representasi visual yang lebih nyata sehingga dapat meningkatkan efektivitas komunikasi. Dalam konteks *public relations*, fotografi berperan sebagai bagian dari strategi komunikasi visual organisasi.

Mandasari *et al.* (2023) menjelaskan bahwa komunikasi visual melalui fotografi mampu menjadi sarana penyampaian informasi yang efektif karena dapat menarik perhatian audiens serta memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Penggunaan fotografi yang tepat dapat membantu organisasi membangun hubungan dengan publik, meningkatkan keterlibatan audiens, serta mendukung penyebaran informasi melalui berbagai media komunikasi digital. Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa fotografi *public relations* merupakan media komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mendokumentasikan kegiatan, dan mendukung penyampaian pesan organisasi kepada publik. Melalui fotografi, informasi dapat disajikan secara lebih menarik, mudah dipahami, dan memiliki daya tarik yang lebih besar dibandingkan penyampaian informasi dalam bentuk teks semata.