

PENGARUH WARNA DAN JARAK SOSIAL PADA PEMBATAS ANTRIAN TERHADAP PERSEPSI WASPADA PENGUNJUNG DI AREA KASIR DIMASA PANDEMI

Andrianto¹, Chris Chalik²

¹²Desain Produk Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom

¹andriantoandri@telkomuniversity.ac.id

²lordchris@telkomuniversity.ac.id

Abstract

Dimasa New Normal pembatas dan jarak sosial di area kasir sangat dibutuhkan untuk dapat meningkatkan kewaspadaan pengunjung saat mengantri agar tetap berada dalam jarak aman. Pada penelitian sebelumnya, variabel yang dianggap relevan dalam meningkatkan kewaspadaan dilakukan secara terpisah, untuk itu penelitian ini dilakukan dengan cara mengkombinasikan variabel yang dapat meningkatkan kewaspadaan pengunjung saat mengantri di area kasir. Metode eksperimen melibatkan 20 responden untuk menilai sekaligus menguji kombinasi variabel warna pada pembatas antrian dan jarak sosial antara pembatas yang satu dan yang lainnya yang dianggap paling signifikan dalam meningkatkan kewaspadaan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kombinasi variabel warna merah pada pembatas antrian dan jarak sosial 3 meter antar pembatas antrian yang dianggap paling dapat mempengaruhi persepsi waspada pengunjung saat mengantri di area kasir. Hal ini dibuktikan kombinasi variabel ini menunjukkan respon yang paling positif diantara kombinasi variabel lainnya.

Keywords: Kasir, Pembatas Antrian, dan Jarak Sosial

PENDAHULUAN

Dimasa new normal seperti saat ini, jarak sosial menjadi kebutuhan utama dalam meminimalisir kemungkinan penyebaran virus Covid-19, menurut Setiawan (2020), pembatasan jarak sosial diatur dalam Undang-undang Nomor 6 Tahun 2018 Pasal 59 dan 60 tentang Karantina Kesehatan, untuk itu beberapa protokol keamanan wajib dijalankan agar masyarakat dapat beraktivitas dan berkegiatan dengan aman dan nyaman. Salah satunya adalah ketika melakukan kegiatan mengantri dengan menerapkan pembatas berupa *sticker* berwarna dengan jarak tertentu yang bertujuan untuk memberikan peringatan terhadap pengunjung agar tetap berada di dalam jarak aman. Menurut Hidayah (1996:13) antri merupakan perilaku sosial sekumpulan orang yang memiliki minat dan kebutuhan yang sama dan ingin kepentingannya dipenuhi, akan tetapi karena adanya tuntutan waktu dan keterbatasan sumber daya manusia akhirnya memaksa setiap orang mengikuti aturan

pelayanan secara bergiliran. Berdasarkan hal tersebut, dapat dilihat bahwa mengantri merupakan kegiatan yang tidak dapat dihindari masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya, namun disini lain masyarakat juga dituntut harus tetap bisa waspada ketika melakukan kegiatan tersebut terkait menjaga jarak aman antara yang satu dengan yang lainnya. Lingkungan dan manusia merupakan dua unsur yang saling mempengaruhi, perilaku dapat mengubah lingkungan begitu juga sebaliknya. Sebagai fasilitator, desain yang baik harus dapat mempertimbangkan kebutuhan pengguna bukan hanya fungsional dan dapat dipertanggungjawabkan, tetapi juga harus dapat mengakomodasi kebutuhan emosionalnya termasuk bersosialisasi dengan sesama. Pada studi kasus penelitian ini, warna dan jarak sosial pada pembatas antrian merupakan variabel penting dalam mempengaruhi persepsi perilaku manusia agar tetap waspada ketika mengantri. Menurut Pile (1995), efek psikologis golongan warna panas yaitu merah, jingga, dan kuning memberi

pengaruh psikologis panas, menggembirakan, menggairahkan dan merangsang. Penelitian lain juga menyebutkan, manusia lebih mudah tertarik perhatiannya secara spontan kepada warna-warna panas.

