

Pengaruh papan reklame pada pengemudi di jalan Muhammad Husni Thamrin dan jalan Jenderal Sudirman, Jakarta Pusat = Influence of advertisement board for drivers in Muhammad Husni Thamrin street and Jendral Sudirman street, Central Jakarta

Vancasius Gunawan Meyer, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=83123&lokasi=lokal>

Abstrak

Keberadaan papan reklame diduga dapat mempengaruhi pengemudi, khususnya pengemudi yang melintasi Jalan Muhammad Husni Thamrin dan Jalan Jenderal Sudirman di Jakarta Pusat. Pengemudi yang merespon papan reklame bereaksi terhadap rangsangan stimulus dari luar pengemudi melalui penginderaan yang peka terhadap bentuk - bentuk energi tertentu (gambar, cahaya, warna dan bentuk) dari papan reklame. Jika sejumlah penginderaan disatukan dan dikoordinasikan di dalam pusat saraf yang lebih tinggi (otak) maka pengemudi dapat mengenali dan menilai suatu objek papan reklame, yang menyebabkan pengemudi bereaksi secara fisik.

Penelitian ini menggunakan desain korelasional, untuk mendapatkan prediksi yang akurat dan konsisten mengenai bagaimana pengemudi (sebagai responden) merespons atau memberi tanggapan mengenai objek papan reklame.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang disampaikan kepada responden atau subjek penelitian berupa sejumlah pertanyaan atau pernyataan. Teknik ini dipilih karena subjek atau orang yang diteliti adalah mengetahui keadaan dirinya sendiri. Apa yang dinyatakan oleh subjek kepada peneliti adalah benar dan dipercaya serta interpretasi subjek tentang pertanyaan/ pernyataan yang diajukan adalah sama dengan apa yang dimaksud oleh peneliti. Penskoran atas kuesioner merujuk pada skala model Likert. Selain itu, sebagai pelengkap, digunakan pula instrumen penelitian lain berupa kamera video dengan stopwatch untuk mengetahui perbedaan waktu reaksi di pemberhentian lampu merah (traffic light) yang ada papan reklame dan yang tidak ada papan reklame.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien korelasi Pearson Produk Momen untuk menghitung koefisien korelasi antara skor total X (persepsi terhadap papan reklame sebagai variabel bebas) dan skor total Y (reaksi pengemudi dalam mengemudikan kendaraan sebagai variabel terikat). Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel - variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen, untuk itu digunakan koefisien multi korelasi atau koefisien determinasi. Pengujian hipotesis dengan T-test digunakan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya variabel independen terhadap variabel dependen secara individual untuk setiap variabel.

Hasil penelitian menggambarkan bahwa pengemudi kadang-kadang saja merasa terganggu penglihatannya ketika menyaksikan papan reklame dan adakalanya pula mereka mengurangi kecepatan kendaraannya. Pengemudi tidak pernah melakukan gerakan menyilang (zig zag) dan terkesima di pemberhentian lampu merah ketika menyaksikan papan reklame. Terdapat hubungan korelasi yang positif, namun tergolong

rendah antara penyajian papan reklame dengan reaksi pengemudi dalam mengemudikan kendaraan. Nilai korelasinya adalah 0,351, koefisien determinasi 12,3% dan t hitung (4,245) > t label (1,645).

Dengan hasil penelitian ini diharapkan penyelenggara papan reklame hendaknya perlu lebih mempertimbangkan keselamatan para pengemudi dan kelancaran lalu lintas. Kecenderungan pengemudi berhenti terlalu lama di traffic light yang ada papan reklamennya juga dapat menghambat arus lalu lintas. Mungkin perlu ditinjau kembali kebijakan daerah putih (white area) di pemberhentian lampu merah (traffic light) dari pemasangan papan reklame dan sejenisnya.

<hr><i>Existence of advertisement board anticipated can influence driver, specially the driver getting through Muhammad Husni Thamrin Street and Jendral Sudirman Street in Central Jakarta_ Driver which respond to the advertisement board then react to excitement of stimulus from outside driver through sensitive sense over the forms of certain energy (picture, light, color and form) from the advertisement board. If a number of the united senses and coordinated in center of higher level nerve (brain) hence the driver can recognize and assess an object of advertisement board, so that cause the driver react in the physical.

This research use correlation design, its reason because making consistent and accurate prediction about how driver (as responder) react or give response to the object of advertisement board.

Instrument of Research that used is questionnaire submitted to responder or subject of research in the form of a number of question or statement. This technique is selected because subject or one who is checked knows his self-circumstance. What expressed by subject to researcher it is true and trusted and also interpretation of subject about question I statement raised is equal to what such by researcher. Score for questioner refer at scale model of Likert. Beside that, as complement, used also instrument of other research how many camera of video with stopwatch to know difference of time react in red light cessation (traffic light) existing of advertisement board and which is there is no advertisement board.

Data Analyses Method that used in this research is coefficient correlation Pearson Product Moment to calculate correlation coefficient among total score of X (perception to advertisement board as independent variable) and the total score of Y (react driver in driving their cars as dependent variable). Coefficient Determination is used to measure how big the variables independent can explain dependent variable, which used by coefficient multi Correlation or coefficient determination. Hypothesis examination by T-test is used to know significant or not the independent variable to dependent variable individually to every variable.

Result of this research shows that, drivers sometime just to feel annoyed by its eyesight when witnessing advertisement board, and sometimes lessen speed, Driver have never conducted movement traverse (zigzag) and agape in cessation of red light when witnessing the advertisement board. There are correlation which are positive but pertained to lower between advertisement board presentation with driver reaction in driving their cars with its value correlation is 0,351, determination coefficient 12,3% and t count (4,245) > t table (1,645).

With this research result is expected that an advertisement board organizer shall consider safety of all traffic

fluency and driver. Driver tendency desist too long at traffic light with there is advertisement board also can pursue traffic current. It may be necessary revised a white area policy (white area) in red light cessation (traffic light) from advertisement board installation and of a kind.</i>