

skripsi

**STRATEGI PROMOSI MINI ZOO JOGJA EXOTARIUM  
SEBAGAI WISATA EDUKASI DI YOGYAKARTA**



Oleh :

**Rosa Delima Ina Ege**

**517100788**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA**

**2021**

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI PROMOSI MINI ZOO JOGJA EXOTARIUM**

**SEBAGAI WISATA EDUKASI DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



OLEH :

**ROSA DELIMA INA EGE**

**NIM. 517100788**

Telah disetujui oleh

Pembimbing I

**Drs. Prihatno M.M**  
**NIDN. 0526125901**

Pembimbing II

**Fian Damasdino, S.IP., M.S.c.**  
**NIDN. 0525098901**

Mengetahui,  
Ketua Jurusan

**Arif Dwi Saputra, S.S., M.M**  
**NIDN. 0525047001**

**BERITA ACARA UJIAN**  
**STRATEGI PROMOSI MINI ZOO JOGJA EXOTARIUM**  
**SEBAGAI WISATA EDUKASI DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**OLEH :**  
**ROSA DELIMA INA EGE**  
**NIM. 517100788**

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji  
dan Dinyatakan **LULUS**  
Pada Tanggal .....

**Tim Penguji :**

**Penguji utama** : Arif Dwi Saputra, S.S., M.M : .....  
NIDN. 0525047001

**Pembimbing I** : Drs. Prihatno M.M : .....  
NIDN. 0526125901

**Pembimbing II** : Fian Damasdino, S.IP. M.S.c : .....  
NIDN. 0525098901

**Mengetahui**  
**Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**

Drs. Prihatno, M.M  
NIDN. 0526125901

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rosa Delima Ina Ege

NIM : 517100788

Program Studi : Jenjang Strata I Pariwisata

Judul : Strategi Promosi Mini Zoo Jogja Exotarium  
Sebagai Wisata Edukasi Di Yogyakarta.

Dengan ini menyatakan bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuati Perguruan Tinggi dan pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang pernah ditulis dan diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis terdapat dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 30 Juni 2021



Rosa Delima Ina Ege

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Jatuh dan air mata menjadi salah satu alasan yang membuat kita harus bangkit kembali, bangun dan melanjutkan perjalanan karena perjalanan masih panjang. Terus mencoba, berusaha melakukan yang terbaik dan tidak lupa untuk menyampaikan semua pergumulan hidup kita Kepada Tuhan Yesus Dan Bunda Maria. . Puji syukur selalu saya panjatkan atas kepada Tuhan Yang Maha Pengasih karena atas berkatnya semua jalan yang dimudahkan. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Bapak dan Mama yang telah mendidik dan membesarkan saya sampai saat ini. Terimakasih telah memberikan kasih sayang, mendengarkan keluh kesah, selalu memberikan motivasi sehingga saya bisa melewati fase ini dan mencukupi kebutuhan saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada diri saya sendiri yang sudah kuat dan benar-benar sanggup untuk melewati fase ini, walaupun terkadang harus menjatuhkan air mata, dan sakit untuk bisa bangun kembali dan ternyata sekarang bisa berbicara kepada diri sendiri bahwa ternyata kamu bisa.
3. Kepada kedua kakak laki-laki saya yaitu marsel dan isto, sepupu-sepupu saya yaitu Dian, Figo, Serli, Nafsiah, Angel, Ina, Ilen, Aris, Vikki sahabat saya Rayi serta partner saya Tian. ,Mereka yang selalu siap mendengarkan keluh kesah saya kapanpun dan dimanapun
4. Kepada keluarga besar, teman-teman seperjuangan, serta orang terdekat yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini

## **HALAMAN MOTTO**

“Karena itu, saudara-saudaraku yang kekasih, berdirilah teguh, jangan goyah, dan giatlah selalu dalam pekerjaan Tuhan! Sebab kamu tahu, bahwa dalam persekutuan dengan Tuhan jerih payahmu tidak sia-sia

(Roma 8:31)

