

BAB II

LANDASAN TEORI

Pada BAB II Landasan Teori, akan dijelaskan mengenai teori yang digunakan dalam produksi *Pocket Book* dalam pengembangan media informasi Dinas Pariwisata Jawa Tengah. Berikut merupakan kajian hasil penelitian terdahulu dan landasan teori:

2.1. Kajian Karya Terdahulu

1. Referensi pertama ditulis oleh **Farida R. Wargadalem, Syafruddin Yusuf, Ardiansyah, Rahmi, Diki Tri Apriansyah Putra, Alif Bahtiar Pamulaan, Helen Susanti** pada jurnal tahun 2025 dengan judul **“Pendampingan Pembuatan Buku Saku (*Pocket Book*) Pariwisata Sejarah Dan Budaya Kota Palembang Bagi Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) Cabang Palembang”** penelitian ini menjelaskan bahwa pembuatan buku saku (*pocket book*) merupakan media penguat yang mudah dijangkau oleh mereka selama memandu wisatawan agar keprofesionalan dalam menyajikan cerita sejarah dan budaya kota Palembang dapat dipertanggungjawabkan. Ukurannya yang kecil, ringan, dan bersifat *userfriendly* (mudah digunakan) mempermudah anggota HPI Palembang dalam menjelaskan cerita sejarah dan budaya Palembang yang kredibel.
2. Pada referensi kedua ditulis oleh **Martin Setyawan, M. Vernanda Mar'i Vawaz, Anthony Tumimomor** pada jurnal tahun 2024 dengan judul **“PERANCANGAN DIGITAL TRAVELLING GUIDE BOOK SEBAGAI MEDIA INFORMASI PARIWISATA KEPULAUAN KARIMUNJAWA”** (M. Vernanda, 2024) dengan jenis penelitian kualitatif. Berdasarkan penelitian yang diperoleh, peneliti menjelaskan bahwa perancangan *Digital travelling guide* dapat menjadi salah satu media informasi Kepulauan Karimunjawa sehingga dapat membantu wisatawan memperoleh informasi ketika berwisata ke Kepulauan Karimunjawa.

3. Referensi ketiga ditulis oleh **Anisyah Aulia Masruro, Cahaya Suksma** pada jurnal tahun 2024 dengan judul “**BUKU SAKU DESA SEBAGAI MEDIA PENGEMBANGAN POTENSI DESA KEDUNGOWO DI SEKTOR EKONOMI DAN PARIWISATA**”. Berdasarkan hasil bacaan penulis dapat dijelaskan bahwa, pembuatan media buku saku memiliki tujuan dan fungsi yang relevan. Keberadaan buku saku desa ini sangat membantu masyarakat untuk mengembangkan potensi desa yang mereka miliki. Buku saku desa ini membantu wisatawan yang berkunjung untuk mengetahui sejarah dan kulturasi desa Kedungdowo lebih detail, sehingga hal ini meningkatkan kualitas pengalaman pariwisata yang lebih autentik dan berkesan.

Fokus proyek saat ini adalah membuat buku saku yang praktis dan interaktif dengan menggunakan teknologi seperti kode QR dan format digital untuk audiens modern. Dalam jurnal sebelumnya lebih menekankan penggunaan buku saku dengan desain tradisional sebagai alat penyuluhan dan pembelajaran, dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif atau kualitatif. Jurnal terdahulu lebih mengandalkan pengukuran dampak sebelum dan sesudah penggunaan buku saku, tetapi metodologi proyek saat ini lebih aplikatif dan berbasis desain, dengan pengujian langsung dari audiens. Evaluasi dampak pada proyek sekarang menggunakan umpan balik pengguna, sementara jurnal terdahulu menggunakan data terukur. Secara keseluruhan, yang membedakan penelitian buku saku saat ini adalah penggunaan teknologi dan metodologi yang lebih maju dibandingkan dengan fokus konvensional jurnal sebelumnya.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Hubungan Masyarakat

Menurut Fank Jefkins sebagaimana dikutip oleh Ropingi El Ishaq dalam (Khorotunniswah et al., 2020) *public relations* atau humas adalah sesuatu yang

merangkum semua bentuk komunikasi yang terencana, antara organisasi dengan publiknya dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Hubungan masyarakat memainkan peran penting dalam meningkatkan pemahaman dan menciptakan dampak positif bagi organisasi, baik skala kecil maupun besar. Selain itu, meningkatkan kepercayaan (*trust*), pengertian (*mutual understanding*), dan citra baik (*good image*) di mata masyarakat merupakan tujuan penting lainnya.

