BAB IV

DESKRIPSI OBYEK, HASIL PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek

4.1.1 Sejarah Kampung Coklat

Berdirinya Wisata Edukasi Kampung Coklat, berawal saat peternakan ayam petelur milik Bapak Kholid Mustofa (Pimpinan Kampung Coklat) mengalami kerugian besar akibat terjangkit virus Flu Burung pada tahun 2004 yang pada akhirnya mengalami kebangkrutan dan menjadikan Bapak Kholid Mustofa meninggalkan karirnya pada industri peternakan. Karena adanya tuntutan ekonomi dan ketidak pastian pekerjaan, Bapak Kholid Mustofa memutar otak bagaimana cara untuk memenuhi kebutuhan keluarganya.

Kebetulan saat itu keluarganya punya kebun seluas 750 m2 yang sudah ditanami Kakao sejak tahun 2000. Kakao tersebut menjadi inspirasi Bapak Kholid Mustofa untuk kembali memulai usaha. Seiring berjalannya waktu, Bapak Kholid Mustofa semakin menekui usaha kakao. Hasil panen Kakao pertama dijual ke Sumberpucung, Kabupaten Malang, dengan harga Rp. 9.000,00/ Kg. Harga tersebut menjadi motivasinya untuk lebih merawat kakao miliknya.

Akhirnya Bapak Kholid Mustofa memutuskan untuk mendalami budidaya kakao dengan magang di PTPN XII Blitar dan Puslit Kota Jember. Setelah magang di PTPN XII Blitar dan Puslit Kota Jember, akhirnya Bapak Kholid Mustofa menekuni budidaya kakao dengan mengajak beberapa rekan yang kemudian membentuk Gapoktan Guyub Santoso. Gapoktan Guyub

Santoso berdiri sejak 1 Januari 2005. Pada perkembangannya Gapoktan

Guyub Santoso membentuk badan hukum UD, CV dan KSU yang

kesemuanya bernama Guyub Santoso dan bergerak di bidang pemasaran biji

kakao baik di pasar regional, nasional maupun ekspor. Setelah berhasil

mengekspor, Gapoktan Guyub Santoso melakukan pengembangan dengan

memulai memproduksi olahan coklat sejak tahun 2013. Coklat dengan cita

rasa original ber-merk GuSant menjadi produk unggulan Guyub Santoso.

Hingga kini dari hari ke hari perkembangannya terus meningkat.

Dan pada tahun 2014 tepatnya tanggal 17 Agustus, Gapoktan Guyup Santoso

berubah nama menjadi Kampung Coklat yang mengusung konsep berbeda,

yaitu mengangkat edukasi tentang kakao dan menjual mkanan dan minuman

yang terbuat dari coklat. Selain itu Bapak Kholid Mustofa terus

mengembangkan Wisata Edukasi Kampung Coklat dari segi fasilitas demi

kenyamanan pengunjung. Antara lain fasilitas Coklat Gallery, terapi ikan,

livemusic, mushola, photo area, dan fasilitas yang terbaru adalah mini studio

yang menayangkan sejarah coklat dari seluruh dunia dan juga film

dokumenter sejarah kampung coklat.

Setiap hari tidak kurang 400 orang datang ke lokasi itu. Jika hari

libur bisa mencapai 2000 pengunjung. Tidak jarang para pejabat pusat dan

daerah datang ke lokasi itu. Wisata Edukasi Kampung Coklat sekarang ini

menjadi destinasi wisata yang wajib dikunjungi saat berlibur di Blitar, selain

bisa menikmati berbagai olahan dari coklat, pengunjung juga bisa belajar

mengenai budidaya kakao dan cara membuat coklat.

4.1.2 Profil Wisata Edukasi Kampung Coklat

Nama Wisata

: Kampung Coklat

Nama Pendiri

: Kholid Mustofa

56

Tanggal berdiri : 1 Januari 2005 (Gapoktan Guyup Santoso), 17 Agustus

2014 (Kampung Coklat)

Lembaga : KSU Guyub Santoso, CV Guyub Santoso dan UD Guyub

Santoso

Jaringan : 48 Kelompok Tani Kakao (se-Kab. Blitar) – Gapoktan

Kakao Se-Jawa Timur

Prinsip : Sukses Petani, Sukses Gapoktan, Masyarakat Sejahtera

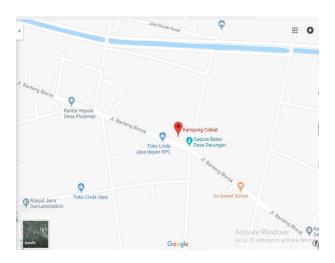
Kultur : Kampung Coklat adalah wisata edukatif yang

mengedepankan kemanfaatan pada masyarakat sekitar.

