

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Grafis

Desain grafis dikenal sebagai sebuah bentuk visualisasi yang terencana sekaligus sebagai sebuah ilmu disiplin. Widya dan Darmawan (2016, hlm. 4) berpendapat bahwa desain grafis merupakan sebuah keahlian dalam mengolah visual sehingga dapat dipahami khalayak. Desain grafis sebagai bentuk disiplin ilmu komunikasi visual memiliki tujuan penyampaian informasi (berita) dan persuasi (Landa, 2018). Ambrose & Harris (2009) menambahkan bahwa ilmu desain grafis melibatkan aspek ide, konsep, teks, dan gambar, yang disajikan berdasarkan struktur aturan tertentu; ke dalam sebuah bentuk karya visual yang menarik dengan berbagai bentuk media. Supriyono (2010, hlm. 9) mengatakan desain grafis atau sering disebut sebagai “Desain Komunikasi Visual (DKV atau Deskomvis)” merupakan perpaduan antara nilai kesenian dengan teknik komunikasi untuk tujuan komersil. Beliau menjelaskan bahwa kata “desain komunikasi visual” menggantikan kata “desain grafis” karena adanya perkembangan dari fungsi dan unsur grafis yang mengikuti kebutuhan zaman. Dengan demikian, desain grafis atau desain komunikasi visual merupakan sebuah ilmu yang mempelajari cara memecahkan masalah grafis melalui perancangan karya visual yang melibatkan nilai seni dan komersil. Contoh bentuk desain grafis yang dikenal adalah majalah, buku, periklanan, media digital seperti gim, situs laman, dan sebagainya.

2.1.1 Elemen Desain

Sebagai sebuah bentuk seni, maka desain grafis tidak terlepas dengan elemen seni dan desain. Landa (2018, hlm. 19) menyebutkan bahwa elemen dasar desain terdiri atas garis, bangun bidang, warna, dan tekstur.

2.1.1.1 Titik (*dot*)

Titik merupakan sebuah lingkaran yang menjadi bagian terkecil dari sebuah garis (Landa, 2018, hlm. 19). Pada dunia digital, titik dikenal juga sebagai *pixel*. Layar pada komputer maupun perangkat lainnya tersusun atas *pixel* berukuran kecil. Jumlah banyaknya sebuah *pixel* pada layar akan mempengaruhi rasio layar serta ukuran gambar bila ingin dicetak. Semakin besar rasio layar atau ukuran bidang gambar, maka semakin tajam hasilnya, namun ukuran *file* akan juga membengkak.

2.1.1.2 Garis (*line*)

Garis adalah titik yang memanjang dan mampu menunjukkan jalur pergerakan dari titik (Landa, 2018, hlm. 19). Macam garis terdiri atas garis berdasarkan alat pembuatannya serta bentuk dari garis tersebut. Alat seperti pensil, kuas, dengan bolpen akan memiliki kesan mereka masing-masing. Contoh bentuk-bentuk garis yang dikenal yaitu seperti garis lurus, garis melengkung, garis berliuk-liuk (*wavy*), zig-zag, garis melingkar, dan sebagainya. Menurut Supriyono (2010, hlm. 58-59), garis dapat menampilkan citra yang diinginkan dari sebuah desain dan dapat diutak-atik menyesuaikan kebutuhan dan selera yang diinginkan.

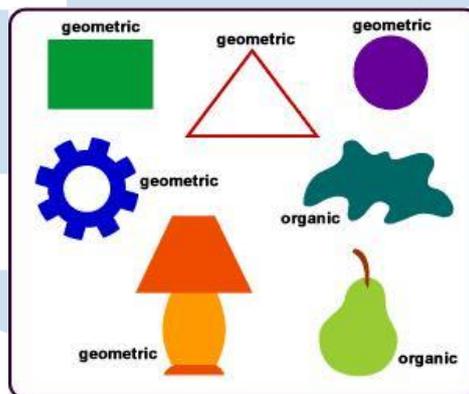


Gambar 2.1 Set of hand drawn lines and dividers

Sumber: https://img.freepik.com/free-vector/set-hand-drawn-lines-dividers_1034820.jpg (n.d.)

2.1.1.3 Bidang (*shapes*)

Landa (2018, hlm. 19) menjelaskan elemen bangun sebagai sebuah gambaran besar dari suatu hal yang terdiri atas garis yang menutup atau terdiri atas garis dan isian (*fill*) berupa warna, tekstur, atau *tone*. Bangun terdiri atas bangun datar dua dimensi atau bangun ruang tiga dimensi seperti kubus, bola, kerucut, dan prisma. Berdasarkan representasi, bangun terdiri atas bangun yang dapat merepresentasikan objek nyata seperti dedaunan, tempat-lokasi, dan manusia dan ada bangun yang bersifat non-representasional.



Gambar 2.2 *Organic and Geometric Shapes*

Sumber: <https://visualartspdsf.blogspot.com/2012/02/organic-and-geometric-shapes.html> (2012)

2.1.1.4 Warna

Dalam dunia ilmu grafis, warna menjadi elemen yang mampu menggambarkan suasana dan makna berdasarkan persepsi yang ditimbulkan. Pemakaian warna secara tepat mampu menimbulkan kesan yang lebih hidup (Supriyono, 2009, hlm. 70). Warna tersusun atas properti *hue*, *value*, dan saturasi warna.

1) *Hue*

Hue merupakan warna itu sendiri. *Hue* bisa dicampurkan agar menjadi lebih terang-gelap ataupun menjadi lebih pekat, namun warna hitam-putih bukan termasuk *hue*

(Rustan, 2019, hlm. 24). Warna tersebut adalah warna merah, hijau, biru, kuning, ungu dan sebagainya.

Berdasarkan *hue* warna, warna memiliki jenis warna primer, sekunder (biner), dan tersier. Warna primer terdiri dari warna dasar biru, kuning, dan merah. Warna tersebut dapat dicampurkan dengan satu sama lain, namun tidak bisa dihasilkan dari campuran warna lain. Warna sekunder adalah campuran dari warna primer, seperti warna oranye, ungu, hijau, dan sebagainya. Warna tersier adalah campuran warna sekunder dengan primer.

2) *Value*

Value adalah tingkat terang-gelap warna yang dihasilkan melalui mencampurkan warna putih untuk menghasilkan *tint* atau warna hitam untuk menghasilkan *tone*. Nama lain dari *value* yang dikenal yaitu seperti *brightness*, *lightness* atau *luminance*. Pengaturan kontras pada *value* mampu membantu keterbacaan karya sekaligus menampilkan kesan tertentu (Supriyono, 2010, hlm. 78).

3) *Saturasi (saturation)*

Saturasi adalah tingkat kecemerlangan atau kepekatan warna. Dengan mencampurkan warna dengan warna abu-abu, warna tersebut akan tampil kusam atau *dull*.



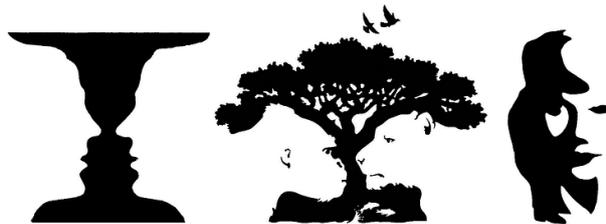
Gambar 2.3 *Hue, Value, and Saturation*

Sumber: <https://www.virtualartacademy.com/three-components-of-color/> (n.d.)

Dalam menggunakan warna, seorang desainer dapat dibantu dengan teori skema warna. Penggunaan skema warna mampu membantu dalam mencapai keutuhan, kesinambungan, dan kontras dinamis pada karya (WFC Team, 2018, hlm. 16). Contoh-contoh skema warna yang biasa dipakai yaitu skema warna monokrom, komplimenter, triadik, tetradic, analogus, dan *split-complementary*.

2.1.1.5 *Figure and ground*

Menurut Landa (2018, hlm. 21), *figure-ground* adalah mengenai bagaimana seseorang dapat membedakan mana objek figur dengan *ground* (latar) berdasarkan petunjuk visual. Figur dan latar dapat diketahui dengan mengamati karya menurut siluet yang terbentuk.



