

# Analysis of the Effectiveness of Free Homecoming Billboards as Public Communication to Increase Community Participation in Returning to Their Hometowns

## [Analisis Efektivitas Baliho Mudik Gratis sebagai Komunikasi Publik untuk Peningkatan Partisipasi Masyarakat dalam Pulang Kampung]

Hendra Setia Budi Wicaksono<sup>1)</sup>, Dr. Totok Wahyu Abadi, M. Si<sup>\*2)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

<sup>2)</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

\*Email Penulis Korespondensi: [totokwahyuabadi@umsida.ac.id](mailto:totokwahyuabadi@umsida.ac.id)

**Abstract.** *This study aims to analyze the use of billboard media used by the east java government transportation agency to provide information to the public regarding the 2023 free goods homecoming activity. This study focuses on the effectiveness of billboard media, wheather it is still relevant to use today and has a significant influence on influencing the public in increasing community participation in returning home. This research method, namely by collecting purposive sampling data and informants in this study are people aged 17-30 years. The use of billboard media used by the east java transportation agency is still considered effective in conveying information to the public. The study conducted interviews with several informant stating that the contents of the billboards were easy to understand and the public was enthusiastic about participating in the 2023 free homecoming was also happy with the 2023 free homecoming activity which was considered very helpful.*

**Keywords** – Effectiveness, Billboard, Public Communication

**Abstrak.** *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pemanfaatan media baliho yang digunakan oleh dinas perhubungan pemerintah jawa timur untuk memberikan informasi kepada publik mengenai kegiatan mudik bareng gratis 2023. Penelitian ini berfokus pada efektivitas media baliho, apakah masih relevan digunakan saat ini dan berpengaruh signifikan untuk mempengaruhi khalayak publik dalam peningkatan partisipasi masyarakat dalam pulang kampung. Metode yang digunakan ialah metode kualitatif dengan pengolahan data purposive sampling dan informan pada penelitian ini yaitu masyarakat rentang usia 17-30 tahun. Pemanfaatan media baliho yang digunakan oleh dinas perhubungan pemerintah jawa timur masih dinilai efektif dalam menyampaikan informasi kepada khalayak publik. Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa narasumber yang mengemukakan bahwa isi dari baliho mudah difahami dan masyarakat antusias turut berpartisipasi dalam mudik gratis 2023, serta pemudik turut senang dengan kegiatan mudik bareng gratis 2023 dinilai membantu.*

**Kata Kunci** – Efektivitas, Baliho, Komunikasi Publik

## I. PENDAHULUAN

Berdasarkan peraturan presiden nomor 3 tahun 2004 terkait system pengelolaan angkutan arus mudik terpadu, sebagaimana dinas perhubungan sebagai perwakilan pemerintah jawa timur melaksanakan kegiatan merancang agenda operasi pengelolaan angkutan mudik lebaran sesuai situasi dan kondisi wilayah tertentu dengan berfokus pada agenda operasi pengelolaan angkutan mudik lebaran nasional dan memfasilitasi fasilitas umum, serta memberikan akses-akses kemudahan yang dibutuhkan oleh masyarakat publik dalam peningkatan kualitas jasa transportasi [1].

Salah satu agenda program kerja guna meminimalisir angka kecelakaan lalu lintas khususnya bagi pengendara sepeda motor, maka dengan berbagai pertimbangan tersebut, pemerintah menganjurkan untuk pengguna lalu lintas tidak berkendara menggunakan sepeda motor melainkan menggunakan moda transportasi yang telah disediakan, diharapkan dapat meminimalisir angka kecelakaan dalam lalu lintas dengan menggunakan moda transportasi umum yang lebih aman [2].

Dalam rangka peningkatan layanan moda transportasi pada mudik lebaran 2023, dinas perhubungan jawa timur melakukan upaya dengan mengadakan kegiatan mudik gratis ditahun 2023 tersebut dengan penyediaan baliho sebagai informasi pelaksanaan pendaftaran dan rute pelaksanaan mudik gratis tersebut.

Pelaksanaan mudik gratis merupakan penciptaan kondisi yang menunjang aktivitas mudik masyarakat jawa timur menjadi hal yang penting dilakukan agar aktivitas mudik terlaksana dengan baik, tertib, dan aman [2]. Maka dari itu diperlukan ruang untuk menjalin hubungan atau komunikasi antara pelaksana kebijakan dengan masyarakat

sebagai objek sekaligus subyek program pemerintah, ruang tersebut adalah media informasi cetak yang menjadi program bidang angkutan jalan dinas perhubungan jawa timur 2023 [3].

