

## Perancangan Wayfinding dan Signage Objek Wisata

### Goa Garunggang Bogor

*Designing of Wayfinding and Signage for*

*The Garunggang Cave of Bogor*

Renanta Ramayani<sup>1</sup>, Novian Denny Nugraha., S.Sn ., M.Sn <sup>2</sup>

<sup>1</sup>. Mahasiswa Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

<sup>2</sup>. Dosen Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

<sup>1</sup>[renarama22@gmail.com](mailto:renarama22@gmail.com), <sup>2</sup>[dennynugraha@telkomuniversity.ac.id](mailto:dennynugraha@telkomuniversity.ac.id),

---

#### Abstrak:

Kekayaan wisata alam di Indonesia sangat disadari oleh generasi muda saat ini. Kota Bogor merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki kekayaan alam yang cukup banyak. Banyaknya objek wisata yang terdapat di kota Bogor menjadikan wisatawan ingin selalu berkunjung ke kota Bogor. Di Kawasan Sentul, Bogor terdapat salah satu objek wisata alam yang sangat tersembunyi, yaitu Goa Garunggang. Goa yang terdapat di Desa Karang Tengah, Kecamatan Babakan Madang, Sentul, Bogor, Jawa Barat ini terbilang sangat asing dan sepi pengunjung. Beberapa faktor yang menyebabkan objek wisata tersebut sepi pengunjung salah satunya yaitu petunjuk jalan yang masih jarang ditemui selama perjalanan dan rute perjalanan yang sulit dilalui oleh kendaraan roda empat. Dengan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif melalui observasi, wawancara, kuesioner dan studi pustaka, maka perancangan *wayfinding* dan *signage* akan lebih tepat dan efektif. Media yang digunakan untuk memperkenalkan Goa Garunggang kepada masyarakat luas yaitu dengan melakukan promosi melalui media sosial.

**Kata kunci:** Wisata Alam, Wayfinding, Signage, Goa Garunggang.

---

#### Abstract:

*Nowadays young generation is well aware about Indonesia's natural tour assets. Bogor City is one of City on Indonesia that have so many natural assets. Lots of tour object that happen in Bogor City makes tourist always wanted to visit Bogor City. At Bogor, Sentul Area there is one of natural tour object that very concealed, that is Garunggang Cave. The Cave that exist at Karang Tengah Village, Babakan Madang Subdistrict, Sentul, Bogor, West Java is very quiet and isolate from visitor. One of few factor that cause this natural object so isolate from visitor is wayfinding that rarely found during the trip to the Cave and the route that difficult to pass by four wheel vehicle. With qualitative and quantitative research method through observation, interview, quisioner and literature study, then wayfinding and signage planning will be effective and more precise. Media that being use to introduce Garunggang Cave to the society are with doing promotion through social media.*

**Keywords:** Natural Tour, Wayfinding, Signage, Garunggang Cave.

---

## 1. Pendahuluan

### Latar Belakang

Kekayaan wisata di Indonesia sangat disadari oleh generasi muda saat ini. Wisata alam menjadi salah satu pilihan yang paling banyak diminati oleh generasi muda untuk dikunjungi. Terlebih jika wisata tersebut didukung oleh

keindahan alam yang sangat memanjakan mata serta memiliki tarif tiket masuk yang cukup terjangkau bagi para wisatawan.

Cukup banyak wisata alam yang dapat ditemui di kawasan Sentul, Bogor. Tidak sedikit generasi muda saat ini yang tertarik untuk mengunjungi wisata alam yang terdapat di kawasan tersebut. Wisata alam yang sering dikunjungi salah satunya adalah objek wisata air terjun. Selain tempatnya yang menarik, tarif masuk wisata tersebut tidak terlalu banyak menguras biaya. Tidak jauh dari objek wisata air terjun yang terdapat di kawasan Sentul, terdapat juga salah satu objek wisata alam yang cukup misterius dan tidak kalah menarik untuk dikunjungi yaitu objek wisata Goa Garunggung.