“learn from mistake of others. you can't live long enough to make them all yourself

(Eleanor roosevelt)

“balaslah kritikan dan cemooh dari orang lain dengan kesuksesan”

(Penulis)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Promosi Mini *Zoo* Jogja Exotarium Sebagai Wisata Edukasi Di Yogyakarta”. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana kepariwisataan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui Strategi promosi apa yang digunakan untuk mempromosikan Mini *Zoo* Jogja Exotarium sebagai salah satu obyek wisata edukasi di Yogyakarta

Hasil dari penelitian ini yaitu, strategi promosi yang dilakukan sudah dijalankan dengan baik dan cukup efektif untuk mendatangkan pengunjung.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terimakasih yang setinggi – tingginya kepada semua pihak yang telah berperan baik secara langsung dan tidak langsung dalam mewujudkan skripsi ini. Ucapan terimakasih secara tulus dan ikhlas penulis ucapkan kepada :

1. Drs. Prihatno, MM., selaku dosen pembimbing pertama dan ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah meluangkan waktu dan dengan sangat sabar mengarahkan dan membimbing saya dalam

menyelesaikan skripsi ini dan memebrikan saya kesempatan untuk menempuh pendidikan di STP Ampta Yogyakarta.

2. Fian Damasdino, S.IP., M.S.c selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan dengan sangat sabar mengarahkan dan membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S., M.M., M selaku penguji dan ketua jurusan program studi Sajana Pariwisata yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini dan memberikan motivasi kepada saya.
4. Pengelola Mini Zoo Jogja Exotarium telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian, meluangkan waktu untuk saya wawancara, dan mengisi kuesioner serta selalu siap dan cepat memberikan informasi yang saya butuhkan.
5. Para informan penelitian yang telah meluangkan waktu untuk wawancara.
6. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang mana telah berkontribusi dalam penelitian dan penulisan skripsi ini.

Semoga semua pihak yang telah membantu dalam kelancaran penulisan skripsi ini mendapatkan berkat yang berlimpah. Penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Tak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran dari semua pembaca untuk perbaikan pada penelitian berikutnya.

Yogyakarta, 30 Juni 2021

Rosa Delima Ina Ege



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>BERITA ACARA</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
A. Strategi Promosi .....	9
B. <i>Promotion Mix</i> .....	9
C. Bauran Promosi .....	14
D. Kebun Binatang.....	17
E. Wisata Edukasi.....	19

F. Kerangka Pemikiran .....	21
G. Penelitian Terdahulu .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
A. Metode dan Desain Penelitian .....	24
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	24
C. Subyek Penelitian .....	25
D. Sumber Data .....	26
E. Metode Pengumpulan Data .....	27
F. Uji Keabsahan Data .....	28
G. Metode Analisis Data .....	31
H. Alur Penelitian .....	37
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	38
1. Profil Lokasi Penelitian .....	38
2. Visi Dan Misi .....	39
3. Fasilitas .....	40
4. Struktur Organisasi .....	54
B. Hasil Dan Pembahasan .....	54
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>99</b>
A. Kesimpulan .....	99
B. Saran.....	100

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung JE .....	5
Tabel 3.1 Analisis SWOT .....	34
Tabel 4.1 Perhitungan Bobot IFAS .....	84
Tabel 4.2 Perhitungan Bobot EFAS .....	85
Tabel 4.3 Perhitungan Rating IFAS .....	87
Tabel 4.4 Perhitungan Rating EFAS .....	88
Tabel 4.5 Perhitungan Skor IFAS .....	89
Tabel 4.6 Perhitungan Skor EFAS .....	91
Tabel 4.7 Matrix Analisis SWOT .....	95

