

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kajian Karya Terdahulu**

Dalam upaya memperkuat landasan produksi Media *Public Relations Kit* di Dinas Pertanian Kabupaten Boyolali, penulis melakukan telaah terhadap beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan. Kajian ini dilakukan untuk memetakan persamaan, perbedaan, serta celah atau *gap* penelitian guna memastikan bahwa produk yang dihasilkan memiliki kebaruan dan mampu menjawab kebutuhan informasi masyarakat pengguna layanan secara efektif. Adapun beberapa penelitian yang menjadi rujukan dalam Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

Penelitian pertama dilakukan oleh Rif Koniah, Hendratno, dan Wahyu Sukartiningsih pada tahun (2025) dengan judul “Keefektifan Media Poster sebagai Sarana Penyampaian Informasi: Studi Literatur Tinjauan Multi Perspektif”. Penelitian ini mengevaluasi sejauh mana poster efektif dalam menyampaikan pesan secara ringkas, padat, dan menarik di berbagai bidang seperti pendidikan, kesehatan, dan pemasaran. Melalui metode studi literatur, penelitian ini menemukan bahwa poster mampu meningkatkan pemahaman khalayak terhadap materi yang kompleks serta mendukung strategi komunikasi melalui visualisasi yang kuat. Faktor kunci yang memengaruhi keberhasilannya meliputi elemen desain seperti tata letak, tipografi, warna, dan gambar, serta lokasi penempatan yang strategis. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa meskipun berada di era digital, poster tetap relevan dan efektif sebagai media komunikatif jika desainnya adaptif terhadap audiens.

Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan proyek Tugas Akhir penulis dalam hal penggunaan poster sebagai media komunikasi visual untuk menyampaikan informasi kepada publik. Namun, perbedaan mendasar terletak pada cakupan produknya, penelitian terdahulu berfokus pada analisis teoritis keefektifan poster secara mandiri melalui studi literatur, sedangkan proyek penulis merupakan penerapan aplikatif yang memproduksi poster sebagai salah satu

komponen dari media *Public Relations Kit* yang terintegrasi untuk pelayanan publik di Dinas Pertanian Kabupaten Boyolali.

Penelitian kedua dilakukan oleh Muhammad Rizki Ashari, Miftahul Haerati Sulaiman, dan Firmansyah (2025) yang berjudul “Pengembangan Media Komunikasi, Edukasi dan Informasi Melalui Pemasangan *X-Banner*, Pembagian Leaflet dan Poster Kesiapsiagaan Menghadapi Bencana di Puskesmas Lere Kota Palu”. Penelitian ini berfokus pada pengembangan berbagai instrumen media Komunikasi, Edukasi, dan Informasi untuk meningkatkan kesiapsiagaan masyarakat dalam menghadapi situasi darurat. Metode yang digunakan adalah pengabdian melalui penyediaan sarana visual yang *mudah* diakses di area publik instansi kesehatan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa penggunaan media cetak yang variatif seperti *X-Banner* dan *leaflet* sangat membantu dalam mempercepat penyebaran informasi dan meningkatkan pemahaman audiens karena sifatnya yang informatif, menarik secara visual, serta praktis untuk ditempatkan di titik-titik strategis pelayanan.

Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan proyek Tugas Akhir penulis dalam hal penggunaan kombinasi media komunikasi visual (seperti *X-Banner* dan poster) sebagai sarana penyampaian informasi di sebuah instansi pelayanan publik tingkat daerah. Adapun perbedaannya terletak pada konteks informasi dan tujuan akhirnya, penelitian terdahulu berfokus pada edukasi kesiapsiagaan bencana di sektor kesehatan, sedangkan proyek penulis merupakan penerapan aplikatif yang bertujuan untuk menyediakan informasi pelayanan publik di sektor pertanian melalui produk media *Public Relations Kit* di Dinas Pertanian Kabupaten Boyolali.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Muhammad Iqbal dan Tony Mirza (2024) dengan judul “Digitalisasi Pelayanan Publik dalam Sektor Pelayanan Kependudukan”. Penelitian ini menganalisis transformasi pelayanan publik dari model pemerintahan tradisional (*traditional government*) menuju pemerintahan elektronik (*e-government*). Fokus utama penelitian ini adalah langkah awal pemerintah dalam merombak sistem pelayanan dari yang semula berbasis kertas (*paper-based*) menjadi nirkertas (*paper-less*) guna meningkatkan efisiensi dan

efektivitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program digitalisasi sangat membantu masyarakat, terutama yang berada di wilayah pelosok, dalam mengakses layanan publik dengan lebih mudah, aman, dan transparan, serta meminimalisir potensi gratifikasi.

Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan proyek Tugas Akhir penulis dalam hal visi untuk mewujudkan pelayanan publik yang lebih efektif melalui prinsip *paper-less* dengan memanfaatkan teknologi digital. Adapun perbedaannya terletak pada lingkup implementasinya, dimana penelitian terdahulu mengkaji digitalisasi pada sistem birokrasi kependudukan secara menyeluruh, sedangkan proyek penulis merupakan penerapan aplikatif yang berfokus pada produksi media informasi digital berupa E-Modul sebagai bagian dari *Public Relations Kit*. Media ini dirancang untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi pelayanan di Dinas Pertanian Kabupaten Boyolali, sekaligus mengintegrasikan akses layanan secara praktis melalui pemanfaatan kode QR (*barcode*).

Penelitian keempat dilakukan oleh Rizky Dwi Kurniawan (2025) yang berjudul “Produksi Modul Digital dan Poster tentang Kenakalan Remaja sebagai Sarana Edukasi melalui Program *Police Goes To School* Polrestabes Semarang”. Karya tersebut menghasilkan media komunikasi berupa modul digital dan poster yang digunakan sebagai sarana edukasi mengenai kenakalan remaja bagi pelajar melalui program *Police Goes To School* Polrestabes Semarang. Modul digital dikembangkan dengan berbagai elemen visual, seperti ilustrasi, foto, dan referensi video, sedangkan poster digunakan sebagai media pendukung yang dilengkapi dengan *QR code* untuk mempermudah akses pengguna menuju modul digital. Karya yang dihasilkan kemudian diuji melalui post-test untuk menilai efektivitas dan kelayakannya bagi pengguna. Dalam hasil akhirnya, poster dengan *QR code* dinyatakan dapat mempermudah akses pelajar dan guru terhadap modul digital serta berfungsi sebagai media pendukung dalam penyampaian pesan edukatif.

Karya tersebut memiliki persamaan dengan proyek Tugas Akhir penulis dalam hal penggunaan kombinasi media komunikasi visual berupa media cetak dan media digital sebagai sarana penyampaian informasi kepada khalayak. Persamaan lainnya

terletak pada adanya integrasi antara media cetak dan media digital untuk mempermudah akses audiens terhadap informasi yang disediakan. Adapun perbedaannya terletak pada bentuk media, konteks, sasaran, dan tujuan komunikasi. Karya terdahulu menggunakan poster sebagai media pendukung yang dilengkapi *QR code* untuk mengarahkan audiens menuju modul digital, sedangkan proyek Tugas Akhir penulis menggunakan *X-Banner* yang dilengkapi *QR code* untuk mengarahkan masyarakat menuju E-Modul yang memuat informasi pelayanan publik secara lebih lengkap. Selain itu, karya terdahulu berfokus pada penyampaian informasi edukatif mengenai kenakalan remaja kepada pelajar melalui program kepolisian, sedangkan proyek Tugas Akhir penulis berfokus pada penyediaan informasi pelayanan publik kepada masyarakat melalui media *Public Relations Kit* yang terdiri atas poster, *X-Banner*, dan E-Modul di Dinas Pertanian Kabupaten Boyolali.

Secara keseluruhan, keempat karya terdahulu di atas memberikan landasan yang kuat bagi penulis bahwa penggunaan media komunikasi visual yang variatif serta transformasi menuju sistem digital merupakan kunci utama dalam meningkatkan efektivitas penyampaian informasi publik. Berdasarkan celah atau *gap* yang ditemukan dari penelitian-penelitian tersebut, penulis memposisikan proyek ini sebagai solusi integratif yang menggabungkan aspek visual yang menarik, kesederhanaan bahasa yang mudah dipahami, serta aksesibilitas format ganda (cetak dan digital). Hal ini dirancang secara khusus untuk menjawab karakteristik serta kebutuhan masyarakat pengguna layanan di Dinas Pertanian Kabupaten Boyolali, sehingga tercipta sebuah media informasi pelayanan publik yang lebih komunikatif, transparan, dan mudah diakses.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Peran *Public Relations* (PR) dalam Pemerintahan**