Goa Garunggung merupakan Goa yang terdapat di Desa Karang Tengah, Kecamatan Babakan Madang, Sentul, Bogor, Jawa Barat. Kawasan Goa Garunggung merupakan lahan milik Perhutani Kawasan hutan Kesatuan Pemangkuan Hutan (KPH) Bogor. Goa Garunggung merupakan salah satu objek wisata alam yang cukup asing dan sangat tersembunyi. Menurut penjelasan dari pihak pengelola setempat, Goa memiliki arti suatu tempat, sedangkan Garunggung berasal dari kata '*anggang*' yang memiliki arti pemukiman dan diambil dari kosa kata Bahasa Sunda jadi Goa Garunggung berarti suatu tempat yang berada di pemukiman. Menurut penjaga Goa yang akrab dipanggil Abah Ajum, Goa Garunggung ditemukan sejak tahun 1987 dengan kondisi tertimbun oleh tanah dan mulai dibersihkan dari pepohonan yang tumbuh di atas tanah pada tahun 2013 yang selanjutnya dikelola oleh Abah Ajum dan warga sekitar untuk dijadikan tempat wisata

Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan objek wisata ini sepi pengunjung yaitu objek wisata tersebut masih dikelola oleh warga setempat, tidak dikelola oleh pemerintah sehingga tidak adanya fasilitas yang memadai. Rute perjalanan yang cukup sulit dilalui oleh kendaraan beroda empat, waktu tempuh perjalanan yang cukup lama untuk sampai ke Goa serta petunjuk jalan yang masih jarang ditemui selama perjalanan menuju kawasan Goa juga merupakan salah satu faktor Goa tersebut jauh dari kata ramai pengunjung. Untuk dapat sampai ke Goa ini diperlukan pemandu yang cukup mengetahui keberadaan dan situasi serta kondisi Goa.

Dengan adanya permasalahan yang terjadi, hal ini lah yang membawa ketertarikan untuk melakukan penelitian di objek wisata Goa Garunggung dan perancangan *signage* dan *wayfinding* untuk mempermudah wisatawan dalam memperoleh informasi terkait lokasi Goa Garunggung. Selain itu media yang digunakan untuk melakukan promosi adalah media sosial. Perancangan *signage* dan *wayfinding* ini juga membantu program pemerintah dalam mengenalkan objek wisata alam Goa Garunggung kepada masyarakat luas.

### Identifikasi Masalah

Dengan melihat dan menganalisa permasalahan pada latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Signage yang masih jarang ditemui selama perjalanan.
2. Rute perjalanan yang cukup sulit dilalui oleh kendaraan beroda empat.
3. Masih banyaknya masyarakat yang belum mengetahui tentang objek wisata alam Goa Garunggung khususnya masyarakat Bogor itu sendiri.
4. Waktu tempuh perjalanan yang cukup lama untuk sampai ke Goa.

### Tujuan

Tujuan dari perancangan ini adalah sebagai berikut :

Tujuan dari perancangan wayfinding dan signage ini adalah untuk memberi informasi kepada wisatawan terkait lokasi objek wisata Goa Garunggung serta mendukung program pemerintah untuk mengenalkan objek wisata Goa Garunggung kepada masyarakat luas.

### Metode Penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk pengumpulan data pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Penulis melakukan pengamatan langsung ke Goa Garunggung yang berlokasi di Desa Karang Tengah, Kecamatan Babakan Madang, Sentul, Bogor, Jawa Barat.

## 2. Wawancara

Melakukan wawancara tanya jawab dengan beberapa narasumber yaitu Abah Ajum selaku Penemu dan Penjaga Goa, Ibu Juju selaku kepala divisi wisata Perhutani KPH Bogor yang membidangi wisata dan tata letak wisata di Kabupaten Bogor, Bapak Trianto selaku perwakilan divisi wisata Perhutani KPH Bogor yang membidangi wisata dan tata letak wisata Goa Garunggang. Serta menyanyai beberapa warga setempat dan wisatawan yang pernah berkunjung ke Goa Garunggang.

## 3. Studi Kepustakaan

Mengumpulkan media informasi dari kepustakaan seperti buku mengenai pariwisata dan *signage* yang dapat mendukung pencarian informasi.

