

## **BAB II. LANDASAN TEORI**

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini dibutuhkan beberapa sumber untuk lebih dapat memahami teori serta diperlukan untuk membantu memecahkan permasalahan dan menunjang kegiatan yang dilakukan.

### **II.1 Objek Wisata**

Pengertian objek dan daya tarik wisata adalah suatu bentukan dari aktifitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Objek dan daya tarik wisata sangat erat hubungannya dengan *travel motivation* dan *travel fashion*, karena wisatawan ingin mengunjungi serta mendapatkan suatu pengalaman tertentu dalam kunjungannya. (Marpaung, 2002, h.78).

Menurut UU RI No 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan, dinyatakan bahwa objek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata baik itu pembangunan objek dan daya tarik wisata, yang dilakukan dengan cara mengusahakan, mengelola dan membuat objek-objek baru sebagai objek dan daya tarik wisata. Dalam undang-undang di atas, yang termasuk objek dan daya tarik wisata terdiri dari :

1. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna, seperti : pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis serta binatang-binatang langka.
2. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, pertanian (wisata agro), wisata tirta (air), wisata petualangan, taman rekreasi, dan tempat hiburan lainnya.
3. Sasaran wisata minat khusus, seperti : berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat-tempat ziarah, dan lain-lain.
4. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang

terkait di bidang tersebut. Dengan demikian pariwisata meliputi semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata.

### **II.1.1 Wisata Alam**

Wisata dalam bahasa Inggris disebut *tour* yang secara etimologi berasal dari kata *torah* (Ibrani) yang berarti belajar, *tornus* (bahasa Latin) yang berarti alat untuk membuat lingkaran, dan dalam bahasa Perancis kuno disebut *tour* yang berarti mengelilingi sirkuit. Pada umumnya orang memberi padanan kata wisata dengan rekreasi.

Menurut Fandeli (2001), wisata adalah perjalanan atau sebagai dari kegiatan tersebut dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.

Wisata memiliki karakteristik - karakteristik antara lain :

1. Bersifat sementara, bahwa dalam jangka waktu pendek pelaku wisata akan kembali ke tempat asalnya.
2. Melibatkan komponen - komponen wisata, misalnya sarana transportasi, akomodasi, restoran, objek wisata, toko cinderamata dan lain-lain.
3. Umumnya dilakukan dengan mengunjungi objek wisata dan atraksi wisata.
4. Memiliki tujuan tertentu yang intinya untuk mendapatkan kesenangan.
5. Tidak untuk mencari nafkah ditempat tujuan, bahkan keberadaannya dapat memberikan kontribusi pendapatan bagi masyarakat atau daerah yang dikunjungi.

Wisata merupakan kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam untuk menikmati keindahan alam baik yang masih alami atau sudah ada usaha budidaya, agar ada daya tarik wisata ke tempat tersebut. Wisata alam digunakan sebagai penyeimbang hidup setelah melakukan aktivitas yang sangat padat, dan suasana keramaian kota. Sehingga dengan melakukan wisata alam tubuh dan pikiran kita menjadi segar kembali dan bisa bekerja dengan lebih kreatif lagi karena dengan

wisata alam memungkinkan kita memperoleh kesenangan jasmani dan rohani. Dalam melakukan wisata alam kita harus melestarikan area yang masih alami, memberi manfaat secara ekonomi dan mempertahankan keutuhan budaya masyarakat setempat sehingga bisa menjadi desa wisata, agar desa tersebut memiliki potensi wisata yang dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti alat transportasi atau penginapan.

## **II.2. Gunung**

Menurut Fatma (2019), Gunung merupakan salah satu kenampakan alam yang ada di permukaan bumi atau di kerak bumi, dimana wujudnya merupakan dataran yang lebih tinggi daripada di sekitarnya. Gunung dibagi menjadi dua yakni gunung yang masih aktif dan gunung yang sudah tidak aktif. Aktif atau tidaknya gunung ini dilihat dari sisi aktivitasnya mengeluarkan materi- materi yang ada di dalam bumi seperti magma, batuan, pasir serta awan panas dan abu vulkanik. Gunung yang masih mengeluarkan material- material tersebut disebut sebagai gunung aktif atau gunung berapi. Sementara itu untuk gunung yang sudah tidak melakukan aktivitas- aktivitas tersebut disebut juga dengan gunung mati atau gunung berapi yang tidak aktif. Gunung, terutama gunung api dapat dilihat dari segi bentuknya, diantaranya gunung api kerucut, gunung api maar dan gunung api perisai.