Dalam lingkup organisasi, *Public Relations* (PR) atau humas memegang peranan strategis sebagai jembatan komunikasi untuk membangun suasana yang kondusif antara instansi dengan para *stakeholders*. Menurut Moore (2004) dalam (Lubis, 2013) menekankan bahwa teknik yang digunakan dalam humas pemerintah pada dasarnya memiliki kesamaan dengan humas bidang lain (sektor swasta atau korporat), yaitu berfokus pada efektivitas penyampaian informasi dan komunikasi.

Untuk menjalankan fokus efektivitas penyampaian informasi dan komunikasi tersebut, menurut Lattimore (2010) dalam (Lubis, 2013) kegiatan humas secara operasional terbagi ke dalam dua peran besar yang saling berkaitan, yaitu:

a. Peran Teknisi:

Mewakili aspek operasional dan seni kehumasan seperti menulis, mengedit, memproduksi konten, mendokumentasikan kegiatan instansi hingga melakukan kontak dengan media.

b. Peran Manajer:

Berfokus pada aktivitas strategis dalam membantu organisasi mengidentifikasi serta memecahkan masalah hubungan masyarakat. Dalam peran ini, humas bertindak sebagai pemberi penjelasan, fasilitator komunikasi, serta fasilitator pemecahan masalah.

Implementasi dari kedua peran di atas berlandaskan pada fungsi paling dasar humas dalam pemerintahan, yaitu membantu menjabarkan tujuan program pemerintah, meningkatkan sikap responsif instansi, serta menjamin ketersediaan informasi yang cukup bagi publik. Dengan demikian, humas pemerintah tidak hanya bertugas menjalankan kebijakan pelayanan publik, tetapi juga bertanggung jawab memastikan informasi tersebut tersampaikan secara akurat kepada masyarakat.

Lebih lanjut, hal tersebut sejalan dengan konsep Government Public Relations (GPR) menurut (Prastowo, 2020) dimana menempatkan humas pemerintah sebagai bagian integral dari sistem pelayanan publik yang berorientasi

pada kepentingan masyarakat. Dalam konteks ini, Government PR tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi kebijakan, tetapi juga sebagai fasilitator komunikasi dua arah antara pemerintah dan publik. Peran ini menjadi krusial dalam menjamin transparansi, menyerap aspirasi masyarakat, serta membangun kepercayaan publik terhadap instansi pemerintah. Dengan demikian, Government PR memperkuat fungsi humas tidak hanya sebagai jembatan komunikasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam mewujudkan pelayanan publik yang responsif dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

### **2.2.2 Media *Public Relations Kit***

Media *Public Relations* (Media PR) merupakan segala bentuk sarana, saluran, atau alat yang digunakan oleh praktisi PR dalam menyampaikan informasi atau pesan secara luas agar produk, jasa, atau layanan sebuah organisasi lebih dikenal oleh khalayak sarasannya. Menurut (Rosalinda et al., 2022), media PR berfungsi sebagai alat untuk mengumpulkan, mengelola, dan menyebarkan informasi organisasi kepada publik guna membangun citra positif dan menjadi jembatan komunikasi yang memastikan informasi dari instansi tersampaikan dengan tepat kepada publik yang membutuhkan.

Berdasarkan bentuk dan cara penyampaian, media PR dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori utama:

a. Media Visual

Media yang mengandalkan indra penglihatan dalam penyampaian pesannya.

Contoh: Majalah, *leaflet*, *flyer*, poster, *X-Banner*, brosur, dan infografis lainnya.

b. Media Audio

Media yang menyampaikan informasi melalui suara atau pendengaran.

Contoh: Radio

c. Media Audiovisual

Media yang menggabungkan unsur suara dan gambar bergerak untuk memberikan pengalaman informasi yang lebih lengkap.