Gambar 2.4 *The Law of Figure-Ground*

Sumber: <https://medium.com/kubo/the-law-of-figure-ground-designing-for-contrast-ecf050e25f19/> (2023)

2.1.1.6 **Tipografi**

Tipografi adalah ilmu desain grafis dalam mengelola huruf (Supriyono, 2010, hlm. 19). Disisi lain, tipografi juga merupakan bentuk komunikasi dengan menerjemahkan komunikasi verbal ke bentuk visual (Wijaya, n.d.). Dengan demikian tipografi merupakan sebuah ilmu yang mempelajari bentuk komunikasi visual teks. Wijaya (1999) berpendapat bahwa tipografi adalah elemen yang penting dalam membuat sebuah desain yang komunikatif. Oleh karena itu, penting bagi desainer untuk mengenal tipografi dan bagaimana cara menggunakannya. *Typeface* adalah sebuah rancangan konsisten visual

karakter huruf, simbol, dan angka (Landa, 2018, hlm. 35). *Typeface* merupakan bagian dari tipografi. Apabila *typeface* adalah “cat”, maka tipografi adalah “lukisan” dari susunan *typeface* yang diatur sedemikian rupa. Umumnya *typeface* dibagi menjadi dua, yaitu *serif* dan *sans-serif*. *Serif* merupakan bentuk *typeface* yang memiliki *serif* atau semacam tambahan garis kecil pada ujung tulisan, sedangkan *sans serif* tidak memiliki hal tersebut. Jenis dari *typeface* ada berbagai macam yaitu sebagai berikut:

1) ***Old style atau humanist serif***

Typeface berikut berasal dari bentuk tulisan tangan dari bolpen berujung lebar dari akhir abad ke-15 di benua Eropa. Ciri-ciri *typeface* berikut seperti bentuk *serif* yang miring, kontras yang sedikit jelas pada ketebalan garis, dan bentuknya yang mirip dengan tulisan tangan. Contoh *typeface* dengan jenis humanis adalah Times New Roman, Caslon, dan Garamond.

2) ***Serif transisional***

Typeface transisi adalah bentuk *typeface* yang muncul pada era transisi menuju era modern. Bentuk *typeface* masih memiliki ciri-ciri yang sama dengan *typeface* humanis, namun *typeface* ini memiliki kontras tebal garis yang lebih jelas. Contoh *typeface* transisional adalah seperti Baskerville dan Century.

3) ***Modern***

Berbeda dengan *typeface humanis*, *typeface* berikut memiliki kesan yang lebih modern dimana kontras tebal garis yang terlihat sangat jelas. Contoh *typeface* modern yaitu *typeface* Bodoni dan Didot.

4) ***Slab serif***

Serif yang dimiliki oleh *typeface* jenis ini memiliki ketebalan lebih bila dibandingkan *serif* dari *typeface serif* lainnya, namun

kontras ketebalan pada karakter tidak terlihat. Contoh *typeface* bentuk *slab serif* yaitu Clarendon, Memphis, dan Courier.

5) Sans serif

Typeface ini tidak memiliki serif, sesuai dengan namanya yaitu “sans” berarti “tanpa” dalam bahasa Perancis. Jenis *typeface* ini ada yang memiliki ragam jenis ketebalan. Eddy (2023) mengatakan bahwa *typeface* ini sering digunakan pada bagian *body text* karena memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi. *Typeface* ini juga memiliki subkategori seperti *humanist*, *grotesque*, *geometric*, dan sebagainya. Contoh *typeface sans serif* yaitu Helvetica, Futura, dan Arial.

6) Black letter

Sebutan lain dari *typeface* ini adalah *gothic* atau *old english*. *Typeface* ini memiliki kesan layaknya tulisan manuskrip pada abad pertengahan. Ciri khas *typeface black letter* yaitu memiliki kontras tebal karakter yang terlihat jelas dan jarak karakter yang sempit. Contoh *typeface black letter* seperti Rotunda, Fraktur, dan Schwabacher.

7) Handwrite

Typeface berbentuk layaknya tulisan tangan dan bisa memberi kesan alat yang digunakan seperti bolpen ataupun pena tertentu. Subkategori dalam *typeface* ini seperti *handwrite* dan *calligraphy* atau *script*.

8) Display

Display merupakan jenis *typeface* yang biasa digunakan untuk penampilan saja. *Typeface* ini biasa digunakan pada bagian *headlines* atau judul dan memiliki bentuk yang unik sehingga akan sulit untuk dibaca (Landa, 2018).

9) **Extended family**

Typeface dengan *extended family* yaitu kumpulan *typeface* (*family*) dengan pengaturan tambahan seperti ketebalan, kerapatan, dan sebagainya

10) **Super family**

Mirip dengan *extended family*, *typeface* ini memiliki jenis tambahan yaitu berupa bentuk *sans serif* dan *serif*-nya. Contoh *typeface* ini seperti ITC Stone.

TYPEFACE CLASSIFICATION		
Sans Serif	Serif	Handwriting
Pixel	Display	MONOSPACE
Calligraphy	Blackletter	Cursive

Gambar 2.5 *Typeface classification: font styles explained*
Sumber: Laura Eddy (2023)

Dalam menentukan *typeface* yang tepat pada desain, (dalam Landa, 2018) mengatakan bahwa desainer perlu mengetahui siapa audiens dan bagaimana cara penyampaiannya untuk mencapai keberhasilan komunikasi. Pemilihan *typeface* juga bisa berdasarkan atas *mood* atau persona yang ingin disampaikan. Hal ini memang sulit untuk dibuktikan secara ilmiah, namun salah satu caranya bisa dengan menggunakan jenis *typeface* yang mungkin berbeda dengan apa yang disampaikan dan mengenal apa yang salah dari *typeface* tersebut (Purdue Univesity, n.d.).

2.1.1.7 **Tekstur**

Tekstur adalah sebuah kualitas sentuhan suatu permukaan benda, baik dari tekstur alami maupun tekstur buatan (Landa, 2018, hlm. 22).

Tekstur ada yang bisa dirasakan dengan sentuhan langsung dan ada yang berdasarkan persepsi dan pengalaman. Tekstur yang dirasakan dengan sentuhan langsung disebut dengan tekstur taktil dan rasa “sentuhan” yang dihasilkan melalui ilusi dari gambar tekstur disebut dengan tekstur visual.



Gambar 2.6 *Examples of natural textures*

Sumber: <https://www.cs.auckland.ac.nz/~georgy/research/texture/thesis.html/node5.html> (2006)

2.1.1.8 Pola (*pattern*)

Pola adalah sebuah bentuk repetisi sistematis dari objek visual berdasarkan aturan tertentu seperti warna, bentuk, hingga ukuran serta berdasarkan sebuah kisi (*grid*) pola.



Gambar 2.7 *Brand Patterns*

Sumber: <https://popandgrey.com/brand-patterns-the-real-mvp-of-your-brand-design/> (2020)

Setiap elemen desain tidak seluruhnya harus dipakai dalam karya. Penggunaan elemen berpatokan kepada kebutuhan dari desainer sehingga desainer yang harus menentukan apakah elemen tersebut diperlukan.

2.1.2 Prinsip Dasar Desain Grafis

Desain grafis juga memiliki prinsip dasar yang diperkenalkan oleh Landa (2018, hlm. 25) sebagai prinsip dasar HAUS, yaitu hierarki (*hierarchy*), penataan (*alignment*), kesatuan (*unity*), dan ruang (*space*).

2.1.2.1 Hierarki

Penggunaan hierarki pada karya bertujuan untuk mendapat atensi dari publik. Dari tujuan tersebut, maka hierarki merupakan upaya mendapatkan perhatian audiens dengan mengatur urutan elemen berdasarkan penting-tidaknya. Pengaplikasian hierarki visual dapat dibuat dari penciptaan kontras berdasarkan ukuran, warna, bentuk, *layout* dan sebagainya. Pengaturan hierarki akan membantu audiens dalam memahami komposisi karya (Landa, 2018, hlm. 25).



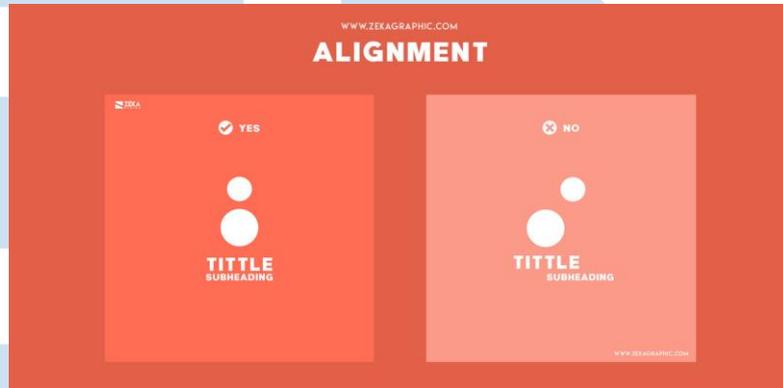
Gambar 2.8 *Understanding Visual Hierarchy Helps Your Customers Understand You*

Sumber: <https://www.appletoncreative.com/understanding-visual-hierarchy-helps-your-customers-understand-you/> (n.d.)

