

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Informasi

Media informasi adalah sebuah media untuk mengoleksi dan menata ulang kembali data informasi yang didapat sehingga dapat berguna untuk pengguna (Fahmi & Abdurahman, 2022). Wadah atau media informasi pada masa kini telah berkembang pesat. Media informasi tersebut sudah dapat ditemukan hampir dimana saja bahkan hingga ke ranah digital. Perkembangan dari jumlah hingga kualitas media informasi dapat membantu mengurangi biaya dan memperbanyak opsi untuk para pengguna (Maity et al., 2018). Inovasi yang diterapkan dalam media informasi seperti *layout* yang fleksibel, mode integrasi yang interaktif, dan mode penyampaian yang beragam akan secara positif mempengaruhi pengguna dan institut pendidikan desain komunikasi visual (Yu et al., 2022).

Pada dasarnya, media informasi memiliki bentuk, fungsi, dan media yang sangat luas. Media informasi terbagi menjadi 2 kategori besar seiring berkembangnya zaman, yaitu media tradisional (*traditional media*) dan media digital (*new media*) (Sylvia Braesel & Thorsten Karg, 2021). Media tradisional yang dijelaskan adalah seperti, koran, buku, radio, dan televisi. Sedangkan media digital dapat berupa film, ponsel genggam, *e-mail*, dan sebagainya.

2.1.1 Jenis Media Informasi

Media informasi yang digunakan oleh manusia bisa beragam sesuai dengan keperluan sehari-harinya. Media ini dijadikan sebagai transportasi pesan antara manusia. Dalam buku "*Media and Information Literacy A Practical Guidebook for Trainers*" oleh Braesel & Karg, jenis media informasi terbagi menjadi 8 jenis, yaitu:

1) *Newspapers and Magazines*

Walaupun kini sudah banyak publikasi secara *online*, koran dan majalah awalnya merupakan media cetak. Media tersebut didanai

oleh pemerintah, wiraswasta, dan masyarakat. Pembuat media ini menggunakan *headline*, tulisan, ilustrasi, dan foto untuk menunjukkan konten medianya. Konten tersebut dapat berupa acara terkini, iklan, hingga media berlangganan. Media ini dapat diakses setiap hari, mingguan, ataupun bulanan.

2) **Books**

Buku cetak maupun buku elektronik (*e-book*) dibuat oleh berbagai pembuat media termasuk penulis, *editor*, penerbit, dan percetakan. Mereka memberikan informasi dan pesan dari buku yang dilengkapi dengan judul, halaman, komposisi tulisan, desain, ilustrasi, dan informasi penulis. Buku dapat diklasifikasi menjadi buku cetak, buku panduan, non-fiksi, fiksi, dan sebagainya yang membutuhkan waktu bulanan hingga tahunan.

3) **Radio**

Radio kini dapat didengarkan secara *online* maupun sinyal yang terdapat di mobil. Pembuat media ini terdiri dari jurnalis, produser, moderator, *editor*, hingga musisi. Konten yang disiapkan untuk media radio ini berupa teks introduksi yang berisikan pesan informasi dari suara, ucapan, musik, dan suara.

4) **Movie**

Movie merupakan media elektronik yang ditayangkan dalam berbagai *medium*, seperti *streaming platforms*, bioskop, dan televisi. Pesan dan emosi yang ingin disampaikan kepada penonton didukung dengan cerita *genre* tertentu, dramatisasi, karakter, ekspresi para aktor, dan lain-lain. Waktu dan dana yang diperlukan dapat bervariasi, tergantung dengan skala market film yang dibuat.

5) **Television**

Televisi merupakan media elektronik yang menayangkan program konten yang juga dapat ditayangkan secara *online*. Program konten dapat berisikan film, acara *talkshow*, iklan, dan berita.