Berdasarkan pernyataan tersebut, warna panas yang diaplikasikan pada sebuah objek dianggap akan mudah menarik perhatian manusia secara spontan, untuk itu dalam penelitian ini warna-warna panas dipilih sebagai variabel yang akan dikombinasikan dengan variabel lainnya yaitu jarak sosial. Menurut Yusup et al (2020) dijelaskan bahwa pembatasan jarak sosial adalah menciptakan jarak antara diri sendiri dengan orang lain untuk mencegah penularan penyakit tertentu. Dalam penerapannya seseorang harus memperhatikan dan menjaga jarak 1-2 meter saat berinteraksi dengan orang lain. Hal ini sesuai dan berkaitan dengan zona jarak yang ditentukan oleh Edward T. Hall berdasarkan studinya tentang ilmu proksemik, dimana Hall menentukan jarak sosial yang ideal adalah 1.5 meter - 3 meter. Dengan melakukan eksperimen berdasarkan variabel warna dan jarak sosial, diharapkan penelitian ini dapat mengetahui kombinasi variabel yang dianggap paling dapat mempengaruhi persepsi kewaspadaan pengunjung saat mengantri di area kasir.

METODE

Untuk dapat mengetahui persepsi pengunjung terhadap pembatas antrian yang dapat meningkatkan kewaspadaan di area kasir, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode eksperimen, melalui respon pengunjung dengan bantuan kuesioner, kemudian dianalisa untuk dijadikan dasar pengambilan kesimpulan. Sesuai dengan yang telah dijelaskan sebelumnya, variabel bebas yang dipilih berdasarkan literatur adalah warna merah dan kuning dimana menurut Pile (1995) efek psikologis golongan warna panas yaitu merah, dan kuning memberi pengaruh psikologis panas, menggembirakan, menggairahkan dan merangsang. Berdasarkan pernyataan tersebut, warna panas yang diaplikasikan pada sebuah objek dianggap akan mudah menarik perhatian manusia secara spontan. Warna merah dan kuning yang akan diaplikasikan pada pembatas antrian

ditampilkan pada gambar berikut:



Gambar 1 Warna Merah dan Kuning
(Sumber: Kode RGB Library)

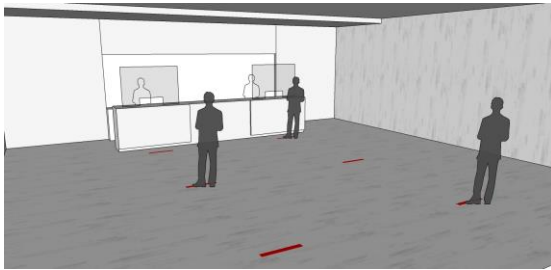
Selain warna, variabel jarak sosial 1.5 meter dan 3 meter antara pembatas yang satu dengan yang lainnya digunakan dalam penelitian ini berdasarkan teori jarak sosial Edward T. Hall dimana berdasarkan studinya tentang ilmu proksemik, Hall menentukan jarak sosial yang ideal adalah 1.5 meter – 3 meter, dan kebijakan pemerintah terkait imbauan untuk social distancing dimasa new normal dimana menurut Yusup et al (2020) penerapan pembatasan jarak sosial seseorang harus memperhatikan dan menjaga jarak 1-2 meter saat berinteraksi dengan orang lain. Berdasarkan variabel bebas tersebut, dikembangkan melalui kombinasi variabel warna pada pembatas antrian dan jarak sosial antara pembatas yang satu dengan yang lainnya pada tabel berikut.

Tabel 1 Kombinasi Variabel

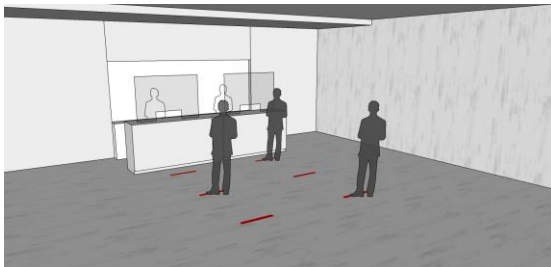
	Warna Merah (A1)	Warna Kuning (A2)
Jarak Sosial 1.5 Meter (B1)	A1 + B1	A2 + B1
Jarak Sosial 3 Meter (B2)	A1 + B2	A2 + B2

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengukur persepsi dan faktor-faktor yang paling mempengaruhinya atas pengaruh warna dan jarak sosial pada pembatas antrian. Kuesioner dibagikan kepada 20 responden dengan jawaban *closed question*. Respon persepsi menggunakan pertanyaan yang mengacu pada studi literatur mengenai warna dan jarak sosial terkait dengan pengaruh pembatas antrian di kasir dimasa pandemi dan menghasilkan 4 variabel bebas. Variabel yang dimaksud adalah kombinasi variabel warna