2.1.2.2 Alignment

Alignment merupakan bagaimana proses menata elemen visual agar bisa membangun relasi antar visual serta bagaimana alur baca dari karya desain (Landa, 2018, hlm. 26). Contoh-contoh penataan yang umum dipakai adalah penataan *center*, *align right*, *align left*, dan rata kiri-kanan (*justify*). Adapun juga penataan melalui *grid* kotak-kotak dan sebagainya. Cara penataan tersebut tidak berupa hanya bisa pakai satu gaya penataan tiap

karya, yang terpenting adalah bagaimana karya tersebut mampu membentuk koneksi antar sesama.

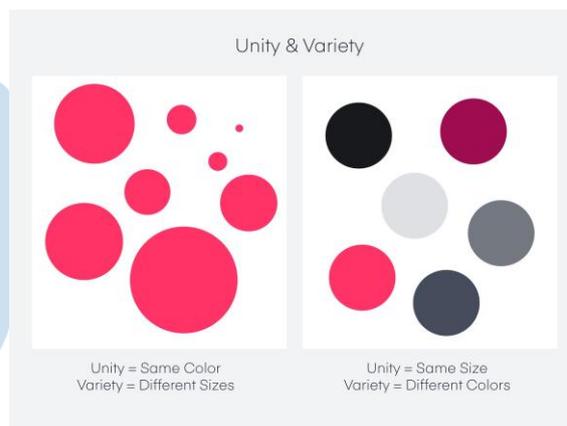


Gambar 2.9 *Alignment*

Sumber: <https://www.zekagraphic.com/visual-hierarchy-graphic-design-principles/> (n.d.)

2.1.2.3 Kesatuan (*unity*)

Kesatuan atau *unity* merupakan harmoni antar elemen visual karya karena adanya keterkaitan antar elemen. Cara yang dapat dilakukan yaitu membuat repetisi atau penyeragaman visual. Landa (2018, hlm. 27) mengatakan bahwa variasi juga diperlukan agar audiens tetap tertarik.



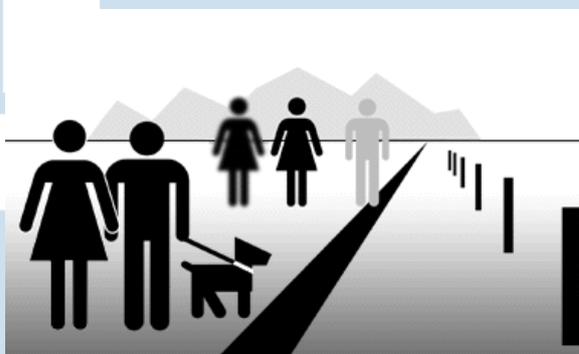
Gambar 2.10 *Unity & Variety*

Sumber: <https://www.invisionapp.com/defined/principles-of-design> (n.d.)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.1.2.4 *Space*

Space berbicara mengenai pembuatan ilusi ruang pada karya dua dimensional. Ilusi ini mampu memberikan kesan ruang tiga dimensi atau kedalaman dan bisa dibuat hanya dengan sebuah garis. Desainer perlu mengingat bahwa seluruh elemen desain termasuk ruang kosong pun harus bisa dimanfaatkan dengan baik agar tidak terbuang secara percuma (Landa, 2018, hlm. 28).



Gambar 2.11 *Depth Perception*

Sumber: <https://visualperception-reecelaura.weebly.com/depth-perception-principles.html> (n.d.)

2.1.3 Maskot

Maskot adalah sebuah karakter yang menjadi identitas dari sebuah brand karena merupakan bentuk personifikasi brand. Wiratmo et al. (2021, hlm. 2) berpendapat bahwa maskot merupakan bagian dari ilmu desain karakter yang dapat mempresentasikan sesuatu. Kata maskot sebenarnya berasal dari bahasa Perancis yang berarti “mascotte” dengan arti jimat keberuntungan. Maskot termasuk sebagai bentuk dari identitas brand karena memiliki fungsi-fungsi sebagai berikut (Febrillian & Maghfira, 2024, hlm. 1):

- 1) Maskot bisa digunakan untuk memperkenalkan brand secara luas untuk mencapai suatu tujuan tertentu;
- 2) Maskot yang unik akan membedakan brand tersebut dengan lainnya;

- 3) Maskot dapat memberi pandangan positif terhadap sebuah brand;
- 4) Maskot mudah dikenal dan diingat oleh orang (*recall*).

Kegunaan maskot sebagai identitas visual memiliki keuntungan tersendiri. Hidayah et al. (2022, hlm. 28) mengatakan bahwa maskot memiliki kemampuan untuk menyajikan citra brand yang lebih mudah dicerna melalui visualisasi brand menjadi karakter. Dengan demikian, maskot merupakan salah satu bentuk identitas visual yang multi fungsi dari segi teknis maupun dari segi hati nurani. Maskot yang baik adalah maskot yang mampu memenuhi kedua sisi tersebut.

Maskot memiliki beragam jenis bentuk seperti bentuk hewan, bentuk manusia, bahkan bentuk dari produk. Maskot yang berbentuk manusia terkesan memiliki sifat interaktif dan lebih relevan (KIMP, 2022, para. 16). Hal ini akan membantu target audiens untuk bisa lebih memahami apa maksud dan tujuan brand lebih mudah. Sebagai contohnya yaitu maskot pada permainan Monopoly yang merupakan seorang yang terlihat kaya raya dengan pakaian rapi berjas, layaknya tujuan dari permainan Monopoly itu sendiri. Adapun maskot yang berbentuk personafikasi manusia. Maskot ini biasanya digunakan untuk target audiens yang lebih muda. Maskot yang merupakan personafikasi dari produk dapat menggambarkan jelas produk yang ditawarkan, sebagai contoh yaitu maskot M&M yang merupakan permen coklat. Dalam menentukan sebuah desain maskot yang tepat, ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan yaitu sebagai berikut (KIMP, 2022, para. 19-20):

- 1) ***Consider the type of audience***

Maskot tentunya diperuntukkan target audiens tertentu maka penting bagi desainer untuk bisa memahami seperti apa kebutuhan dan kemampuan dari target audiens. Elemen-elemen

seperti jenis maskot dan warna sangat dipengaruhi oleh target audiens

2) *Personalization*

Maskot tidak hanya sekadar bagus secara visual namun harus juga memiliki kaitannya dengan brand ataupun produk yang dimiliki. Ketika membuat desain maskot, desainer bisa membuat beberapa pertanyaan yang memberi gambar mengenai maskot tersebut.

3) *Aligning your Mascot with your Visual Identity*

Desain maskot perlu diselaraskan dengan aset-aset visual lainnya seperti logo, warna, dan teks yang dipakai. Tujuannya adalah agar target audiens tidak merasa maskot yang didesain itu membingungkan.

Dalam ranah UI/UX media digital, maskot dapat digunakan untuk berinteraksi dengan pengguna. Interaksi tersebut tentunya akan menguntungkan kedua belah pihak. Menurut Yalanska (2016), penggunaan maskot dalam *user interface* memiliki keunggulan sebagai berikut:

1) *Memorability*

Pengguna dapat lebih mengingat gambar lebih mudah, terutama apabila maskot tersebut memiliki fitur fisik layaknya manusia.

2) *Recognizability*

Maskot yang mudah dikenal oleh pengguna akan mempermudah pengguna mengingat produk dan fungsinya.

3) *Visual marking*

Maskot dapat membangun koneksi mengenai apapun yang berkaitan dengan produk sehingga bisa digunakan untuk promosi.

4) *Personalization*

Maskot menjadi bentuk komunikasi langsung desain terhadap pengguna.

5) ***Stylistic support***

Maskot dapat digunakan sebagai konsep universal untuk gaya visual produk.

6) ***Consistency***

Maskot dapat membentuk keharmonisan desain tampilan.

7) ***Emotion and interest trigger***

Maskot dapat membangun *user-centered design* dimana pengguna dapat berinteraksi dengan desain melalui maskot.

8) ***Aesthetic satisfaction***

Maskot yang dibuat menarik akan mencukupi kebutuhan estetik pengguna dalam menggunakan produk.

9) ***Long-term perspective of image development***

Maskot dapat digunakan dalam strategi promosi atau kampanye jangka panjang yang dapat digunakan berulang tanpa kehilangan identitasnya.