4.1.3 Lokasi Wisata Edukasi Kampung Coklat

Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar berada di Jalan Banteng – Blorok no 18 RT 01 RW 06 Desa Plosorejo Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar 66161

Berikut peta Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar



Gambar 4.1.3 Peta Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

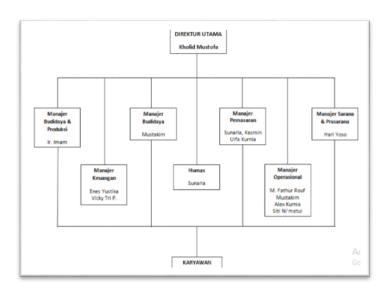
4.1.4 Logo Wisata Edukasi Kampung Coklat



Gambar 4.1.4 Logo Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

Sumber: Dokumentasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

4.1.5 Struktur Organisasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar



Gambar 4.1.3 Bagan Struktur Organisasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

4.1.6 Produk Wisata Edukasi Kampung Coklat

Produk-produk olahan kakao dari Wisata Edukasi Kampung Coklat antara lain :

a. Block Original

Komposisi : Coklat bubuk, Gula, Lemak

Coklat, Lemak Nabati, Lesitin,

Perisa Vanila

Berat : 250 gram

Harga : Rp.30.000,-

Gambar

4.1.6 (a) Block Original

Sumber Dokumentasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

b. Love Original

Komposisi : Coklat bubuk, Gula, Lemak Coklat,

Lemak Nabati, Lesitin, Perisa

Vanila

Berat : 60 gram

Harga : Rp.11.000,-

Gambar

4.1.6 (b) Love Original

Sumber: Dokumentasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar



c. Bar Original



Komposisi : Coklat bubuk, Gula, Lemak Coklat, Lemak Nabati,

Lesitin, Perisa Vanila

Berat : 45 gram

Harga : Rp. 10.000,-

Gambar 4.1.6 (c) Bar Original

Sumber : Dokumentasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

d. Cup Original

Komposisi : Coklat bubuk, Gula, Lemak

Coklat, Lemak Nabati, Lesitin,

Perisa Vanila

Berat : 100 gram

Harga : Rp.16.000,-

Gambar 4.1.6 (d) Cup Original

Sumber Dokumentasi Wisata Edukasi



Kampung Coklat Blitar

e. MK Original

Komposisi : Coklat bubuk, Gula, Lemak

Coklat, Lemak Nabati, Lesitin,

Perisa Vanila

Berat : 15 biji

Harga : Rp.30.000,-



Gambar 4.1.6 (e) MK Original

Sumber Dokumentasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

f. Nuai Original

Komposisi : Coklat bubuk, Gula, Lemak

Coklat, Lemak Nabati, Lesitin,

Perisa Vanila

Berat : 60 biji

Harga : Rp.82.000,-

Gambar 4.1.6 (f) Nuai Original Sumber Dokumentasi Wisata Edukasi



Kampung Coklat Blitar

g. Kopi Original

Komposisi : Coklat bubuk, Gula, Lemak

Coklat, Lemak Nabati, Lesitin,

Perisa Vanila

Berat : 200 gram

Harga : Rp.30.000,-

Gambar 4.1.6 (g)Kopi Original

Sumber Dokumentasi Wisata Edukasi



Kampung Coklat Blitar

h. Olahan coklat lainnya, seperti geti coklat, geti coklat, dodol coklat, roti kacang coklat, stick coklat, koin coklat, coklat batang, dan masih banyak lagi produk yang dihasilkan oleh wisata edukasi kampung coklat.

4.1.7 Fasilitas Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

Kampung Coklat juga menyediakan berbagai macam fasilitas memadai dan menarik, yang bertujuan untuk memberi kenyamanan kepada pengunjung. Fasilitas-fasilitas tersebut antara lain :

a. Lorong

Setelah melewati pintu masuk dan loket, pengunjung akan disuguhi dengan cerita bagaimana cokelat tiba di Indonesia sampai dengan awal mula berdirinya Wisata Edukasi Kampung Coklat, cerita ini bisa dijumpai di dinding-dinding lorong saat akan memasuki area Wisata Edukasi Kampung Coklat.