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kuadran.....	36
Gambar 4.1 Jogja Exotarium.....	40
Gambar 4.2 Gazebo Jogja Exotarium .....	41
Gambar 4.3 Pendopo Jogja Exotarium.....	41
Gambar 4.4 Jembatan Goyang .....	44
Gambar 4.5 Kolam Renang Jogja Exotarium .....	45
Gambar 4.5 Kolam Tangkap Ikan.....	46
Gambar 4.6 Wahana <i>Tubing</i> .....	47
Gambar 4.7 Wahana Terapi Ikan .....	48
Gambar 4.2 Wahana Gerobak Sapi .....	49
Gambar <i>Flying Fox</i> .....	49
Gambar 4.10 Wahana Bebek Kayuh .....	51
Gambar 4.11 Toilet Jogja Exotarium.....	52
Gambar 4.12 Tempat Cuci Tangan JE .....	52
Gambar 4.13 <i>Thermogun</i> JE .....	52
Gambar 4.14 Taman Bunga Prijoto Dan Jembatan Parijoto .....	53
Gambar 4.15 Mushola JE.....	53
Gambar 4.16 Struktur Organisasi Mini <i>Zoo</i> Jogja Exotarium .....	54
Gambar 4.17 Akun FB JE .....	59
Gambar 4.18 Akun IG JE.....	59
Gambar 4.19 Akun <i>Youtube</i> Ifran Hakim .....	59

Gambar 4.20 <i>Hastag</i> yang Digunakan .....	59
Gambar 4.21 Beberapa Akun Youtube .....	60
Gambar 4.22 <i>Banner</i> Jogja Exotarium.....	60
Gambar 4.23 Koran Kedaulatan Rakyat .....	60
Gambar 4.24: Koran Merapi .....	61
Gambar 4.25 : Koran Merapi .....	61
Gambar 4.26 Penyerahan Bantuan Kepada Warga .....	68
Gambar 4.27 <i>banner</i> Menghias <i>Cup Cake</i> .....	79

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran Surat Permohonan Izin Penelitian Dan Surat Balasan

Lampiran Kuisisioner

Lampiran Transkrip Wawancara

Lampiran Lembar Bimbingan

Lampiran Dokumentasi

## Abstrak

Mini Zoo Jogja Exotarium merupakan tempat fauna yang dirawat dalam lingkungan buatan, dan digunakan sebagai tempat wisata. berwisata ke kebun binatang selain melepas lelah juga menambah pengetahuan tentang hewan. Untuk mempromosikan Mini Zoo Jogja Exotarium sebagai wisata edukasi pengelola harus merancang strategi promosi karena tanpa peran strategi promosi yang efektif, dan kreatif maka pengunjung tidak akan mengetahui keberadaan serta apa saja yang disajikan Exotarium.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang digunakan oleh pihak pengelola untuk mempromosikan Mini Zoo Jogja Exotarium sebagai salah satu obyek wisata edukasi dan seberapa besar pengaruhnya. Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, kuisioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT dengan pendekatan deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang digunakan oleh pengelola Mini Zoo Jogja Exotarium cukup efektif dengan melalui berbagai bentuk promosi yaitu *Advertising* (periklanan): sebelum *corona* melalui media sosial, media cetak, media penyiaran, selama *corona* media sosial, dan media penyiaran. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan) sebelum *corona* bekerja sama dengan swalayan, Alfamart se DIY, toko mainan, hotel, warung makan dan menerapkan sistem berbelanja Minimal Rp 200.000 dan mendapatkan 1 tiket gratis masuk JE, selama *corona* diturunkan menjadi Rp. 100.000. *Public Relations* (hubungan masyarakat) sebelum dan selama *corona* JE membuat kegiatan yang melibatkan masyarakat dalam keberlangsungan kegiatan tersebut. *Direct Marketing* (penjualan langsung). Sebelum dan sesudah *corona* JE mendatangi sekolah-sekolah dari TK-SD untuk melakukan promosi, biro-biro perjalanan, hotel, *owner* mempromosikan JE saat mengikuti pertemuan para *Owner*, membuat kegiatan gowes dan senam pagi, mengikuti pameran, Dan dalam diagram analisis SWOT menunjukkan hasil Mini Zoo Jogja Exotarium berada pada kuadran 1 yang artinya menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