## 4. Kuesioner

Pemberian kuesioner melalui media online yang ditujukan kepada masyarakat luas. Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa banyak responden yang mengetahui keberadaan Goa Garunggang.

## Metode Analisis Data

### Analisis SWOT

Menurut Soewardikoen (2013), analisis SWOT digunakan pada saat menilai suatu perusahaan, dengan cara membuat matriks atau faktor luar. Pada sisi vertikal terdapat peluang dan ancaman sebagai faktor luar. Sedangkan pada sisi horizontal terdapat kekuatan dan kelemahan sebagai faktor dalam. Sehingga pada perpotongan kolom dan baris terdapat 4 kotak hasil dari campuran faktor dalam dan luar yaitu peluang-kekuatan, peluang kelemahan, ancaman-kekuatan, ancaman-kelemahan.

## 2. Dasar Teori

### 2.1. Perancangan

Menurut John W. Creswell (2012) rancangan penelitian merupakan rencana dan prosedur penelitian yang terdiri dari banyaknya asumsi-asumsi hingga metode-metode yang sangat detail dalam pengumpulan dan analisis data.

### 2.2. Signage dan Wayfinding

Signage dan Wayfinding merupakan sistem penanda dan navigasi yang memberi informasi melalui aspek visual pada setiap tempat. Menurut Calori (2007:5) Wayfinding merupakan proses yang membutuhkan keterlibatan jiwa dan perhatian terhadap lingkungan seseorang dan mencoba untuk menavigasi audiens ke tempat tujuan.

### 2.3. Tipografi

Menurut Sihombing (2001:2) pengetahuan mengenai huruf dipelajari pada sebuah disiplin seni yang disebut tipografi. Berikut faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam tipografi menurut Danton Sihombing, yaitu:

- a. Legibility, yaitu huruf yang dipilih harus jelas bentuknya
- b. Clarity, yaitu huruf harus memperlihatkan kejelasan
- c. Readability, yaitu huruf mudah untuk dibaca
- d. Visibility, yaitu huruf mudah dibaca dan dilihat.

### 2.4. Wisata

Dalam Bahasa Inggris, wisata disebut dengan *tour* yang berarti berdarmawisata atau berjalan-jalan melihat pemandangan. Dalam Bahasa Sansekerta, istilah pariwisata berasal dari kata “*pari*” berarti halus, maksudnya adalah mempunyai tata karma tinggi, dan “*wisata*” berarti kunjungan yang bertata karma dan berbudi (Syafie, 2012:14-15).

### 2.5. Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual merupakan disiplin ilmu yang mempelajari cara untuk menemukan sebuah solusi permasalahan yang terjadi di khalayak umum. Desain komunikasi visual merupakan seni dalam menyampaikan

informasi atau pesan dengan menggunakan Bahasa rupa/ visual yang disampaikan melalui media berupa Desain (Lia & Kirana, 2014:15).

## 2.6. Desain Grafis

Menurut Danton Sihombing (2001), Desain grafis merupakan mempekerjakan berbagai elemen seperti marka, symbol, uraian verbal yang divisualisasikan lewat tipografi dan gambar, baik dengan teknik fotografi ataupun ilustrasi.

## 2.7. SWOT

Menurut Soewardikoen (2013), analisis SWOT digunakan pada saat menilai suatu perusahaan, dengan cara membuat matriks atau faktor luar. Pada sisi vertikal terdapat peluang dan ancaman sebagai faktor luar. Sedangkan pada sisi horizontal terdapat kekuatan dan kelemahan sebagai faktor dalam. Sehingga pada perpotongan kolom dan baris terdapat 4 kotak hasil dari campuran faktor dalam dan luar yaitu peluang-kekuatan, peluang kelemahan, ancaman-kekuatan, ancaman-kelemahan.).

## 2.8. Kategori Usia

Menurut Departemen Kesehatan RI (2009) kategori usia remaja akhir berkisar dari 17-25 tahun, dan masa dewasa awal berkisar dari 26-35 tahun. Dimana pada kedua kategori tersebut perubahan fisik dan psikologis dapat mempengaruhi kemampuan produktif. Diantara peralihan kategori remaja akhir ke dewasa awal ini, seseorang sudah memiliki tujuan yang jelas dan mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan baru.

