

ERGONOMI KOGNITIF PADA BALIHO KAMPANYE PEMILU 2019 DI PERSIMPANGAN STRATEGIS DI KOTA TALUK KUANTAN**Roberta Zulfhi Surya¹, Gerhana Adjie²**

¹Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri
Jl. Provinsi Parit 1 Tembilahan, Indragiri Hilir, Riau
Email: robertazulfhi@yahoo.co.id

²Program Studi Manajemen, STIE Indragiri,
Jl. R. Suprpto No.14, Sekip Hulu, Rengat, Indragiri Hulu, Riau
Email: gerhanaadjie@stieindragiri.ac.id

Abstract

Cognitive ergonomic is the ability of humans to receive information determined by the five senses. The eye is one of the senses that receives the most information. The information obtained is in the form of visual information that can be obtained through displays originating from various sources, then from that information humans take a decision. The current era of reform is that everyone has the same right to be elected as a representative of the people. During the campaign period in all media decorated with advertisements from prospective representatives who fought to gain people's sympathy, one of the most widely used media campaigns was billboards. Billboards are one of the mainstay media in advertising, both products and social service advertisements. Based on this study, it was found that many 2019 election campaign billboards that were made with art considerations were not considerations of readers' comfort which resulted in the non-delivery of information on billboards. Respondents are required to be over 17 years old, have a minimum education of junior high school (high school) in order to know the intentions and goals of billboards for candidates and increase public participation in supporting the success of the 2019 elections. Using 7 questions that have passed the validity test and reliability test, the average rating of respondents is 2.006 in the assessment range 1 to 4, illustrating that most of the billboard campaign designs for the 2019 Election in Taluk Kuantan City have not met ergonomic rules so that the public considers billboards to be less attractive, unsafe and polluting the landscape.

Keywords: Elections, Billboards, Cognitive Ergonomic.

1. Latar Belakang

Pemilihan umum (Pemilu) tahun 2019 ditujukan untuk memilih Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten/Kota, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi, Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR-RI), Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia (DPD-RI) dan Presiden yang akan dilaksanakan pada akan dilaksanakan pada tanggal 17 April 2019.

Selama masa pemilu maka masing-masing dari kandidat-kandidat akan berkampanye untuk memperkenalkan diri dan memberikan janji-janji berserta program yang akan dilaksanakan apabila mereka akan terpilih jadi wakil kepala daerah. Oleh sebab itu untuk menarik perhatian rakyat berbagai iklan yang digunakan oleh para kandidat agar mudah dikenal dan disukai oleh masyarakat. Adapun iklan yang digunakan berupa Baliho, majalah, radio serta stasiun TV. Komisi Pemilihan Umum (KPU) memberikan waktu dari 23 September 2018 sampai 13 April 2019 untuk melaksanakan Kampanye.

Baliho adalah suatu sarana atau media promosi yang mempunyai unsur memberikan informasi kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat luas, selain itu Baliho juga digunakan untuk mengiklankan suatu produk baru bahkan sering juga digunakan dalam pemilu seperti pemilihan calon presiden, gubernur dan bupati untuk memperkenalkan diri agar menarik perhatian rakyat. Baliho merupakan periklanan *outdoor* yang paling utama. Baliho biasanya terpampang di jalan raya yang lalu lintasnya ramai. Iklan yang menempel pada Baliho sekarang ini lebih banyak dibuat menggunakan teknologi komputer atau teknologi digital. Bahan yang digunakan untuk mencetak iklan dengan teknologi digital ini biasanya tahan air dan juga panas yang biasa disebut *vinil*. Baliho adalah salah satu media yang paling di gemari oleh calon wakil rakyat

sebagai alat kampanye. *Audience Baliho* adalah masyarakat pengguna jalan yang menjalankan 2 (dua) kegiatan sekali gus yakni berkendara dan membaca.