Gambar 2.12 *Top Tips on How to Make a Memorable Brand Mascot*
Sumber: <https://www.zilliondesigns.com/blog/tips-how-to-make-memorable-brand-mascot/> (2019)

2.2 Media Informasi

Media informasi tersusun dari kata “media” dan “informasi”. Kata “media” secara linguistik berasal dari bahasa Latin yaitu “medius” yang berarti perantara. Dalam KBBI daring, kata media berarti alat atau sarana komunikasi sedangkan informasi adalah penerangan atau pemberitahuan. Mccreadie dan Rice (1999, hlm. 46-49) menjelaskan konsep informasi dalam sebuah ringkasan sebagai berikut:

- 1) Informasi layaknya sebuah barang komoditas yang memiliki nilai jual-beli dan sifat kepemilikan;
- 2) Informasi merupakan rangsangan yang diterima dari luar diri kita;
- 3) Informasi merupakan representasi dari pengetahuan yang ada pada medium buku dan sejenisnya;
- 4) Informasi sebagai sesuatu yang dikirim oleh pengirim kemudian diterima dan diartikan oleh penerima, sesuai dengan keinginan dari pengirim.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka media informasi merupakan sebuah alat perantara yang mampu memberitahu atau menjelaskan pengetahuan atau informasi yang ada, yang digunakan dalam kegiatan komunikasi. Dengan demikian, media informasi memiliki sifat komunikatif dan informatif. Komunikatif berarti baik antara pengirim dan penerima pesan saling terhubung dalam satu pemahaman yang sama, sedangkan informatif berarti mampu memberikan pengetahuan atau pemahaman pengirim kepada penerima pesan.

2.2.1 Jenis-Jenis Media Informasi

Jenis media informasi yang dikenal tidak hanya berupa jenis media cetak, namun juga media digital, dan media yang memanfaatkan teknologi seperti internet. Media informasi yang dikenal oleh umum adalah sebagai berikut:

2.2.1.1 Media konvensional

Media konvensional adalah sebuah media informasi yang ditemukan sebelum adanya teknologi internet. Tasruddin (2020, hlm. 226) mengatakan bahwa media konvensional dapat diartikan sebagai sebuah media perekam informasi atau sebagai media untuk jurnalisme dalam bentuk digital ataupun cetak. Media tersebut bisa berupa televisi, radio, media cetak, dan sebagainya.

1) Media digital

Televisi dan radio merupakan bentuk media konvensional digital. Televisi dikenal sebagai media massa digital yang mampu

memproduksi visual bergerak dan audio. Warsita (2013) menyatakan bahwa media televisi efektif menjadi sebuah media informasi, hiburan, hingga sebagai media pembelajaran peserta didik karena televisi memiliki visual sebagai daya tarik utamanya, sedangkan audio adalah pelengkapannya. Dengan demikian, televisi mampu menggaet perhatian pemirsa dengan mudah. Televisi saat ini beralih dari analog ke bentuk siaran digital, selain itu siaran televisi juga dapat disaksikan lewat situs lama siaran maupun penyedia tayangan video seperti Youtube.

Radio merupakan perangkat elektronik yang mampu menangkap sinyal siaran radio kemudian mengubahnya menjadi bunyi maupun percakapan. Sekarang, radio konvensional berkembang menjadi bentuk siaran *podcast* yang mengandalkan sinyal dan jaringan internet. Imarshan (2021, hlm. 219-220) menjelaskan bahwa kepopuleritasan *podcast* di Indonesia berkembang pesat semenjak pandemi COVID-19 karena adanya kesadaran masyarakat dalam memanfaatkan teknologi yang ada. Dalam hasil studinya, Imarshan menjelaskan bahwa *podcast* memiliki daya tarik sebagai bentuk *storytelling* yang imersif dan fleksibel. Hal tersebut didukung karena pendengar dapat memilih konten *podcast* sesuai kebutuhan serta mengakses kapan saja dan dimana saja, asal terhubung dengan jaringan internet.

2) **Media cetak**

Koran, majalah, buku, brosur, *flyer*, dan media cetak informatif lainnya merupakan contoh bentuk media informasi yang dibuat dengan cara dicetak (*print*). Batubara (2011) menjelaskan bahwa media cetak merupakan media statis yang dapat merekam secara visual, baik huruf maupun gambar pada lembaran kertas. Fungsi dari media cetak bisa bermacam-macam, yaitu sebagai media komunikasi, ilmu pengetahuan, jurnalistik,

hingga sebagai media promosi. Kini media cetak dapat dijumpai dalam bentuk digital, seperti *e-book*, *e-magazine*, *e-newspaper*, dan sebagainya.

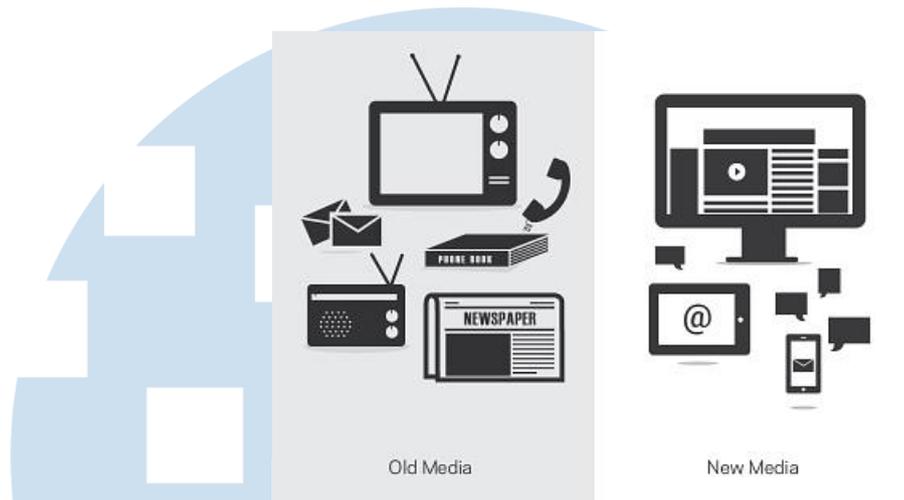
Media konvensional sekarang mulai memanfaatkan teknologi internet. Hal ini dapat dijelaskan melalui teori konvergensi media. Pamuji (2019, hlm. 23) menjelaskan bahwa konvergensi media dalam media konvensional adalah pengembangan media dengan menggunakan segala jenis media yang ada dengan tujuan agar tetap mendapatkan penghasilan sekaligus sebagai bentuk pengembangan dan pertahanan bisnis. Maka tidak heran apabila ada TV yang *live* melalui sebuah situs atau buku yang tersedia dalam format *e-book* yang bisa dibaca melalui Google Books atau Kindle Amazon. Menurut Pamuji (2019, hlm. 9), media konvensional terbukti masih menjadi sumber untuk mendapatkan informasi kredibel yang dicari dan digunakan oleh masyarakat. Dalam pembuatan media, produksi konten ada dibawah bimbingan atau pengawasan tim editor hingga lembaga pers. Selain itu, lembaga atau perusahaan media memiliki status dan kewajiban hukum pada negara setempat. Dengan demikian, konten yang dibuat dapat dipertanggungjawabkan secara jelas.

3) **Media baru (*new media*)**

Media baru atau *new media* merupakan sebuah media yang menyediakan konten dengan kemudahan dan fleksibilitas akses, kecepatan, dan interaktivitas yang tinggi (Pamuji, 2019). Media yang dimaksud yaitu seperti media sosial (Youtube, Whatsapp, X, Facebook, dan sebagainya) dan situs laman yang memiliki koneksi ke jaringan internet. Media-media tersebut merupakan perpaduan dari teknologi mesin dan jaringan internet agar bisa menghadirkan kecepatan dan akses yang lebih mudah kepada

audiens. Pamuji (2019, hlm. 5 - 9) mengatakan bahwa media konvensional tidaklah sepenuhnya dapat hilang dari kebutuhan masyarakat, malah justru keberadaan *new media* mendorong masyarakat dalam menggunakan media konvensional.

Media baru memiliki sifat dimana pengguna atau *user* dapat membuat konten mereka sendiri sehingga tingkat kredibilitas informasi terbilang cukup rendah, terutama apabila informasi tersebut memang hanyalah rekayasa pengguna tanpa ada bukti dan sumber yang jelas. Media baru juga dapat menyajikan konten yang *personalized* atau menyesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Tasruddin (2020) mengatakan bahwa dengan adanya personalisasi konten, pengguna dapat memiliki kesempatan untuk mengabaikan informasi yang tidak relevan baginya. Hal ini memiliki sisi positif berupa selektif dalam memilih informasi, namun juga berdampak negatif seperti sikap acuh tak acuh karena adanya sebuah “dinding penghalang” yang menurunkan tingkat penetrasi informasi. Keunggulan media baru juga terletak pada bagaimana pengguna dapat berinteraksi dengan media, sehingga menimbulkan bentuk komunikasi dua arah antara pengguna dan penyedia informasi. Bentuk interaksi dapat berupa mengklik tombol dan *scrolling*, memberi penilaian atau *rating*, melakukan *chat*, mengirim surat tanggapan atau *feedback*, memutar audio atau video rekaman atau *livestream*, dan sebagainya.



