



INTISARI

Stereotipe populasi terhadap suatu objek adalah kecenderungan seseorang melakukan suatu aksi terhadap objek tertentu berdasarkan ekspektasi yang dimiliki. Kecenderungan dan ekspektasi seseorang terhadap suatu objek dapat berasal dari pengalaman dan pembelajaran. Produk yang dirancang sesuai dengan stereotipe populasi dapat memberikan beberapa keuntungan seperti pengurangan beban kognitif seseorang sehingga meminimalisasi terjadinya *error*. Merancang objek yang tidak sesuai dengan stereotipe dapat mengurangi performa seseorang. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk melihat stereotipe populasi khususnya pada objek sehari-hari terkait lokasi dan posisi. Sebagai contoh dari stereotipe populasi terkait lokasi dan posisi adalah keadaan lampu berdasarkan posisi saklar atau bagaimana tuas keran harus diposisikan untuk menyalakan air.

Sebanyak 102 partisipan berusia 18 hingga 42 tahun dan merupakan mahasiswa aktif dari universitas di Indonesia serta merupakan warga negara Indonesia ikut serta dalam penelitian ini. Kuesioner *online* digunakan untuk melihat stereotipe populasi. Sebanyak 47 objek yang mengacu pada penelitian Vu dan Sun (2019) digunakan dalam penelitian ini. Partisipan diminta untuk memilih satu jawaban dari yang paling sesuai dengan interpretasi partisipan terhadap pertanyaan dan objek yang diberikan. Uji *binomial* digunakan untuk menguji stereotipe pada objek dengan dua pilihan jawaban dan uji *chi-square goodness of fit* digunakan untuk menguji stereotipe pada objek dengan pilihan jawaban lebih dari dua. Stereotipe yang ditemukan dalam penelitian ini dibandingkan dengan stereotipe pada partisipan Amerika, India, dan Inggris yang ditemukan pada penelitian sebelumnya. Stereotipe berdasarkan jenis kelamin juga diuji dengan melakukan uji *binomial* dan *chi-square goodness of fit*. Nilai signifikansi yang dipakai dalam penelitian ini adalah 5%.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat stereotipe populasi dari partisipan mahasiswa Indonesia pada 33 dari 47 objek sehari-hari terkait dengan lokasi dan posisi yang diuji seperti posisi saklar, posisi tuas pada keran, arah membuka pintu, dan sebagainya. Selanjutnya, tidak ditemukan perbedaan stereotipe populasi pada 14 objek sehari-hari terkait lokasi dan posisi antara partisipan pada penelitian ini dengan stereotipe populasi orang Amerika, India, dan Inggris. Beberapa objek dalam penelitian ini memiliki persamaan stereotipe populasi hanya dengan salah satu atau dua populasi yang diinvestigasi. Terdapat kondisi di mana perbedaan kecenderungan jawaban antara laki-laki dan perempuan juga ditemukan pada 9 objek dalam penelitian ini, walaupun tidak ditemukan hasil uji statistik yang signifikan baik pada laki-laki maupun perempuan pada kondisi tersebut.

Kata kunci : Stereotipe, stereotipe populasi, objek sehari-hari



ABSTRACT

The population stereotype of an object is the tendency of a person to take any action against a particular object based on their expectations. The tendencies and expectations for an object can come from past experience and training. Products designed based on the population stereotypes can provide several advantages such as reducing cognitive load that may correspond to the less error when interacting with the products. Designing objects that do not conform to stereotypes can reduce human performance. Therefore, this study was conducted to look at population stereotypes, especially in everyday objects related to location and position. An example of population stereotypes related to location and position is the state of the lights based on the position of the switch or how the faucet lever must be positioned to turn on the water.

A total of 102 participants aged 18 to 42 years and are active students from universities in Indonesia and are Indonesian citizens took part in this study. An online questionnaire was used to see the population stereotypes. A total of 47 objects related to location and position referring to the research of Vu and Sun (2019) were used in this study. Participants were asked to choose an answer that best suited the participant's interpretation of the questions and the given objects. The binomial test was used to test the stereotype on the object with two answer choices and the chi-square goodness of fit test was used to test the stereotype on the object with more than two answer choices. The stereotypes found in this study were compared with the stereotypes of American, Indian, and British participation found in previous studies. Stereotypes based on gender were also tested by doing a binomial test and chi-square goodness of fit test. The significance value used in this study is 5%.

The results of this study indicates that there were population stereotypes of Indonesian student participants in 33 of 47 everyday objects related to the location and position being tested such as switch position, water tap lever position, door opening direction, and so on. Furthermore, there were no differences in population stereotypes on 14 everyday objects related to location and position between participants in this study to the Americans, Indians, and British. Some of the objects in this study have population stereotypes in common with only one or two investigated populations. There was a condition in which differences in the answer tendencies between men and women were also found in 8 objects in this study, although no statistically significant test results were found for both men and women in this condition.

Keywords: Stereotypes, population stereotypes, everyday objects