

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Berkemah adalah kegiatan atau aktivitas yang dilakukan di alam terbuka seperti di hutan, taman, atau gunung. Banyak orang berkemah untuk untuk menghindari atau istirahat dari hiruk pikuk kota. Kegiatan berkemah biasanya dilakukan oleh teman, keluarga, atau kerabat terdekat sebagai cara untuk bersantai. Kegiatan berkemah biasanya dilakukan di “Bumi Perkemahan”, tempat yang telah disediakan oleh pemilik atau pemerintah dan digunakan untuk membangun tenda di area terbuka dan tanah yang rata sebagai pengganti rumah. Bumi perkemahan biasanya terletak di area terbuka di daerah sub-urban dan dimaksudkan untuk digunakan untuk aktivitas berkemah. Dengan membuat aktivitas berkemah lebih mudah dan nyaman, bumi perkemahan membuat perjalanan menjadi lebih mudah. Kota Bandung memiliki banyak tempat wisata menarik, baik alami maupun buatan. Objek wisata di Kota Bandung terkenal dengan udaranya yang sejuk dan berada dikawasan pegunungan yang memuat wisatawan lokal maupun luar tertarik untuk melakukan kegiatan wisata di Kota Bandung. Maranganani Camp adalah salah satunya, objek wisata ini terletak di daerah Bandung Timur. Selain memiliki *spot* foto yang unik, objek wisata ini juga memiliki keindahan alam dengan area hutan pinusnya yang terhampar luas, udara yang sejuk dan juga terletak di antara dua kaki gunung manglayang dan kaki gunung palasari.

Berdasarkan hasil dari awal penelitian tentang Maranganani Camp didapatkan suatu permasalahan yang terjadi di Maranganani Camp ini secara aktual yaitu kurang aktif pihak pengelola dalam melakukan persuasi Maranganani Camp dalam media *online* maupun *offline*. Sehingga orang-orang hanya mengetahui melalui cerita dari teman, atau keluarga selain itu juga bisa melihat foto pengunjung lain yang mengunjungi Maranganani Camp ini. Berdasarkan hasil wawancara kepada bapak Hendri selaku pihak pengelola Maranganani Camp, dinyatakan bahwa untuk masalah pengunjung pada saat hari-hari kerja pengunjung tidak ramai, tetapi ketika di akhir pekan biasanya di padati oleh pengunjung yang berdatangan dari pagi sampai sore. Namun kebanyakan pengunjung merupakan masyarakat sekitar Ujungberung, Cijambe, Cipadung, Cibiru dan sekitarnya. Dari pernyataan ini

didapatkan informasi bahwa masyarakat Kota Bandung sendiri belum mengetahui tentang keberadaan Maranganani Camp.

Dalam hal ini diperlukan suatu upaya untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat Kota Bandung tentang Maranganani Camp. Bentuk upaya yang dapat dilakukan yaitu berupa persuasi, upaya ini sangat penting dilakukan dengan lebih terencana sehingga mencapai hasil sesuai dengan yang diinginkan. Sehingga Maranganani Camp dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas terutama masyarakat Kota Bandung sendiri.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas, maka didapatkan masalah-masalah yang terdapat pada objek perancangan yakni sebagai berikut:

- Jumlah kunjungan yang kurang stabil di hari kerja namun ramai di akhir pekan akan tetapi hanya berkunjung tanpa melakukan aktivitas berkemah.
- Langkah persuasi yang dilakukan oleh pihak pengelola baik di media *online* maupun *offline* kurang aktif.
- Banyak masyarakat Kota Bandung yang belum mengetahui tentang Maranganani Camp.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka dirumuskan sebuah permasalahan yaitu tentang bagaimana cara mempengaruhi masyarakat Kota Bandung untuk dapat menikmati dan berkemah di Maranganani Camp.

I.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

- Batasan objek membahas mengenai Maranganani Camp sebagai tempat untuk aktivitas berkemah, hal ini di karenakan saat ini yang berkunjung ke Maranganani Camp hanya untuk berkunjung saja tanpa melakukan aktivitas berkemah.

- Batasan subjek untuk masyarakat Kota Bandung, hal ini dikarenakan paling tidak saat ini hanya wilayah dari kecamatan sekitar Maranganani Camp saja yang datang paling tidak Maranganani Camp bisa di kenal oleh masyarakat Kota Bandung terlebih dahulu.
- Batasan tempat untuk masyarakat kota bandung, hal ini bertujuan untuk memperkenalkan Maranganani Camp sebagai tempat berkemah yang berada di Bandung Timur.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

I.5.1 Tujuan Perancangan

Berdasarkan pemaparan sebelumnya maka adapun tujuan dari perancangan ini adalah untuk memperkenalkan dan mempersuasi calon pengunjung yang ingin berkunjung ke Maranganani Camp sebagai area berkemah yang tepat, yang di targetkan kepada masyarakat luas, terutama masyarakat Kota Bandung.

I.5.2 Manfaat Perancangan

Adapun manfaat dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

- Manfaat Teoritis
 - a. Bagi perancang, dapat memahami secara jelas bagaimana melakukan sebuah promosi terhadap objek wisata dengan baik dan terencana sehingga mencapai hasil sesuai yang diinginkan dan juga sebagai pengalaman dalam merancang suatu persuasi objek wisata.
 - b. Bagi keilmuan, dapat menjadi sebuah referensi sebagai sumber pembelajaran bagi yang akan merancang mengenai persuasi yang berkaitan dengan objek wisata.
- Manfaat Praktis
 - a. Bagi pengunjung Maranganani Camp, dapat menjadi wisata yang dikenal oleh banyak masyarakat yang berada di dalam maupun luar Kota Bandung. Sekaligus meningkatkan jumlah pengunjung meningkat dari berbagai daerah baik dari dalam maupun luar Kota Bandung.
 - b. Bagi masyarakat, dapat mengetahui Maranganani Camp dan menjadikannya pilihan destinasi wisata yang harus dikunjungi di kemudian hari.