## 3. Pembahasan

### 3.1 Data Khalayak

Adapun segementasi dalam Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

- |    |               |  |
|----|---------------|--|
| a. | Demografi     |  |
|    | Usia          | : 16 - 25 tahun  |
|    | Jenis Kelamin | : Laki-laki dan Perempuan  |
|    | Pekerjaan     | : Pelajar, Pekerja, Mahasiswa  |
| b. | Psikografi    |  |
|    | Gaya Hidup    | : Sederhana, bekerja keras   |
|    | Kalangan      | : Kalangan menengah  |
|    | Kepribadian   | : Tertarik dengan wisata alam, gemar berpetualang, aktif dalam jejaring social |
| c. | Geografis     |  |
|    | Kota          | : Bogor, Jawa Barat  |
|    | Kondisi       | : Salah satu daerah yang ada di provinsi Jawa Barat                            |

### 3.2 Konsep Perancangan

#### 3.2.1 Konsep Pesan

Pesan utama yang akan disampaikan pada penelitian ini, yaitu “Goa Garunggung adalah objek wisata alam Bogor yang memiliki batu gantung yang unik dan menarik untuk dikunjungi.”.

#### 3.2.2 Konsep Kreatif

Dalam pembuatan desain signage dan wayfinding penulis mengambil keunikan atau ciri khas dari Goa Garunggung, yaitu batu sedimen yang banyak terdapat di Kawasan Goa. Selain itu, perancangan signage dan wayfinding membuat identitas wisata baru bagi Goa Garunggung.

#### 3.2.3 Konsep Media

Dalam perancangan ini, media yang dipilih harus tepat dan efektif. Media yang mendukung dalam penyampaian pesan ini diantaranya, adalah:

- a. Media Utama (*Signage*)

Jenis *signage* yang ada pada perancangan ini dibagi menjadi 4 kategori, yaitu:

a. *Interpretative sign*

*Sign* ini membantu wisatawan untuk mengetahui informasi mengenai Goa Garunggang.

b. *Directional sign*

*Sign* ini memberikan informasi dan menavigasi wisatawan untuk mengetahui keberadaan lokasi yang ingin dituju. Salah satu dari rancangan *directional sign* menambahkan pencahayaan yang berasal dari energi surya, dimana pencahayaan ini dibutuhkan saat malam tiba untuk mendukung kegiatan masyarakat desa.

c. *Identified Sign*

Perancangan *Sign* ini dibuat untuk menandai daerah atau area tertentu.

d. *Regulatory Sign*

*Sign system* ini memuat peraturan terhadap perilaku dan kegiatan wisatawan selama di Goa Garunggang.

b. Media Pendukung

a. Tiket

Goa Garunggang belum memiliki tiket masuk saat ini, sehingga perancangan tiket masuk sangat dibutuhkan. Sebelumnya, harga untuk masuk ke dalam Goa hanya seikhlasnya saja, namun karena saat ini Goa Garunggang sedang melakukan pengembangan dari rintisan menjadi objek wisata, maka harga tiket masuk sudah mulai ditetapkan menjadi lima belas ribu rupiah.

b. Buku Panduan Wisata

Pemilihan buku panduan menjadi media pendukung adalah karena dapat memberikan informasi mengenai Kawasan wisata Goa Garunggang. Buku panduan ini berbentuk leaflet memiliki ukuran kertas A4 dan dapat dilipat. Sehingga wisatawan dapat menyimpan dan membawanya dengan mudah.

c. Brand book

Buku ini berisi konsep-konsep desain *signage* dan *wayfinding* Goa Garunggang. Dimana buku ini akan dicetak dengan ukuran A5 serta dilapis *cover* dengan bahan kayu atau mdf.

d. Media sosial

Media sosial yang dipilih adalah Instagram. Dimana aplikasi tersebut memang bertujuan untuk berbagi informasi berupa gambar dan caption yang memperjelas informasi sebuah gambar.

3.2.4 Konsep Visual

a. Ilustrasi

Dalam perancangan ini konsep ilustrasi yang diterapkan pada desain *signage* dan *wayfinding* diadaptasi dari bentuk batu gantung yaitu batu yang terdapat disekitar Goa. Ilustrasi yang terdiri dari beberapa bentuk dan susunan menyerupai tumpukan batu.