Gambar 4.1.7 (a) Lorong Wisata Edukasi Kampung Coklat

b. Lounge

Merupakan salah satu tempat santai, tempat ini sering di sebut sebagai cafe *outdoor* Wisata Edukasi Kampung Coklat. Tempat duduk disini cukup nyaman, duduk dibawah pohon kakao yang rindang dan ditemani dengan minuman coklat serta berbagai produk olahan yang tersedia, serta bisa menikmati *live music*.



Gambar 4.1.7 (b) Launge, café outdoor Wisata Edukasi Kampung Coklat

c. Photo Area

Tempat ini berada di tengah area kampung coklat sebelum coklat galeri. Di sini pengunjung dapat mengambil foto sendiri maupun bersama teman dan keluarga.



Gambar 4.1.7 (c) Spot foto Wisata Edukasi Kampung Coklat

d. Garage

Tempat ini menyuguhkan berbagai barang antik seperti mobil dan motor antik. Pengunjung biasanya memilih tempat ini untuk berfoto.

e. Terapi ikan

Terapi ikan adalah fasilitas favorit pengunjung, karena pengunjung bisa bersantai sambil terapi ikan. Terapi ikan mempunyai banyak manfaat, antara lain bisa menenangkan pikiran dan melancakan silkulasi darah.



Gambar 4.1.7 (e) Terapi Ikan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

f. Live music

Panggung untuk *live music* berada disebelah barat area kampung coklat. *Live music* ini ada setiap Sabtu dan Minggu, serta hari libur atau tanggal merah.



Gambar 4.1.7 (f) Live music di Wisata Edukasi Kampung Coklat

g. Warung Prasmanan

Kampung Coklat juga menyediakan warung prasmanan yang menyediakan makanan khas jawa yang murah. Pengunjung bisa memilih makanan yang merka inginkan.



Gambar 4.1.7 (g) Warung Prasmanan Wisata Edukasi Kampung Coklat

h. Cooking Class

Ditempat ini pengunjung dapat menghias coklat sesuai dengan kreativitas masing-masing.



Gambar 4.1.7 (h) Cooking Class Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

Sumber: Dokumentasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

i. Coklat Galeri

Tempat ini disediakan untuk menjual coklat dan olahan coklat lainnya. Keripik pisang coklat, brownies, lapis kukus dll. Tidak hanya itu di sini juga menjual souvenir seperti mug, tas, dan baju yang siap dijadikan oleh-oleh para wisatawan



Gambar 4.1.7 (i) Coklat Galeri

j. Studio Mini

Kampung coklat menyediakan studio mini yang menayangkan film dokumenter sejarah coklat di dunia dan juga sejarah berdirinya kampung coklat.



Gambar 4.1.7 (j) Studio mini Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

k. Mushola

Bagi pengunjung beragam muslim, kampung coklat juga menyediakan mushola yang bersih dan lengkap dengan mukenah dan juga sarung.

1. ATM

Di area Wisata Edukasi Kampung Coklat juga disediakan mesin ATM untuk memudahkan pengunjung untuk menarik uang, ATM yang teredia adalah ATM Bank Jatim dan BRI.



Gambar 4.1.7 (l) ATM Center Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

m. Area bermain anak

Bagi anak-anak wahana ini menyediakan kereta kelinci yang berjalan di atas rel, selain itu juga ada mobil-mobilan yang bisa digunakan untuk mengintari wahana bermain ini. Tidak hanya itu wahana ini juga menyediakan istana balon, *trampoline*, dan perahu gayung.



Gambar 4.1.7 (m) Area bermain anak

4.1.8 Paket Wisata Edukasi Kampung Coklat

Kampung Coklat menyediakan paket wisata yang bisa pengunjung pilih, setiap paket berbeda fasilitas. Paket wisata tersebut antara lain :

a.Paket Original Chocolate @Rp15.000,-/pack

Fasilitas:

- Pembibitan Kakao
- Pecah Buah Kakao
- Pengolahan Kakao pasca panen
- Cooking Class
- Chocolate Mix
- Opak Gambir Colek Coklat
- Doorprize
- b. Paket Milk Chocolate @Rp20.000/pack

Fasilitas

- Pembibitan Kakao
- Pecah Buah Kakao

- Pengolahan Kakao pasca panen
- Cooking Class
- Chocolate Mix
- Sate Buah/ Bola-bola Colek Coklat
- Doorprize

c.Paket Crispy Chocolate @Rp30.000/pack

Fasilitas:

- Pembibitan Kakao
- Pecah Buah Kakao
- Pengolahan Kakao pasca panen
- Cooking Class
- Chocolate Mix
- Sate Buah/ Bola-bola Colek Coklat
- Doorprize

4.2 Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini disajikan oleh penulis sesuai dengan fokus penelitian aktivitas *marketing public relations* Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar adalah sebagai berikut :

a. *Publications* (Publikasi)

Dalam publikasinya, pihak kampung coklat menggunakan media cetak dan juga media internet. Media cetak seperti brosur dan leafet, sedangkan media internet melalui website resmi Kampung Coklat. Selain itu juga melalui media sosial instagram. Hal ini dirasa pihak kampung coklat cukup bisa menarik perhatian masyarakat.