6) *Video Games*

Video games merupakan media elektronik yang dapat dimainkan menggunakan perangkat lain, seperti *game consoles*, komputer, *handphone*, dan lain-lain. Media informasi pada *video games* dapat berupa sebuah cerita, opsi interaktif, objektif permainan, dan sebagainya.

7) *Internet*

Internet merupakan *medium* media elektronik yang dapat mencakup informasi secara sangat luas dan di berbagai perangkat, seperti telepon genggam, komputer, laptop, *tablet*, dan sebagainya. Pesan informasi atau konten yang disampaikan dari internet dapat berupa gambar, video, foto, tulisan. Namun, pesan tersebut juga memiliki gaya desain, kenyamanan penggunaan, tingkat interaktivitas dan sebagainya yang menjadi penopang pesan.

8) *Social Media*

Media sosial merupakan sebuah *platforms* yang terdapat dalam internet. Salah satu media sosial terbesar dan termaju adalah *Facebook*. Kegunaan sosial media secara umum adalah pembagian konten informasi secara suara, video, tulisan, dan gambar.

2.1.2 Fungsi Media Informasi

Dalam buku “*Media and Information Literacy A Practical Guidebook for Trainers*” oleh Braesel & Karg, fungsi dari media informasi dapat dikategorikan menjadi 2, yaitu:

a) Media for Society

Media dapat mempengaruhi sebuah komunitas dan sebaliknya. Konten dari media yang disebarkan dapat mempengaruhi pandangan, pengertian, dan kepercayaan dari suatu komunitas yang jika dipercayai oleh komunitas yang luas akan menjadi suatu perilaku atau sikap komunitas tersebut dalam kesehariannya. Contohnya, suatu komunitas dapat pernah menonton atau mendengar musik yang sama

walaupun memiliki jarak tempat tinggal yang jauh dengan satu sama lain. Komunitas juga dapat memberikan dampak pada suatu media, seperti contoh pemerintah hanya mengizinkan negaranya untuk mengakses beberapa media. Hasilnya, area media hanya dimainkan oleh satu atau beberapa pengguna. Hal tersebut akhirnya membatasi kesempatan publik untuk beropini dan menentukan keputusan.

b) *Media for Individuals*

Kini, *medias* sudah menjadi bagian dari kita dalam aktivitas sehari-hari. Konten yang diberikan dari media-media tersebut dapat mempengaruhi gaya hidup, pandangan, dan bagaimana kita melihat suatu hal. Namun, hal tersebut bergantung kepada bagaimana suatu individu memberikan reaksi terhadap suatu konten. Apabila dicerna dan digunakan dengan baik, suatu individual dapat saja memiliki pengetahuan yang lebih luas, gaya hidup yang lebih baik, dan dapat dengan tidak mudah terjebak dalam kejahatan digital.

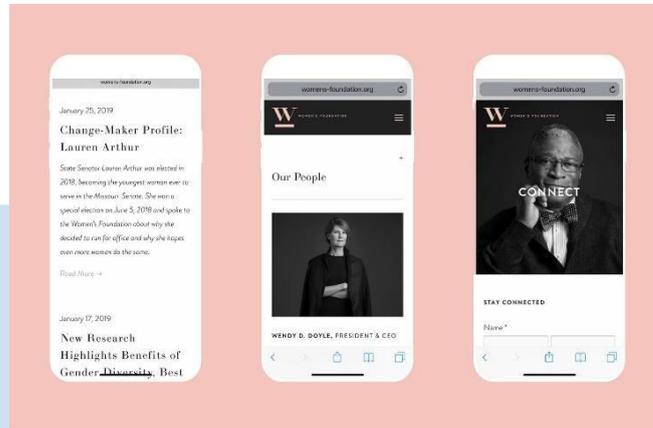
2.2 Website

Website adalah sebuah koleksi yang berisikan *pages* dan berkas-berkas yang saling berhubungan dan tersedia di *World Wide Web*. *Website* dapat dimiliki oleh para individu, komunitas, pemerintah, organisasi, dan perusahaan dengan menggunakan alamat *website* unik mereka sendiri sesuai dengan tujuan mereka. Konten dari sebuah *website* dapat berupa informasi, promosi, transaksi, arsip, hiburan, dan keperluan *editorial* (Landa, 2019).