### **II. 2.1 Gunung Galunggung**

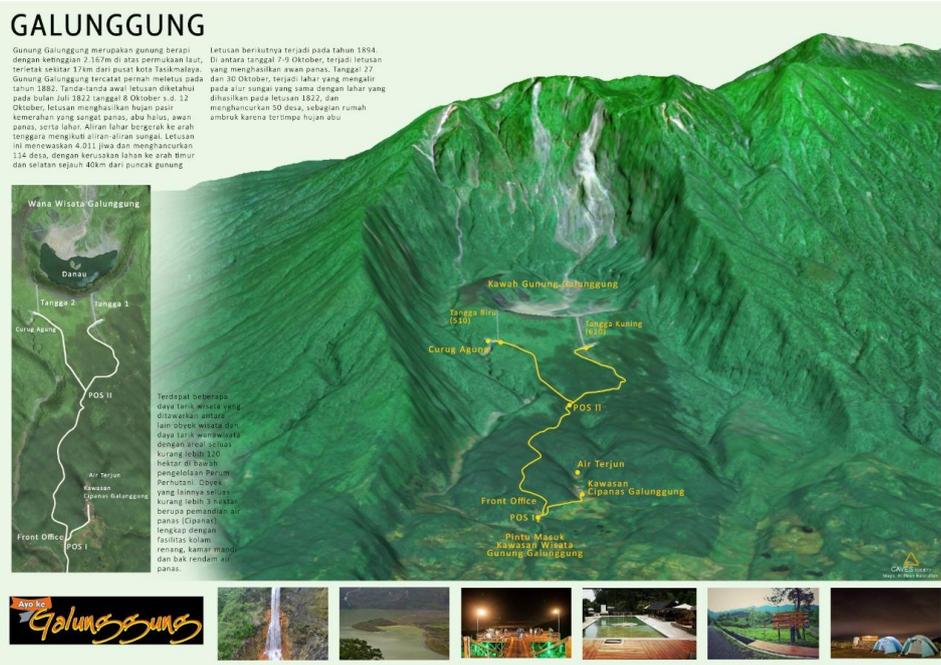
Desa Linggarjati di kabupaten Tasikmalaya, provinsi Jawa Barat memiliki wisata alam Gunung Galunggung dengan ketinggian sekitar 2.167 mdpl. Tipe gunung ini merupakan strato gunung api yang terbentuk karena erupsi campuran, yaitu peristiwa ekstrusi magma dimana erupsi eksplosif dan efusif terjadi secara terus- menerus dan saling bergantian (Bugot, 2016). Gunung api strato berbentuk kerucut dengan lereng curam. Letak geografisnya  $7.25^{\circ}\text{LS}-7^{\circ}15'0''\text{LS}$ ;  $108.058^{\circ}\text{BT}-108^{\circ}3'30''\text{BT}$ . Sampai sekarang gunung berapi ini masih aktif. Dari pusat kota Tasikmalaya, Gunung Galunggung sendiri hanya berjarak 17 kilometer. Sejak tahun 1991, Gunung Galunggung telah menjadi objek wisata sampai sekarang. Saat

ini kawasan dipegang oleh beberapa pengelola, yaitu Pemda yang mempunyai tugas dalam mengelola pemandian air panas, Perum perhutani KBM wisata yang mengelola kehutanan dan KRPH Cisayong dengan KPH Tasikmalaya yang mengelola wilayah. Objek wisata Gunung Galunggung ini sering di kunjungi oleh wisatawan lokal, bahkan wisatawan luar kota juga memenuhi kawasan objek wisata terutama pada hari libur. Selain itu, beberapa wisatawan asing juga datang untuk berwisata ke objek wisata Gunung Galunggung meskipun dapat terhitung. Pengunjung objek wisata juga di dominasi oleh remaja serta keluarga. Dalam hal ini untuk memasuki objek wisata Gunung Galunggung memerlukan tiket masuk seharga Rp.6500 per orang, dan biasanya untuk *weekday* buka dari jam 07.00 - 21.00 WIB, terkecuali di *weekend*, Gunung Galunggung buka 24 jam. Dalam segi infrastruktur, Gunung Galunggung memiliki *Sign System* pada kawasan dan peta. Selain *Sign System* memiliki peran penting dalam sebuah objek wisata, peta juga memiliki peran penting. Gunung Galunggung memiliki peta wisata sebagai panduan perjalanan serta untuk memberitahu lokasi-lokasi pada kawasan objek wisata tersebut. Objek wisata Gunung Galunggung ini memiliki peta kawasan serta peta ketinggian.



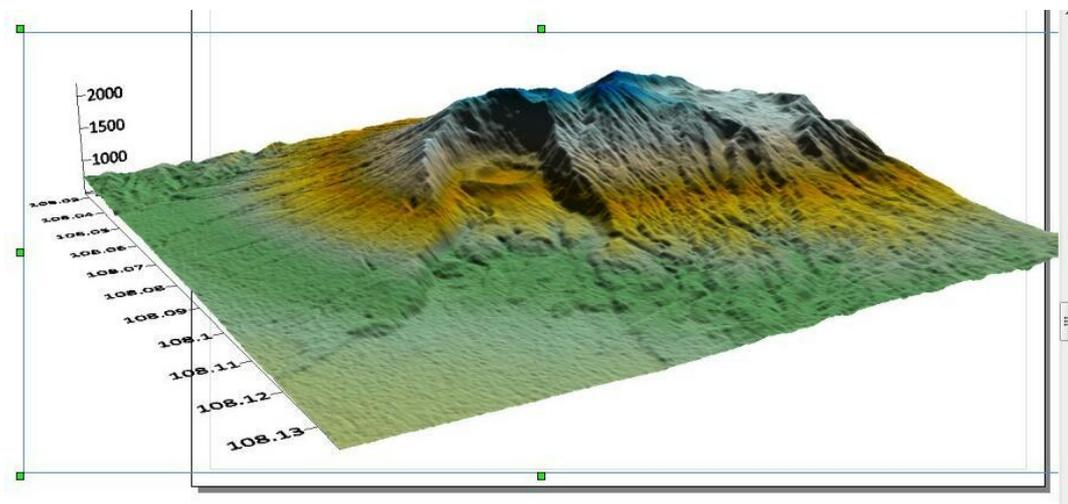
Gambar II.1 Gerbang masuk objek wisata Gunung Galunggung

Sumber : Dokumentasi pribadi (2019)



Gambar II.2 Peta Kawasan objek wisata Gunung Galunggung

Sumber : Dokumentasi pribadi (2019)



Gambar II.3 Peta ketinggian Gunung Galunggung

Sumber : Dokumentasi pribadi (2019)

### II.3 Sign System

Dalam wisata khususnya dikawasan objek wisata Gunung Galunggung tentu perlu sebuah panduan *sign system* untuk mempermudah wisatawan dalam menempuh perjalanannya. Hal ini tentunya dengan visual yang mudah dimengerti dan dipahami oleh wisatawan.