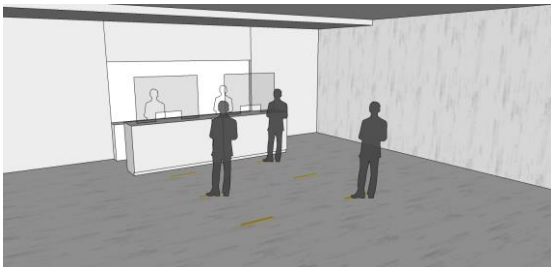
dan variabel jarak sosial. Pengukuran respon dilakukan dengan cara menghitung total respon dari stimulus persepsi dengan 5 skala nilai ukur, yaitu sangat setuju (+) = 5, setuju (+) = 4, abstain = 3, tidak setuju (-) = 2, sangat tidak setuju (-) = 1. Untuk variabel terikat pada penelitian ini adalah persepsi atas keberadaan pembatas antrian tersebut. Penelitian ini menggunakan simulasi gambar tiga dimensi yang disesuaikan dengan ketentuan suasana sebuah kasir yang terdiri dari meja kasir dan area antrian dengan mengaplikasikan pembatas antrian untuk dapat meningkatkan kewaspadaan saat melakukan aktivitas mengantri di area kasir, sehingga dapat menciptakan suasana seperti gambar berikut:



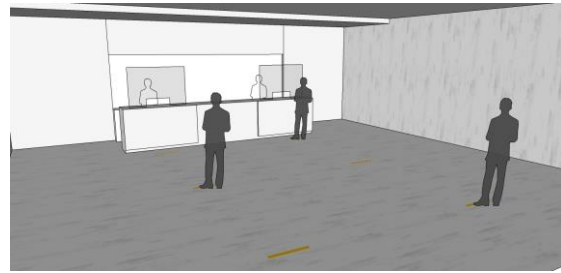
Gambar 2. Kondisi 1. Pembatas merah (A1) dan jarak sosial 1.5 meter (B1).
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3. Kondisi 2. Pembatas Merah (A1) dan jarak sosial 3 meter (B2).
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 4. Kondisi 3. Pembatas Kuning (A2) dan jarak sosial 1.5 meter (B1).
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 5. Kondisi 4. Pembatas Kuning (B2) dan jarak sosial 3 meter (B2).
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Prosedur eksperimen dalam simulasi tiga dimensi memposisikan responden sebagai konsumen yang akan melakukan pembayaran di kasir dengan cara mengantri terlebih dahulu. Responden dihadapkan dengan 4 kondisi gambar simulasi tiga dimensi area kasir. Setelah itu responden diminta untuk mengisi kuesioner berdasarkan 4 kondisi gambar simulasi tiga dimensi tadi. Data numerik yang dihasilkan oleh kuesioner dihitung menurut aspek analisis persepsi menggunakan software Microsoft Excel. Data yang didapat untuk mencari faktor yang paling signifikan dan memberikan nilai paling positif antar variabel berdasarkan hipotesis yang diuji menggunakan stimulus warna dan jarak sosial pada pembatas antrian di kasir. Kemudian data dianalisis dengan cara membandingkan respon persepsi waspada terhadap:

- Kondisi desain 1 dengan Kondisi desain 2
- Kondisi desain 1 dengan Kondisi desain 3
- Kondisi desain 1 dengan Kondisi desain 4
- Kondisi desain 2 dengan Kondisi desain 3
- Kondisi desain 2 dengan Kondisi desain 4
- Kondisi desain 3 dengan Kondisi desain 4

Dari temuan-temuan tersebut diolah kembali dan divaliditasikan dengan teori-teori yang berkaitan dengan teori persepsi, warna dan jarak sosial sehingga dapat diambil kesimpulan final.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner yang disebarakan berisi dari 5 (lima) pertanyaan tertutup yang merupakan variabel bebas (warna dan jarak sosial) yaitu kondisi simulasi tiga dimensi pembatas antrian di area kasir terhadap variabel terikat yaitu

persepsi waspada pengunjung terhadap pembatas antrian di kasir. Berdasarkan hasil perhitungan Microsoft Excel untuk respon persepsi dapat diketahui hubungan antara kondisi sebagai berikut:

- Kondisi 1 dan Kondisi 2

Kondisi 2 yang merupakan kondisi dengan warna merah pada pembatas antrian dan jarak sosial 3 meter memberikan persepsi lebih positif terhadap kewaspadaan dibandingkan dengan kondisi 1 yang merupakan kondisi warna merah pada pembatas antrian dengan jarak sosial 1.5 meter, hal ini didapatkan dari nilai rata-rata kondisi 1 yaitu 50% dan kondisi 2 80%.