Seperti yang di katakan oleh Bapak Sunaria selaku Humas Wisata Kampung Coklat Blitar, saat ditanya mengenai model publikasi yang diterapkan di Wisata Edukasi Kampung Coklat,

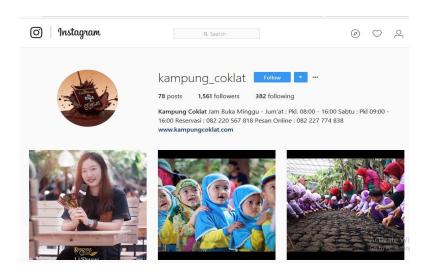
"untuk publikasi dan promosi Kampung Coklat sendiri lebih menggunakan brosur dan leafet mbak, kita juga memasang baliho di jalan-jalan, pembuatan buku profil pariwisata, hingga promosi melalui surat kabar, radio, stasiun TV lokal, dan kami juga membuat situs web resmi kampung coklat sendiri, yaitu www.kampungcoklat.com di dalamnya terdapat berbagai informasi mengenai produk, fasilitas, hingga kegiatan yang dilakukan oleh kampung coklat. Dan baru-baru ini kampung telah membuat instagram resmi kampung coklat, disana kami memposting perkembangan kampung coklat, dan pengunjung bisa menandai akun kampung coklat di dalam postingan merka"

Grandy Senja, salah satu pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar saat ditanya darimana mengetahui Wisata Edukasi Kampung Coklat menjawab,

"Saya tau wisata ini dari baliho yang ada di jalan mbak, awalnya saya penasaran, wisata kampung coklat ini apa, temen-temen saya di sekolah juga ngomongin ini terus upload foto di instagram, jadi saya ikut-ikutan kesini juga hehe. Kebetulan waktu itu adalah hari minggu."

Saat ditanya mengenai publikasi yang dilakukan Kampung Coklat, Grandy menjawab,

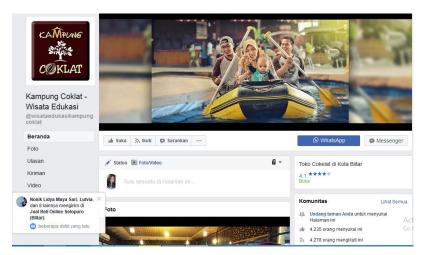
"Saya cuma tau Kampung Coklat punya website sama instagram aja mbak, itupun instagramnya cuma buat repost foto pengunjung yang ngetag dia aja. Terus ada spanduknya juga sih tapi itupun spanduknya nggak menyebar, waktu masuk Kademangan aja ada banyak spanduk."



Gambar 4.2 (a) Instagram Wisata Edukasi Kampung Coklat



Gambar 4.2 (a1) Baliho Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar



Gambar 4.2 (a2) Facebook Wisata Edukasi Kampung Coklat

Sumber: facebook.com



Gambar 4.2 (a3) Twitter Wisata Edukasi Kampung Coklat

Sumber: twitter.com

b. *Identity Media* (Identitas Media)

Identitas perlu dibuat oleh sebuah perusahaan agar masyarakat daat dengan mudah mengenal perusahaan tersebut. Seperti yang telah di terapkan oleh Wisata Edukasi Kampung Coklat yang telah membuat logo perusahaan dapat dikenal oleh msyarakat. Wisata Edukasi Kampung Coklat memiliki ciri khusus pada logo yang digunakan, yaitu identik dengan warna coklat dengan tulisan Kampung Coklat yang divariasi dengan ada gambar buah kakao. Logo ini sangat mudah dikenali dan diingat oleh msyarakat.