Para peneliti pendahulu mengemukakan bahwa *sign* (dalam bahasa Indonesia berarti tanda) adalah bentuk komunikasi yang dapat berbentuk verbal dan visual. Keberadaan tanda menjadi suatu kepentingan bagi masyarakat karena dapat menyampaikan informasi akan sesuatu.

Menurut Piliang (Tinarbuko, 2009) menyatakan bahwa suatu tanda bukan ilmu yang bersifat pasti, melainkan suatu hal yang dibangun oleh 'pengetahuan' yang lebih terbuka. Yang terpenting dalam sistem tanda pada desain komunikasi visual adalah fungsi dari tanda dalam menyampaikan pesan dari pengirim pesan kepada penerima, berdasarkan kode tertentu, yang dimediasi oleh media tertentu.

Segala sesuatu yang dapat diamati dan dibuat teramati menurut Zoest dalam Tinarbuko (2009, h.12) adalah tanda. Menurut Saussure F, tanda adalah kesatuan dari dua bidang tak terpisahkan, yaitu tanda dan sistem dimana sebuah tanda berwujud kata atau gambar memiliki dua hal yang akan ditangkap oleh indra kita, *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda).

Penanda lebih jelas dijelaskan sebagai tingkatan ungkapan yang berwujud fisik seperti warna, gambar, huruf, kata atau objek. Sementara petanda lebih bersifat isi atau gagasan dari apa yang diungkap penanda. Kesimpulannya, hubungan antara keduanya adalah yang melahirkan makna (Tinarbuko, 2009, h.91).

Sistem tanda berhubungan erat dengan ikon, indeks, dan simbol. Ikon adalah bentuk tanda yang menyerupai bentuk yang diwakilinya, yang mengambil ciri-ciri yang sama dari bentuk aslinya. Indeks adalah tanda yang mempunyai hubungan sebab akibat atau bukti dari apa yang diwakilinya. Sementara simbol berarti tanda yang lahir karena adanya peraturan atau kesepakatan bersama.

*Sign system* dalam konteks desain komunikasi visual merupakan rangkaian representasi visual yang memiliki tujuan sebagai media interaksi manusia dalam

ruang publik (Tinarbuko, 2012, h.12). Terdapat 4 bagian dari *sign system* antara lain :

1. *Traffic Sign*

*Sign System* yang berada di jalan yang berguna untuk memberikan informasi kepada pengguna jalan seperti penunjuk arah, peringatan, dan larangan.

2. *Commercial Sign*

*Sign System* yang berfungsi komersil atau yang biasa digunakan untuk nama toko dan tempat usaha.

3. *Wayfinding Sign*

*Sign System* yang bersifat mengarahkan dan menjadi penunjuk jalan atau biasa terdapat di gedung atau area publik yang digunakan untuk pemandu arah dan berbagai fasilitas yang ada bagi orang yang ada didalamnya.

4. *Safety Sign.*

*Sign System* yang berfungsi untuk menginformasikan pesan yang bersifat peringatan, larangan maupun himbauan guna mengingatkan pengguna mengenai suatu sistem keamanan.

Berbagai jenis *sign system* diatas dapat digunakan berdasarkan fungsi dan keperluan pembuatannya. Misalnya dalam suatu lokasi/ruang umum, biasanya memiliki beberapa ruang atau lokasi yang berbeda sehingga membutuhkan media penunjuk seperti *Wayfinding Sign* yang dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk menemukan jalan menuju suatu lokasi (Tanuwidjaja, 2012). Di dalam menciptakan suatu *sign system (wayfinding)* yang efektif diperlukan beberapa langkah, terutama dalam perancangan visual desainnya.

Menurut Iskandar (2011) berpendapat bahwa:

“Desain Komunikasi Visual dapat dikatakan juga sebagai seni menyampaikan pesan (*arts of communication*) dengan menggunakan bahasa rupa (*visual language*) yang disampaikan melalui media berupa desain. Dengan tujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku *target audience* sesuai

dengan tujuan yang diinginkan. Bahasa rupa yang dipakai berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar/foto, tipografi/huruf dan sebagainya yang disusun berdasarkan khaidah bahasa visual yang khas. Isi pesan diungkapkan secara kreatif dan komunikatif serta mengandung solusi untuk permasalahan yang hendak disampaikan (sosial maupun komersial ataupun berupa informasi, identifikasi maupun persuasi)”.

mulai dari menetapkan tujuan menemukan jalan, menganalisa profil pengguna, meneliti tingkat kesulitan menemukan jalan, menganalisa kebutuhan desain, menyusun desain *sign system*, mengumpulkan detail informasi serta menyusunnya kedalam sistem grafis.

Informasi yang disampaikan dalam *sign system* sendiri bersifat deskriptif karena memang ditujukan untuk membedakan orang dan tempat secara khusus dan jelas. Hal ini dilakukan dengan mengelompokkan tempat dan memberikan nama pada tempat atau ruang. Informasi yang dikandung oleh informasi lingkungan ialah informasi tentang lokasi dalam (Tanuwidjaja, 2012, h15).