**Kata Kunci: Strategi, Pariwisata, Promosi.**

## Abstract

*Mini Zoo Jogja Exotarium is a place for fauna that is treated in an artificial environment, and is used as a tourist spot. Traveling to the zoo in addition to relaxing also increases knowledge about animals. To promote the Mini Zoo Jogja Exotarium as an educational tour, the manager must design a promotional strategy because without the role of an effective and creative promotional strategy, visitors will not know about the existence and what is presented by the Exotarium.*

*This study aims to find out what strategies are used by the management to promote Mini Zoo Jogja Exotarium as an educational tourism object and how much influence it has. The type of research used in this thesis is descriptive qualitative. Data was collected through observation, interviews, documentation, and questionnaires. This study uses a SWOT analysis technique with a qualitative descriptive approach.*

*The results show that the promotional strategy used by the manager of Mini Zoo Jogja Exotarium is quite effective through various forms of promotion, namely Advertising (advertising): before corona through social media, print media, broadcast media, during corona social media, and broadcast media. Sales Promotion (Sales Promotion) before corona worked together with supermarkets, Alfamart in DIY, toy shops, hotels, food stalls and implemented a shopping system of IDR 200,000 minimum and got 1 free ticket to enter JE, during corona it was reduced to IDR. 100,000. Public Relations (public relations) before and during corona JE made activities that involve the community in the continuity of these activities. Direct Marketing (direct sales). Before and after corona, JE visited schools from kindergarten to elementary school to carry out promotions, travel agencies, hotels, owners promoted JE when attending Owners' meetings, making cycling and morning exercises, participating in exhibitions, and in the SWOT analysis diagram showing the results Mini Zoo Jogja Exotarium is in quadrant 1, which means using strengths to take advantage of existing opportunities.*

**Keywords: Strategy, Tourism, Promotion.**



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan negara yang kaya akan keanekaragaman baik budaya, adat istiadat, agama, suku bahasa dan lainnya yang mana menunjukkan bahwa negara Indonesia memiliki sumber daya alam yang tinggi, di samping itu juga jika sumber daya alam yang di miliki dapat di kelola dengan baik oleh sumber daya manusia yang baik tentunya Indonesia dapat menjadikan hal tersebut sebagai sumber kemakmuran dan potensi. Salah satu nya di bidang kepariwisataan, Pariwisata saat ini tengah menjadi idola karena dapat membantu perekonomian negara. Semakin terkenal pariwisatanya semakin terkenal juga negaranya, pembangunan semakin merata dan terciptanya lowongan kerja semakin banyak. Negara Kesatuan Republik Indonesia juga mempunyai 34 provinsi dan dikenal dunia sebagai negara kepulauan yang hasil alamnya melimpah dan mempunyai peluang pariwisata yang dapat dikembangkan. Salah satu provinsi tersebut ialah DIY (Daerah Istimewa Yogyakarta).

DIY adalah salah satu provinsi yang mendapat banyak kunjungan wisata baik domestik maupun mancanegara setelah bali dan bandung. Kota Yogyakarta selain dikenal sebagai kota pelajar kota Yogyakarta juga dijuluki sebagai kota budaya, jika berbicara tentang budaya di kota

Yogyakarta tempat wisata pertama yang akan di ingat ialah Keraton dan tempat wisata kedua ialah Borobudur yang walaupun Borobudur berada di wilayah kabupaten Magelang tetapi wisatawan sudah terbiasa dengan istilah jika belum berkunjung ke candi Borobudur anda belum berada di Yogyakarta. Berbagai macam obyek wisata yang kita temui di kota Yogyakarta mulai dari wisata alam, budaya, wisata sejarah, wisata pendidikan dan juga, ada juga wisata kuliner. Dengan naiknya tingkat kunjungan kota Yogyakarta memberikan motivasi kepada para pelaku dibidang pariwisata maupun bidang lainnya terus menjaga dan menaikkan kualitas baik kualitas pelayanan maupun kualitas produk, serta terus mengembangkan dan menciptakan ide dalam merancang strategi promosi.