Penelitian terdahulu terkait dengan efektivitas media baliho sebagai komunikasi publik telah dilaksanakan dan memperoleh hasil yang tidak konsistensi. Penelitian menurut [4] **“Pengaruh Karakteristik Billboard untuk Meningkatkan Retensi pada Masyarakat Mina Wisata Umroh Ketintang Surabaya”** diinterpretasikan bahwa baliho memiliki beberapa unsur yakni warna, pesan, efek, dan gambar. Memiliki dampak efektif dalam terjadi peningkatan para pengunjung mina wisata umroh pada billboard mina wisata umroh, sedangkan penelitian menurut [5] dengan judul **“Efektivitas Papan Reklame sebagai Sarana Komunikasi Publik Suroboyo Carnaval park”**, peneliti menyimpulkan iklan billboard atau baliho merupakan media yang memiliki dampak signifikan guna mempengaruhi khalayak publik untuk memutuskan berkunjung di suroboyo carnaval, sedangkan penelitian yang diamati oleh [6] dengan judul **“Efektivitas Papan Reklame dalam Menayangkan Iklan di Aceh”** dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan papan reklame baliho sebagai media penyebaran informasi menjadikannya sebuah factor keberhasilan pesan tersebut tersampaikan, walaupun diamati dari pandangan masyarakat tidak berpengaruh signifikan terhadap iklan komersial tersebut.

Berdasarkan penjabaran penelitian terdahulu yang telah dikemukakan oleh peneliti, ada salah satu peneliti dalam melakukan penelitian yang menjelaskan bahwa pemanfaatan papan reklame atau baliho sebagai alat penyebaran informasi menjadikannya sebuah faktor keberhasilan pesan tersebut tersampaikan, walaupun diamati dari pandangan masyarakat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap iklan komersial tersebut. Hal ini melatarbelakangi peneliti untuk melakukan pengamatan yang berfungsi mengamati secara mendalam kembali terkait efektivitas baliho dalam memberikan informasi kepada khalayak publik berdasarkan realita dan fakta yang berada dilapangan [7].

## II. METODE

Penelitian ini berfokus pada efektivitas media baliho sebagai komunikasi publik untuk peningkatan partisipasi masyarakat dalam pulang kampung. Peneliti menggunakan metode yaitu metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan mengamati secara mendalam terkait fakta dan realita yang ada [7]. Teknik pengumpulan data menggunakan purposive sampling dan informan. Objek penelitian ini terletak di Comfeed Buduran, Perempatan Seruni, dan Pertigaan Candi. Subyek penelitian ini berfokus pada masyarakat umum usia 17-30 tahun dan informan dari penelitian ini sebanyak 6 responden yakni untuk memperoleh hasil data berupa lisan melalui wawancara..

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN.

### A. Konsep Efektivitas

.Efektivitas berhubungan antara hasil yang ingin dicapai dan keinginan yang ingin diperoleh [8], peneliti [9] mengemukakan dalam sebuah bukunya yang berjudul organization theory and design, seberapa tinggi angka efektif, maka akan menghasilkan sesuatu yang diperoleh dalam kinerja tersebut. Efektivitas berfokus pada hasil kinerja dan program kerja yang diukur efektif bilamana kinerja sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai [8]. Dari persepsi tersebut efektivitas media baliho diukur efektif, bilamana media tersebut dapat mempengaruhi khalayak publik [8].

### B. Konsep Baliho

Media papan reklame biasa sering kita sebut sebagai billboard merupakan media alat peraga penyampaian informasi berisikan pesan yang ingin disampaikan dan biasa dikaitkan dengan suatu agenda kegiatan yang akan dilaksanakan sehingga dapat dilihat oleh masyarakat, salah satunya dalam penelitian ini dikaitkan dengan mudik gratis 2023 [8]. Ukuran baliho ini bermacam-macam ukuran dari mulai kecil hingga besar dengan waktu publikasi yang sangat singkat [10]. Penempatan alat peraga berupa baliho biasanya diletakkan dilokasi yang cukup strategis dilakukan untuk menyebarkan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens akan terselenggaranya agenda kegiatan terdekat dengan tetap menjaga estetika lingkungan sekitar [8]. Dengan papan reklame baliho dapat menunjukkan pesan yang ingin disampaikan agar khalayak public dapat mengetahui isi pesan yang terkandung dan sebagai sarana mempersuasi

khalayak [11]. Melalui media baliho juga dapat mengekspresikan diri dengan menjalin hubungan interaksi dengan audiens walaupun komunikasinya cenderung pasif [12].