Infrastruktur sejenis *sign system* memiliki sifat publikasi. Menurut Tarmawan (2010, h.1) menjelaskan “struktur dan proses komunikasi dirancang oleh desainer menghasilkan sebuah desain yang memuat pesan berupa teks sebagai tanda untuk dirujuk oleh pengguna atau *audience*”. Desain yang diperlihatkan kepada publik juga harus tersampaikan dengan baik dan dipahami. Dalam menciptakan suatu *sign system*, perlu diperhatikan hal-hal yang harus dihindari seperti penggunaan tanda-tanda yang terlalu banyak sehingga menyebabkan wisatawan kebingungan dan kesulitan. Menurut Kurniawan (2009, h.27) menjelaskan “kelebihan desain dalam memberikan ‘nilai’ pada sebuah objek juga dapat menjadi masalah tersendiri”. Peletakan lokasi serta tingkat keterbacaan yang kurang baik menyebabkan *sign system* tidak dapat berfungsi dengan baik. Penggunaan warna dan material yang digunakan perlu diperhatikan, sebab mempengaruhi mudah sulitnya ketersampaian informasi kepada wisatawan. Ukuran huruf dan pencahayaan juga akan mempengaruhi *sign system*. Hal tersebut tergantung dari seberapa jauh jarak pandang yang dibutuhkan, juga jenis huruf yang digunakan harus jelas.

### **II.3.1 Jenis - Jenis *Sign System***

*Sign system* dalam sistem komunikasi visual tanda mengalami perkembangan dan terdapat lima macam dasar dari jenis - jenis tanda (*sign type*) yang mudah diingat. Kelima jenis tersebut antara lain :

1. Tanda Petunjuk dan Informasi

Tanda ini berupa tanda yang berguna untuk mengarahkan suatu objek sasaran dengan menginformasikan dimana suatu lokasi atau benda tersebut berada.

2. Tanda Petunjuk Arah (*Direction*)

Tanda petunjuk arah adalah tanda - tanda yang mencakup arah panah yang mampu mengarahkan objek sasaran menuju suatu tempat, seperti ruangan, jalan, ataupun fasilitas lainnya.

3. Tanda Pengenal (*Identification*)

Tanda pengenal adalah tanda yang digunakan untuk membedakan antara suatu objek dengan objek lainnya, seperti identitas kantor, gedung, perusahaan atau produk.

4. Tanda Larangan Dan Peringatan (*Regulation*)

Tanda ini bertujuan untuk menginformasikan mengenai apa yang tidak boleh dikerjakan atau dilarang. Selain itu, tanda ini juga menginformasikan agar audien berhati - hati.

5. Tanda Pemberitahuan Resmi

Tanda ini menunjukkan informasi tentang pemberitahuan resmi dan agar tidak dikacaukan dengan tanda - tanda petunjuk.

### **II.3.2 *Sign System* di kawasan objek wisata Gunung Galunggung**

Objek wisata pada dasarnya memang memerlukan fasilitas infrastruktur. Fasilitas ini berperan penting untuk wisata karena merupakan kebutuhan yang memang

harus dipenuhi agar terciptanya kenyamanan pada objek wisata tersebut, misalnya *sign system* sebagai contoh dari beberapa kasus infrastruktur. *Sign system* memiliki peran penting bagi wisatawan, karena infrastruktur tersebut dapat memberikan panduan arah dan informasi.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan di kawasan objek wisata Gunung Galunggung, perlu ditinjau kembali mengenai infrastruktur di lokasi tersebut, terutama menyangkut dengan *sign system* yang terdapat di kawasan menuju kawah Gunung Galunggung. Beberapa hal yang dapat ditinjau adalah keterbatasan *sign system* di jalur menuju kawah. Perlu diperhatikan jika tidak ada infrastruktur tersebut wisatawan bisa saja kebingungan bahkan terjadi kecelakaan karena tidak ada himbauan sama sekali. Selain keterbatasan yang didapat, beberapa *sign system* juga mengalami kerusakan yang mengakibatkan Gunung Galunggung perlu pengelolaan yang lebih baik dalam segi infrastruktur.

Berikut merupakan beberapa *sign system* serta permasalahan lain yang terdapat di kawasan Gunung Galunggung khususnya rute untuk menuju kawah :



Gambar II.4 *Sign system* tanjakan

Sumber : Dokumentasi pribadi (2019)



Gambar II.5 *Sign system* berbelok

Sumber : Dokumentasi pribadi (2019)



Gambar II.6 Toilet

Sumber : Dokumentasi pribadi (2019)



Gambar II.7 *Sign system jalur evakuasi*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2019)



Gambar II.8 *Sign system toilet*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2019)



Gambar II.9 Tempat sampah yang penuh

Sumber : Dokumentasi pribadi (2019)



Gambar II.10 Sampah di kawasan bibir kawah

Sumber : Dokumentasi pribadi (2019)

Adapun papan informasi terbaru pada kawasan jalur pendakian Gunung Galunggung yang telah terpasang. Namun, hal ini mempunyai visual yang kurang terbaca. Hal ini membuat wisatawan bingung dengan keterbacaan papan informasi tersebut.



Gambar II.11 *Sign system* kurang efektif

Sumber : Dokumentasi pribadi (2019)

### II.3.3 Objek Wisata Gunung Galunggung

Gunung Galunggung memiliki dua destinasi objek wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan, yaitu pemandian air panas dan kawah.

- Pemandian air panas.