Dalam wawancara terhadap Bapak Sunaria selaku Humas Wisata Edukasi Kampung Coklat mengatakan,

"Sejak awal berdirinya Kampung Coklat, kami sudah melakukan penyuluhan tentang logo dan identitas kampung coklat sendiri, setiap ada acara atau promosi kami selalu mengusung logo dan identitas tersebut. Dan saya rasa identitas kampung coklat tersebut sudah sangat dikenal oleh masyarakat"

Bahkan pengunjung Wisata Edukasi Kmapung Coklat pun juga mengatakan bahwa merka sudah sangat menegnali logo dari kampung Coklat sendiri. Seperti yang dikatakan oleh Grandy Senja, salah satu pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar,

"Logo Kampung Coklat ini simple ya mbak, mudah diingat dan desainnya juga bagus"

c. Event (Kegiatan)

Event atau kegiatan perlu dilakukan oleh perusahaan sebagai ajang promosi dan juga menarik perhatian pengunjung. Sejauh ini event atau kegiatan yang diadakan oleh Wisata Edukasi Kmapung Coklat sangat minim. Pihak Kampung Coklat jarang dalam mengadakan event-event

yang dapat menarik masyarakat untuk datang ke Wisata Edukasi Kampung Coklat. Wisata Edukasi Kampung Coklat melakukan kegiatan antara lain:

 Peletakan batu pertama desa wisata dan menyambut tahun baru 1437
 H oleh Gus Ipul dan K.H. Anwar Zahid pada tanggal 10 Oktober 2015



Gambar 4.2 (c1) Peletakan batu pertama di Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

Sumber: Dokumentasi Wisata Edukasi Kampung Coklat

 Pengukuhan Kepengurusan Asidewi Kabupaten Blitar Periode 2006-2021 pada tanggal 20 Mei 2016



Gambar 4.2 (c2) Pengukuhan Kepengurusan Asidewi Kab.Blitar Sumber : Dokumetasi Wisata Edukasi Kampung Coklat

 Kunjungan MENPORA, Bapak Imam Nahrawi pada tanggal 16 Desember 2017



Gambar 4.2 (c3) Kunjungan MENPORA ke Wisata Edukasi Kampung Coklat

Sumber : Dokumetasi Wisata Edukasi Kampung Coklat

Seperti yang di paparkan Humas Kampung Coklat Blitar, saat di wawancara kampung coklat pernah mengadakan *event* atau tidak, dan beliau menjawab,

"Kami sudah beberapa kali mengadakan acara mbak, mungkin karena kurang adanya kreativitas kami mbak, acara yang ada di kampung coklat hanya beberapa saja, dan itupun jarang sekali, jarak antara acara satu dengan yang lainnya sangat lama."

Begitu juga yang dituturkan oleh Grandy Senja saat ditanya pernah mengetahui *event* di Kampung Coklat apa tidak, beliau menjawab,

"Event apa ya mbak? Saya nggak pernah tau kalau kampung coklat pernah mengadakan event."

d. News (Berita)

Tugas utama dalam *marketing public relations* adalah membuat dan menemukan acara agar perusahaan nya dapat dimuat atau diliput dalam pemberitaan media cetak ataupun media elektronik. Sejauh ini begitu banyak pemberitaan positif mengenai Kampung Coklat. Tidak hanya diliput di radio atau media cetak dan internet, Kampung Coklat sering menjadi berita utama di stasiun televisi lokal, nasional maupun swasta. Pemberitaan Kampung Coklat yang terbaru adalah diliput oleh acara Reportase Pagi Trans TV, yang berjudul Reportase Pagi on Kampung Coklat. Seperti yang di jelaskan oleh Bapak Sunaria,

"Alhamdulilah mbak, selama ini Kampung Coklat selalu ramai dengan pemberitaan yang positif, banyak yang datang ke sini untuk melakukan pemberitaan dan juga liputan, dan tidak hanya diliput oleh TV lokat, tetapi TV nasional dan swasta pun sering meliput Kampung Coklat, seperti RCTI, SCTV, Indosiar, TRANS. Yang terakhir meliput Kampung Coklat adalah acara Reportase Pagi dari Trans TV."

Peneliti bertanya kepada Grandy Senja,

"Apakah mbak Grandy pernah melihat pemberitaan tentang wisata Kampung Coklat ini?"

Narasumber menjawab,

"Oh, pernah sih mbak, dulu ya tapi waktu baru berdiri. Dulu banyak banget masuk TV berita tentang Kampung Coklat ini mbak. Tapi kalau sekarang sih kayaknya saya nggak tau ada pemberitaan lagi."



Gambar 4.2 (d) Liputan Reportase Pagi on Kampung Coklat Sumber : Dokumentasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

e. *Speeches* (Pidato)

Sejauh ini perwakilan dari Kampung Coklat sering diundang sebagai pembicara atau pengisi materi dalam seminar. Hal ini tentu menjadi nilai positif bagi Kampung Coklat, karena hal tersebut dapat membangun citra positif perusahaan dan juga bisa dijadikan sebagai ajang promosi.