Taluk Kuantan adalah ibukota Kabupaten Kuantan Singingi, Provinsi Riau yang menjadi pusat administrasi dan pusat perekonomian daerah. Jumlah Daftar pemilih tetap (DPT) di Kabupaten Kuantan Singingi 217.805 Pemilih (KPU,2018). Selain itu, Kota Taluk Kuantan juga masuk sebagai Wilayah Riau VII untuk DPRD Provinsi dan Wilayah Riau II untuk DPR-RI dan DPD-RI sehingga menjadikan Taluk Kuantan sebagai lumbung suara potensial bagi para calon wakil rakyat. Efeknya adalah menjamurnya Baliho -Baliho calon wakil rakyat di Taluk Kuantan.

Penelitian sebelumnya pada penelitian Sandi (2007) yang mana hasil dari penelitiannya adalah perancangan *Baliho* (Baliho) yang mampu memberi informasi yang cepat dan tepat bagi pengguna jalan. Penelitian Surya (2010) yang melakukan penelitian lebih lanjut mengenai perancangan *Baliho* (Baliho) yang menambah efek pencahayaan agar Baliho tersebut bisa berfungsi pada setiap kondisi baik pada kondisi siang maupun dikondisi malam. Penelitian Surya,dkk (2014) menilai ingatan public terhadap Baliho menggunakan metode *short term memory*. Penelitian ini akan melakukan studi terhadap keluhan membaca Baliho kampanye Pemilu 2019 dari sudut pandang ergonomi yaitu memori jangka pendek, Ukuran huruf dan Rasio kontras. Penelitian ini adalah bagian dari Ergonomi Kognitif. Ergonomi kognitif adalah kemampuan manusia dalam menerima informasi ditentukan oleh kelima inderanya. Mata merupakan salah satu indera yang menerima informasi yang paling banyak. Informasi yang didapat berupa informasi *visual* yang dapat diperoleh melalui *display* yang berasal dari berbagai sumber, kemudian dari informasi tersebut manusia mengambil sebuah keputusan.

2. Metode Penelitian

2.1. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pemilihan titik lokasi strategis dan audience yang ramai;
- b. Identifikasi permasalahan
- c. Penyusunan Kuisisioner Pendahuluan
- d. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner
- e. Pengumpulan data
- f. Interpretasi data
- g. Analisa
- h. kesimpulan

2.2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah masyarakat pengguna jalan yang menggunakan sepeda motor usia diatas 17 tahun sebagai *audience* Baliho .

2.3. Instrumen Pertanyaan

Setiap responden diminta memberikan skor 1 sampai 4 terhadap desain Baliho kampanye yang telah terpasang dengan butir pertanyaan yang telah melalui tahapan uji validitas dan realibitas. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap butir-butir pertanyaan kuisisioner pendahuluan, diperoleh butir-butir pertanyaan kuisisioner yang valid dan reliable sebagai berikut:

1. Apakah informasi atau pesan pada Baliho bisa diingat jangka pendek (Short Term Memory)?
2. Apakah Baliho bisa dipahami jika dilihat dari jarak pandang 15 meter ?
3. Apakah Baliho terlihat jelas jika sedang mengendarai sepeda motor ?
4. Apakah perpaduan antara warna gambar dan *background* pada Baliho sudah terkomposisi ?
5. Apakah perpaduan antara warna tulisan dan *background* pada Baliho sudah terkomposisi ?
6. Apakah ukuran huruf pada Baliho bisa dibaca pada jarak pandang 15 meter?
7. Apakah model huruf (Typografi) pada Baliho terlihat jelas?

2.4. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian berada di 2 titik baliho terbanyak yaitu

1. Persimpangan rumah Dinas Bupati menuju Pekanbaru (64 baliho)



Gambar 2. Perempatan Jl. Rustam S. Abrus (simpang empat menuju Pekanbaru – Padang – Rengat)

2. Simpang tiga jalan Sisingamangaraja (51 baliho)



Gambar 2. Lokasi pertigaan Jalan Sisingamangaraja (jalan atas)

3. Hasil Penelitian

3.1. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 22 responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa responden laki-laki berada pada persentase tertinggi yaitu sebanyak 64% (14 responden), kemudian responden perempuan sebanyak 36% (8 responden). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	14	63,6
Perempuan	8	36,4
Total	22	100