Objek wisata ini banyak sekali dikunjungi oleh wisatawan dari lokal maupun luar kota. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, pemandian air panas ini menjadi objek wisata favorit serta paling banyak dikunjungi khususnya keluarga. Selain

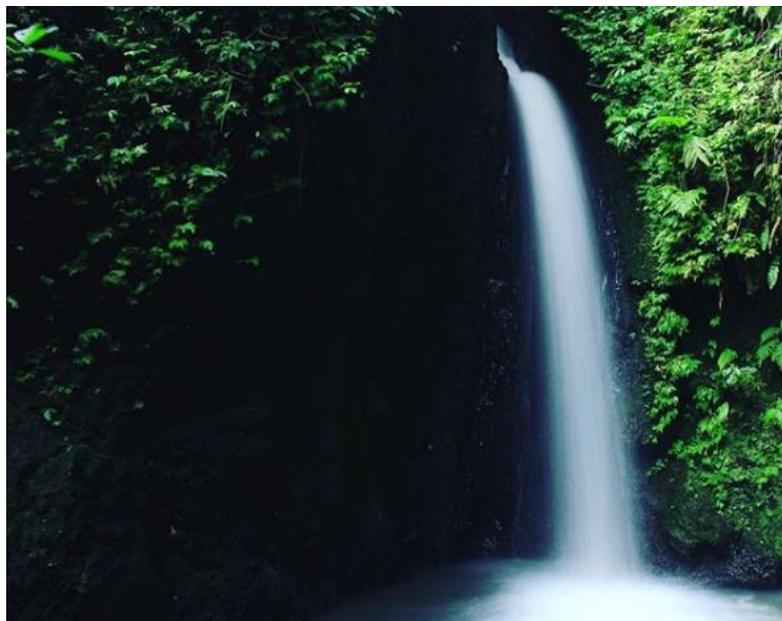
terdapat pemandian air panas, di kawasan ini juga memiliki air terjun, tetapi untuk memasuki kawasan tersebut memerlukan biaya masuk tambahan.



Gambar II.12 Pemandian air panas

Sumber : <https://www.instagram.com/p/Buz0gpUHHWD/>

(Diakses pada 17/04/2019)



Gambar II.13 Air terjun di kawasan pemandian air panas

Sumber : <https://www.instagram.com/p/BJu8xhkAxD4/>

(Diakses pada 17/04/2019)

- Kawah

Objek wisata ini memperlihatkan keindahan alam berupa danau yang cukup besar dari bekas letusan dan membentuk diatas kawah Gunung Galunggung. Pada kawasan ini juga menjadi lokasi tempat untuk berkemah bagi para pendaki atau wisatawan. Dalam hal ini untuk sampai pada kawah tersebut pengelola hanya menyarankan dua jalur saja untuk pendakian, antara lain *yellow stairs* dan *blue stairs*. Berdasarkan jalur yang ada, Gunung Galunggung sebenarnya menyediakan empat jalur untuk sampai pada lokasi, yaitu melalui *yellow stairs*, *blue stairs*, dengan ojek wisata, dan jalur *survive*. *Yellow stairs* ini memiliki 620 anak tangga, biasanya jalur ini sangat umum dilalui oleh wisatawan. Sedangkan, *blue stairs* memiliki 510 anak tangga. Selain itu, ada juga jalur yang dapat menggunakan ojek wisata untuk cepat sampai diatas. Jalur terakhir merupakan jalur *survive* yang dinamakan bukit guntur serta yang paling tinggi di kawasan pendakian Gunung Galunggung. Jalur ini di tutup karena eksklusif dan ekstrim serta harus dengan *guide*.



Gambar II.14 Kawah Gunung Galunggung

Sumber : Dokumentasi pribadi (2019)

Ada beberapa *spot* yang dapat dijadikan tempat perkemahan di kawasan Gunung Galunggung. Pada bibir kawah Gunung Galunggung juga diperbolehkan untuk berkemah, terkecuali untuk kemah di bawah dekat danau Gunung Galunggung karena dilarang. Selain alasan itu, untuk menuju danau tersebut juga sebenarnya sudah ditutup sejak lama. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, danau tersebut sudah ditutup karena sering banyak yang hilang.

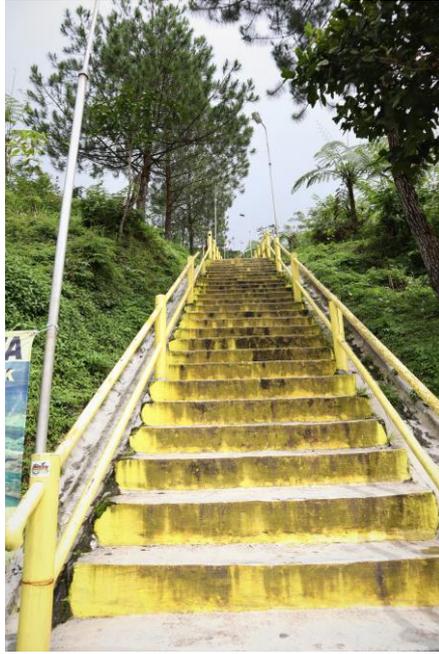


Gambar II.15 Perkemahan dibibir kawah Gunung Galunggung

Sumber : <https://www.instagram.com/p/Bcgs5ABH8-r/>

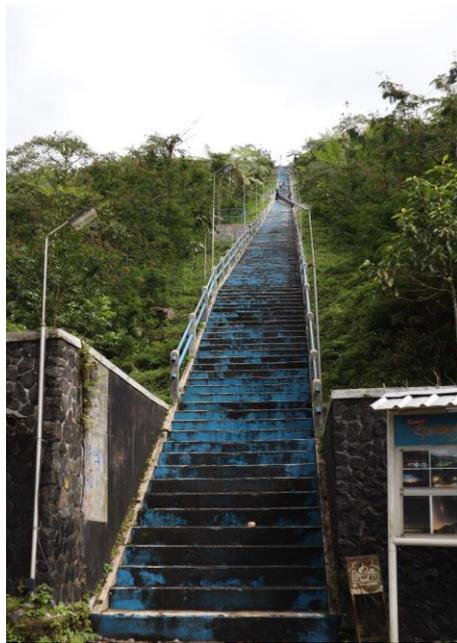
(Diakses pada 17/04/2019)

Berdasarkan jalur yang disarankan oleh pengelola terhadap wisatawan untuk menempuh perjalanan menuju kawah, yaitu *yellow stairs* dan *blue stairs* perlu diperhatikan untuk tetap berhati-hati juga dalam mendaki menuju kawah tersebut. Dalam menempuh jarak menuju *yellow stairs* memerlukan jarak sekitar 3,3 km dan untuk *blue stairs* memerlukan jarak sekitar 3,2 km.