Contoh: Film, video profil instansi, iklan layanan masyarakat, *podcast* dan lain sebagainya

Selanjutnya media PR tersebut dikelola melalui berbagai aktivitas tertentu untuk mencapai tujuan komunikasi organisasi, antara lain:

a. *Media Relations* (Hubungan Media)

*Media relations* adalah interaksi yang dibangun oleh organisasi dengan media massa, wartawan, atau pers. Tujuannya adalah untuk menjalin hubungan baik guna memperoleh publikasi yang maksimal serta menciptakan pengetahuan dan pemahaman khalayak terhadap organisasi.

Contoh: Konferensi pers, *press gathering* (resepsi pers), kunjungan media (*media visit*), dan kunjungan pers (*press tour*).

b. Publisitas

Publisitas merupakan penempatan pesan atau informasi yang disediakan oleh praktisi PR di media karena informasi tersebut memiliki nilai berita. Berbeda dengan iklan, publisitas bersifat tidak berbayar (*uncontrolled*) karena media memuat informasi tersebut atas dasar kepentingan publik dan nilai informasinya.

Contoh: Penyebaran informasi melalui media visual, artikel berita, liputan media, serta ulasan editorial yang memuat nilai informasi bagi publik.

c. *Special Events* (Kegiatan Khusus)

*Special events* adalah kegiatan yang dirancang khusus untuk menarik perhatian khalayak banyak dan media. Melalui peristiwa ini, organisasi dapat membeberkan suatu proyek atau kejadian secara langsung untuk mempererat hubungan dengan publik maupun media.

Contoh: Pameran, seminar/*workshop*, sosialisasi, dan *open house*.

Melalui uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa media *Public Relations Kit* merupakan kumpulan media komunikasi yang disusun secara terpadu untuk mendukung kegiatan komunikasi dan penyampaian informasi organisasi kepada publik. *PR Kit* dapat memuat berbagai bentuk media yang disesuaikan dengan kebutuhan informasi, karakteristik khalayak, serta tujuan komunikasi organisasi.

Dalam proyek Tugas Akhir ini, konsep *PR Kit* diwujudkan melalui produksi beberapa media komunikasi, di antaranya:

- a. Poster
- b. *X-Banner*
- c. E-Modul

### **2.2.3 Poster**

Ditinjau dari etimologinya, poster merupakan istilah umum untuk surat tempelan atau plakat yang dipasang di area publik dalam bentuk pengumuman maupun iklan. Poster dirancang secara sederhana untuk mempromosikan hasil, layanan, nama, atau gagasan tertentu melalui media kertas cetak yang ditempatkan pada lokasi yang mudah terlihat oleh khalayak luas (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1986; Ensiklopedia Indonesia, 1982) dalam (Putra et al., 2021). Sejalan dengan hal tersebut, (Putra et al., 2021) memaknai poster sebagai karya komunikasi visual berbasis teks dan gambar yang berfungsi untuk menyampaikan informasi, memberikan motivasi, hingga memberikan imbauan persuasif kepada masyarakat dalam format yang diproduksi secara massal.

### **2.2.4 X-Banner**

*Banner* merupakan media komunikasi visual yang dirancang untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak luas, serta berfungsi sebagai sarana promosi untuk menarik minat masyarakat terhadap suatu layanan atau produk (Bintang Satria & Pudjoprastyono, 2025) dalam (Yolanda & Nugroho, 2025). Salah satu bentuk yang umum digunakan dalam aktivitas informasi publik adalah *X-Banner*. Media ini berupa *banner* cetak yang didukung oleh rangka penyangga berbentuk huruf 'X', sehingga memiliki keunggulan teknis yaitu mudah dipindahkan (*portable*) dan sangat praktis untuk digunakan di berbagai lokasi pelayanan guna memastikan informasi tersampaikan dengan efektif kepada publik.