2.2.1 Mobile Design

Berdasarkan buku “Graphic Design Solutions 6th ed” karya Robin Landa, terdapat penjelasan bahwa manusia kini sudah cukup meluangkan waktu yang cukup banyak dengan *smartphones* mereka. Pencarian *Google Searches* kini sudah lebih banyak melalui perangkat *smartphones* dibandingkan dengan komputer. Aktivitas-aktivitas kecil seperti menunggu di halte bus, mencari hiburan, mencari informasi, dan sebagainya sudah melalui *smartphones*. *Mobile design* memiliki bentuk yang mirip dengan *desktop website*, tetapi *mobile design* dirancang untuk cocok dalam layar *smartphones*

yang digenggam dan navigasi yang cocok dengan sentuhan tangan (*touch interface*) (Landa, 2019).



Gambar 2.1 *Design Mobile Womens' Foundation*

Sumber: <https://www.design-ranch.com/work/womens-foundation/>

Dalam referensi tersebut, tampilan *website* cukup sederhana dan menggunakan besar *font* serta gambar yang terlihat tanpa harus memperbesar atau melakukan pergeseran secara *horizontal*.

2.2.2 *Website Development*

Dalam buku “*Graphic Design Solutions 6th ed*” karya Robin Landa, terdapat 10 langkah dalam melakukan proses perkembangan *website*. Langkah-langkah tersebut adalah *project plan*, *design brief*, *site structure*, *content outline*, *conceptual design*, *visual design*, *experience design*, *prototype*, *technology*, dan *implementations*. Dalam *project plan*, perancang dapat melakukan orientasi dan analisis terhadap objek yang ditetapkan untuk menentukan pencapaian serta membentuk sebuah tim ahli. Pada tahap *design brief*, perancang mulai menentukan *positioning*, *target audience*, serta tujuan komunikasi lainnya dari sebuah *brief* untuk menentukan strategi kreatif dari *brand* dan komunikasi yang lebih luas. Pada tahap *site structure*, perancang melakukan perencanaan, pemetaan, persiapan konten, dan *information architecture* serta menjabarkan tantangan yang bersifat teknologi. Pada tahap *content outline*, perancang dapat menentukan komposisi dan gaya konten yang dapat diaplikasikan. Pada tahap *conceptual design*, perancang mulai menentukan konsep desain dan menentukan konsep desain berdasarkan dari

brief dan strategi. Pada tahap *visual design*, perancang membuat sebuah gambaran visual, seperti *storyboard* yang berisikan elemen-elemen grafis yang dibutuhkan. Hal tersebut meliputi gaya ilustrasi, gaya foto, gaya navigasi, gaya tipe *web*, dan cara mengintegrasikan media, dan sebagainya. Pada tahap *experience design*, perancang menjabarkan *persona* dari *user experiences* yang akan diciptakan. Pada tahap *prototype*, perancang mulai membuat *low fidelity prototypes* untuk mendapatkan masukan dan wawasan lebih luas. Kemudian, menggunakan alat *prototyping* dalam membuat *high fidelity prototypes*, seperti *Invision, Marvel, Origami*, atau *Vectr*. Pada tahap *technology*, perancang mulai melakukan uji *alpha test, beta I*, dan *beta II* untuk dapat menemukan solusi teknis. Terakhir, tahap *implementations*, perancang melakukan peluncuran, promosi, pengembangan, dan uji berlanjut untuk penggunaan media.