Mini Zoo Jogja Exotarium Sleman adalah salah satu wisata buatan yang terletak di Jl. Magelang No. Km. 8, RW. 12, Mulungan Kulon, Sendangadi Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta . Selain sebagai wisata buatan Mini Zoo Jogja Exotarium juga dikenal sebagai wisata edukasi, karena di obyek wisata tersebut wisatawan yang berkunjung akan mempelajari banyak hal khususnya anak-anak mulai dari cara memberi makan ikan, bagaimana cara memberi makan kura-kura yang benar agar tidak melukai tangan, begitu juga dengan burung, kelinci, musang, dan hewan lainnya. Karyawan yang bertugas dan ahli dalam bidangnya masing-masing akan menjelaskan tentang hewan-hewan tersebut contohnya; kura-kura yang dimiliki Mini Zoo Jogja Exotarium Sleman ada berapa jenis dan keunikannya apa saja, apa yang membedakan

kura-kura ini dengan kura-kura lainnya, kura-kura ini berasal dari negara mana atau wilayah mana? Atau juga kelinci yang dimiliki oleh Mini Zoo Jogja Exotarium Sleman ada berapa jenis, kelinci ini berasal dari negara mana? atau wilayah mana?

Pengunjung Mini Zoo Jogja Exotarium Sleman ini kebanyakan berasal dari wisatawan keluarga dan anak muda. Jogja Exotarium hadir menjawab kebutuhan wisatawan dengan menyajikan aneka ragam wahana yang dibutuhkan dan cocok untuk semua kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, dan dewasa yang ingin *refreshing* melepas lelah di akhir pekan.

Jogja Exotarium menawarkan berbagai anjungan, wahana, dan fasilitas berbagai bentuk pelayanan kepada para pengunjung. Ditambah lagi pemandangan alam Jogja Exotarium yang sangat asri dan spot foto yang menarik membuat pengunjung dapat mengabadikan *moment* bersama orang yang disayang tanpa dipungut biaya foto dan juga tiket yang telah dibeli oleh wisatawan atau pengunjung telah disertai asuransi.

Semua obyek wisata pasti mempunyai tujuan dan target salah satunya ialah mendatangkan wisatawan untuk berkunjung dan menikmati alam serta fasilitas yang telah disediakan untuk mewujudkan tujuan tersebut aspek-aspek seperti pelayanan, fasilitas, K3, spot foto menarik, kebersihan dan aspek lainnya harus dioptimalkan dan diimbangi dengan strategi promosi yang efektif dan kreatif. Pihak pengelola serta manajemen dari obyek tersebut harus mampu membuat wisatawan yang sudah berkunjung untuk datang lagi, Oleh karena itu, pihak pengelola harus

menciptakan *moment*. Salah satunya melalui sebuah gambar yang diambil baik dari pihak Jogja Exotarium sendiri ataupun dari pihak wisatawan. Setelah itu, mereka dapat mengunggahnya ke media sosial dan menandai nama akun instagram dari Jogja Exotarium Sleman dan Pihak Jogja Exotarium Sleman akan memosting ulang unggahan tersebut.

Salah satu karakter yang dimiliki oleh wisatawan masa kini ialah sebelum mengunggah gambar atau video tersebut mereka akan menyunting dan memilih kembali gambar atau video tersebut agar layak dan menarik saat di unggah. Dengan hal tersebut dapat membantu pihak pengelola dalam mempromosikan. Begitu juga dengan Mini Zoo Jogja Exotarium Sleman agar tujuan tersebut tercapai diperlukan ketelitian, kerja sama, dan juga penciptaan ide-ide cemerlang. Jika semua aspek telah terpenuhi maka tujuan tersebut dapat tercapai. Selain itu juga, Mini Zoo Jogja Exotarium Sleman ialah salah satu jenis wisata edukasi dan dengan menjadi salah satu jenis wisata edukasi membuat Mini Zoo Jogja Exotarium Sleman mendapat poin unggul dari obyek lainnya karena selain menghadirkan alam yang indah, spot foto menarik juga memberikan edukasi, jadi sambil berekreasi sambil belajar atau menambah ilmu tetapi untuk mewujudkan hal tersebut tidaklah mudah terdapat banyak kendala karena setiap wisatawan mempunyai cara menilai obyek wisatawan yang berbeda-beda.