### **2.2.5 Modul**

Secara umum, modul merupakan media informasi atau pembelajaran yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut James D. Russel dalam (Kuswara, 2017), modul didefinisikan sebagai suatu paket yang memuat satu

unit konsep dari materi atau bahan pelajaran yang utuh. Sejalan dengan hal tersebut, Goldschmid dalam (Kuswara, 2017) turut menyatakan bahwa modul merupakan unit independen dari sebuah aktivitas belajar terencana yang disusun untuk membantu audiens mencapai tujuan yang telah dirancang dengan baik.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, konsep modul konvensional bertransformasi menjadi E-Modul. Menurut Idayanti & Suleman (2024) serta Lastri (2023) dalam (Akbar & Zulfitria, 2026), E-Modul merupakan inovasi dari modul cetak yang disajikan dalam format digital untuk penggunaan mandiri maupun terintegrasi. Berbeda dengan media cetak, E-Modul memiliki keunggulan dalam memuat elemen multimedia seperti gambar, audio, video, hingga animasi yang interaktif guna meningkatkan pemahaman dan keterlibatan pengguna. Karakteristik ini dinilai mampu menciptakan pengalaman akses informasi yang lebih fleksibel, menarik, dan adaptif terhadap kebutuhan setiap individu.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa modul memiliki karakteristik utama sebagai media yang mandiri. Dalam perancangan ini, konsep E-Modul diaplikasikan sebagai media informasi pelayanan publik digital di Dinas Pertanian Kabupaten Boyolali. Berbeda dengan brosur yang bersifat sekilas, modul informasi digital ini dirancang secara terstruktur agar masyarakat dapat mempelajari syarat dan alur pelayanan secara mandiri melalui ponsel mereka. Dengan demikian, penerapan teori E-Modul ini bertujuan untuk menciptakan proses edukasi publik yang lebih efektif dan mudah diakses oleh pengguna layanan kapan saja dan di mana saja.

#### **2.2.6 Media Informasi**

Media informasi merupakan instrumen yang berfungsi untuk menghimpun serta mengorganisasi data agar memberikan nilai guna bagi penerimanya. Melalui media ini, individu maupun masyarakat dapat mengakses berbagai informasi relevan serta berinteraksi secara luas. Informasi itu sendiri adalah sekumpulan data yang telah diolah sedemikian rupa sehingga memberikan manfaat signifikan. Keberadaan informasi menjadi elemen krusial dalam menjaga stabilitas dan operasional suatu organisasi; tanpa informasi yang akurat, sistem dapat mengalami

hambatan fungsi hingga kegagalan efektifitas (Jogiyanto, 2005) dalam (Maharani & Sudiani, 2025).

Berdasarkan karakteristiknya, media informasi dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis sebagai berikut:

a. Media Massa

Media massa merupakan sarana komunikasi yang dirancang untuk mendistribusikan pesan dari sumber informasi kepada khalayak luas secara serempak.

Contoh: Surat kabar, film, radio, hingga televisi.

b. Media Cetak

Media cetak adalah saluran informasi konvensional yang menyajikan pesan dalam bentuk fisik di atas media kertas. Meskipun tergolong bentuk komunikasi tertua, media cetak ini tetap memiliki relevansi yang kuat, terutama bagi audiens yang memerlukan informasi tertulis yang dapat disimpan serta dirujuk kembali. Keunggulan utamanya terletak pada kemampuan menyajikan informasi secara mendalam dan mudah dipahami oleh pembaca.

Contoh: Surat kabar, brosur, majalah, tabloid, buku, poster dan lain sebagainya.

c. Media *Online*

Media *online* adalah *platform* komunikasi yang memanfaatkan jaringan internet dan teknologi multimedia sebagai basis operasionalnya. Ciri khas dari media ini terletak pada kecepatan akses dan kebutuhan akan perangkat teknologi informasi, yang memungkinkan pengguna mendapatkan informasi secara *real-time* dan interaktif.

Contoh: Portal berita, situs web, blog, hingga media sosial.

### **2.2.7 Pelayanan Publik**

Secara konseptual, pelayanan publik merupakan upaya negara dalam mengakomodasi berbagai kebutuhan serta keinginan masyarakatnya. Menurut Sinambela (2007) dalam (Erlianti, 2019), pelayanan publik dipahami sebagai

aktivitas pemenuhan kepentingan masyarakat oleh penyelenggara negara yang dilaksanakan berdasarkan tata cara dan aturan pokok yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan kata lain, esensi dari pelayanan ini adalah tindakan melayani kepentingan publik melalui organisasi penyedia layanan demi tercapainya keteraturan sosial dan administratif.