Sumber : Data primer diolah dari kuisioner, 2018

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 22 responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa responden dengan usia 18-25 tahun berada pada persentase tertinggi yaitu sebanyak 45,5% (10 responden). Kemudian responden yang berusia 26-30 tahun sebanyak 22,7% (5 responden) dan yang berusia 31-35 tahun sebanyak 22,7% (5 responden). Disusul responden yang berusia ≤ 36 tahun sebanyak 9,1% (2 responden). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel berikut

Tabel 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
18 – 25	10	45,5
26 – 30	5	22,7
31 – 35	5	22,7
≤ 36	2	9,1
Total	55	100

Sumber : Data primer diolah dari kuisisioner, 2018

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 22 responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan SMP (Siswa SMA) berada pada persentase tertinggi yaitu sebanyak 40,9% (9 responden), kemudian responden lulusan SMA sebanyak 31,8% (7 responden) dan disusul responden lulusan S1 27,3% (6 responden). Lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel berikut.

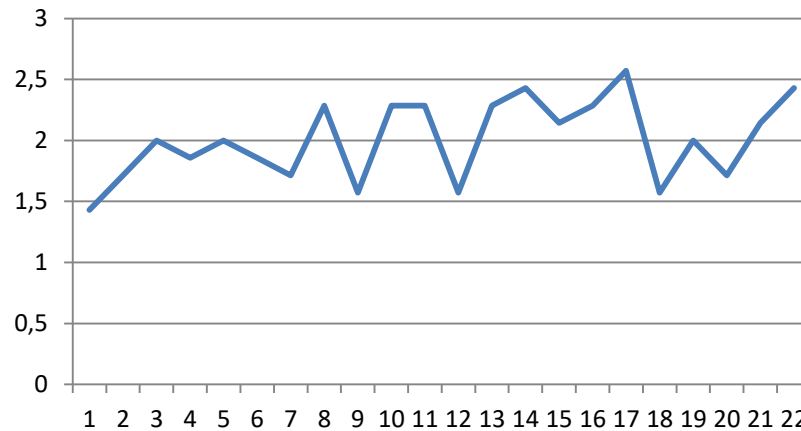
Tabel 3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan terakhir	Frekuensi	Persentase
SMP (siswa SMA)	9	40,9
SMA	6	31,8
S1	7	27,3
Total	22	100

Sumber : Data primer diolah dari kuisisioner, 2018

3.2. Interpretasi Jawaban Responden

Setelah dilakukan penyebaran kuisisioner kepada responden dengan pemberian skor 1 sampai 4, diperoleh jawaban responden sebagai berikut:



Gambar 3 Distribusi jawaban responden terhadap kuisisioner

Sumber : Data primer diolah dari kuisisioner, 2018

Dari distribusi jawaban responden terhadap kuisisioner di atas, terlihat rata-rata jawaban responden berada di bawah 2,5. Selain menggunakan kuisisioner, penelitian ini juga melakukan wawancara terhadap responden dan didapatkan hasil bahwa desain Baliho yang saat ini sebagai berikut:

1. Kurang menarik;
2. Sulit untuk diingat;
3. Tulisan terlalu kecil sehingga sulit untuk dibaca;
4. Kombinasi warna yang kurang tepat;
5. Kontras warna kurang baik;

6. Tidak kokoh dan sering mengancam keselamatan pengguna jalan;
7. Menimbulkan sampah visual yang justru mengganggu pengguna jalan;
8. Desain Baliho yang paling mudah di ingat dan dipahami adalah Baliho Caleg dari Partai Golkar Yaitu: (1) ANDI PUTRA, SH., MH., (2) H. SUKARMIS., dan (3). H. MASRAN ALI, S.Ag.