Jadi dapat disimpulkan bahwa media baliho merupakan alat peraga untuk mengekspresikan diri melalui simbol dan bahasa yang tercantum dalam media iklan baliho [13].

Gambar 1. Isi Baliho Mudik Bareng Gratis 2023



Didalam isi baliho tersebut dijelaskan tentang alur pendaftaran mudik bareng gratis 2023, tanggal keberangkatan, ucapan selamat hari raya idul Fitri, dan persyaratan mudik bareng gratis 2023 yakni sudah melakukan vaksin booster.

Gambar 2. Lokasi Penempatan Baliho

Penempatan baliho ini tersebar di beberapa ruas titik, yaitu 3 titik: Comfeed Buduran, Perempatan Seruni, dan Pertigaan Candi.

1. Comfeed Buduran



2. Perempatan Seruni



3. Pertigaan Candi



## Akun Instagram Perhubungan Provinsi Jawa Timur



Selain mempromosikan informasi di media baliho, pemerintah dinas perhubungan provinsi jawa timur juga menggunakan media sosial berupa akun Instagram milik @dishubjatim untuk memberikan informasi mengenai mudik gratis 2023 kepada masyarakat.

### C. Konsep Komunikasi Publik

Komunikasi publik merupakan interaksi antara sesama manusia atau lebih yang dilakukan didalam organisasi maupun diluar organisasi, baik melalui media maupun secara tatap muka [14].

Ciri-ciri komunikasi publik menurut [14]:

1. Proses komunikasinya cenderung pasif
2. Feedbacknya terbatas.

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi publik adalah komunikasi yang dilakukan antara komunikator dengan audiens dengan jumlah yang banyak dan dalam konteksnya komunikasi ini bias dilakukan secara langsung maupun menggunakan berbagai macam media [15].

Peneliti melakukan wawancara dengan berbagai narasumber terkait efektivitas media baliho sebagai komunikasi publik untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pulang kampung dengan usia rentan 17-30 tahun. Adapun peneliti yang mewawancarai beberapa narasumber sebagai berikut:

## 1. Sidiq Nur Risky



Sidiq Nur Risky pria berumur 21 tahun asli Surabaya ini hendak akan melakukan perjalanan mudik dari Surabaya ke Kabupaten Magetan dengan menggunakan angkutan umum bus gratis yang telah disediakan oleh Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Timur. Sidiq Nur Risky memperoleh informasi mudik bareng gratis 2023 saat beliau pulang dari tempat kerjanya yang berada di Sidoarjo. Tepatnya didaerah Comfeed Buduran, beliau menjumpai baliho mudik bareng gratis 2023 yang terpampang jelas dipinggir jalan sekitar pertgaan Comfeed Buduran. Tanggapan Sidiq Nur Risky terkait media baliho mudik bareng gratis 2023, “menurut saya baliho yang berisi tentang alur pendaftaran mudik gratis ini sangat jelas dan mudah dimengerti khalayak publik”. Pada media baliho mudik bareng gratis 2023 tersebut menjelaskan secara jelas alur pendaftaran dan syarat mengikuti mudik gratis 2023 yaitu sudah melakukan vaksin booster.

## 2. Mahendra Dicky Setiawan



Mahendra Dicky Setiawan pria berusia 22 tahun kelahiran Sidoarjo ini hendak akan melakukan perjalanan mudik ke Kabupatn Madiun dengan menggunakan angkutan umum gratis dari Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Timur . Mahendra Dicky Setiawan yang keap disapa Diki pertama kali memperoleh informasi mudik bareng gratis 2023 dari seorang temannya saat pulang dari kuliah didaerah Sidoarjo, seorang kerabatnya menjumpai baliho muik bareng gratis 2023 tepatnya di Pertigaan Candi. Temannya pun mengambil foto baliho tersebut dan menshare foto baliho tersebut melalui media sosial whatsapp. Diki bersamaa keluarganya pun tertarik mengikuti dan mendaftarkan dirinya beserta keluarganya untuk mengikuti kegiatan mudik bareng gratis 2023. Tanggapan Diki terkait baliho tersebut bahwa”sangat bisa mas kalua menurut saya baliho yang ditempelkan ditempat umum sangat membantu pemudik dalam memahami program dari pemerintah terkait mudik gratis mas, disamping itu dengan adanya program mudik gratis sangat membantu pemudik dari segi ekonomi. Diki pun memutuskan perjalanan mudik Bersama sanak keluarganya, beliau pun merasa senang dan terbantu dengan kegiatnn mudik bareng gratis 2023.