Aspek legalitas mengenai hal ini diatur secara tegas dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik. Merujuk pada Pasal 1 undang-undang tersebut, pelayanan publik mencakup seluruh rangkaian kegiatan pemenuhan kebutuhan pelayanan bagi setiap warga negara dan penduduk, baik dalam bentuk barang, jasa, maupun pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara publik atau aparatur negara (UU No. 25 Tahun 2009). Lebih lanjut, Undang-Undang ini memiliki empat tujuan utama, yaitu:

- a. Memberikan batasan serta hubungan yang jelas mengenai hak, tanggung jawab, kewajiban, dan kewenangan setiap pihak dalam penyelenggaraan pelayanan;
- b. Mewujudkan sistem pelayanan publik yang berasaskan tata kelola pemerintahan dan korporasi yang baik;
- c. Menjamin terpenuhinya pelayanan publik yang sesuai dengan koridor peraturan perundang-undangan;
- d. Memberikan perlindungan serta kepastian hukum bagi masyarakat dalam mengakses pelayanan.

Dalam pelaksanaannya, penyelenggara wajib merujuk pada standar pelayanan yang berkualitas sesuai dengan Peraturan Menteri PANRB Nomor 15 Tahun 2014 tentang Pedoman Standar Pelayanan. Peraturan ini menetapkan beberapa pedoman standar yang harus dipenuhi oleh instansi pemerintah (Permen PANRB No. 15 Tahun 2014), antara lain:

- a. Sederhana, yakni standar pelayanan yang mudah dimengerti, diikuti, dan dilaksanakan dengan prosedur yang jelas serta biaya yang terjangkau.
- b. Partisipatif, yaitu penyusunan standar yang melibatkan masyarakat dan pihak terkait guna mencapai keselarasan komitmen.

- c. Akuntabel, dimana seluruh hal yang diatur dalam standar pelayanan harus dapat dipertanggungjawabkan kepada publik.
- d. Berkelanjutan, yaitu adanya upaya peningkatan kualitas dan inovasi pelayanan secara terus-menerus.
- e. Transparansi, yang berarti standar pelayanan harus dapat diakses oleh masyarakat dengan mudah.
- f. Keadilan, yaitu menjamin bahwa pelayanan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat tanpa membedakan status ekonomi, lokasi geografis, maupun kondisi fisik.

Keberhasilan proses pelayanan tersebut juga sangat bergantung pada terpenuhinya unsur-unsur pelayanan. Menurut Barata (2003) dalam (Rahmadana et al., 2020), terdapat empat unsur penting yang saling berkaitan dalam proses pelayanan publik, yaitu:

- a. Penyedia layanan, yakni pihak yang memberikan layanan baik berupa barang maupun jasa kepada konsumen.
- b. Penerima layanan, yaitu masyarakat atau pelanggan yang menerima manfaat layanan.
- c. Jenis layanan, yaitu bentuk bantuan atau layanan yang diberikan sesuai kebutuhan.
- d. Kepuasan pelanggan, yang menjadi tujuan utama di mana kualitas layanan yang diberikan harus mampu memenuhi ekspektasi dan memberikan kepuasan bagi para penggunanya.

Berdasarkan berbagai uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik bukan sekadar aktivitas rutin administratif, melainkan bentuk tanggung jawab negara dalam memenuhi hak-hak warga negaranya. Pelayanan yang berkualitas harus berlandaskan pada regulasi yang jelas, standar yang transparan, serta berorientasi penuh pada kepuasan masyarakat selaku penerima layanan. Keberhasilan instansi pemerintah, termasuk dalam hal ini Dinas Pertanian Kabupaten Boyolali, sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam menyediakan

akses informasi yang mudah dan prosedur yang akuntabel guna menjembatani kebutuhan masyarakat dengan standar pelayanan yang berlaku.

#### **2.2.8 Desain Grafis**

Desain grafis merupakan disiplin ilmu komunikasi visual yang memanfaatkan elemen seni dengan tujuan fungsional. Menurut Suyanto (2004) dalam (Widya & Darmawan, 2016), desain grafis diartikan sebagai pengaplikasian keterampilan seni dan komunikasi demi memenuhi kebutuhan sektor industri serta bisnis, termasuk di dalamnya upaya membangun identitas visual organisasi dan optimalisasi penyampaian pesan pada media publikasi. Sejalan dengan pandangan tersebut, Danton Sihombing (2015) dalam (Sitepu, 2004) juga menjelaskan bahwa desain grafis mengelola berbagai elemen seperti simbol, marka, hingga deskripsi verbal yang divisualisasikan melalui tipografi dan gambar (fotografi atau ilustrasi). Elemen-elemen tersebut diintegrasikan ke dalam dua fungsi utama, yakni sebagai perangkat visual sekaligus instrumen komunikasi yang efektif.

