

## INTISARI

Keberadaan label peringatan pada suatu produk berperan penting untuk mencegah kemungkinan risiko yang dapat terjadi akibat penggunaan produk serta memberikan informasi mengenai keamanan suatu produk. Salah satunya, pada produk mainan telah ditetapkan standar yang mengatur aspek keamanan dari mainan dengan mewajibkan penggunaan label peringatan. Oleh karena itu, suatu label peringatan harus dapat menarik perhatian sehingga seseorang dapat melakukan pemrosesan lebih lanjut pada informasi bahaya dalam peringatan. Dengan demikian, adanya label peringatan menjadi efektif. Selain itu, persepsi seseorang terhadap informasi bahaya yang disajikan sehingga mereka mengetahui tingkat risiko apabila tidak mematuhi informasi dari label peringatan juga berperan penting dalam mencegah terjadinya kemungkinan risiko. Salah satu aspek yang dapat meningkatkan perhatian dan memengaruhi persepsi bahaya terhadap label peringatan yaitu dimensi panjang dan lebar dari label peringatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari ukuran label peringatan terhadap perhatian visual serta persepsi tingkat bahaya seseorang yang akan diuji pada berbagai warna kemasan mainan.

Penelitian ini melibatkan 45 partisipan yang terdiri dari tiga kelompok yaitu mahasiswa yang memiliki saudara atau keponakan berusia 3 bulan - 9 tahun, orang tua yang memiliki anak berusia 3 bulan - 3 tahun, serta orang tua yang memiliki anak berusia 3 tahun - 9 tahun. Terdapat tiga jenis ukuran label peringatan pada penelitian ini yaitu *extra small* ( $4,42 \times 1,41$  cm), *small* ( $5,52 \times 1,76$  cm), dan *normal* ( $6,9 \times 2,2$  cm). Selain itu, terdapat tiga jenis warna kemasan yang digunakan yaitu terang yang dominan dengan warna putih, gelap yang dominan dengan warna hitam, dan *colorful* yang terdiri dari minimal dua warna. Pengambilan data dilakukan dengan metode *eye-tracking* untuk mengukur parameter *time to first view* dan *dwell time* dari stimulus kemasan mainan dan menggunakan kuesioner untuk mengukur *risk perception* yang terdiri dari satu pertanyaan dengan *six-point likert scale*. Analisis dilakukan menggunakan uji statistik parametrik berupa *Two -Way ANOVA* dan uji nonparametrik Kruskal-Wallis.

Hasil analisis antar *area of interest* (AOI) menunjukkan bahwa nilai *p-value* < 0,05 sehingga *time to first view* dan *dwell time* antar AOI berbeda signifikan. Hasil uji ditinjau dari ketiga jenis ukuran label peringatan terhadap *time to first view* dan *dwell time* menunjukkan nilai *p-value* > 0,05 pada ketiga warna kemasan sehingga tidak berpengaruh signifikan. Sementara itu, hasil uji terhadap data *risk perception* menunjukkan nilai *p-value* > 0,05 sehingga ukuran label peringatan tidak memberikan pengaruh signifikan pada ketiga warna kemasan meskipun data *risk perception* menunjukkan pola data yang sama.

**Kata kunci:** label peringatan, mainan, ukuran, warna kemasan, perhatian visual, persepsi tingkat bahaya.

## ABSTRACT

The existence of a warning label on a product plays an important role in preventing possible risks that may occur due to product use and providing information about the safety of a product. One of them is that standards have been set for toy products that regulate the safety aspects of toys by requiring the use of warning labels. Therefore, a warning label must be able to attract attention so that someone can carry out further processing of the danger information in the warning. Thus, the existence of warning labels is effective. Apart from that, a person's perception of the danger information presented so that they know the level of risk if they don't comply with the information from the warning label also plays an important role in preventing possible risks. One aspect that can increase attention and influence the perception of danger towards warning labels is the length and width dimensions of the warning labels. This study aims to determine the effect of the size of the warning label on visual attention and perception of danger level of a person who will be tested on various colors of toy packaging

This research involved 45 participants consisting of three groups, including undergraduate students who had siblings or nieces aged 3 months - 9 years, parents who had children aged 3 months - 3 years, and parents who had children aged 3 years - 9 years. There were three types of warning label sizes in this study, including extra small ( $4.42 \times 1.41$  cm), small ( $5.52 \times 1.76$  cm), and normal ( $6.9 \times 2.2$  cm). Apart from that, there are three types of packaging colors used, including light, which is dominant with white, dark, which is dominant with black, and colorful, which consists of at least two colors. Data collection was carried out using the eye-tracking method to measure the time to first view and dwell time parameters of the stimulus and using a questionnaire to measure risk perception which consisted of one question with a six-point Likert scale. Analysis was carried out using parametric statistical tests in the form of Two-Way ANOVA and the Kruskal-Wallis nonparametric test.

The results of the analysis between areas of interest (AOI) show that the p-value is  $<0.05$  so that the time to first view and dwell time between AOIs are significantly different. The test results in terms of the three types of warning label sizes for time to first view and dwell time show a p-value  $> 0.05$  for the three packaging colors so there is no significant effect. Meanwhile, test results on risk perception data show a p-value  $> 0.05$  so that the size of the warning label does not have a significant influence on the three packaging colors even though the risk perception data shows the same data pattern.

**Keywords:** warning labels, toys, size, packaging color, visual attention, perception of danger level.