### 3. Ibnu Helga Nurardiansyah



Ibnu Helga Nurardiansyah pria berusia 20 tahun berdomisili di Kabupaten Sidoarjo. Pria ini hendak akan melakukan perjalanan menuju Kabupaten Ponorogo. Ibnu Helga Aradiansyah yang kerap disapa Ega pertamakali menjumpai informasi mudik bareng gratis 2023 melalui media cetak baliho yang terpampang didaerah Comfeed Buduran, ketika beliau hendak akan melakukan kerja. Dan Ega pun tertarik dengan isi dari baliho tersebut dan mendaftarkan dirinya beserta sanak keluarga untuk berpartisipasi dalam mudik bareng gratis 2023. Tanggapan Ega terkait baliho yaitu “menurut saya penggunaan baliho atau spanduk masih efektif, tergantung beberapa faktor, termasuk desain, lokasi penempatan, konteks pesan, dan sasaran audiens. Menurut Ega baliho dapat mempengaruhi sebuah audiens, jika desainnya menarik, isi pesannya yang jelas dan rinci, serta penempatan lokasinya secara strategis untuk memengaruhi khalayak publik.

### 4. Fenty Rahmawati Fajri



Fenty Rahmawati Fajri perempuan berusia 23 tahun berdomisili Kabupaten Sidoarjo. Perempuan ini hendak melakukan perjalanan mudik menggunakan transportasi umum yaitu bus gratis dari Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Timur bersama sanak keluarga ke Kabupaten Magetan. Perempuan bernama Fenty Rahmawati Fajri ini kerap disapa dengan fenty, pertama kali menjumpai informasi mudik bareng gratis 2023 ini ketika hendak berpergian dari Surabaya. Fenty pun mengamati isi dari baliho tersebut dan tertarik untuk mengikuti mudik bareng gratis 2023 bersama sanak keluarga, menurut Fenty mengungkapkan bahwa menurut saya baliho tersebut mudah difahami oleh audiens ya, karena isi baliho itu jelas dan padat. Tapi masyarakat awam yang gaptek mungkin bertanya mengenai 20 nama kabupaten/kota mana saja yang bisa menikmati mudik gratis tersebut, karena mereka kurang informasi lengkap, sehingga perlunya penambahan 20 nama kota/kabupaten yang dijelaskan dibaliho, berbeda dengan masyarakat yang faham teknologi, mereka akan mencari tahu informasi lengkap melalui medsos. Kemudian terkait efektif, ya sangat membantu masyarakat terlebih yang sedang mengalami kesulitan ekonomi.

## 5. Shinta Taqqiyah Nabila Nuha



Perempuan bernama Shinta Taqqiyah Nabila Nuha kerap disapa dengan nama Shinta, berusia 22 tahun kelahiran asli Sidoarjo. Perempuan ini hendak akan melakukan perjalanan mudik menuju Kabupaten Nganjuk. Shinta pertama kali memeproleh informasi mudik bareng gratis 2023 dari temannyayang sedang balik menuju arah Sidoarjo. Temannya menjumpai baliho mudik bareng gratis 2023 tepatnya didaerah Perempatan Comfeed Buduran. Kemudian temannya mengambil foto baliho tersebut menggunakan gadgetnya dan menshare di media sosial whatsapp Shinta. Shinta pun mengamati isi baliho yang dikirim oleh temannya dan tertarik ikut mudik gratis 2023. Shinta pun turut ikut mendaftar mudik bareng gratis 2023 bersama keluarganya. Tanggapan Shinta terkait media baliho “menurut saya baliho efektif digunakan dan biasanya diidentikkan dengan suatu agenda kegiatan yang akan dilaksanakan, baliho sasarannya pun luas bisa menjangkau seluruh kalangan yang belum terkoneksi dengan internet dengan baik dan isi pesannya mudah difahami dan dimengerti.

## 6. Andre Firmansyah



Andre Firmansyah pria berusia 18 tahun yang kerap disapa dengan Andre asal Sidoarjo. Andre akan melakukan perjalanan mudik gratis 2023 dari Sidoarjo menuju Magetan. Andre pertama kali menjumpai baliho ketika beliau hendak pulang dari Sidoarjo, tepatnya di Comfeed Buduran . andre pun mengamati isi dari baliho mudik bareng gratis 2023 tersebut dan Andre berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Andre tidak sendirian melakukan perjalanan mudiknya, mereka bersama teman kerabatnya pun juga ikut serta dalam mudik bareng gratis 2023. Tanggapan Andre terkait baliho mengemukakan bahwa baliho ini masih tergolong efektif, desain yang menarik, dan isi pesan yang mudah difahami sehingga dapat meningkatkan partisipan dalam mudik gratis 2023. Menurut Andre, jika desain balihonya bagus dan isi pesan dapat difahami khalayak publik, maka akan banyak yang ikutserta dalam mudik tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa media baliho saat ini tergolong efektif, dikarenakan isi pesan yang dapat dimengerti khalayak publik dan dapat menjangkau seluruh kalangan dengan luas yang belum memiliki koneksi internet yang baik.