Gambar 2.13 *Old / New Media* oleh Roxanne Bello
 Sumber: <https://dribbble.com/shots/1464654-Old-Media-New-Media> (n.d.)

2.2.2 Situs Laman sebagai Media Informasi

We Are Social & Meltwater (2024) We Are Social & Meltwater (2024) We Are Social & Meltwater (2024) Situs laman atau *website* merupakan bentuk media digital yang dapat diakses melalui perangkat gawai yang terhubung dengan internet. Landa (2018, hlm. 334) menjelaskan bahwa situs laman merupakan kumpulan halaman situs (*webpage*) yang berikatan dan dimiliki oleh perorangan atau sebuah lembaga institusi dengan fungsi-fungsi tertentu. Dalam menggunakan situs laman, seseorang harus menggunakan perangkat yang terhubung dengan jaringan internet serta memasukkan alamat situs ke dalam aplikasi peramban (*browser*). Sebagai media informasi yang baru, situs laman menjadi salah satu sumber informasi yang mampu memuat banyak informasi, kecepatan tinggi dalam pembaharuan informasi, serta tingkat aksesibilitas yang cukup tinggi. Menurut laporan We Are Social & Meltwater (2024), jumlah pengguna internet di Indonesia sudah mencapai angka 185 juta pengguna. Dalam laporan tersebut, sebesar 83,1% pengguna menggunakan internet untuk mencari informasi dan situs laman beserta mesin pencari berada pada peringkat ke-3 sebagai media yang paling sering dipakai (sebesar 91,7%).

Penggunaan situs laman sebagai media informasi memiliki sejumlah keunggulan dibandingkan dengan bentuk aplikasi. Menurut Summerfield

(n.d.), keunggulan penggunaan situs laman dibandingkan dengan aplikasi adalah sebagai berikut:

1) ***Immediacy dan Compatibility***

Situs laman dapat dengan mudah diakses oleh pengguna melalui browser dari perangkat apapun sehingga langsung tersedia. Hal ini berbanding terbalik dengan aplikasi atau program yang harus didownload terlebih dahulu. Halangan lainnya yaitu dimana aplikasi harus bisa menyesuaikan dengan spesifikasi perangkat yang digunakan oleh target pengguna.

2) ***Upgradability***

Situs laman dapat diperbaharui dengan mudah dan fleksibel, baik konten yang ada didalamnya ataupun situs yang diubah menjadi bentuk aplikasi. Pengguna tidak perlu mengunduh untuk bisa melihat konten situs yang terbaru.

3) ***Findability***

Konten pada situs laman lebih mudah ditemukan dibandingkan dengan aplikasi karena *search engine*, sedangkan aplikasi hanya muncul pada *app store* saja.

4) ***Sharebility***

Situs laman lebih mudah disebarkan dalam bentuk *link* dan bahkan bisa disebarkan melalui aplikasi.

5) ***Reachibility***

Jangkauan situs laman juga lebih luas akibat dari mudah ditemukan dan mudah disebar.

6) ***Lifecycle***

Situs laman dapat bertahan lebih lama karena apabila jarang digunakan, aplikasi justru cenderung akan dihapus dari penyimpanan perangkat.

7) ***Time and cost***

Dalam proses pembuatan, situs laman jauh lebih murah dan cepat untuk dibuat dibandingkan dengan aplikasi.

8) *Support and maintenance*

Selain murah dan mudah dibuat, perawatan situs laman juga lebih murah dibandingkan dengan aplikasi.

Dalam merancang sebuah situs laman, Landa (2018, hlm. 336-337) mengatakan bahwa ada beberapa istilah yang harus diperhatikan yaitu:

1) *Konten*

Konten situs bisa bermacam-macam sesuai dengan kebutuhan atau tujuan dari situs tersebut. konten yang baik adalah konten yang terorganisir, mudah diakses, serta memiliki bentuk komunikasi yang baik sehingga mudah untuk dimengerti. Alasan untuk membuat konten yang baik dalam situs adalah konten situs merupakan alasan atau inti permasalahan mengapa ada seseorang yang mengunjungi situs tersebut.

2) *Arsitektur informasi (information architecture)*

Landa mendefinisikan arsitektur informasi sebagai penataan informasi secara runtut berdasar komposisi dan elemen grafisnya. Definisi oleh Landa dapat diartikan sebagai berikut: pengguna harus bisa merasakan informasi tersebut secara fisik agar bisa menilai apakah urutan informasi ini benar atau tidak. Menurut Rosenfeld et al. (2015, hlm. 26-31) adalah arsitektur informasi merupakan bagaimana esensi dari informasi yang bentuknya abstrak dapat tersampaikan kepada audiens dengan tepat dan terlepas dari pengaruh interaksi antara pengguna dengan desain. Dengan demikian, arsitektur informasi dapat disimpulkan sebagai sebuah penyampaian dari inti informasi yang tepat dan jelas tanpa mengenal batasan-batasan media.

3) *Sistem navigasi*

Sistem navigasi merupakan bentuk visualisasi dari arsitektur informasi. Sistem navigasi bertujuan untuk mempermudah pengguna dalam menggunakan situs serta memberikan pengalaman yang terbaik. Tampilan sistem navigasi yaitu berupa menu-menu berupa tombol atau teks yang bisa diklik sehingga akan mengarahkan pengguna ke halaman atau situs tertentu. Menurut Rosenfeld et al. (2015, hlm. 183-191), tipe sistem navigasi dibagi menjadi 3, yaitu sebagai berikut:

a) Navigasi global (*global navigation*)

Navigasi ini ada di keseluruhan situs laman dan biasanya menu ini ada tampil dibagian paling atas situs laman. Bagian menu ini mampu membuat pengguna berpindah-pindah ke halaman situs yang disorot dengan cepat tanpa mengenal hierarki situs serta membuat pengguna juga dapat kembali ke beranda. Biasanya navigasi ini lebih dikenal dengan sebutan *header* dari *website*.

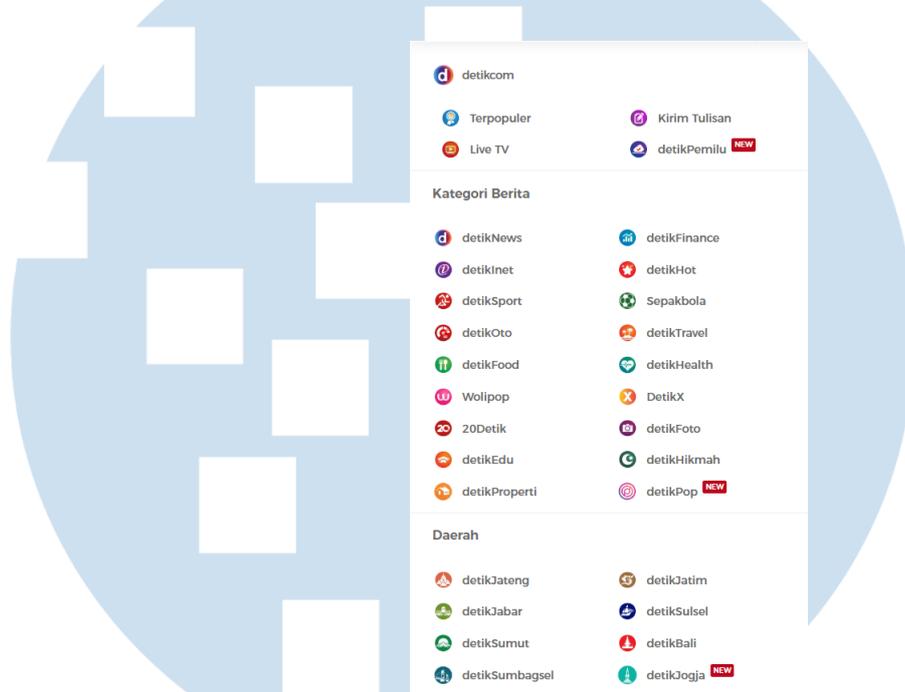


Gambar 2.14 Jenis-jenis *header* situs laman Kamus Daring Merriam-Webster

b) Navigasi lokal (*local navigation*)

Navigasi lokal merupakan sub-menu dari navigasi global. Apabila pengguna memilih pilihan tertentu pada menu navigasi global, terkadang akan muncul rincian menunya. Sebagai contoh, jika memilih menu “produk”, maka akan ditampilkan “produk baru”, “promo produk”, “semua produk”, dan sebagainya. Terkadang navigasi lokal juga dapat membawa pengguna ke sebuah *sub-site*, contoh

nyatanya seperti situs portal berita daring Detik. Ketika kita menekan *burger menu* di situs Detik, maka kita bisa melihat



pilihan-pilihan *sub-site* berdasarkan topik berita, lokasi, dan sebagainya.