2.2.3 Terms of Website

Terdapat beberapa istilah mengenai isi dari sebuah *website*, yaitu *content, information architecture, navigation system, links* dan *homepage* (Robin Landa, 2019).

a) Content

Konten adalah isi dari informasi yang terorganisasi dan mudah diakses oleh pengunjung website. Konten dapat berisikan informasi, data, berita, cerita, hiburan, serta musik, foto, dan video. Konten informasi yang disediakan bisa saja dapat diunggah ataupun memiliki interaksi tertentu seperti animasi dan permainan. Selain, isi konten, cara mengaspirasikan informasi harus memprioritaskan penulisan yang baik dalam penulisan. Hal tersebut dapat memberikan rasa komunikasi yang baik dan mudah.

b) Information Architecture

Information Architecture adalah panduan untuk para desainer dalam menentukan hierarki dari konten website supaya users dapat dengan mudah melakukan navigasi di website. Sebuah hierarki yang jelas dapat menyediakan kenyamanan akses dari informasi di website.

c) *Navigation System*

Sistem navigasi adalah bentuk visual dari information architecture. Sistem navigasi yang terstruktur dan konsisten secara visual akan memudahkan pengalaman users dalam menggunakan website. Terdapat beberapa tingkat navigasi termasuk portal navigation, metanavigation, subnavigation, dan single web page navigation.

d) *Homepage*

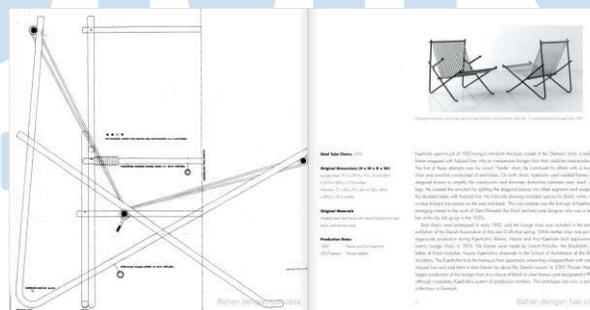
Page ini merupakan navigasi utama dan pertama saat user mengunjungi sebuah website. Homepage dapat membangun tampilan serta rasa dalam memberikan informasi. Informasi penting pada homepage harus ditunjukkan dalam halaman utama bagian atas (above the fold) tanpa harus melakukan scrolling.

2.2.4 Conceptual Development and Visual Design

Berdasarkan manfaatnya, *website* dapat dinilai dari *content, structure and navigation, visual design, functionality, interactivity, dan overall experience* (Landa, 2019).

1. *Concept*

Konsep desain merupakan kumpulan ide yang menguatkan sebuah rencana solusi kreatif yang didasari dengan tujuan utama dibuatnya sebuah *website*. Konsep dan visual desain yang digunakan secara konsisten dari berbagai media akan memperkuat keberlanjutan dari sebuah *brand*.



Gambar 2.2 *Steel Tube Chairs Concept*
Sumber: Buku *The Furniture of Poil Kierholm: Catalogue Raisonne* (2008)

Seperti pada referensi tersebut, konsep dibuat sedemikian rupa dan sesuai dengan desain media informasi yang tertera.

2. *Visual Design*

Desain visual tidak hanya memikirkan tentang dampak dan estetika, melainkan penggabungan antara bentuk dan fungsi yang dapat memberikan pengalaman terbaik kepada *users*.



Gambar 2.3 *The Expressive Web Adobe Express UK*

Sumber: <https://www.commart.com/project/12535/the-expressive-web>

Pada referensi tersebut, *visual* menjadi dominasi dari yang baik dengan menggunakan prinsip desain yang sesuai, seperti hirarki dan keharmonisan.