Berikut data pengunjung Jogja Exotarium Sleman bulan Januari-Desember 2020

Tabel 1.1 Data Pengunjung Jogja Exotarium

Bulan	Jumlah pengunjung
Januari	8.900
Februari	3.918
Maret	-
April	-
Mei	-
Juni	-
Juli	-
Agustus	4.226
September	1.736
Oktober	4.295
November	4.745
Desember	4.930

Sumber: Administrasi Jogja Exotarium

Pada bulan Januari 2020 sebelum masuknya virus *corona* jumlah pengunjung sebanyak 8.900 dan mengalami penurunan pada bulan Februari dari 8.900 menjadi 3.918 bisa dikatakan pengunjung Mini Zoo Jogja Exotarium mengalami penurunan dan setelah masuknya *corona* ke Indonesia pada bulan Maret Jogja Exotarium Sleman sudah mengambil tindakan untuk menutup sementara destinasi tersebut, dalam jangka waktu 5 bulan mulai dari Maret-Juli 2020, sehingga pada bulan tersebut tidak ada wisatawan yang berkunjung. Pada bulan Agustus pengelola Jogja Exotarium membuka kembali destinasi tersebut dan telah beroperasi kembali, dan dari data kunjungan tersebut dapat dikatakan mempunyai awal yang baik saat baru beroperasi kembali. Karena tidak semua destinasi saat kembali beroperasi mencapai angka tersebut dan bahkan melewati angka data kunjungan pada bulan sebelum pandemi yaitu bulan Februari.

Tetapi penurunan tingkat kunjungan terjadi lagi pada bulan September menjadi 1.736. Pada bulan berikutnya tingkat kunjungan mulai mengalami kenaikan kembali dan menjadi 4.295 dan terus mengalami peningkatan dari bulan ke bulan. dapat disimpulkan bahwa Mini Zoo Jogja Exotarium Sleman mempunyai potensi untuk terus berkembang dan semua itu membutuhkan strategi promosi yang matang, kreatif, dan efektif.

Diharapkan tahun-tahun berikutnya Mini Zoo Jogja Exotarium Sleman semakin maju dan menjadi obyek wisata edukasi khusus pengetahuan satwa terbaik yang ada di Yogyakarta. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil

judul“ **STRATEGI PROMOSI MINI ZOO JOGJA EXOTARIUM  
SEBAGAI WISATA EDUKASI DI YOGYAKARTA”**

**B. Fokus Masalah**

1. Strategi seperti apa yang digunakan untuk mempromosikan *Mini Zoo* Jogja Exotarium sebagai salah satu obyek wisata edukasi di Yogyakarta

**C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang digunakan pihak pengelola untuk mempromosikan *Mini Zoo* Jogja Exotarium Sleman sebagai salah satu obyek wisata edukasi dan seberapa besar pengaruhnya.

**D. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi Pengelola *Mini Zoo* Jogja Exotarium

Dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran dan masukan untuk di *Mini Zoo* Jogja Exotarium Sleman

2. Bagi lembaga STP AMPTA Yogyakarta

Hasil penelitian ini dapat di jadikan sebagai bahan acuan pembelajaran untuk mahasiswa dan mahasiswi dalam melakukan penelitian dan

menambah pengetahuan mengenai strategi promosi untuk menjadikan obyek wisata sebagai obyek wisata edukasi.

### 3. Bagi Penulis

Sebagai sarana pengembangan wawasan serta sarana untuk memperoleh pengalaman dalam melakukan penelitian ilmiah, juga sebagai sarana penerapan pengetahuan yang telah diperoleh.