Gambar II.16 Jalur *Yellow stairs*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2019)



Gambar II.17 Jalur *Blue stairs*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2019)

## II.4 Analisa

Berdasarkan analisis yang didapat pada objek wisata Gunung Galunggung adalah terbatasnya *sign system* yang mengakibatkan wisatawan kekurangan informasi. Dalam hal ini menyebabkan wisatawan kebingungan dengan jalur yang dituju, tersesat karena tidak mengetahui arah jalur, bahkan faktor sampah juga dapat dikatakan kurangnya himbauan untuk tidak membuang sampah sembarangan di lokasi tersebut.

### II.4.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode dalam mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi sebuah produk atau perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*) (Freddy, 2006, h.19).

Tabel II.1 Analisis SWOT.

<b><i>Strength</i> (Kekuatan)</b>	<b><i>Weakness</i> (Kelemahan)</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Memiliki destinasi wisata yang sering dikunjungi wisatawan, yaitu kawah serta pemandian air panas.</li><li>• Banyaknya wisatawan lokal dan non-lokal.</li><li>• Pemandian air panas yang menjadi favorit wisatawan.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Sign system</i> yang dapat dikatakan terbatas dikawasan objek wisata tersebut.</li><li>• Banyak kerusakan pada <i>sign system</i></li><li>• Sampah menjadi permasalahan umum.</li><li>• Tidak terdapat lampu penerangan pada jalur menuju kawah.</li></ul>
<b><i>Opportunities</i> (Kesempatan)</b>	<b><i>Threats</i> (Ancaman)</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fluktuatif, banyaknya pengunjung pada masa liburan.</li> <li>• Pemanfaatan sosial media sebagai target sasaran yang lebih luas.</li> <li>• Promosi melalui <i>meet to meet</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banyaknya objek wisata lain yang sama serta semakin berkembang.</li> <li>• Keberadaan objek wisata lain yang lebih dulu populer.</li> </ul>
--	--

#### II.4.2 Analisis Hasil Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan antara dua orang atau lebih dengan tujuan untuk mendapatkan informasi-informasi yang tepat. Menurut Benney & Hughes (dalam Denzin, 2009, h.501), wawancara adalah seni bersosialisasi, pertemuan antara dua manusia yang saling berinteraksi dalam jangka waktu tertentu berdasarkan kesetaraan status, terlepas apakah hal tersebut benar-benar kejadian nyata atau tidak. Dengan demikian, wawancara dapat menjadi alat atau perangkat dan juga dapat sekaligus menjadi objek.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Pak Ari selaku pengelola di lembaga Perum Perhutani objek wisata Gunung Galunggung ini, dapat diketahui bahwa pengunjung yang datang ke kawasan objek wisata tersebut sangat banyak dikunjungi wisatawan, terutama pada hari libur tiba. Wawancara dilakukan dua sesi, pertama merupakan wawancara lokasi secara umum, kedua berdasarkan permasalahan *sign system* yang terdapat di kawasan Gunung Galunggung. Berikut merupakan foto serta daftar pertanyaan wawancara dan hasil wawancara yang dilakukan dengan narasumber.



Gambar II.18 Foto dengan narasumber selaku pengelola dari perhutani

Sumber : Dokumentasi pribadi (2019)

Tabel II.2 Analisis hasil wawancara secara umum.

No.	Pertanyaan Wawancara	Jawaban Wawancara
1.	Sejak kapan Gunung Galunggung menjadi objek wisata ?	Gunung Galunggung menjadi objek wisata sejak tahun 1991 sampai sekarang.
2.	Lembaga manakah yang mengelola objek wisata Gunung Galunggung?	Pemda dan Perhutani
3.	Apakah ada usaha promosi dari pengelola objek wisata?	Promosi melalui <i>meet to meet</i> serta promosi melalui sosial media.

4.	Bagaimana tingkat pengunjung, perbulan atau pertahunnya?	Tidak dihitung berdasarkan persentase tingkat pengunjung, tetapi Fluktuatif, yang berarti pengunjung yang datang memiliki persentase naik turun.
5.	Dari daerah mana saja pengunjung yang datang ke objek wisata?	Pengunjung lokal, pengunjung luar kota serta wisatawan asing.
6.	Ada berapa banyak destinasi wisata yang dimiliki oleh objek wisata Gunung Galunggung?	Kawah dan pemandian air panas.
7.	Apakah terdapat pengunjung dari luar negeri?	Gunung Galunggung memang memiliki pengunjung dari luar negeri. Tercatat bulan November wisatawan asing dari Rusia.
8.	Jika ada pengunjung dari luar negeri, berapa banyak pengunjung pertahunnya?	Memiliki perbandingan 1000:1 persemester. Dari persemester itu hanya 6 bulan tercatat.