Pewawancara bertanya kepada Bapak Sunaria, "apakah ada perwakilan dari Kampung Coklat yang mengisi acara seminar atau sebagainya?", dan narasumber menjawab,

"Sering mbak, bapak (pemilik kampung coklat) diundang sebagai pembicara di seminar-seminar, lebih sering menjadi pembicara di kuliah tamu universitas-universitas di Blitar mbak, seperti UNISBA, STIEKEN, dan juga sering diundang di universitas luar Blitar untuk mengisi seminar"

Saat ditanya apakah pernah menjumpai acara yang disponsori oleh Kampung Coklat, Grandy menjawab,

"Pernah mbak, waktu di acara diesnatalis kampusnya kakak saya di UNISBA, Cuma itu saja sih yang saya tahu."

f. Public-Service Activities (Kegiatan Sosial)

Kegiatan sosial juga sangat perlu dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk membangun citra positif di mata masyarakat. Dengan ikut dalam kegiatan atau mengadakan kegiatan sosial akan membuat msyarakat simpati dengan perusahaan tersebut. Pihak Kampung Coklat juga rutin mengadakan kegiatan sosial, sasaran kegiatan sosial kampung coklat adalah anak-anak yatim disekitar Kampung Coklat, seperti yang dipaparkan oleh Bapak Sunaria.

"Kami sering mbak mengadakan acara sosial, seperti santunan kepada anak yatim dan itu kami adakan rutin setiap maulid nabi. Kami juga sering mengadakan buka puasa bersama anak yatim sekitar sini".



Gambar 4.3 (f) Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar memberikan santunan kepada anak yatim

Sumber : Dokumentasi Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

g. Sponsorship (Sponsor)

Dengan ikut serta dalam sebuah kegiatan atau mensponsori sebuah kegiatan dapat memperkenalkan perusahaan dan juga produk yang dihasilkan, hal ini sangat bermanfaat bagi kelangsungan sebuah perusahaan. Kampung Coklat sendiri juga sering menjadi sponsor acara-acara di sekitar Kampung Coklat dan kegiatan-kegiatan di universitas di Blitar. Adapun beberapa kegiatan *sponsorship* yang telah dilakukan Kampung Coklat adalah selama tahun 2015-2017 aktif dalam berpartisipasi menjadi sponsor acara-acara di kabupaten Blitar, seperti acara memperingati HUT Kabupaten Blitar, HUT 17 Agustus yang diadakan di kecamatan serta menjadi sponsor tetap diesnatalis Universitas Islam Balitar dan STIEKEN Blitar mulai tahun 2015 hingga sekarang.

Dan Kampung Coklat sendiri tidak mematok kriteria yang akan disponsori, pihak kampung Coklat menuturkan,

"Kami sering mbak menjadi sponsor acara-acara disini, biasanya acara 17 Agustusan di desa dan kecamatan, atau kegiatan kampus di Blitar seperti diesnatalis maupun acara-acara kampus lainnya. Kami tidak mempunyai kriteria apapun untuk memberikan sponsor, karena pada dasarnya niat kami hanya membantu demi kelangsungan acara tersebut, jadi yang mengajukan proposal sponsor kepada kami insyaallah akan kami bantu dengan ikhlas".

4.3 Pembahasan

Setelah melakukan wawancara dan observasi pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar mengenai aktivitas *marketing public relations* yang dilakukan, peneliti akan menganalisis data dari hasil wawancara dan observasi. Aktivitas *marketing public relations* wisata edukasi kampung coklat Blitar

terdiri dari publications, indentity media, event, news, speeches, public-service activities dan sponsorship (Kolter dan Keller, 2006:553).

1. *Publication* (Publikasi)

Publikasi dapat diartikan pengumuman tentang suatu hal yang disiarkan melalui media elektronik maupun media cetak (Ruslan, 2008:13). Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar dalam publikasinya menggunakan bentuk media cetak seperti brosur, leafet, dan baliho yang dipasang dijalan-jalan dan juga elektronik audio dan juga audiovisual melalui radio dan televisi. Serta melalui *website* resmi yaitu www.kampungcoklat.com serta *instagram* resmi kampung coklat.