3. *Grids*

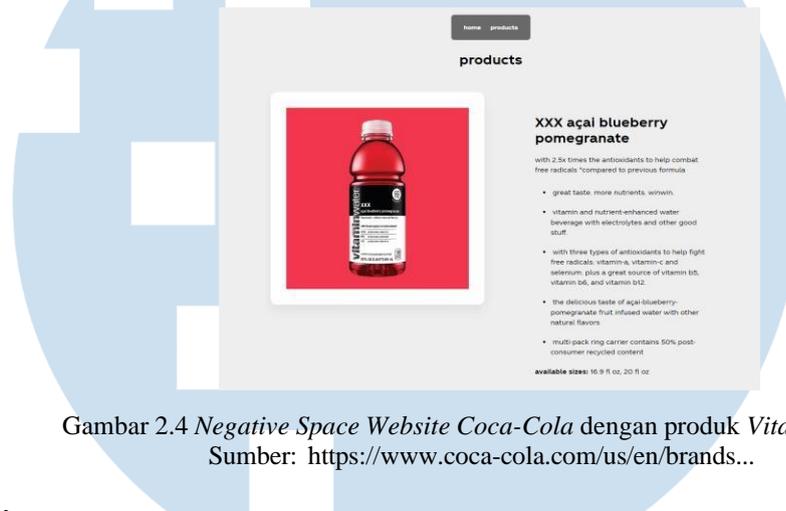
Grids dalam *website* sering dijadikan sebagai *framework* untuk membuat tata letak dari setiap *pages*. *Grids* diharuskan memberikan akomodasi kepada konten, bukan sebaliknya.

4. *Grid Anatomy*

Grid membagi *page* menjadi beberapa keleberan, jarak, *margin*, dan tata letak untuk tulisan dan gambar. Namun, penggunaan *grid* bisa saja lebih dari 1 *grid* sesuai dengan keperluan dari konten dan aplikasinya, seperti *Multicolumn Grid* dan *Modular Grid*.

5. Positive and Negative Space

Pemberian ruang kosong pada *page digital* apapun di antara konten akan membantu pengguna dalam melihat konten dengan baik. Ruang kosong tersebut meliputi *margins*, *padding*, *line spacing*, dan *paragraph spacing*.



Gambar 2.4 *Negative Space Website Coca-Cola* dengan produk *Vitamin Water*
Sumber: <https://www.coca-cola.com/us/en/brands...>

2.3 Pariwisata

Pariwisata merupakan aktivitas yang melibatkan para wisatawan atau individu untuk melakukan perjalanan dan kunjungan ke suatu destinasi. Aktivitas tersebut dapat berupa rekreasi, bisnis, pendidikan, dan budaya. Pariwisata memiliki peran penting dalam peningkatan ekonomi, budaya, sosial, dan lingkungan yang dikunjunginya (Setiawan et al., 2023).

2.3.1 Kota Bogor

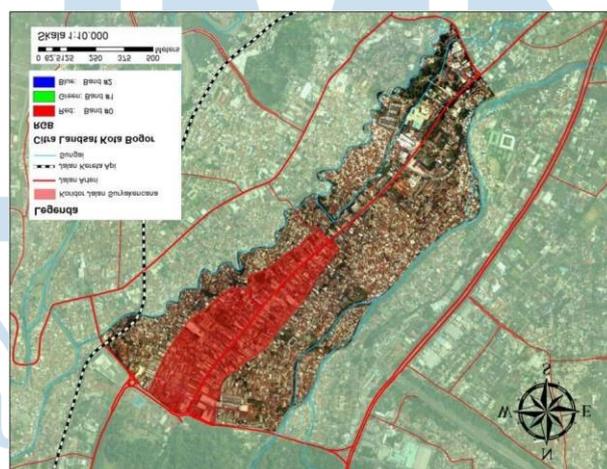
Dalam laman *website* resmi Kota Bogor dijelaskan bahwa asal Kota Bogor dipercaya dengan adanya hubungan secara lokatif dengan Kota Pakuan, Ibukota Pajajaran. Terdapat berbagai ahli yang telah mendefinisikan istilah “Pakuan, Pajajaran, dan Pakuan Pajajaran”. Dalam teori-teori tersebut, istilah “Pakuan” memiliki arti Ibukota atau Istana, sedangkan Pajajaran artinya “Berdiri sejajar”. Namun, secara segi semantik yang disebutkan dalam laporan Tome Pires (1513), ibukota disebut “dayeuh” oleh masyarakat sehari-hari. Jadi, dapat disimpulkan bahwa istilah “Pakuan” mengartikan ibukota dalam kesusastraan dan tetap menggunakan kata “dayeuh” sebagai bahasa sehari-hari.