- Kondisi 1 dan Kondisi 3

Kondisi 1 yang merupakan kondisi dengan warna merah pada pembatas antrian dan jarak sosial 1.5 meter memberikan persepsi lebih positif terhadap kewaspadaan dibandingkan dengan kondisi 3 yang merupakan kondisi warna kuning pada pembatas antrian dengan jarak sosial 1.5 meter, hal ini didapatkan dari nilai rata-rata kondisi 1 yaitu 50% dan kondisi 3 30%.

- Kondisi 1 dan Kondisi 4

Kondisi 4 yang merupakan kondisi dengan warna kuning pada pembatas antrian dan jarak sosial 3 meter memberikan persepsi lebih positif terhadap kewaspadaan dibandingkan dengan kondisi 1 yang merupakan kondisi warna merah pada pembatas antrian dengan jarak sosial 1.5 meter, hal ini didapatkan dari nilai rata-rata kondisi 1 yaitu 50% dan kondisi 4 60%.

- Kondisi 2 dan Kondisi 3

Kondisi 2 yang merupakan kondisi dengan warna merah pada pembatas antrian dan jarak sosial 3 meter memberikan persepsi lebih positif terhadap kewaspadaan dibandingkan dengan kondisi 3 yang merupakan kondisi warna kuning pada pembatas antrian dengan jarak sosial 1.5 meter, hal ini didapatkan dari nilai rata-rata kondisi 2 yaitu 80% dan kondisi 3 30%.

- Kondisi 2 dan Kondisi 4

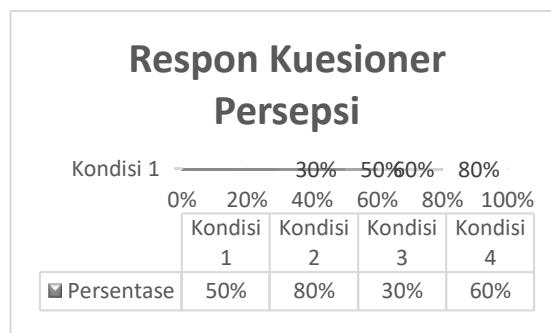
Kondisi 2 yang merupakan kondisi dengan warna merah pada pembatas antrian dan jarak sosial 3 meter memberikan persepsi lebih positif terhadap kewaspadaan dibandingkan dengan kondisi 4 yang merupakan kondisi kuning pada pembatas

antrian dengan jarak sosial 3 meter, hal ini didapatkan dari nilai rata-rata kondisi 2 yaitu 80% dan kondisi 4 60%.

- Kondisi 3 dan Kondisi 4

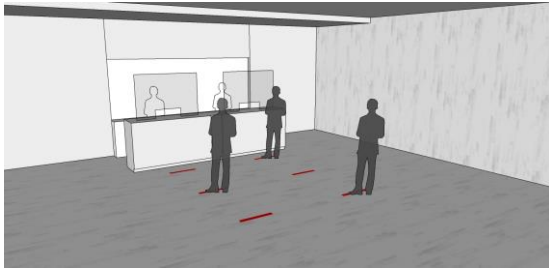
Kondisi 4 yang merupakan kondisi dengan warna kuning pada pembatas antrian dan jarak sosial 3 meter memberikan persepsi lebih positif terhadap kewaspadaan dibandingkan dengan kondisi 3 yang merupakan kondisi warna kuning pada pembatas antrian dengan jarak sosial 1.5 meter, hal ini didapatkan dari nilai rata-rata kondisi 3 yaitu 30% dan kondisi 4 60%.

Analisis grafik digunakan untuk mempermudah tampilan seperti berikut:



Gambar 6. Grafik mean untuk respon persepsi waspada dari 4 kondisi pembatas antrian di Kasir (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Berdasarkan grafik di atas, dapat diketahui bahwa kondisi 2 yaitu kondisi yang mengaplikasikan warna merah pada pembatas antrian dan jarak antar pembatas satu dan lainnya 3 meter memiliki nilai rata-rata terbesar. Kondisi ini merupakan kondisi yang dianggap paling ideal untuk dapat memberi respon positif yang membentuk persepsi waspada saat mengantri di kasir. Kondisi 4 yaitu pembatas antrian warna kuning dan jarak 3 meter berada di urutan kedua, kondisi 1 dengan warna merah pada pembatas antrian dan jarak 1.5 meter pada urutan ketiga, dan kondisi yang berada pada urutan terakhir adalah kondisi 3 yaitu kondisi dengan pembatas antrian warna kuning dan jarak 1.5 meter. Kondisi paling ideal ditampilkan pada gambar berikut:



Gambar 7. Kondisi paling memberikan nilai positif (Kondisi 2: Warna Merah pada Pembatas Antrian dan Jarak 3 Meter antara pembatas yang satu dan yang lainnya)