Brosur, leafet dan juga baliho Wisata Edukasi Kampung Coklat dirasa belum begitu menarik masyarakat, harusnya media cetak sebuah perusahaan yang digunakan sebagai ajang promosi harus menarik. Seperti menurut Yosal (2008) prinsip-prinsip dasar publikasi melalui media cetak, antara lain

- a. Kreativitas,
- b. Beragam
- c. Kuantitas
- d. Visibilitas
- e. Legibilitas
- f. Mudah dipahami

Dalam publikasinya Wisata Edukasi Kampung Coklat harus lebih memaksimalkan penggunaan *website* resmi, setiap perkembangan Kampung Coklat, produk baru Kampung Coklat dan jika ada *event* harus di publikasikan di website, karena sejauh ini website Kampung Coklat terlihat pasif. Dengan *website* yang aktif dan selalu update akan

memudahkan masyarakat untuk mencari informasi dan *update*-an terbaru dari Wisata Edukasi Kampung Coklat tersebut.

Selain itu, penggunaan media sosial di era sekarang ini sangatlah penting dalam publikasi sebuah perusahaan. Sejauh ini media sosial yang aktif adalah instagram, sedangkan *facebook* dan *twitter* sangat pasif. Postingan terakhir tahun 2016. Seharusnya pihak Kampung Coklat lebih aktif dalam penggunaan media sosial tersebut. Semua perkembangan Kampung Coklat, produk baru dan semua yang *update* dari Kampung Coklat seharusnya di publikasikan lewat sosial media tersebut. Sehingga masyarakat lebih tertarik untuk berkunjung ke Kampung Coklat, karena sekarang ini fenomena *selfie* dan di upload di media sosial sedang digandrungi oleh masyarakat, khususnya remaja.

2. *Identity Media* (Identitas Media)

Perusahaan perlu membuat identitas yang bisa dikenal oleh masyarakat dengan mudah. Stationery yang dipakai dibuat sedemikian rupa sehingga dapat meningkatkan citra suatu perusahaan (Kertajaya, 2007:144). Wisata Edukasi Kampung Coklat menerangkan produk dalam suatu gambaran yang mewakilinya untuk dapat menarik pengunjung. Brand atau dikenal dengan merk merupakan tanda identifikasi produk atau jasa yang akan ditawarkan pada konsumen.

Identitas atau logo ini harus dijaga dan dikembangkan agar terus menginspirasi lahirnya inovasi berbagai produk-produk Kampung Coklat. Oleh karena itu, diperlukan sebuah *brand equity* yang merupakan faktor yang membuat orang terhubung kepada nama brand tersebut, dan *brand loyalty* yang berarti adanya kesediaan dari konsumen untuk tetap setia memilih produk tertentu secara terus-menerus (Dias & Shah, 2009:301). Logo Kampung Coklat terdapat disemua kemasan produk,

seragam karyawan, dan semua *point of sales material* Kampung Coklat Blitar.

Logo Wisata Edukasi Kampung Coklat cukup simple dan mudah diingat, terlebih dengan desain yang menarik serta dominan warna coklat yang langsung membuat masyarakat teringat pada Kampung Coklat saat melihat logo tersebut.

3. Event (Kegiatan)

Perusahaan bisa menarik perhatian mengenai produk ataupun kegiatan perusahaan dengan cara mengadakan kegiatan seperti wawancara, seminar, pameran, kompetisi agar dapat menjangkau masyarakat luas (Sari, 2017:46)

Event yang diadakan oleh Wisata Edukasi Kampung Coklat sangatlah minim. Hal ini kurang mampu menarik pengunjung. Seharusnya diadakan event kecil rutin setiap bulannya, dan beberapa event besar dalam setahun. Konsep hari event tersebut harus menarik dan mengedukasi masyarakat, serta setiap event berganti konsep atau tema, sehingga masyarakat merasa penasaran dan dapat berkunjung ke Wisata Edukasi Kampung Coklat.

Event yang diadakan harusnya juga menyesuaikan tanggal atau hari nasional, contohnya pada waktu hari Pendidikan, pihak Wisata Edukasi Kampung Coklat dapat mengadakan kegiatan lomba mewarnai bagi anak TK yang diadakan di Kampung Coklat atau lomba menghias coklat serta mengedukasi murid-murid tentang budidaya kakao. Kemudian bisa juga pihak Kampung Coklat mengadakan festival band yang diikuti oleh pelajar SMA/SMK, bagi band yang mendapat juara bisa tampil *live music* di Kampung Coklat saat weekend.

Event-event kecil seperti itu dirasa akan cukup baik dalam menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke Kampung Coklat. Event besar dapat dilakukan setahun sekali, misalnya pada saat HUT Wisata Edukasi Kampung Coklat yang bersamaan dengan HUT Republik Indonesia dan waktu hari libur Nasional. Hal tersebut akan mampu menarik banyak pengunjung karena moment yang tepat.