Berdasarkan cakupan dan media penerapannya, (Widya & Darmawan, 2016) dalam buku *Pengantar Desain Grafis* mengklasifikasikan desain grafis ke dalam beberapa kategori utama, yaitu:

- a. Media Cetak (*Printing*):  
Mencakup perancangan visual untuk kebutuhan publikasi fisik seperti buku, majalah, poster, *booklet*, hingga pamflet dan media periklanan cetak lainnya.
- b. Desain Web (*Web Design*):  
Fokus pada perancangan antarmuka halaman situs web atau media digital interaktif agar informatif dan mudah digunakan.
- c. Film:  
Meliputi pembuatan elemen visual untuk kebutuhan komersial televisi, animasi, serta multimedia interaktif.
- d. Identitas Visual (*Branding*):

Pembuatan logo, EGD (*Environmental Graphic Design*) atau bidang professional pada desain industri (iklan, branding, company profile, dan lain-lain).

e. Desain Produk dan Pengemasan:

Spesialisasi pada perancangan tampilan fisik produk, mulai dari kemasan (*packaging*), label, hingga *merchandise*.

Lebih lanjut, mereka menjelaskan bahwa dalam proses menciptakan karya visual, terdapat komponen-komponen dasar yang menjadi fondasi utama komunikasi. Komponen tersebut meliputi:

a. Titik (*Dot*):

Unit terkecil yang menjadi awal mula terbentuknya elemen visual lain.

b. Garis (*Line*):

Hubungan antar titik yang berfungsi sebagai pembatas, penunjuk arah, atau pembentuk fokus.

c. Bentuk (*Shape/Curve*):

Bidang yang dihasilkan dari garis yang saling terhubung, memberikan karakter pada desain.

d. Ruang (*Space*):

Area kosong yang memberikan “napas” pada desain agar tidak terlihat sesak dan lebih mudah dipahami.

e. Gradasi:

Pengaturan terang-bayang yang memberikan dimensi atau kedalaman pada objek visual.

f. Warna (*Color*):

Elemen emosional yang berfungsi menarik perhatian dan membangun suasana atau identitas tertentu.

g. Tekstur:

Unsur yang memberikan kesan nilai raba atau kedalaman permukaan pada sebuah karya desain.

Masih merujuk pada literatur yang sama, agar seluruh komponen tersebut berfungsi secara optimal, diperlukan penerapan prinsip desain yang tepat untuk mengorganisasikannya, prinsip tersebut mencakup:

- a. Komposisi:  
Strategi pengaturan elemen secara menyeluruh.
- b. Keseimbangan (*Balance*):  
Upaya menciptakan stabilitas visual yang proporsional.
- c. Irama (*Rhythm*):  
Teknik pengulangan elemen untuk menciptakan kesan gerak dan alur baca.
- d. Proporsi:  
Keselarasan perbandingan ukuran antar-elemen dalam satu kesatuan desain
- e. Kesatuan (*Unity*):  
Penataan seluruh elemen agar tampil sebagai satu kesatuan organisasi yang harmonis dan padu.

Sebagai pelengkap elemen visual, aspek tipografi memegang peranan krusial terutama dalam hal keterbacaan informasi. Menurut (Sitepu, 2004), tipografi merupakan disiplin yang mendalami seluk-beluk huruf, yang secara fungsional dibedakan menjadi dua kategori:

- a. *Text Types*:  
Penggunaan huruf berukuran 8 hingga 12 pt yang diperuntukkan bagi badan teks (*body copy*) guna menjamin kenyamanan membaca dalam durasi lama.
- b. *Display Types*:  
Penggunaan huruf berukuran 14 pt ke atas yang difungsikan sebagai judul (*headline*) atau penarik perhatian utama.