Gambar 2.15 *Sub-site* dari Situs Portal Berita Daring Detik

c) **Navigasi kontekstual (*contextual navigation*)**

Navigasi ini biasanya terletak pada konten atau artikel pada situs. Wujudnya biasanya berupa teks *hyperlink (in-line link)* atau “topik / artikel terkait” sehingga pengguna yang tertarik dapat menelusuri topik yang sebenarnya tidak atau kurang berkaitan.



Gambar 2.16 Navigasi Kontekstual pada Situs Alodokter

4) Beranda (*homepage*)

Beranda merupakan tampilan depan dari situs yang harus memuat informasi-informasi penting seputar situs laman. Pengguna situs laman sebagian besar akan masuk ke beranda situs, sehingga penting untuk membuat beranda sebagai pusat navigasi utama dari sebuah situs laman. Selain untuk kegunaan navigasi, beranda situs juga mampu menampilkan kesan dari situs tersebut.

2.3 Reaksi Hipersensitivitas

Hikmah & Dewanti (2015, hlm. 109-111) Hikmah & Dewanti (2015, hlm. 109-111) Hikmah & Dewanti (2015, hlm. 109-111) Tubuh selalu akan bereaksi setiap berinteraksi dengan zat yang masuk ke dalamnya, namun tidak semua reaksi itu baik. Reaksi hipersensitivitas adalah sebuah reaksi berlebihan dari sistem imun tubuh terhadap paparan alergen (Alodokter, 2023). Reaksi berlebihan dari tubuh biasanya akan mengganggu aktivitas hingga mengancam nyawa. Dalam sistem imun tubuh manusia, terdapat antibodi IgE (immunoglobulin E), IgM (immunoglobulin M), dan IgG (immunoglobulin G) yang dibentuk oleh sel limfosit untuk pertahanan terhadap virus dan bakteri (Rinawarti, 2017, hlm. 119 dan 125). Hikmah & Dewanti (2015, hlm. 109-111) menjelaskan bahwa reaksi hipersensitivitas dibagi menjadi empat tingkatan berdasarkan mekanisme dan waktu reaksinya, yaitu reaksi hipersensitivitas 1 hingga 4. Alergi yang umum terjadi dikenal termasuk pada reaksi tipe 1, sedangkan reaksi tipe 2 atau alergi sitotoksik

merupakan bentuk alergi dimana sel antibodi tubuh justru menyerang sel tubuh lain secara langsung. Pada reaksi tipe 3 atau dikenal sebagai penyakit imun kompleks, dimana antibodi IgG mengikat antigen pada jaringan tubuh secara langsung sehingga mengalami kerusakan jaringan. Reaksi tipe 4 atau reaksi hipersensitivitas lamban yaitu reaksi yang dimediasi oleh sel makrofag dan sel T sehingga terjadi penundaan munculnya gejala-gejala fisik dari alergi.

2.3.1 Alergi

Hikmah & Dewanti, 2015, hlm. 108; Hikmah & Dewanti, 2015, hlm. 108; Hikmah & Dewanti, 2015, hlm. 108; Reaksi hipersensitivitas 1 atau lebih dikenal sebagai alergi, merupakan reaksi berlebih, abnormal dari sistem kekebalan tubuh terhadap alergen atau zat asing yang dianggap berbahaya. Waktu reaksi ini sangat cepat, yaitu dapat terjadi dalam kurun waktu kurang dari satu jam setelah kontak dengan pemicu (Alodokter, 2023). Apabila tubuh berinteraksi dengan alergen (pemicu alergi), maka tubuh akan segera bereaksi dengan memproduksi IgE, lalu IgE akan menuju sel mast dan basofil untuk melepaskan hormon histamin yang dapat merusak jaringan tubuh sekitar (Halodoc, 2024; Hikmah & Dewanti, 2015, hlm. 108; Husni, 2020, hlm. 56). Hormon tersebut berfungsi sebagai bentuk pertahanan tubuh terhadap alergen, seperti hidung berair, mata memerah, dan sebagainya (Halodoc, 2022). Penyakit komplikasi yang muncul dari alergi tipe 1 ini berupa konjungtivitis (mata memerah), asma, rhinitis, hingga syok anafilaksis.

Pengujian seseorang memiliki alergi atau tidak, dapat dibuktikan melalui tes alergi. Tes alergi di Indonesia memiliki banyak bentuk, yaitu umumnya berbentuk tes *patch* hingga bentuk *prick* atau tes tusuk. Tes tempel atau *patch* adalah tes alergi dimana ada beberapa alergen yang akan ditempel dalam bentuk *patch* ke kulit. Mengutip dari Hello Sehat (Purwoko, 2024), tes *patch* ini merupakan tes yang melihat reaksi dermatitis pada kulit. Setiap tes alergi harus dilakukan dengan adanya persiapan sebelumnya serta harus berada dalam pengawasan dokter ahli. Hal ini dilakukan untuk langkah pencegahan gejala parah seperti anafilaksis muncul ketika waktu pengetesan.

Perbedaan antara tes *patch* dengan *prick* adalah tes ini lebih nyaman dan biasanya tes *prick* lebih ditujukan untuk dugaan alergi makanan, serbuk sari dan spora, bulu dari hewan, hingga tungau. Harga tes *patch* jauh lebih murah dibanding *prick*, namun harga tes juga dipengaruhi oleh jumlah alergen yang akan di-tes. Adapun jenis-jenis tes lainnya seperti *skin scratch test*, tes intradermal, tes darah yang mengecek reaksi antibodi dalam darah dan diet eliminasi makanan yang diduga menjadi pemicu alergi.

2.3.2 Rhinitis Alergi

Rhinitis alergi merupakan sebuah penyakit alergi di area bagian hidung penderita. Waruwu et al. (2023, hlm. 21 dan 23) menjelaskan bahwa rhinitis alergi merupakan peradangan pada selaput lendir hidung karena reaksi alergi sehingga muncul gejala seperti pilek keluar berlebih dan berwarna bening encer, hidung terasa tersumbat, bersin, sensasi kehilangan indra penciuman (kurang atau tidak bisa membau), mata terasa gatal membengkak, hingga rasa gatal di area hidung, telinga, dan mulut. Apabila diamati dalam kaca mata pihak ketiga, gejala ini sekilas cukup mirip dengan flu atau pilek biasa. Berdasarkan laporan ARIA (Allergic Rhinitis and its Impact on Asthma) 2019, lama gejala rhinitis alergi dibagi menjadi dua yaitu persisten (≥ 4 hari atau minggu) dan intermiten (< 4 hari atau minggu) (Klimek et al., 2019, hlm. 30). Dalam laporan tersebut, gejala rhinitis alergi intermiten umumnya bersifat tidak mengganggu, namun bila sudah menjadi persisten akan timbul gangguan tidur dan aktivitas serta mengalami gejala yang mengganggu. Rhinitis alergi memang bukan penyakit yang langsung menyebabkan penderitanya meninggal dan sejenisnya, namun rhinitis alergi dapat menimbulkan komplikasi penyakit yang lebih parah. Gejala-gejala rhinitis alergi dapat dipastikan melalui pemeriksaan dokter yang ahli, yaitu secara fisik tubuh (seperti melakukan pemeriksaan rongga hidung) dan ditunjang dengan tes alergi (Waruwu et al., 2023).

2.3.2.1 Pemicu dan Faktor Penyebab Rhinitis Alergi

Pemicu dari rhinitis alergi cukup mudah untuk ditemukan disekitar kita, baik di luar ruangan maupun di dalam ruangan. Waruwu et al. (hlm. 22) menyebutkan bahwa pemicu alergi adalah alergen seperti tungau, debu rumah, kulit binatang, sengatan lebah, jamur, produk susu, telur, produk laut, produk kacang, kosmetik hingga perhiasan. Menurut hasil wawancara bersama M.B.C. Lubis (komunikasi personal, 14 Maret, 2024) yang lalu, beliau mengatakan bahwa kasus ini sering dikeluhkan oleh anak muda karena adanya faktor pengaruh polusi udara, rokok, serta pengaruh genetika. Apabila seseorang memiliki riwayat genetik tertentu, maka semakin mungkin untuk mereka dapat terkena rhinitis alergi. Hal ini senada dengan Dougherty et al. (2024) yang mengatakan bahwa prevalensi kasus rhinitis alergi mengalami peningkatan akibat perkembangan industri serta mengatakan bahwa orang dengan riwayat atopik juga cenderung rawan terserang oleh penyakit rhinitis alergi.