4. News (Berita)

Salah satu tugas utama dari *public relations* dalam kegiatan *public relations* adalah membuat atau menemukan acara yang sesuai dengan perusahaan agar diliput atau dimuat di media (Sari, 2017:46). Aktivitas ini sangatlah penting bagi Kampung Coklat untuk memperkenalkan diri ke dalam masyarakat. Karena sekarang ini masyarakat lebih instens menonton atau membaca sebuah berita, apalagi berita yang menarik.

Sejauh ini pemberitaan tentang Kampung Coklat sangatlah positif, akan tetapi hal tersebut terjadi pada saat tahun 2015 sampai pertengahan tahun 2017. Untuk sekarang ini belum ada pemberitaan baru tentang Wisata Edukasi Kampung Coklat, sehingga daya tarik masyarakat menurun, karena tidak ada lagi pemberitaan atau *review* terbaru tentang Kampung Coklat. Seharusnya pihak Kampung Coklat membuat inovasi terbaru yang unik dan juga menarik agar bisa dimuat di media cetak maupun diliput di televisi.

Dengan adanya pemberitaan Kampung Coklat yang mengusung inovasi terbaru akan membuat opini *public* yang positif dan masyarakat tertarik untuk mengunjungi Kampung Coklat, bahkan pengunjung yang sudah pernah mengunjungi Kampung Coklat kemungkinan besar akan kembali berkunjung hanya untuk melihat dan membuktikan pemberitaan tersebut.

5. Speeches (Pidato)

Upaya untuk dapat menjawab pertanyaan media atau memberikan pengarahan di asosiasi penjual *meeting* yang dapat membangun citra perusahaan (Sari, 2017:47). Dapat dengan cara mengisi sebuah acara atau menjadi pembicara di sebuah seminar atau workshop.

Sejauh ini Kampung Coklat cukup sering dalam berpartisipasi sebagai pengisi materi seminar maupun kuliah tamu. Akan tetapi masih kurang, alangkah lebih baik apabila Kampung Coklat mengadakan workshop atau training di area Wisata Kampung Coklat tersebut yang dihadiri oleh masyarakat sekitar, sehingga akan terjadi tanya jawab mengenai kakao dan produk coklat.

Dengan adanya kegiatan tersebut akan membuat relasi antara pihak Kampung Coklat dengan publik eksternal terjalin dengan baik. Tidak hanya dengan msyarakat sekitar akan tetapi citra baik Kampung Coklat sendiri akan menyebar ke berbagai lapisan masyarakat.

6. Public-service activities (Berperan serta dalam kegiatan sosial)

Perusahaan bisa membangun *image* yang positif dengan cara berperan serta dalam aktivitas sosial atau dalam hal-hal yang positif (Sari, 2017:47). Sejauh ini kegiatan layanan masyarakat yang diadakan oleh Kampung Coklat cukup baik, akan tetapi terlalu sedikit dan monoton. Hanya kegiatan santunan kepada anak yatim dan juga buka bersama anak yatim saja yang selama ini diadakan oleh Kampung Coklat.

Akan lebih baik apabila pihak Kampung Coklat mengadakan kegiatan layanan masyarakat atau kegiatan sosial yang mencakup seluruh masyarakat dari berbagi usia. Tidak hanya terfokus untuk anak-anak kecil saja. Contohnya dengan mengadakan acara bagi-bagi sembako

untuk keluarga yang kurang mampu, hal tersebut dirasa cukup dapat menarik simpati masyarakat terhadap Kampung Coklat dan pastinya dapat membangun citra yang sangat positif. Kemudian pihak Kampung Coklat juga dapat melakukan penggalangan dana untuk korban bencana alam, menggunjungi panti jompo dan juga panti yatim piatu. Kegiatan-kegiatan sosial yang simple tersebut sangat mampu menarik perhatian masyarakat.

7. Sponsorship

Perusahaan bisa memasarkan barang merka dengan mensponsori acara yang bermanfaat bagi kelangsungan perusahaannya (Sari, 2017:47). Sejauh ini Wisata Edukasi Kampung Coklat sudah banyak menjadi sponsor dalam acara-acara di Blitar, dari lingkup pemerintahan maupun pendidikan. Hal tersebut sudah cukup baik dan cukup dapat menarik minat masyarakat, selain itu dengan menjadi sponsor suatu acara, terlebih acara yang cukup besar sangat mebguntungkan bagi pihak Kampung Coklat, karena penyelenggara akan mempromosikan Kampung Coklat tersebut, serta Kampung Coklat juga dapat mempromosikan produk-produknya dan juga keunggulan-keunggulan wisata Kampung Coklat dibandingkan dengan wisata yang lain.