4. Analisa

Penelitian ini menggambarkan persepsi public terhadap Baliho kampanye Pemilu 2019 di Taluk Kuantan. Responden dengan disyaratkan berusia diatas 17 tahun, berpendidikan minimal SMP (sedang SMA) agar dapat mengetahui maksud dan tujuan Baliho para calon wakil rakyat dan meningkatkan partisipasi publik dalam mendukung kesuksesan terlaksanannya Pemilu 2019. Menggunakan 7 butir pertanyaan yang telah melalui tahapan uji validitas dan uji reliabilitas, responden diminta untuk menilai Baliho yang terpasang dalam skor 1 sampai 4. Diperoleh rata-rata penilaian responden terhadap Baliho adalah 2,006. Nilai tersebut tentunya menggambarkan persepsi publik terhadap Baliho Pemilu. Baliho kampanye Pemilu 2019 sangat banyak yang sulit dimengerti, tidak jelas, sulit dibaca, dan tidak ergonomis (Sandi, 2007). Kriteria Baliho yang tidak ergonomis adalah bentuk huruf yang tidak tepat (Diana, 2002; Budiono dan Yasin, 2004), ukuran huruf yang tidak tepat (Kusuma, Dewi dan Permadi, 2004). warna *background* yang tidak sesuai (Kusuma, Dewi dan Ansusanto, 2004). Baliho yang ergonomis adalah Baliho yang dirancang dengan memanfaatkan informasi mengenai sifat, kemampuan, dan keterbatasan manusia sehingga dapat berfungsi secara efektif, aman, dan nyaman (Sandi, 2007).

Temuan menarik dalam penelitian ini yaitu persepsi responden terhadap kondisi baliho yang kurang kokoh dan sering mengancam keselamatan pengguna jalan dan Menimbulkan sampah visual yang justru mengganggu pengguna jalan. Tentunya akan menjadi masukan bagi pengambil kebijakan pemilu sehingga dapat menjadi koreksi pada Pemilu berikutnya. Persepsi responden yang menilai Desain Baliho yang paling mudah di ingat dan dipahami adalah Baliho Caleg dari Partai Golkar Yaitu: (1) ANDI PUTRA, SH., MH., (2) H. SUKARMIS., dan (3). H. MASRAN ALI, S.Ag. persepsi ini timbul karena 3 caleg tersebut cukup memperhatikan kaidah ergonomic dalam merancang baliho. Kaidah ergonomi yang diaplikasikan antara lain pemilihan huruf (*typigrafi*), ukuran huruf, pemilihan perpaduan warna dan rancangan simple dengan sedikit ornament dan gambar.

5. Kesimpulan dan Saran

1. Rata-rata penilaian responden adalah 2,006 dalam rentang penilaian 1 sampai 4, menggambarkan sebagian besar rancangan baliho kampanye Pemilu 2019 di Kota Taluk Kuantan belum memenuhi kaidah ergonomi sehingga publik menilai baliho kurang menarik, tidak safety dan mengotori pemandangan.
2. Direkomendasikan kepada pengambil kebijakan agar membuat peraturan yang lebih tegas terhadap baliho kampanye sehingga tidak menimbulkan sampah visual dan tidak mengancam keselamatan pengguna jalan.
3. Direkomendasikan penelitian selanjutnya meneliti pengaruh desain baliho terhadap elektabilitas dan popularitas calon wakil rakyat.

Daftar Pustaka

- Budiono, A., Yasin, F. (2004) Aplikasi Ergonomi pada Pembuatan *Display Quality Controlcheck Sheet*. *Proceeding Seminar Nasional Ergonomi Aplikasi Ergonomi Dalam Industri*. Yogyakarta, 27 Maret. Pp 687-689.
- Diana (2002) Analisis Pengaruh Jenis Warna Terhadap Kecepatan Baca. (Tugas Akhir), Teknik Industri, Universitas Atmajaya, Yogyakarta.
- Komisi Pemilihan Umum (2018) Daftar Pemilih Tetap Kabupaten Kuantan Singingi
- Sandi, RE (2007). Perancangan Ulang Billboard Yang Ergonomis.(Tugas Akhir), Teknik Industri, Universitas Pembangunan Nasional, Yogyakarta
- Sutjana, IDP (2006). 33 Desain Produk dan Resikonya.<http://ejournal.unud.ac.id>.



- R.Z. Surya (2010) Aplikasi Ergonomi dalam Perancangan Billboard, (Tugas Akhir), Teknik Industri, Universitas Islam Indonesia
- R.Z. Surya, R. Witasari, D.Y. Prasetyo (2014) Peningkatan Value balibo dengan Metode Short term Memory. Journal of Industrial Engineering and Management System, Teknik Industri Universitas Bunda Mulia. Vol. 8, no. 2