## VII. SIMPULAN

Penggunaan media cetak berupa baliho yang digunakan oleh Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Timur masih dinilai efektif digunakan pada saat ini untuk menyampaikan informasi penting kepada khalayak publik. Walaupun kemajuan teknologi yang pesat sekarang ini, baliho masih kerap digunakan saat mendekati agenda kegiatan, salah satunya yakni mudik bareng gratis 2023. Adapun media baliho ini dinilai efektif karena dapat menjangkau seluruh kalangan baik muda atau tua yang masih blum terkoneksi internet dengan baik maupun ada yang sebagian orang yang gagap akan menggunakan teknologi modern saat ini, maka dengan ini Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Timur menggunakan media cetak berupa baliho sebagai media alternative untuk menyampaikan sebuah komunikasi publik kepada khalayak masyarakat. Terbukti dengan diadakan wawancara dengan berbagai narasumber, narasumber memahami betul isi pesan yang tersampaikan dimedia baliho tersebut dan antusias turut berpartisipasi dalam kegiatan mudik gratis 2023. Peneliti mewawancarai salah satu pemudik juga turut senang dengan kegiatan ini dinilai membantu dari segi ekonomi dan menciptakan mudik yang aman guna untuk meminimalisir angka kecelakaan..

## REFERENSI

- [1] Siti Maimunah, "Online Passenger Survey Untuk Mengevaluasi Penyelenggaraan Angkutan Lebaran di Indonesia," vol. 19, No 3, 2017.
- [2] KEMENHUB RI, "Antisipasi Kemenhub Hadapi Mobilitas Orang pada Angkutan Lebaran 2023," Biro Komunikasi dan Informasi Publik. Accessed: Mar. 28, 2023. [Online]. Available: <https://dephub.go.id/post/read/antisipasi-kemenhub-hadapi-mobilitas-orang-pada-angkutan-lebaran-2023>
- [3] Ajeng Ayu Larassati, "Publikasi Kegiatan Dinas Perhubungan Kabupaten Bogor Melalui Media Cetak," 2019.
- [4] Sri Rahayu, "Pengaruh Karakteristik Dalam Meningkatkan Retensi di Benak Masyarakat Pada Minat Wisata Umroh Jl Ketintang Surabaya," *Media Mahardika*, vol. Vol. 12, N, 2014.
- [5] S. Melinda, "Efektivitas Billboard dan Signboard sebagai Media Promosi Suroboyo Carnival Park," *J. E-Komunikasi*, vol. 5, no. 1, pp. 1–12, 2017.
- [6] Geubrina Ananda Maulani, "Efektivitas Penempatan Baliho (Billboard) Dalam Penyebaran Iklan Komersial di Banda Aceh," Fakultas FISIPOL. Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh, 2016.
- [7] J. R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif*, Grasindo. Jakarta, 2010.
- [8] I. A. Sutarini, "Pengkukuran Efektivitas Penggunaan Media Baliho Pada Pemilihan Umum 2019 Terhadap Generasi Milenial," *SENADA (Seminar Nas. Desain Dan Arsitektur)*, vol. 2, pp. 237–241, 2019.
- [9] A. G. Gedeian, *Organization Theory and Design*. Denver: University of Colorado, 1991.
- [10] Pujiriyanto, *Desain Grafis Komputer: Yogyakarta*, 2005.
- [11] B. Bungin, *Kontruksi Sosial Media Massa*, Prenda Med. Jakarta, 2008.
- [12] Piliang. Y. A, *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra, 2003.
- [13] A. Ali, "Efektivitas penggunaan baliho pada pemilukada," *AKMEN J. Ilm.*, vol. 13, no. 1, pp. 1–10, 2013, [Online]. Available: <https://e-jurnal.stienobel-indonesia.ac.id/index.php/akmen/article/view/66>
- [14] G. B. Tampi and V. Y. Londa, "ISSN 2338 – 9613 JAP No. 102 Vol. VII 2021," vol. VII, no. 102, pp. 26–36, 2021.
- [15] Mucharam Achmad, "Membangun Komunikasi Publik," *Univ. Persada Indones. Y.A.I*, vol. Vol. XXVII.

### **Conflict of Interest Statement:**

*The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.*