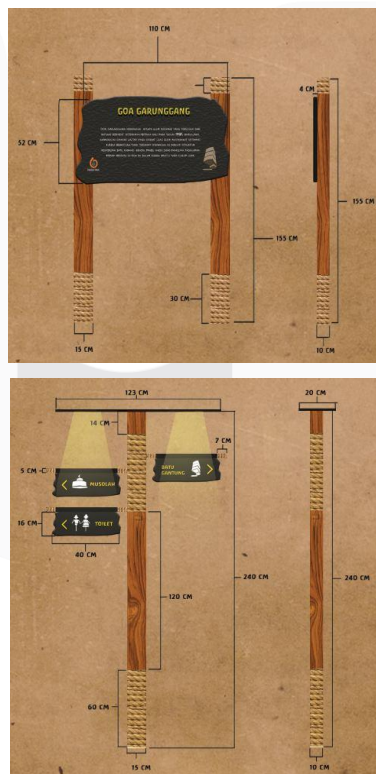
Warna



Tipografi



b. Hasil Perancangan Media Utama





Media Pendukung



Pengaplikasian



#### 4. Kesimpulan

*Signage* dan *wayfinding* merupakan faktor terpenting yang harus ada pada suatu Kawasan yang membutuhkan navigasi agar wisatawan sampai ke tempat tujuannya. Masih jarang di temukan petunjuk jalan yang mengarahkan wisatawan ke wisata alam Goa Garunggang. Dengan adanya perancangan *signage* dan *wayfinding* untuk objek wisata alam Goa Garunggang, dapat mempermudah wisatawan yang ingin berkunjung ke Goa Garunggang dikarenakan telah tersedianya informasi yang memadai melalui aspek-aspek visual yang terdapat pada *signage* dan *wayfinding* yang telah dirancang oleh penulis. Logo Goa Garunggang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan media promosi sehingga dapat bersaing dengan objek wisata alam lainnya. Dengan adanya media pendukung *guide book* diharapkan dapat membimbing dan menavigasi wisatawan untuk dapat sampai ke Goa dengan tepat dan mudah.

#### Daftar Pustaka

- [1] Antonius S, Bungaran., Tanjung, Flores., & Nasution Rosramadhana. 2017. *Sejarah Pariwisata Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- [2] Anggraini S, Lia., & Nathalia, Kirana. 2014. *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- [3] Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [4] John W, Creswell. 2012. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- [5] Calori, Chis. 2007. *Signage and Wayfinding Design*. United States: Wiley Publisher, New Jersey.
- [6] Soewardikoen, Didit Wiatmoko. 2013. *Metode Penelitian Visual : Dari Seminar ke Tugas Akhir*. Bandung: Dinamika Komunika.
- [7] Debudpar. 2009. *Undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*. Jakarta: Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata.
- [8] Wulandari Kole, Ririn. 2012, *Kota Bogor dalam Angka*. Diakses pada [www.academia.edu](http://www.academia.edu)
- [9] Pusdatin. 2015, *Kode dan Data Wilayah Administrasi Pemerintahan*. Diakses pada [www.kemendagri.go.id](http://www.kemendagri.go.id)
- [10] Perhutani. 2018, *Perum Perhutani*. Diakses pada [www.perhutani.co.id](http://www.perhutani.co.id) ( 2 Mei 2018)
- [11] Hardi, Indah, 2015, *Jangan Lupakan Aku Gaes : Goa Gudawang*. Diakses pada [indahhardi.wordpress.com](http://indahhardi.wordpress.com) (18 Mei 2018)
- [12] Octa,Eko, 2016, *Wisata Perut Bumi : Goa Gudawang*. Diakses pada [www.indeksberita.com](http://www.indeksberita.com) (18 Mei 2018)
- [13] Pusdatin. 2008, *Departemen Kesehatan RI : Kategori Umur Menurut Depkes RI*. Diakses pada [www.depkes.go.id](http://www.depkes.go.id) (12 Agustus 2018)