2.2.2. Media Public Relations

a) Pengertian Media Public Relations

Media *public relations* merupakan segala bentuk media yang digunakan sebagai alat oleh praktisi *public relations* untuk mendukung publikasi yang luas agar sesuatu yang dipromosikan dapat lebih dikenal di ruang publik, sehingga media *public relations* dapat dijadikan sebagai alat membangun citra dan reputasi suatu perusahaan, organisasi, atau individu. Anggarda dalam (Yuniarwan, 2024).

b) Manfaat Media Public Relations

Media *public relations* memiliki peran krusial dalam strategi pemasaran dan komunikasi suatu instansi. Dengan mengelola hubungan media dengan baik, menyebarkan informasi yang relevan dan menarik, serta mengelola reputasi dengan cermat. Media *public relations* dapat membantu entitas mencapai tujuan mereka dan tetap relevan di mata publik melalui berbagai jenis produk dan karya yang dikemas dan dirancang secara efektif.

c) Pengertian Tipe Media Public Relations

- **Media Cetak**

Media cetak adalah sarana untuk menyampaikan informasi melalui materi cetak. Dengan proses produksi yang melibatkan tinta dan kertas, media cetak memungkinkan penyampaian informasi yang mendalam dan detail. Terdapat beberapa jenis media cetak, seperti surat kabar, buku, majalah, dan newsletter, yang semuanya bertujuan untuk

memenuhi kebutuhan audiens akan pengetahuan dan hiburan. Media cetak tetap menjadi sarana penting dalam menyampaikan informasi dan memainkan peran signifikan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. (Bella Dwi Syahputri Ispriadi dkk., 2020).

- **Media Elektronik**

Media elektronik mencakup berbagai platform dan teknologi yang memungkinkan penciptaan, distribusi, dan akses informasi dalam bentuk digital. Contohnya termasuk televisi, radio, internet, media sosial, podcast, dan aplikasi mobile. Hal ini memungkinkan pengguna untuk mengonsumsi dan berbagi informasi dengan lebih mudah dan cepat. (Amal Tuyadiah dkk., 2020).

- **Media Digital**

Media digital memungkinkan berbagai bentuk media untuk menciptakan, menyimpan, dan menyebarkan informasi dengan lebih efektif. Platform seperti media sosial, situs web, video digital, podcast, dan aplikasi mobile memungkinkan akses informasi yang cepat dan interaktif, serta memberdayakan pengguna untuk berpartisipasi dalam proses komunikasi dan penciptaan konten. (Haickal Attallah Naufal, 2021).

2.2.3 Buku Saku

Buku saku merupakan buku berukuran kecil dan mudah dibawa yang berisi informasi penting. Buku saku biasanya digunakan untuk keperluan tertentu, seperti buku panduan pariwisata, buku panduan belajar, dan sebagainya. Buku saku ini berisi informasi yang praktis dan langsung, seperti fakta unik, panduan, instruksi, yang disusun dengan format yang disesuaikan. Dengan memiliki kelebihan ukuran yang kecil, memungkinkan buku saku untuk dibawa kemana saja, sehingga mudah digunakan kapan saja.