Kasus rhinitis alergi di Indonesia memiliki kemungkinan besar untuk meningkat karena beberapa faktor. Indonesia termasuk sebagai negara yang mengalami masalah peningkatan kadar polusi dalam udara. Dalam artikel jurnal Pawankar et al. (2020, hlm. 9-10), Indonesia mengalami berbagai permasalahan seperti masalah lingkungan berupa kemunculan kabut asap yang juga didorong oleh faktor El Nino hingga masalah polusi udara yang ada di luar maupun dalam ruangan. Studi dari Greenpeace Reserach Laboratory yang dikutip oleh Pawankar et al. (2020) menunjukkan bahwa ada rencana pembangunan PLTU sebanyak 4 buah yang dapat meningkatkan tingkat partikel $PM_{2.5}$ dan kandungan nitrogen dioksida (NO_2) yang dapat membahayakan pernafasan manusia.

Selain faktor polusi udara dan asap di udara, faktor lain yang perlu ditimbangkan adalah tren merokok. Data dari Kementerian Kesehatan RI (Sari, 2023) menunjukkan bahwa prevalensi perokok usia 10 – 18 tahun mengalami peningkatan sebesar 9,1% pada tahun 2018. Jenis rokok yang digemari oleh anak muda yaitu jenis rokok elektrik dengan macam-macam perisa yang bisa dipilih sendiri. Menurut Bigwanto (dalam Dwianto, 2020), faktor yang mempengaruhi remaja dalam menggunakan vape adalah karena aturan yang tidak jelas dari pemerintah sehingga masih belum terkontrol dengan baik, adanya variasi produk yang bermacam-macam dan menarik, serta karena faktor mengikuti teman sebayanya. Hal ini serupa dengan laporan Global Youth Tobacco Survey Indonesia 2019 oleh National Health Research and Development (NHRD) (2019) yang menunjukkan bahwa anak laki-laki merupakan kelompok dominan yang mengenal dan membeli rokok elektrik melalui kenalan atau teman sekitarnya. Dalam sebuah studi yang dilakukan oleh Jackson et al. (2020) menunjukkan bahwa ada peningkatan respon imun tubuh pada perokok *vape* yang lebih tinggi dibanding dengan perokok konvensional. Apabila ada peningkatan respon imun, maka kemungkinan adalah rokok atau *vape* menggunakan bahan yang sifatnya alergen.

2.3.2.2 Patofisiologi Rhinitis Alergi

Proses terjadinya rhinitis alergi dimulai dengan proses sensitisasi lalu ke proses provokasi terhadap alergen. Proses sensitisasi adalah sebuah proses yang membuat tubuh menjadi lebih sensitif melalui paparan alergen yang pertama. Waruwu et al. (2023, hlm. 22-23) menjelaskan bahwa proses sensitisasi dilakukan oleh sel makrofag atau monosit yang melekat dengan alergen pada bagian mukosa hidung. Alergen akan memicu limfosit untuk memproduksi antibodi IgE yang akan berikatan dengan sel darah putih, sehingga pada paparan alergen yang kedua kalinya akan muncul gejala alergi. Pada saat proses ini

pertama kali berlangsung, tubuh tidak menunjukkan gejala namun sensitivitas mampu membuat sistem imun tubuh mengingat alergen sehingga saat terpapar alergen untuk kedua kalinya akan timbul gejala yang berlangsung lebih cepat (Gantis, 2019). Dengan demikian, semakin sering terpapar dengan alergen akan meningkatkan risiko seseorang untuk semakin sensitif sehingga lebih beresiko terkena gejala rhinitis alergi yang lebih parah.

2.3.2.3 Komplikasi Rhinitis Alergi

Rhinitis alergi merupakan penyakit yang harus segera ditangani. Dalam wawancaranya, M.B.C. Lubis (komunikasi personal, 14 Maret, 2024) mengatakan bahwa rhinitis alergi yang dibiarkan akan menimbulkan peradangan pada rongga sinus atau sinusitis, sehingga cairan yang ada didalamnya tidak bisa keluar dari rongga. Hal serupa diserukan oleh Slavin (1988, hlm. 951) yang menyatakan bahwa sinusitis merupakan komplikasi yang umum terjadi pada penderita rhinitis alergi. Sinusitis juga dikenal dengan sebutan rhinosinusitis. R. M. Rosenfeld et al. (2015, hlm. S2) menjelaskan bahwa rhinosinusitis adalah sebuah pembengkakan pada bagian rongga sinus dan hidung, sedangkan sinusitis juga merupakan pembengkakan namun gejalanya sering disertai dengan pembengkakan lapisan mukosa hidung. Terdapat 3 jenis rhinosinusitis berdasarkan jangka lama gejalanya berlangsung, yaitu ada rhinosinusitis akut yang berlangsung kurang dari sebulan, rhinosinusitis kronis yang berlangsung lebih dari 3 bulan, sedangkan gejala rhinosinusitis sub-akut berlangsung dalam jangka 4 hingga 12 minggu. Gejala rhinosinusitis atau sinusitis akut dapat berkembang menjadi sinusitis kronis apabila tidak kunjung reda setelah lebih dari 12 minggu (Mayo Clinic, 2023).

Gejala umum dari sinusitis mirip dengan flu yaitu seperti penurunan kepekaan indera penciuman, timbul demam, hidung

tersumbat, batuk, kelelahan, hingga muncul rasa nyeri kepala (Halodoc, 2023). Hal ini terlihat bahwa sinusitis memiliki gejala yang mirip dengan rhinitis. Serupa dengan hasil wawancara narasumber ahli, WHO (2019) menjelaskan sinusitis dan rhinitis alergi saling berkaitan karena lendir yang diproduksi saat rhinitis alergi juga dapat menyumbat rongga sinus. Untuk bisa membedakan antara sinusitis dengan rhinitis, sinusitis umumnya ditandai dengan gejala nyeri di daerah wajah dan rasa sakit kepala (Mayo Clinic, 2023).

Perkembangan penyakit sinusitis bisa menimbulkan penyakit yang fatal. Penyakit tersebut pun juga dapat mengakibatkan kematian penderita. Berikut adalah komplikasi yang ditimbulkan bila gejala sinusitis dibiarkan tanpa penanganan yang tepat.

1) Meningitis

Meningitis dikenal orang awam sebagai radang selaput otak karena infeksi virus, bakteri dan sebagainya, namun penyakit meninges juga bisa disebabkan oleh imun atau penyakit reumatologi (NINDS, 2024). Penyakit ini terjadi di area selaput otak dan sumsum tulang belakang, tepatnya pada selaput meninges. Gejala dari meningitis adalah tubuh tiba-tiba demam, muncul rasa sakit kepala, mual dan muntah, gangguan penglihatan ganda, sensitif dengan cahaya terang, dan rasa kaku yang muncul di sekitar leher (NINDS, 2024, para 2). Apabila mengalami gejala tersebut, ada baiknya untuk segera menemui dokter di rumah sakit. Hal ini karena meningitis berlangsung dengan tiba-tiba dan sangat cepat (NINDS, 2024, para 4).

Meningitis adalah penyakit berbahaya karena dapat menimbulkan komplikasi seperti edema serebral, hidrosefalus, komplikasi cerebrovaskular atau pembuluh darah otak, dan defisit neurologis fokal (Hersi et al., 2024). Rhinitis alergi pada awalnya disebabkan oleh alergen, namun bila dibiarkan akan

menimbulkan peradangan sinus dan infeksi. Slavin (1988, hlm. 951-952) mengatakan bahwa perkembangan rhinitis alergi menjadi sinusitis dapat menyediakan kondisi dimana bakteri bisa berkembang sehingga harus segera ditangani. Bakteri-bakteri tersebut juga dapat menyebabkan keracunan darah (sepsis atau septikimia) sehingga meningkatkan potensi kematian pada penderita.

2) Gangguan penglihatan dan kebutaan

Sinusitis mampu membuat penglihatan terganggu hingga kehilangan penglihatan permanen. Radovani et al. (2013, hlm. 154) menjelaskan bahwa sinusitis akut mengancam kualitas hidup maupun nyawa penderitanya sehingga perlu ditangani dengan serius apabila gejalanya muncul. Gejala yang terlihat berupa mata terlihat bengkak, sulit menggerakkan mata, hingga sulit melihat.