9.	Infrastruktur atau fasilitas apa saja yang dimiliki oleh objek wisata Gunung Galunggung?	<i>Sign system</i> , peta, serta memiliki fasilitas tangga menuju kawah, dan sebagainya.
10.	Apakah objek wisata memiliki fasilitas peta dan <i>sign system</i> untuk memudahkan pengunjung agar tidak tersesat?	Objek wisata ini memiliki fasilitas peta serta <i>sign system</i> di beberapa jalan.
11.	Berapa harga tiket masuk objek wisata Gunung Galunggung?	Rp.6500 /orang.
12.	Buka dari jam berapa sampai jam berapa objek wisata Gunung Galunggung?	<i>Weekday</i> buka dari jam 07.00 - 21.00 WIB. <i>Weekend</i> 24 Jam.
13.	Apakah tipe wisatawannya pendaki atau hanya berwisata?	Tipe wisatawan didominasi oleh yang berwisata saja.
14.	Apakah lebih banyak pengunjung remaja atau keluarga?	Pengunjung didominasi oleh remaja.
15.	Apakah objek wisata mendapat bantuan pengelolaan dari pemerintah? seperti sumber daya manusia nya mencukupi serta apakah manajemennya sudah baik?	Sumber daya manusia sudah mencukupi serta manajemen khusus dari perhutani dapat dikatakan sudah lebih baik.
16.	Kendala apa saja yang dihadapi oleh pihak pengelola atau manajemen?	Tidak ada kendala apapun.

17.	Destinasi wisata apa saja yang menjadi favorit pengunjung?	Rasio wisatawan terbanyak hanya datang untuk pergi ke pemandian air panas.
-----	--	--

Tabel II.3 Analisis hasil wawancara mengenai *Sign System*.

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana kondisi terkini Gunung Galunggung?	Statusnya aktif normal jika dari segi kegunung api-an, dari segi kunjungan dapat dikatakan belum normal seperti biasa., Sejak <i>hoax</i> yang dibuat oleh seseorang yang menganggap volume air besar itu sebagai sebuah bencana.
2.	Ada berapa jalur pendakian untuk menuju kawah Gunung Galunggung?	Ada 4 jalur pendakian yaitu melalui tangga kuning dan biru. Tangga kuning memiliki 620 anak tangga dan tangga biru memiliki 510 anak tangga, ada juga jalur yang dapat menggunakan ojek untuk cepat sampai diatas. Jalur ke 4 merupakan jalur <i>survive</i> yaitu bukit guntur, itu di tutup karena eksklusif dan ekstrim.
3.	Apakah objek wisata Gunung Galunggung merupakan taman nasional?	Belum termasuk, mungkin masuk kedalam hutan lindung. Gunung Galunggung sendiri di kelola oleh perum perhutani KBM wisata, untuk wilayah masuk KRPH Cisayong dan KPH Tasikmalaya.

4.	Bagaimana kondisi sign system di kawasan Gunung Galunggung terutama jalur menuju kawah?	Dapat dikatakan persentase <i>sign system</i> baru 50% berdasarkan jumlahnya.
5.	Material pada <i>sign system</i> di kawasan Gunung Galunggung ini kebanyakan terbuat dari jenis apa?	Dominan material dari besi, sebagian kayu serta banner baliho utk himbauan-himbauan.
6.	Apakah efektif menggunakan material jenis tersebut?	Efektif, karena dari segi keawetan lumayan lama daripada kayu yang mudah lapuk. Karena perawatan dari besi mungkin bisa di cat ulang saja.
7.	Menurut pendapat anda, <i>sign system</i> yang ideal untuk Gunung Galunggung itu seperti apa?	Material besi yg sudah pasti tahan air. Jika dari segi desain, warna mencolok supaya mudah dibaca, huruf jangan memakai sembarang, mudah di pahami, di mengerti oleh wisatawan.
8.	Masalah apa yang sering dikeluhkan oleh pendaki? Atau mungkin turis?	Tidak ada keluhan dari para pendaki serta turis.

9.	Jika ada pendaki, perbekalan apa saja yang diberikan?	Hanya di berikan himbauan untuk tidak membuang sampah sembarangan, harus menjaga tata krama dan kearifan lokal, tidak boleh menebang dan membawa hewan dari kawasan Gunung Galunggung, tidak boleh turun ke danau.
10.	Jika tiba-tiba terjadi musibah, simbol apa yang diberikan kepada pendaki supaya mereka mengetahui?	Ada alat komunikasi untuk memberikan simbol kepada pendaki jika terjadi musibah yaitu memakai pesawat yang memakai frekuensi 15.000 untuk memberitahu kan mereka.
11.	Hal apa saja yang pernah terjadi bagi para pendaki atau wisatawan? Apakah ada yang pernah tersesat? Atau kecelakaan lainnya saat mendaki?	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tim kopasus dari daerah timur, dia ingin mencoba menaklukan kawah galunggung dengan berenang tetapi tidak kembali ke permukaan.</li> <li>○ Danau ditutup karena banyak yang hilang.</li> <li>○ Jatuh dari tangga akibat gegabah.</li> </ul>
12.	Apakah Gunung Galunggung memiliki peta kawasan?	Gunung Galunggung memiliki peta kawasan.

Tabel II.4 Analisis hasil wawancara dengan pendaki

No.	Pertanyaan wawancara	Narasumber 1 (Irfan)	Narasumber 2 (Yogi)	Narasumber 3 (Rio)
1.	Menurut anda, material <i>Sign system</i> apa yang sering terlihat di pegunungan? Apakah terbuat dari kayu, atau besi? Jelaskan juga mengenai pilihan anda.	Kayu.	Kayu dan Besi.	Kayu dan Besi.
2.	Secara garis besar menurut pengalaman anda dalam mendaki gunung, apakah kondisi <i>Sign system</i> di pegunungan ternilai baik-baik saja atau justru banyak kerusakan serta kekurangan?	Tidak menjawab pertanyaan.	Banyak kerusakan dan kekurangan.	Baik-baik saja dan ada kerusakan.
3.	Apakah jumlah <i>sign system</i> di kawasan pegunungan masih terbilang kurang menurut anda?	Kurang	Normal, dan perlu ditingkatkan.	Kurang.
4.	Kategori <i>Sign system</i> seperti apa saja yang sering terlihat di kawasan pegunungan menurut anda? Apakah hanya berupa petunjuk arah atau ada yang lainnya?	Petunjuk arah, dan regulasi.	Petunjuk arah, dan informasi lokasi.	Petunjuk arah, dan informasi lokasi.