2.2.4 Pariwisata

Pariwisata merupakan kegiatan perjalanan ke tempat yang berbeda dari tempat tinggal, kegiatan ini bertujuan untuk rekreasi, liburan, atau pengetahuan. Kegiatan ini dapat melibatkan berbagai aspek seperti, menikmati keindahan, mengenal budaya, serta mengunjungi tempat bersejarah. Selain itu, pariwisata juga dapat memperkenalkan dan melestarikan kebudayaan lokal. Pariwisata juga berperan penting dalam sektor ekonomi karena dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian suatu daerah atau negara melalui pendapatan yang diperoleh dari pengunjung. (Kristiono dan Awan Setia D et al., 2021)

2.2.5. Buku Saku Pariwisata

Menurut (Masruro & Suksma, 2024) buku saku adalah seperangkat materi yang berbentuk media cetak dan disusun secara sistematis dengan ukuran yang minimalis, sehingga dapat disimpan di saku dan mudah untuk dibawa ketika berpariwisata. Buku saku memiliki fungsi sebagai alat atau media cetak yang memiliki informasi luas seputar wisata dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi utama bagi para wisatawan.

2.2.6. Desain Grafis

Menurut (Kusumadinata & Sumah, 2023) desain grafis adalah suatu bentuk seni yang menggabungkan elemen visual, tipografi, warna, gambar, dan ilustrasi untuk menciptakan komunikasi yang efektif untuk orang lain. Dalam proses desain grafis, berbagai alat dan perangkat lunak seperti, Adobe Illustrator, Photoshop, CorelDRAW, Canva, dan aplikasi lainnya digunakan untuk menghasilkan karya yang tidak hanya menarik, tetapi juga mampu menyampaikan pesan dengan jelas. Berikut merupakan pengertian dari unsur-unsur desain grafis;

1. Huruf (*Tipografi*)

Merupakan rangkaian huruf dalam suatu kata atau kalimat yang tidak hanya dapat memberikan makna pada suatu objek, tetapi juga dapat menyuarakan citra atau kesan secara visual (Zainudin, 2021).

2. Warna (*Color*)

Dalam desain grafis, warna merupakan elemen penting yang tidak hanya memperkaya estetika visual tetapi juga memainkan peran kunci dalam menyampaikan pesan dan mempengaruhi persepsi audiens. Secara fisik, warna merupakan sensasi yang dihasilkan ketika cahaya mengenai suatu objek, namun setiap warna juga memiliki asosiasi emosional tertentu yang dapat mempengaruhi tindakan audiens.

3. Garis (*Line*)

Garis merupakan elemen dasar yang menghubungkan dua titik atau lebih sehingga bisa menghasilkan goresan berbentuk garis lengkung (*curve*) atau lurus (*straight*). Garis memiliki dimensi memanjang dan arah tertentu, serta dapat bervariasi dalam bentuk, ketebalan, dan tekstur.

4. Ruang (*Space*)

Ruang dalam desain grafis adalah jarak antara bentuk yang dapat menciptakan efek estetika dan dinamika. Ruang dapat dibedakan menjadi dua unsur, yaitu objek (*figure*) dan latar belakang (*background*).

5. Ukuran (*Size*)

Ukuran dalam desain grafis memainkan peran penting dalam menentukan besar kecilnya suatu objek, sehingga desainer dapat menggunakan ukuran untuk menciptakan penekanan (*emphasis*) pada elemen tertentu. Dengan demikian, pengguna dapat lebih mudah menentukan apa yang harus dilihat dan dibaca terlebih dahulu.

6. Tekstur (*Texture*)

Tekstur sering digolongkan sebagai corak dari suatu permukaan benda yang dinilai dengan dilihat (*visual*) atau diraba (*taktil*). Contoh tekstur dapat ditemukan pada permukaan karpet, baju, cat dinding, dan lain-lain, yang dapat memberikan kesan visual dan taktil yang berbeda-beda.

7. Bentuk (*Shape*)

Objek yang memiliki ukuran panjang, lebar, dan tinggi, dengan pengenalan secara umumnya adalah kotak (*rectangle*), lingkaran (*circle*), dan segitiga (*triangle*) merupakan pengertian dari bentuk. Bentuk dapat membantu menyampaikan pesan atau

identitas merk melalui asosiasi visual yang kuat. Dengan pemilihan bentuk yang tepat, bentuk juga dapat meningkatkan daya tarik visual dan menciptakan keseimbangan dalam desain.