3) Anosmia

Anosmia adalah kehilangan sensasi indera penciuman sehingga sulit atau bahkan tidak bisa mencium bau apapun. Kehilangan sensasi penciuman terjadi karena adanya peradangan terhadap saraf penciuman yang berlangsung sementara atau permanen (Halodoc, 2023). Seseorang yang mengidap anosmia bisa mengalami penurunan kualitas hidup. Penderita anosmia dapat merasa terisolir dalam lingkungan sosial sekitar (Stafford et al., 2023). Hal ini karena mereka tidak bisa membau sesuatu yang berkaitan dengan ingatan ataupun indikasi atau aktivitas sosial.

4) Abses otak

Abses otak atau abses serebri adalah sebuah penyakit yang disebabkan akibat penumpukan cairan nanah pada otak karena adanya infeksi. Maharani & Santoso (2021, hlm. 481) menilai bahwa deteksi dini abses otak karena pansinus (peradangan pada beberapa sinus) adalah penting untuk dilakukan. Penderita abses

otak biasanya akan mengalami gejala sakit kepala, defisit neurologis fokal, muncul rasa nyeri disekitar abses, perubahan mental, timbul kejang, hingga rasa mual dan muntah (Bokhari & Mesfin, 2024, para 9). Penyakit ini dapat menimbulkan beberapa komplikasi seperti meningitis, ventrikulitis, hingga kematian.

Selain menyebabkan sinusitis, komplikasi rhinitis alergi dapat berkembang menjadi infeksi telinga tengah atau otitis media. Studi yang dilakukan oleh Cheng et al. (2017, hlm. 7) menunjukkan bahwa ada hubungan antara penyakit rhinitis alergi dengan otitis media. Penderita rhinitis alergi rentan terkena otitis media 13 kali lipat dibanding pasien non-rhinitis alergi (Diana & Haryuna, 2017, hlm. 84). Gejala otitis media yang khas adalah timbul rasa nyeri serta gejala-gejala yang tidak spesifik seperti telinga yang terasa tertarik-tarik, sakit kepala, perasaan yang mudah tersinggung, kesulitan tidur dan makan, muntah dan mual, hingga mengalami penurunan berat badan serta terkadang muncul demam (Danishyar & Ashurst, 2024, para 13). Otitis media yang tidak tertangani dengan baik juga dapat menimbulkan meningitis, abses otak, dan penyakit-penyakit lainnya.

Rhinitis alergi juga memiliki keterkaitan dengan penyakit asma. Penderita asma sekaligus rhinitis alergi harus mampu mengontrol kondisi kesehatan mereka agar kondisi kesehatan mereka terus terjaga dengan baik (Akhouri & House, 2024). Penyakit asma memiliki keterkaitan yang kuat secara patofisiologis dengan rhinitis alergi. Asma dengan rhinitis alergi menunjukkan gejala yang berbeda dengan pemicu yang hampir sama, sehingga bisa diperlakukan hampir sama (Kim et al., 2008).

2.3.2.4 Efek Rhinitis Alergi Terhadap Kualitas Hidup

Hutagaol & Adriztina (2022, hlm. 106-107) Hutagaol & Adriztina (2022, hlm. 106-107) Hutagaol & Adriztina (2022, hlm. 106-107) Efek rhinitis alergi terhadap kualitas hidup adalah nyata adanya. Tidak

seperti flu yang bisa hilang dengan obat dan istirahat yang cukup, gejala rhinitis alergi bisa bertahan lama selama sumber pemicunya masih ada. Hutagaol & Adriztina (2022, hlm. 106-107) mengatakan bahwa rhinitis alergi memiliki dampak buruk secara psikis maupun psikologis, seperti mengakibatkan gangguan tidur dan mental, keletihan, sakit kepala, dan *mood disorder* sehingga gejala rhinitis alergi justru dapat berlanjut lebih lama. Studi serupa oleh Almalki et al. (2023, hlm. 9) juga menunjukkan bahwa performa studi yang menurun pada kalangan mahasiswa kedokteran karena rhinitis alergi mengganggu pola tidur dan bangun.

Chirakalwasan & Ruxrungtham (2014)Chirakalwasan & Ruxrungtham (2014)Chirakalwasan & Ruxrungtham (2014)Gangguan tidur tersebut disebabkan oleh apnea tidur obstruktif (OSA). Studi oleh Chirakalwasan & Ruxrungtham (2014) menyebutkan bahwa ada hubungan antara rhinitis alergi dengan *obstructive sleep apnea* (OSA) yaitu karena ada penyumbatan saluran nafas dan penyempitan rongga faring. Apnea tidur obstruktif ditandai dengan gejala seperti mendengkur, henti nafas sesaat, dan ketika terbangun penderita masih merasa mengantuk. Bahaya yang bisa dihadapi penderita apabila dibiarkan adalah *microsleep* atau kondisi dimana seseorang tiba-tiba tertidur sejenak ketika sedang melakukan sesuatu sehingga perlu ditangani agar mencegah kecelakaan akibat insiden (Wasey et al., 2022).

2.3.2.5 Pencegahan Rhinitis Alergi

Pencegahan rhinitis alergi perlu dilakukan demi mencegah komplikasi serta mempertahankan kualitas hidup yang baik. Sebagai penyakit alergi, maka cara yang paling penting harus dilakukan adalah menghindari pemicu alergi tersebut. Langkah pencegahan yang disarankan adalah sebagai berikut (Alodokter, 2024):

- 1) Menggunakan masker ketika beraktivitas di luar ruangan;

- 2) Mandi setelah melakukan aktivitas di luar ruangan;
- 3) Menjaga kebersihan lantai serta perabotan;
- 4) Rutin memandikan hewan dua kali dalam sebulan;
- 5) Menggunakan saringan ventilasi udara bila dibutuhkan.

Selain langkah-langkah diatas, adapun saran lain yang diberikan oleh Tran et al. (2011) seperti menggunakan pelindung kasur anti-alergi dan vakum dengan filter HEPA. Penanganan rhinitis alergi akibat hewan yaitu dengan menghindari hewan tersebut dengan tidak memelihara ataupun memisahkan ruangan hewan. Dalam mencegah pemicu rhinitis alergi, penderita disarankan untuk melakukan tindakan pencegahan sebanyak mungkin karena hanya satu saja tidaklah cukup (Tran et al., 2011).

2.3.2.6 Penanganan Rhinitis Alergi

Bagi penderita, mereka harus mengetahui dan menyadari bahwa masalah rhinitis alergi tidak boleh dibiarkan saja. Penanganan gejala rhinitis alergi dapat dilakukan dengan obat-obatan maupun terapi sebagai berikut:

1) Antihistamin

Antihistamin adalah sejenis obat-obatan yang bekerja menghambat senyawa histamin yang menjadi pemicu gejala alergi pada tubuh. Terdapat dua jenis antihistamin, yaitu antihistamin generasi pertama yaitu seperti diphenhydramine, chlorpheniramine, dan hydroxyzine. Jenis obat antihistamin generasi baru yaitu seperti fexofenadine, loratadine, desloratadine, dan cetirizine.

Perbedaan antara jenis obat tersebut adalah jangka waktu efek obat serta efek samping sedasi yang dihasilkan. Obat generasi baru dapat bekerja lebih lama serta tidak membuat rasa kantuk dibanding dengan obat antihistamin versi lama.

Walau demikian, Tran et al. (2011, hlm. 150) mengatakan

bahwa seluruh jenis obat antihistamin tersebut bekerja sama baiknya. Obat ini tersedia dalam bentuk oral, semprot, maupun bentuk obat topikal.

2) Steroid

Steroid atau kortikosteroid merupakan obat yang bisa mengatasi gejala rhinitis alergi. Obat ini bisa menangani rasa gatal pada hidung, hidung kemerahan dan tersumbat. Efek samping yang dirasakan ketika menggunakan obat ini antara lain kulit terasa kering hingga mimisan.

3) Dekongestan

Obat dekongestan oral maupun topikal dapat meredakan gejala hidung tersumbat. Dalam penggunaannya, dekongestan tidak boleh diperuntukkan untuk anak usia dibawah satu tahun atau lansia diatas 60 tahun, maupun penderita penyakit jantung, serta rekomendasi penggunaan adalah selama 10 hari (Tran et al., 2011).

4) Imunoterapi

Imunoterapi adalah sebuah terapi untuk mengurangi gejala alergi dengan cara memaparkan penderita dengan alergen secara bertahap hingga tubuh penderita semakin tidak sensitif. Imnuoterapi juga disebut dengan desentitasi atau suntik alergi. Keunggulan terapi ini dibandingkan dengan pengobatan adalah jangka efek yang lama serta mampu mencegah terjadinya perkembangan alergi baru maupun asma (Tran et al., 2011). Terapi imun ini harus didampingi dengan dokter selama 30 menit untuk mewaspadaai serangan anafilaksis (Cox et al., 2007).