Dalam bidang pariwisata, Kota Bogor telah menjadi pilihan populer wisatawan mancanegara dengan data 12,7 juta wisatawan nusantara dan 500 ribu wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kabupaten Bogor di tahun 2023 (kemenparekraf, 2024). Hal tersebut juga terbukti dengan munculnya berbagai artikel mengenai kemacetan yang muncul dikarenakan para wisatawan nusantara yang berkunjung ke Puncak, Bogor.

2.3.2 Pecinan Bogor

Pecinan pada masa kini sudah berkembang menjadi memiliki berbagai fungsi, seperti tempat tinggal sekaligus bisnis. Selain fungsi tersebut, manfaat jangka panjangnya adalah sekaligus dijadikan aset budaya dan ekonomi yang sangat penting bagi masyarakat yang tinggal di daerah tersebut. Dalam sejarahnya, pecinan merupakan daerah yang muncul akibat segregasi dan marginalisasi pada zaman peperangan (Shircliff, 2020).

Daerah pecinan yang masih eksis di Kota Bogor adalah daerah Jalan Lawang Suryakencana, Kota Bogor. Daerah ini terletak di Jl. Suryakencana, RT.01/RW.01, Gudang, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat, 16123. Gapura Lawang Suryakencana terletak di seberang pintu utama Kebun Raya Bogor yang merupakan tempat wisata populer serta terletak di *central point* Kota Bogor (Yubelta dan Dewi, 2021).



Gambar 2.5 Deliniasi Koridor Jalan Suryakencana Kota Bogor
Sumber: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/pwk/article/view/30089>

Pecinan Lawang Suryakencana telah menjadi beberapa jenis pariwisata yang terdapat pada daerah Jalan Suryakencana Bogor adalah wisata budaya dan wisata kuliner. Wisata budaya dapat terlihat dengan eksistensi bangunan keagamaan, yaitu Vihara Dhanagun atau Kelenteng Hok Tek Bio yang terletak pada daerah awal Jalan Suryakencana.



Gambar 2.6 Vihara Dhanagun/Kelenteng Hok Tek Bio

Kemudian, di daerah Jalan Suryakencana, wisatawan dapat menikmati berbagai macam makanan dan minuman yang terdapat pada sepanjang Jalan Suryakencana.



Gambar 2.7 Penjual Makanan dan Minuman Jalan Suryakencana
Sumber: <https://jurnalpost.com/surya-kencana-bogor...>

Daerah Jalan Suryakencana sudah menjadi salah satu daerah Kota Pusaka yang telah diresmikan oleh mantan Walikota Kota Bogor, Bima Arya. Beliau menyatakan bahwa tempat ini merupakan salah satu dari jalan tertua di Kota Bogor dan merupakan tempat pusat kuliner tradisional serta pertemuan berbagai budaya dan bahasa di Kota Bogor.

