

INTISARI

Billboard adalah salah satu display yang berfungsi untuk memberikan informasi bagi pengguna jalan tentang suatu produk atau jasa baik milik perorangan maupun perusahaan. Tetapi banyak ditemukan suatu *billboard* yang tidak dapat terlihat dan informasinya tidak dapat terbaca dengan baik. Dengan memperhatikan segi ergonomi dalam perancangannya, suatu billboard dapat memberikan efek *eye-catching* yang baik, sehingga informasi yang termuat dalam suatu billboard dapat terlihat dan terbaca dengan baik oleh pengguna jalan pada kecepatan maksimal tertentu. Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan perancangan *display billboard* sehingga dapat diketahui jarak pandang yang optimal untuk *billboard* tersebut.

Penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data awal yaitu data kecepatan rata-rata dan kecepatan baca 30 pengendara sepeda motor sebagai responden pada penelitian ini. Pengolahan data antropometri juga dilakukan sebagai data acuan kelayakan suatu billboard yang ingin didisain secara ergonomi. Untuk pengukuran dimensi visual *display billboard* dilakukan penyebaran kuesioner pertama agar didapatkan ukuran dimensi dan isi pesan informasi *billboard* yang akan dirancang dari tanggapan langsung pengguna ruas jalan dengan jumlah responden 60 orang pengendara sepeda motor. Pengambilan sampel dilakukan dari dua arah yaitu dari arah utara dan selatan. Kecepatan rata-rata pengendara sepeda motor di jalan Monjali pada pengukuran pendahuluan yaitu 50-60 km/jam. Dari pengukuran untuk mengetahui hubungan antara kecepatan dan kemampuan baca diketahui sehingga diketahui kecepatan 40 km/jam digunakan sebagai kecepatan acuan untuk penyebaran kuesioner karena kecepatan 40 km/jam merupakan kecepatan maksimal pengendara dapat melihat *display billboard* ini. Data-data hasil pengukuran antropometri dengan menggunakan persentil 5%, perhitungan *visual angel* dan hasil pengujian kuesioner pertama didapatkan ukuran dimensi *display billboard* yang baik yaitu ukuran 48 *sheet*. Kemudian hasil perancangan billboard yang telah disesuaikan dengan hasil perhitungan data-data diuji kembali dengan menggunakan kuesioner kedua yang bertujuan untuk mengukur hasil perancangan keseluruhan visual billboard yang baik dari segi disain maupun peletakkannya.

Dari penelitian ini didapatkan bahwa responden setuju terhadap desain layout serta typografi dari *billboard* ini. Hasil dari kuesioner kedua yaitu bahwa responden setuju dengan desain layout *billboard* ini secara keseluruhan. Hasil perhitungan didapatkan jarak pandang yang optimal yaitu 61,0245 m, dengan visual angle 2°. Sudut kemiringan dalam peletakan *billboard* adalah 5,55° untuk mensiasati permasalahan yg timbul karena sudut pandang yang terhalangi oleh pengendara dari arah utara. Penelitian ini digunakan pada studi kasus di PT. Titan Intermedia Net yang berada di Jalan Monjali No.104A.