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menggunakan metode eksperimen dengan memberikan stimulus berupa kondisi gambar simulasi tiga dimensi yang terdiri dari kombinasi variabel warna pada pembatas antrian, dan juga variabel jarak sosial antara pembatas yang satu dan yang lainnya. Berdasarkan hasil studi literatur sebelumnya, terdapat dua variabel yang dianggap signifikan dalam menciptakan persepsi waspada pada saat mengantri di area kasir, yaitu warna, dan jarak sosial. Berdasarkan hasil yang didapat dari kuesioner terdapat perbedaan signifikan pada setiap kondisi gambar simulasi tiga dimensi menurut responden. Kesimpulan tersebut sesuai dengan penelitian Pile (1995) yang menyatakan warna merah dan kuning yang termasuk dalam golongan warna panas memberi pengaruh psikologis menggembirakan, menggairahkan merangsang, sekaligus mudah menarik perhatian. Menarik dan merangsang disini diartikan dapat mentrigger manusia untuk waspada. Selain itu jarak sosial yang digunakan pun membuktikan teori Edward T Hall dan peraturan pemerintah mengenai jarak sosial, dimana keduanya menyebutkan jarak sosial yang paling ideal adalah antara 1.5 meter sampai 3 meter dan dianggap positif.

Berdasarkan analisis data eksperimen diketahui kombinasi variabel berupa warna pada pembatas antrian dan jarak sosial antara pembatas yang satu dan lainnya dapat memberikan persepsi waspada pengunjung saat mengantri di kasir. Kombinasi variabel warna dan jarak sosial yang memberikan nilai paling positif menurut responden adalah

kondisi dua yaitu kombinasi warna merah pada pembatas antrian dengan mengaplikasikan jarak sosial sepanjang 3 meter. Kesimpulan tersebut berdasarkan nilai rata-rata kondisi 2 memiliki nilai paling tinggi dibandingkan dengan kondisi lainnya. Penelitian ini pun mendapatkan hasil bahwa kondisi dua yaitu kombinasi warna merah pada pembatas antrian dan menggunakan jarak sosial 3 meter antara pembatas yang satu dan yang lainnya merupakan kondisi yang paling ideal dalam menciptakan persepsi waspada pengunjung saat mengantri di kasir. Sementara kondisi yang paling tidak ideal dalam menciptakan persepsi waspada adalah kondisi tiga yaitu kondisi dengan menggunakan warna kuning pada pembatas antrian dan menerapkan jarak sosial 1.5 meter antar pembatasnya.

Pada penelitian selanjutnya diharapkan bisa menggunakan atau menambahkan variabel dari teori lain yang dapat mempengaruhi persepsi waspada pengunjung terhadap pembatas antrian di kasir. Sehingga dapat memperkaya khasanah ilmu desain. Selain itu, untuk tahapan selanjutnya diharapkan dapat memperluas responden mulai dari umur gender dan juga profesi, karena persepsi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal (stimulus), tetapi juga internal (umur, gender, profesi, dll). Pada penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan aplikasi warna atau material pada lantai yang berbeda dikarenakan mungkin akan mempengaruhi respon persepsi yang berbeda juga hasilnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bitner, MJ. 1992. Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customer and Employees. *Jurnal of Marketing* 56, April, 57-71.
- Carmona, et al. 2003. Public places—urban spaces, the dimension of urban design. Architectural press.
- Ebdi Sanyoto, Sadjiman, Drs. (2005) Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain. Yogyakarta.
- Hidayah, et al. (1996). Sikap budaya antri masyarakat yogyakarta. Jakarta: CV. BUPARA Nugraha.

Hidayati Nur dan Pusari Ratna Wahyu. 2019. Budaya Antri Sebagai Pembangun Karakter Menghargai Hak Orang Lain. Seminar Nasional PAUD,. 136-141.

Laurens, Joyce M. 2004. Arsitektur dan Perilaku Manusia. Jakarta: PT Grasindo.
Pile, John. (1995). Interior Design. New York: Harry N. Abrams Inc.

Setiadi, N.J. 2003. Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta : Kencana.

Setiawan, A. R. (2020). Lembar Kegiatan Literasi Saintifik untuk Pembelajaran Jarak Jauh Topik Penyakit Coronavirus 2019 (COVID-19).

Sunaryo. 2004. Psikologi Untuk Pendidikan. Jakarta: EGC.

Yusup, Deni K., Mila B., Dedi S., and Vemy S.A. “Pengaruh Bencana Covid-19, Pembatasan Sosial, Dan Sistem Pemasaran Online Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Retail.