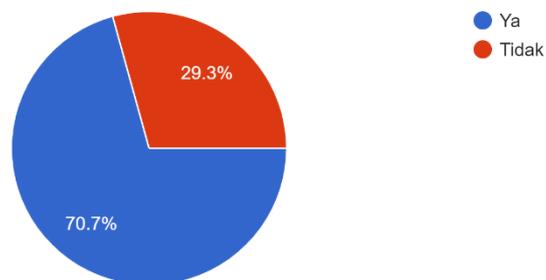
5.	Hal apa yang menjadi kerumitan dalam <i>Sign system</i> sehingga membuat bingung para pengunjung?	Adanya jalur bercabang.	Terlalu banyak menggunakan informasi, ada juga yang memberikan nama tempat tersebut.	<i>Sign System</i> diletakan dibagian atas pohon dengan ukuran kecil dan warna yang menyatu dengan lingkungan, sehingga susah terlihat.
6.	Visual seperti apa yang memudahkan serta dapat dipahami oleh pengunjung?	Gambar dan tulisan.	Tidak terlalu banyak menggunakan ornamen, dan harus terkesan minimalis.	Warna yang kontras, dan <i>glow in the dark</i> ketika dimalam hari.

### II.4.3 Kuesioner

Pengumpulan data melalui kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan masyarakat tentang *sign system*, terutama dikawasan Gunung Galunggung. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan secara *online* dengan jenis kuesioner yang tertutup dan hanya ditanggapi oleh 41 responden yang berdomisili dari Tasikmalaya saja.

1. Apakah anda mengetahui di kawasan Gunung Galunggung masih terdapat binatang buas?

41 responses

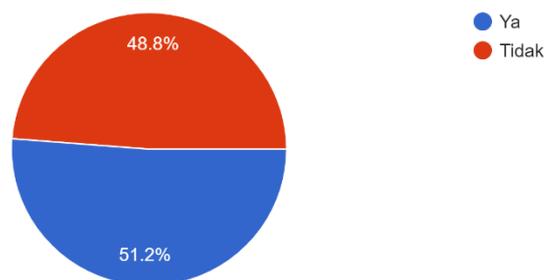


Gambar II.21 Kuesioner 1

Sumber : Dokumentasi pribadi (2019)

2. Apakah anda pernah mengetahui tentang adanya vegetasi pohon tumbang di kawasan Gunung Galunggung?

41 responses

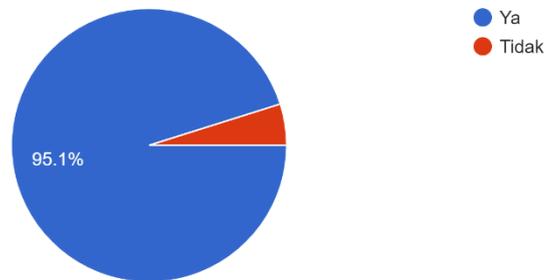


Gambar II.22 Kuesioner 2

Sumber : Dokumentasi pribadi (2019)

3. Apakah di kawasan Gunung Galunggung khususnya di lokasi pendakian masih terdapat sampah yang berserakan?

41 responses

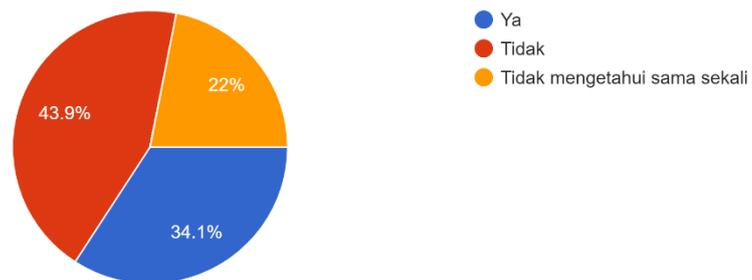


Gambar II.23 Kuesioner 3

Sumber : Dokumentasi pribadi (2019)

4. Apakah anda mengetahui di kawasan Gunung Galunggung terdapat potensi petir?

41 responses



Gambar II.24 Kuesioner 4

Sumber : Dokumentasi pribadi (2019)

## **II.5 Resume**

Berdasarkan hasil observasi penelitian ini dibuat untuk menyelesaikan permasalahan yang dimiliki objek wisata Gunung Galunggung. Permasalahan tersebut merupakan terbatasnya *sign system* yang terdapat pada objek wisata Gunung Galunggung. Selain itu, kerusakan juga menjadi permasalahan kedua yang mengakibatkan *sign system* kurang berfungsi dengan baik. Hal tersebut mengakibatkan wisatawan kekurangan informasi mengenai petunjuk arah maupun regulasi. Media visual yang dapat dijadikan sebuah solusi adalah perancangan ulang *sign system* yang lebih baik sehingga wisatawan bisa mendapatkan informasi dengan lebih jelas. Selain itu, wisatawan juga diharapkan mematuhi peraturan yang telah dibuat berdasarkan regulasi yang ada sebagai himbauan kepada wisatawan.

## **II.6 Solusi Perancangan**

Berdasarkan permasalahan yang terdapat pada kawasan objek wisata Gunung Galunggung, perancangan *sign system* ini sangat diperlukan untuk menginformasikan wisatawan mengenai lokasi serta area yang rawan bahaya dalam pendakian. Selain itu, *sign system* juga bermanfaat sebagai panduan untuk lebih memudahkan wisatawan serta berhati-hati dalam perjalanannya.