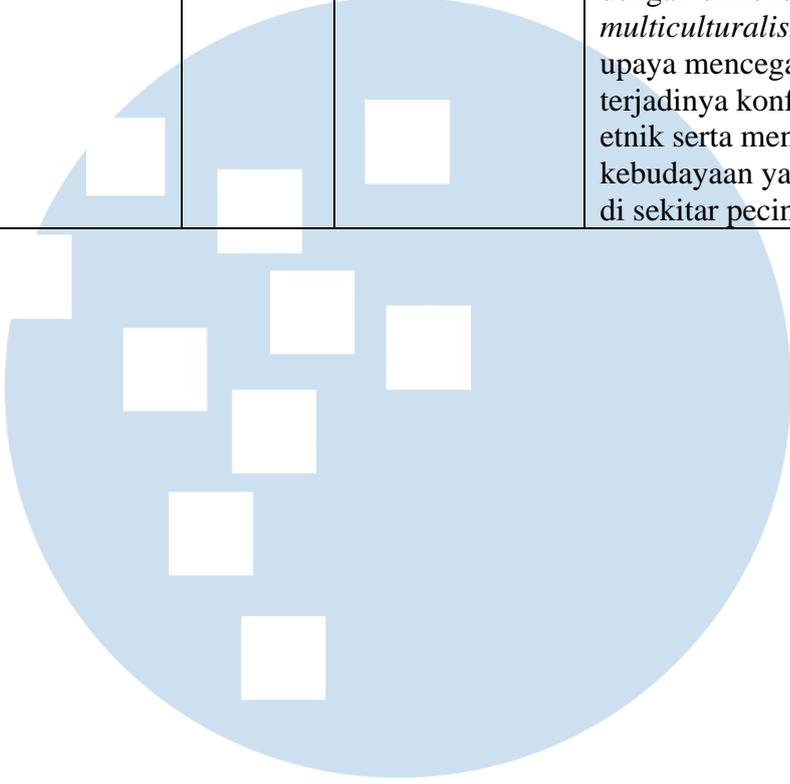
2.4 Penelitian yang Relevan

Penulis telah menemukan 3 penelitian yang relevan dengan upaya memperdalam topik yang dibawa mengenai daerah Pecinan di Indonesia serta perkembangan dan inovasi atau kebaruan yang dapat diolah kembali dari hasil penelitian tersebut. Berikut adalah tabel penelitian yang relevan dengan perancangan penulis:

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Revitalisasi Kawasan Pecinan Suryakencana Bogor sebagai Sebuah Strategi dalam Meningkatkan Citra Kawasan	Ryan Salim dan Nina Carina	Perancangan Suryakencana <i>Cultural Centre</i> untuk meningkatkan potensi Kawasan ini menjadi tujuan utama wisatawan yang berkunjung ke Kota Bogor.	Penerapan budaya secara aspek fungsionalitas: Pelestarian dan peningkatan citra pecinan dengan penerapan gaya lokal di tempat/fasilitas publik namun tetap fungsional untuk para wisatawan. Sehingga, secara tidak langsung masyarakat bisa merasakan budaya dan citra pecinan.
2.	Perancangan Aplikasi Media Interaktif Pengenalan Budaya Nusantara Berbasis Android dengan Adobe Flash	Viaresty Maharani & Tety Desyani	Perancangan aplikasi interaktif dengan upaya memperkenalkan serta melestarikan budaya Indonesia secara interaktif dengan media yang mudah diakses.	Penggunaan media interaktif: Penggunaan media interaktif yang tidak mengharuskan dalam <i>website</i> atau aplikasi saja, melainkan seperti <i>PDF Reader</i> dapat menjadi media interaktif dan dapat diakses dengan mudah.
3.	Konservasi Kampung Pecinan Semarang sebagai Media Integrasi yang Berdemensi <i>Multikulturalism</i>	Suzanna Ratih Sari & Eko Punto Hendro	Pembuktian daerah Pecinan Semarang dapat dikonservasikan dengan dimensi <i>multiculturalism</i> .	Target demografis: Fokus geografis pada penelitian ini adalah masyarakat lokal dengan etnis selain etnis Tionghoa yang masih tinggal di daerah pecinan. <i>Novelty</i> yang diberikan adalah dengan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
				penataan pecinan dengan dimensi <i>multiculturalism</i> dengan upaya mencegah terjadinya konflik antar etnik serta menghargai kebudayaan yang eksis di sekitar pecinan.



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA