

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan melalui wawancara, observasi lapangan dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Mini Zoo Jogja Exotarium sebagai berikut:

1. Sebelum *corona* metode promosi JE dibagi menjadi beberapa metode yaitu : media (sosial, cetak, penyiaran), memberikan *voucher* dan diskon pembelian minimal 200.000 tetapi terjadi perubahan sehingga menjadi 100.000, mempromosikan langsung ke sekolah-sekolah dan biro perjalanan, bekerja sama dengan, toko souvenir, toko mainan anak (Klandis), rumah makan , Alfa Mart, Tempo Gelato, dan obyek Wisata lain, dan JE membuat kegiatan *gowes* dan *senam*.
2. Selama *corona* JE melakukan promosi ke biro-biro perjalanan, hotel, rumah makan, resto. Selama *corona* pihak JE lebih fokus kepada media cetak(*brosur*, *banner*), media penyiaran (stasiun TV) dan media sosial(*instagram*, *facebook* dan *tiktok*) dan mengadakan *senam pagi* serta mengikuti pameran Rasa Nusantara itu Festival Jajanan Kekinian di Sleman City Hall. Dan setelah melakukan analisa dengan berbagai cara dapat dikatakan bahwa promosi yang dilakukan oleh pengelola

Mini Zoo Jogja Exotarium Sleman dapat dikatakan baik dan cukup efektif karena dapat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung

3. Dan setelah melakukan analisa melalui kuadran IFAS EFAS serta diagram SWOT dapat disimpulkan sumbu X dan Y bernilai positif dan berada pada kuadran 1. Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpeluang, Oleh karena itu fokus strategi Mini Zoo Jogja Exotarium ialah memanfaatkan peluang dan kekuatan sertameminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Dengan strategi promosi yang tepat maka Mini Zoo Jogja Exotarium Sleman akan mampu bersaing dengan objek wisata edukasi lainnya yang ada di Kota Yogyakarta. Dan dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh pengelola Mini Zoo Jogja Exotarium sebagai wisata edukasi sudah cukup efektif

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan disimpulkan, maka saran yang ditujukan untuk strategi Promosi Mini Zoo Jogja Exotarium yaitu:

1. Pengelola

- a. Meningkatkan promosi dan dilakukan dengan cara yang lebih kreatif
- b. Mengoptimalkan promosi yang sudah dijalankan baik melalui media cetak, media elektronik, media sosial. Terutama media sosial apalagi dalam masa pandemi

- c. JE membuat *channel youtube* sendiri
- d. Merawat dan menambahkan Infrastruktur serta prasarana Mini Zoo Jogja Exotarium contohnya menambahkan atap untuk tempat parkir dan juga membersihkan kandang satwa.
- e. Menambahkan media belajar anak
- f. Menambahkan spot foto yang lebih menarik
- g. Menambahkan *photographer*
- h. Membuka lowongan pekerjaan dan selalu menjaga jalinan kerja sama dengan mitra kerja dan memaksimalkan penerapan semua aspek *promotion mix* mulai dari
- i. Melakukan pengecatan kembali untuk gazebo yang warnanya sudah pudar
- j. Mengoptimalkan kerja sama dengan berbagai pihak

2. Wisatawan

- a. Bersikap jujur dalam membeli tiket
- b. Menjaga kebersihan area wisata
- c. Mematuhi protokol kesehatan
- d. Memanfaatkan fasilitas tempat wisata dengan sebaik mungkin

3. Penelitian Selanjutnya

- a. hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian, dan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam penelitian

- b. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan Jogja Exotarium agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi
- c. penelitian selanjutnya diharapkan untuk memperbanyak narasumber
- d. penelitian selanjutnya diharapkan setelah mengkaji lebih banyak sumber dan memberikan saran atau rekomendasi yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

Buku/ Literatur

- Angipora Marius P, 1999. Dasar-dasar Pemasaran Cet. 1, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Assauri Sofjan, 2014. Manajemen Pemasaran, Jakarta: Rajawali Pres.
- Arikunto. (2010). Metodologi Penelitian. Rineka Cipta
- Cutlip, S. M. , Center, A. H. & Broom, G. M. (2000). *Effective Public Relations*. Edisi ketujuh. New Jersey: Prentice Hall
- Cutlip, S.M. , Center, A. H. & Broom, G. M. (1994). *Effective Public Relations*. Edisi ketujuh. New Jersey: Prentice Hall
- Djaslim Saladin, Yevis Oesman, 2002, “Intisari Pemasaran dan Unsur Pemasaran”, Penerbit : Lindakarya, Bandung
- Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka utama, 2004), hal 20
- Indriyo Gitosudarmo, 1996. Pengantar Bisnis, Edisi II, Yogyakarta: BPFE
- Jaiz Muhammad, 2014. Dasar-dasar Periklanan, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kotler Philip dan Amstrong, Gary , 2006. Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid ,Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013,Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi,Jakarta:SalembaEmpat
- Lupiyohadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Berbasis Kompetensi Edisi 3.Jakarta Selatan: Salemba Rakyat.
- Morison, 2012. Metode Penelitian Survey. Jakarta : kencana permada media group.
- Mulyatiningsih, Endang. 2011. Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2009. Manajemen Pemasaran, Terjemah: Benyamin Molan, Edisi 13, Jakarta: PT. Indeks.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, 2008. Manajemen Pemasaran Jilid I Jakarta: Erlangga.
- Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta; Salemba Empat

- Rangkuty, Freddy. 2003. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21)*. Jakarta” Gramedia Pustaka Utama
- Peter J. Paul dan Donnelly James H, 2007. *Marketing Management 8thed*, McGraw-Hill Irwin.
- Sutopo.H Sutopo, 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta : UNS Press
- Swasatha, Basu dan Irawan, 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Satori Djam’an, dan Komariah Aan. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cetakan ke-3 Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Elfabeta.
- Sugiyono,2010. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2015. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono,2012.*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, 2007. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Elfabeta.
- Sugiyono, 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, Esti. 2009,*Word of Mouth Communication*,Bandung: Penerbit Alfabeta

Jurnal/Skripsi

- Ainun Zaibah, Zulkifli. 2018. *Analisis Swot Dalam Pengelolaan Tempat Wisata Dikabupaten Rokan Hulu Oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Rokan Hulu* Vol.4, No.1hal. 1-16
- Diannor M. 2014. *STRATEGI PROMOSI PARIWISATA PULAU DERAWAN (Studi Deskriptif kualitatif strategi promosi dinas pariwisata kabupaten berau kalimantan timur dalam upaya menjadikan pulau derawan sebagai*

tujuan wisata). Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Diandra Putri, Kartika Ayu Ardhanariswari. 2020. *Sinergitas Marketing dan Promotional Mix dalam Konsep Sustainable Tourism sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran* vol. 18 No. 1

Devi Rachmaniar Ananta Haryantonim . 2018. *Strategi Promosi Pariwisata Melalui Banyuwangi Festival Sebagai Media Membangun Brand Imagedaerah Strategi Promosi Pariwisata Melalui Banyuwangi Festival Sebagai Media Membangun Brand* Program Studi Diploma Iii Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas

Fina S. 2019. *Strategi Promosi Pengembangan Wisata Pinus Ecopark Melalui Media Sosial Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Study Pada Wisata Pinus Ecopark Di Lampung Barat)*. Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam.

Fahlevi, Roby. 2018. *Strategi Promosi Dinas Pariwisata Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Hutanmangrove Bsd Kota Bontang*. Vol. 6 No.1

Haerul. 2017. *Peran Humas Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Objek Wisata Tanjung Bira Di Kabupaten Bulukumba*. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin.

Janri, D. 2016. *Pemasaran Pariwisata Melaluistrategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni Dan Budaya (Studi Kasus Di Pulau Rote Ntt)*. Vol. 4. No. 1.

Ni Made Ary, Widiastini Nyoman., Dini Andiani, Trianasari, 2012. *Strategi Pemasaran Pariwisata di Kabupaten Buleleng, Bali*. Vol. 1. No.1

Nasri, Muhammad. 2018. *Strategi Promosi Pihak Pengelola Objek Wisata Kebun Binatang Kasang Kulim Kubang Jaya Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar*. Vol.5(2)

Purno Ujjianto.2013. *Strategi Word Of Mouth Communication dalam Meningkatkan Minat Menonton Kesenian Banyumasan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Paguyuban Seni Sapto Turonggo Joyo Kabupaten Banjarnegara)*. Rogram Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Rony Ardian Putranto. 2015. *Strategi Pengembangan Objek Wisata Loko Tour dan Objek Wisata Geologi Sebagai Wisata Edukasi di Kabupaten Blora* Vol.4 No.2

Internet

[https://cashbac.com/blog/pengertian-promosi-tujuan-jenis-contoh/\(diaksespada27/03/2021\)](https://cashbac.com/blog/pengertian-promosi-tujuan-jenis-contoh/(diaksespada27/03/2021))

[https://text-id.123dok.com/document/lq51g89gy-teknik-cuplikan-metode-penelitian.html#:~:text=Purposive%20sampling%20yaitu%20teknik%20mendapatkan,H.B.%20Sutopo%2C%202002%3A%20185.\(22/02/2021.22.00WIB\)](https://text-id.123dok.com/document/lq51g89gy-teknik-cuplikan-metode-penelitian.html#:~:text=Purposive%20sampling%20yaitu%20teknik%20mendapatkan,H.B.%20Sutopo%2C%202002%3A%20185.(22/02/2021.22.00WIB))

[https://id.wikipedia.org/wiki/Analisis_SWOT\(diakses_pada_08/04/2021.03.48WIB\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Analisis_SWOT(diakses_pada_08/04/2021.03.48WIB))

[https://id.wikipedia.org/wiki/Analisis_SWOT\(di_aksess_pada_08/04/2021.04.00_WIB\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Analisis_SWOT(di_aksess_pada_08/04/2021.04.00_WIB))

[https://www.kajianpustaka.com/2013/03/strengths-weakness-opportunities.html\(diakses21/05/2021\)](https://www.kajianpustaka.com/2013/03/strengths-weakness-opportunities.html(diakses21/05/2021))

[http://eprints.polsri.ac.id/4981/3/BAB%20II.pdf\(diakses22/05/2021\)](http://eprints.polsri.ac.id/4981/3/BAB%20II.pdf(diakses22/05/2021))

[http://www.jogjaexotarium.com\(21/05/2021\)](http://www.jogjaexotarium.com(21/05/2021))

[https://www.jurnal.id/id/blog/2017-manfaat-faktor-yang-memengaruhi-dan-contoh-analisis-swot/\(21/05/2021\)](https://www.jurnal.id/id/blog/2017-manfaat-faktor-yang-memengaruhi-dan-contoh-analisis-swot/(21/05/2021))

[https://www.talenta.co/blog/insight-talenta/analisis-swot/\(13/06/2021\)](https://www.talenta.co/blog/insight-talenta/analisis-swot/(13/06/2021))

[https://visitingjogja.com/30752/inilah-wahana-dari-jogja-exotarium-mini-zoo-yang-bisa-anda-nikmati-di-masa-pandemi/\(19/06/2021\)](https://visitingjogja.com/30752/inilah-wahana-dari-jogja-exotarium-mini-zoo-yang-bisa-anda-nikmati-di-masa-pandemi/(19/06/2021))

[https://visitingjogja.com/wpcontent/uploads/2021/04/144606603_896874504459741_8245760635647947317_n-696x392.jpg\(19/06/2021\)](https://visitingjogja.com/wpcontent/uploads/2021/04/144606603_896874504459741_8245760635647947317_n-696x392.jpg(19/06/2021))

[http://repository.maranatha.edu/21277/8/1453053_Conclusion.pdf\(19/06/2021\)](http://repository.maranatha.edu/21277/8/1453053_Conclusion.pdf(19/06/2021))

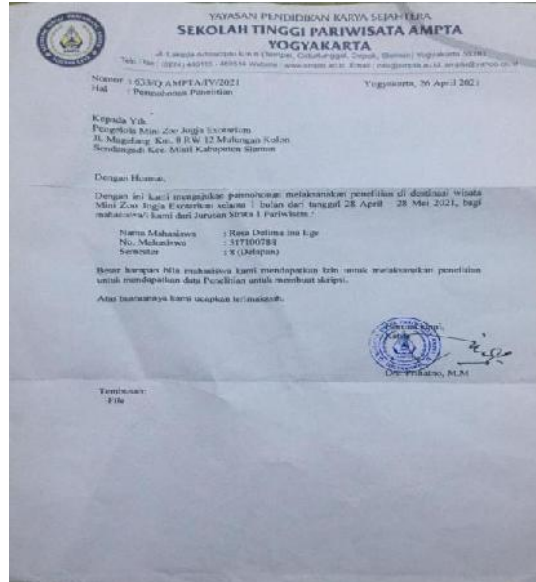
[http://repository.upi.edu/6302/8/S_AD_P_0906296_Chapter5.pdf\(19/06/2021\)](http://repository.upi.edu/6302/8/S_AD_P_0906296_Chapter5.pdf(19/06/2021))

Peraturan Pemerintah

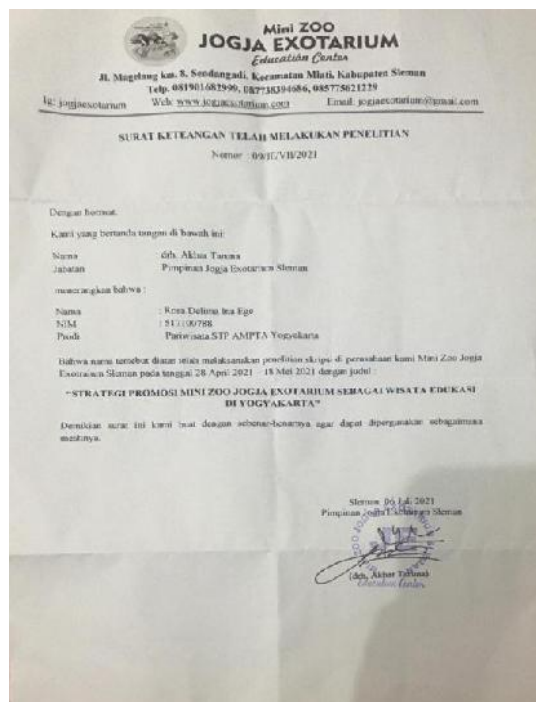
Peraturan Menteri Kehutanan Nomor : P.53/Menhut-Ii/2006

LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN
SURAT PENGANTAR PENELITIAN
DAN SURAT BALASAN
PENELITIAN



Lampiran Surat Pengajuan Izin Penelitian



Lampiran Surat Balasan Izin Penelitian

LAMPIRAN
KUISIONER

KUESIONER PENELITIAN

Nama :

Devisi/bagian :

Cara Pengisian:

- a. Penilaian kondisi saat ini: responden diminta untuk menilai kinerja organisasi saat ini
- b. Penilaian urgensi: responden diminta untuk menilai tingkat urgensi faktor tersebut untuk ditangani. Penilaian ini berhubungan dengan skala dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi

Acuan Pengisian Kuesioner :

- a. Penilaian kondisi saat ini

Angka 1 :SANGAT TIDAK SETUJU

Angka 2 :TIDAK SETUJU

Angka 3 :SETUJU

Angka 4 :SANGAT SETUJU

- b. Penilaian Urgensi Penanganan

Angka 1 : TIDAK PENTING

Angka 2 : KURANG PENTING

Angka 3 :PENTING

Angka 4 :SANGAT PENTING

14		antusias dan partisipasi yang aktif dari masyarakat dalam menjaga keamanan obyek wisata							
15		memberikan diskon atau <i>voucher</i> kepada pengunjung melalui swalayan							
16		melibatkan masyarakat melalui beberapa kegiatan							
17		Masyarakat mendukung penuh hadirnya Jogja Exotarium							
18		kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kebutuhan berwisata ke obyek wisata edukasi							
19	T	banyaknya obyek wisata yang serupa berkembang lebih maju.							
		Kegiatan promosi ,penawaran dan layanan yang inovatif yang dilakukan oleh pesaing							
20		persaingan dalam tingkat pelayanan dan fasilitas terhadap wisatawan							

LAMPIRAN
TRANSKIP WAWANCARA

Transkrip Wawancara

a. Identitas Diri (*Direktur Mini Zoo Jogja Exotarium Education Center*)

Nama : Drh Akbar Taruna
Jenis kelamin : laki-laki
Usia : 38 tahun
Jabatan : *Direktur Mini Zoo Jogja Exotarium Education Center*
Alamat : Yogyakarta

P: : Selamat siang pak, maaf mengganggu dan juga terimakasih bapak meluangkan waktu untuk saya wawancarai pak.

D: Iya delima ayo dimulai wawancaranya.

P: Menurut bapak strategi promosi itu berpengaruh sangat signifikan tidak dgn jumlah kunjungan yang datang

D: Sangat sangat berpengaruh jadi misalnya begini kalau strategi atau taktik tidak ada atau tidak menarik bagaimana wisatawan bisa tahu tentang JE terus juga kadang hotel atau tempat wisata lain tidak akan mau bekerja sama kecuali mereka juga dapat untung kalau JE belum dikenal sama sekali oleh masyarakat susah juga kita bekerja sama dengan pihak luar, istilahnya kayak strategi promosi itu induknya, memang aspek lain juga penting kayak pelayanan, fasilitas tapi akar dari semua kan strategi kalau orang sudah tahu

JE baru aspek-aspek lain kita tingkatkan. Tapi ya kembali-kembali setiap destinasi mempunyai kondep yang berbeda-beda

P: Baik pak, selama *corona* strategi promosi apa yang digunakan pak?.

D: Selama *corona* kita fokuskan ke media *online* untuk *offlinenya* diberhentikan Kita fokuskan dulu instagram, facebook, terus kita undang Tiktok-tiktok atau *influencer* yang *viewers* mereka sudah banyak sama pake youtube sini jadi mereka meng-up kan tempat ini oh ternyata banyak yang belum tahu tempat ini terus juga kita undang biro- biro perjalanan gitu buat kesini atau nggak pihak JE yang kesana kayak kemarin Ke malang, semarang pokoknya kita keluar kota terus kerjasama sama hotel, pusat perbelanjaan, pusat oleh-oleh, asosiasi pariwisata (ASMIPA).

P: Nama hotel, pusat perbelanjaan, tiktok dan youtubanya apakah bapak mengetahui?

D: Kalau nama hotel sama pusat perbelanjaannya saya tidak tahu nanti ditanyakan ke bagian marketing tapi kalau tiktoknya namanya Jogjafoodhunter.

P: Berarti yang koran itu sebelum *corona* pak?.

D: Iya sebelum *corona* sekarang tidak efektif lagi.

P: Kalau segmennya, segmen iklan ini untuk semua kalangan pak?.

D: Kalau dulu segmennya untuk keluarga tapi sekarang untuk semua kalangan termasuk muda-mudi, sebelum *corona* JE pernah bekerja sama dengan saluran radio. Media cetak juga ada kalau brosur, *banner* kan sampe sekarang, nama radionya itu YIS VM kenapa JE menggunakan media *online* karena selama pandemi ini semua orang menggunakan *smartphone* dan beralih ke daring. Sekarang koran itu menurut saya kurang efektif mending kalau mau baca berita buka aja detik.com untuk koran menurut saya kurang *update*.

P: Jadi media *online* seperti facebook, instagram, youtube tiktok pak.

D: ia betul sekali.

P: Sebelum *corona* pak?.

D: Kami tu promosinya ke sekolah-sekolah.

P : Dalam rangka mempromosikan Exotarium pak pihak mana saja yang ikut berperan? dan membantu mempromosikan dan berkontribusi selain dinas pariwisata kalau dinas pariwisata mereka menanda tangani surat itu kan sudah termasuk ikut berkontribusi pak

D: Selama *corona* kita mandiri sendiri tidak melibatkan pihak-pihak lain ya kan kita swasta

P: Terus yang coffetarium sama Bakmie Pak Bagong, Babelu Resto ,Bintang Terang Abadi, jeep kaliurang ini apa pak? Soalnya tadi disebutin sama pak sadat selaku humas pak

D: Jadi itu pihak-pihak yang kerjasama didalam, kita kerjasama dengan pihak ketiga membuka pas caffetarium sama coffetarium

P: Ada tidak TV nasional yang datang untuk meliput pak?

D: Ia betul ada dari TVRI, sebelum *corona* juga mereka pernah datang meliput. Kerjasama yang melibatkan antar owner itu MM UGM, RESTO TAMAN LUKU, THE LOST WORLD CASTLE, BAKPIA JOKEM, JOGJA BAY,JEEP KALIURANG, JOGJA AIRPORT RESTO

P : Apakah kerja samanya itu menggunakan kontrak pak?

D : Iya biasanya 1 tahun

P : Apakah kegiatan tersebut bapak yang menyelenggarakan?

D : Tidak kegiatan itu diselenggarakan berdasarkan kesepakatan bersama

P : Untuk harga tiketnya dicantumkan dimana pak?

D : Di web, webnya www.jogjaexotarium.com nanti dalam web ada informasi kontak yang bisa dihubungi jika ingin mengetahui harga tiket dan paket lainnya untuk informasi mengenai strategi Promosi yang lebih detail langsung kamu wawancarai bagian marketing ya.

P : Tugas-tugas humas itu seperti apa pak?

D : Biasanya humas itu melakukan sosialisasi masyarakat terus juga bisa dibidang menciptakan lapangan kerja Humas kan juga bertanggung jawab tentang parkir jadi humas membagi jadwal siapa yang akan menjaga parkir hari ini biasanya yang menjaga itu anak muda desa karang seneng sama mulungan bergantian setiap minggu, memberikan sumbangan kepada kurang mampu terus juga sebelum *corona* keliling membagikan nasi bungkus 50 bungkus biasanya sampai tugu, tapi yang paling terpenting jika ada kegiatan yang melibatkan tokoh masyarakat atau lembaga masyarakat seperti lurah, kodim, polsek, bupati biasanya humas yang mengantarkan tetapi kalau kabupaten kalau saya sibuk humas yang mengantarkan tetapi jika saya tidak sibuk saya yang akan mengantarkan langsung. Saat media datang meliput seperti TVRI, biasanya humas yang berperan jadi *tourguide* karena pak sadat sudah bekerja disini dari awal Exorium dibangun

P : Lomba apa saja yang diselenggarakan sebelum *corona*?

D: Lomba lukis se-JATENG dan DIY, lomba tari se-JATENG dan DIY, lomba kambing etawa dan masih banyak lagi

P: Siapa yang meresmikan lomba tersebut?

D: sempat ada mis komunikasih dengan pak bupati jadinya beliau tidak datang tetapi anggota DPRD

P : Dalam melaksanakan strategi promosi adakah kendala yang didapat?

D: Ya paling biaya bensin dan lain sebagainya dan saya tambahkan warga sekitar JE jika ingin berkunjung ke JE gratis

P: Baik pak, terima kasih banyak pak

D: Sama-sama del

b. Identitas Diri (Sekretaris Mini Zoo Jogja Exotarium)

Nama : YULIA
Jenis Kelamin :Perempuan
Usia :26 Tahun
Jabatan :Sekretaris
Alamat :Yogyakarta

P : Terimakasih mbak lia sudah meluangkan waktu untuk saya wawancarai

S: Sama-sama del

P : Langsung saja ya mbak, strategi promosi apa yang diterapkanselama pandemi?

S : Melalui media cetak dan *online* sama ada yang promosi langsung kalau cetak Brosur, *banner*, pamflet. Kalau *online* itu lewat instagram, facebook, web, tiktok sedangkan pemasaran langsung senam pagi, gowes dan juga mengikuti pameran. Kita kemarin ikut pameran sama anak-anak magang juga nama pamerannya Rasa Nusantara itu Festival Jajanan Kekinian di Sleman City Hall. Untuk gowes dan senam pagi itu dilakukan pada hari minggu jam 6 jadi rute untuk gowes itu dari rumah sampai kesini dan kalau mereka masuk JE nanti dapat potongan harga untuk tiket jadinya 15.000 ,jam 7 JE udah buka untuk pembelian tiket. Kalau senam pagi dimulai pada jam 7 sampai jam 9 lokasinya di JE dan juga mendapatkan potongan harga dari 20.000 menjadi 15.000 pagi terus juga melakukan pertemuan dengan owner-owner sesama pelaku bisnis contohnya MM UGM, RESTO TAMAN LUKU, THE LOST WORLD CASTLE, BAKPIA JOKEM, JOGJA BAY, JEEP KALIURANG, JOGJA AIRPORT RESTO, kita juga bekerja sama dengan swalayan-swalayan metode promosinya seperti pembeli berbelanja ditoko tersebut senilai 200.000; harga sebelum *corona* dan selama *corona* tetapi setelah terjadi perubahan menjadi 100.000 dan mendapatkan *voucher* gratis 1 tiket, toko mainan ajak juga bekerja sama dengan Exotarium contoh nama tokonya klandis, indra kreatif, rahayu , sunda, bekerja sama

dengan biro perjalanan dan juga datang ke sekolah-sekolah untuk mempromosikan JE dan yang ditawarkan itu lebih ke paket *outbond* dan *field trip* yang melakukan promosi itu biasanya bagian marketing, mereka yang turun langsung.

P: Salah satu nama bironya apa mbak?

S: Saya lupa nanti ditanyakan langsung ke bagian marketing

P : Kalau melakukan pertemuan sama biro perjalanan itu, apakah pak akbar diundang atau bagaimana mbak?

S : Iya kadang diundang tapi juga kadang sistemnya bukan diundang lagi

tapi kek sebuah keharusan untuk hadir, jadi nanti pak bos presentasi

tentang JE dan setelah itu membagikan brosur

P: Jika mengadakan perlombaan apakah mencari sponsor dan membuat

proposal?

S: Iya jadi kami membuat proposal dan pihak yang sudah pernah mensponsorilomba kami ialah PT. SOSRO, Jadah Tempe, COCACOLA, ICE, New Greentea, Hydro Coco

P: Untuk promosinya sendiri kan mengundang tiktokers, nama tiktoknya apa mbak?

S: Jogja Food Hunter namanya dan kalau youtube itu milik Exotarium sendiri

P: Melakukan kerja sama dengan warung makan Passcoffetarium, Bakmie Pak Bagong, Babelu Resto, Bintang Terang Abadi, Jeep Kaliurang apakah benar mbak?

S: Iya benar.

P: Apakah dalam kerjasama ini menggunakan kontrak?

S: Pake biasanya 1 tahun kalau tidak salah

P : Kalau media siaran mbak ada nggak kayak stasuin televisi datang ngeliput

atau radio mbak?

S : Kalau stasiun televisi dulu TVRI pernah datang untuk meliput sedangkan radio itu namanya YIS VM, selama *corona* TVRI pernah sekali datang kesini untuk meliput. Kalau selama *corona* radionya tidak aktif lagi terus juga kita melakukan kerja sama dengan petra (toko *souvenir*) itu kita bertukar brosur jadi kita mempromosikan petra begitu juga sebaliknya

P : Apa nama instagram dan facebook dari Exotarium mbak?

- S : Jogjaexotarium semua
- P : Di Exotarium itu kan ada tiket bahtra mbak itu sistemnya seperti apa mbak?
- S : Kalau bahtra itu sebenarnya dari pihak luar, perusahaan luar, sistemnya tu kita menjual dan nanti hasilnya dibagi antara JE dan pihak bahtra dan itu bentuknya *voucher*
- P : Apakah sekarang masih melakukan kerja sama?
- S : Kontrak kerja samanya sudah berakhir itu pada tahun 2020 awal kerjasamanya itu dimulai sebelum *corona*
- P : Apakah selama *corona* pernah mengadakan lomba? apakah JE membuat proposal
- S : Tidak, intinya selama *corona* itu JE tidak mengadakan lomba tapi pihak JE menggalang donasi untuk operasional satwa dan mendaftar secara *online*
- P : Cara menggalang dananya seperti apa?
- S : Jadi setelah mendaftar pihak yang mengadakan penggalangan dana itu membuat iklan dan sistemnya berbagi link nanti yang mau menyumbang bisa memilih mau menyumbang berapa, Exotarium hanya mendaftar dan dipromosikan terus dananya langsung ke pihak yang mengadakan penggalangan dana
- P : Siapa yang mengadakan kegiatan penggalangan dana tersebut?

S : Itu dari Benih Baik.com, Inspira Peduli.com, Rumah Zakat Jogja
oh iya tambahan pihak JE membuat proposal hanya untuk mitra
yang baru saja bekerjasama sedangkan yang sudah lama tidak perlu
membuat proposal lebih kepada informasi mulut ke mulut itu kalau
mau menjalin kerja sama tapi kalau mau mengadakan lomba
walaupun sudah lama menjalin kerja sama tetap membuat proposal
dan itu sebelum *corona*.

P : Di Exotarium kan ada penambahan wahana kayak jeep sama *trail*,
kapan peresmian di bukannya wahana *trail* dan jeep?

S : Minggu, 03 april 2021 dan ini juga salah satu strategi promosi JE

P : Waktu diresmikan jeep, *trail* dan A TV ini apakah ada promo yang
ditawarkan JE kepada pengunjung?

S : Tidak ada

P : Apakah saat diresmikan ada komunitas jeep, *trail* dan A TV yang
ikut meramaikan?

S : Ada dan mereka diundang nama komunitasnya drat trail, lof 4x4(
jeep) dan juga ada peserta umum yang ikut meramaikan?

P : Stasiun TV yang datang untuk meliput JE apakah membuat
kontrak?

S : Tidak mereka hanya datang meliput saja

P : Selama pandemi ini apakah ada yang menyewa gazebo atau pendopo JE?

S : Ada biasanya untuk pertemuan biro, ulang tahun, pengajian, pertemuan desa.

P : Sebelum *corona* JE pernah tidak mengadakan pelatihan? Mungkin untuk warga?

S : Pernah pelatihannya itu khusus untuk orang yang akan pensiun, mereka bingung setelah pensiun harus kerja apa atau bisnis apa. Pelatihannya kayak peternakan sapi, kambing, sablon baju terus juga pertanian(cara menanam lombok) kurang lebihnya seperti itu, pelatihannya 1 hari saja dan tutornya pak bos sendiri.

P : Jika wisatawan ingin mengetahui harga tiket dan semua terkait fasilitas JE mereka dapat mengakses di? Apakah di instagram atau facebook atau web?

S : Di web JE namanya www.jogjaexotarium.com nanti dalam web ada informasi kontak yang bisa dihubungi jika ingin mengetahui harga tiket dan paket lainnya

P: Untuk motor *trail* apakah JE menyediakan lahan dan motornya sekaligus?

S : Tidak lahannya saja yang disediakan sedangkan motornya dari pengunjung sendiri

P : Ada tidak selebriti yang pernah berkunjung ke JE?

S : Ada, Ifran Hakim

P : Dari semua media sosial yang digunakan untuk mempromosikan kira-kira media mana yang paling pesat perkembangannya dalam menarik minat wisatawan?

S: Tiktok, soalnya pernah beberapa kali wisatawan memberitahukan bahwa mereka mengetahui JE dari tiktok

P : Segmen yang dituju dari promosi ini segmen apa?

S : Semua segmen, walaupun masih pandemi JE tetap menggunakan media cetak juga kayak brosur, banner karena ya tidak semua orang juga menggunakan sosial media jadi kita lengkapi semua agar tidak ada yang ketinggalan informasi

P : Dalam melaksanakan strategi promosi adakah kendala yang didapat?

S : Ya setahu saya bagian marketing kan benar-benar sibuk promosi kesana kesini dan waktu mereka padet ya lebih ke pembagian waktu, misalnya hari ini harus ke hotel A tetapi dari pihak hotel A marketingnya sibuk diundur lagi kan jadi nombok belum lagi ke tempat lainnya

P: Dari awal JE berdiri sampai saat ini apakah masyarakat mengeluh dan komplain tentang JE?

S: Sejauh ini aman terkendali dan akan usahakan selalu aman karena sama saja kalau dukungan dari masyarakat tidak ada usaha apapun itu akan gulung tikar dan juga warga sekitar JE kalau ingin berkunjung ke JE itu gratis

P : Tugas-tugas humas itu seperti apa mbak

S: Biasanya humas itu melakukan sosialisasi masyarakat terus juga Membagi ja dwal yang menjaga parkir biasanya yang menjaga itu anak muda desa karang seneng sama mulungan bergantian setiap minggu, memberikan sumbangan kepada kurang mampu terus juga sebelum *corona* keliling membagikan nasi bungkus 50 bungkus biasanya sampai tugu, tapi yang paling terpenting jika ada kegiatan yang melibatkan tokoh masyarakat atau lembaga masyarakat seperti lurah, kodim, polsek, bupati biasanya humas yang mengantarkan tetapi kalau kabupaten kalau pak bos sibuk humas yang mengantarkan tetapi jika pak bos tidak sibuk pak bos yang langsung mengantar mengantarkan langsung. Saat media datang meliput seperti TVRI, biasanya humas yang berperan jadi *tourguide*.

P: Baik mbak terimakasih mbak

S: Sama-sama

c. Identitas Diri (marketing Mini Zoo Jogja Exotarium)

Nama :LIA
Jenis kelamin :Perempuan
Usia :20 tahun
Jabatan :Marketing I
Alamat :Yogyakarta

P: Selamat siang mbak lia, terimakasih mbak sudah meluangkan waktu untuk saya wawancarai, perkenalkan saya : Rosa Delima Ina Ege mahasiswa semester 8 dari kampus AMPTA Yogyakarta mbak bisa panggil saya dengan nama delima

M1: Selamat siang juga mbak, saya lia marketing disini, ada yang bisa saya bantu mbak? Kalau mau wawancara langsung aja ya mbak

P: Baik mbak, selama pandemi strategi promosi apa saja yang di terapkan?

M1: Cara promosi kalau pihak JE pastinya mengandalkan media sosial kayak Whatsapp, instagram, facebook, web jadi kek aku buka instagram dari PR dari hotel tersebut atau nggak bagian marketingnya aku DM dulu, kalau sudah direspon baru pindah ke whatsapp kalau sudah ada persetujuan baru aku bikin *schedule* dan hotelnya bukan hanya di Yogyakarta saja karena kemarin aku

sempat ke magelang ke Grand Artos Hotel And Convention terus juga kita promosi dan bekerja sama dengan rumah makan.

P: Itu biasanya kalau sudah ada konfirmasi apakah pihak marketing JE dan pihak sebelah langsung bertemu?

M1: Iya ada juga yang bisa langsung ketemu ada juga yang harus bikin janji dulu tapi kalau kejar target seperti ini aku lebih senang langsung datang terus nanya bisa bertemu dengan marketingnya atau PR seperti itu biasanya lebih cepat

P: Kalau media cetak masih digunakan nggak mbak?

M1: Masih kayak *banner*, pamflet, brosur, *flyer* jadi sistemnya kalau *flyer* itu Tidak harus menunggu schedule atau *follow-up* dari pihak tersebut biasanya aku langsung datang memperlihatkan proposal dan *flyer* setelah itu langsung meninggalkan proposal dan *flyer* tersebut disitu

P: Jika ingin menjalin kerja sama itu harus menggunakan proposal?

MI: Iya

P: Disini kalau mau ke hotel atau ke tempat yang akan kita ajak kerja sama pastinya harus menyiapkan proposal, *MoU*, *flyer* terus kami bawa kesana

kan setelah itu ditunggu beberapa hari, kami menunggu terus kami *follow up* lagi tapi *by phone* kalau sudah tinggal nentuin apakah

dari pihak JE yang kesana atau mereka yang kesini dan membawa lembar *MoU* tersebut

P: Selain Grand Artos hotel apa saja yang sudah bekerja sama dengan JE

MI: Sudah banyak yang aku ingat itu hotel Serena, hotel SHAFIRA, Grand Orsit, Grand Rosela tapi kadang hotel bintang 5 itu butuh waktu lama karena mereka juga sibuk

P: Sebelum pandemi dan selama pandemi adakah strategi promosi yang bertambah atau dihilangkan? ditambah lagi selama pandemi ini tempat wisata jadi sepi

MI: Pastinya ada yang beda karena ya bagaimana cara kami membuat pengunjung bisa datang kesini kalau dulu sebelum pandemi marketing yang satunya lagi mbak nanik lebih fokus ke sekolah-sekolah, biro travel dan aku juga baru masuk tahun lalu. Kalau aku lebih ke *wedding*, sekarang kami udah ada WO nya juga disini terus juga hotel, rumah makan, mall.

P: Salah satu rumah makan yang sudah bekerja sama dengan JE?

MI: Rumah makan JUPREK (jus dan geprek) dibelakang pasar keranggan, tempo gelato

P: Terus biasanya kalau sudah menjalin kerja sama apakah mereka memberitahukan kepada kita cara mereka mempromosikan?

MI: Biasanya kalau seperti itu didalam proposal sudah tercantum perjanjiannya seperti apa, profitnya juga ya biasanya saling posting misalnya program atau lagi ada diskon dari JE tempo gelato mengunggah di instagram mereka begitu juga sebaliknya. Terus juga kemarin JUPREK itu memberikan diskon kepada pelanggan yang sudah pernah datang ke JE berupa *voucher* sebesar 10% dan pihak JE juga memberikan diskon minimal pembelian 100.000 ribu mendapatkan *voucher* gratis masuk ke JE dan nanti *voucher* itu ditujukan kepada pelanggan rumah makan tersebut

P: Berarti mempromosikan dan menjalin kerja sama dengan rumah makan, hotel ini pas pandemi?

MI: Betul sekali

P: mendatangi sekolah-sekolah waktu pandemi ini apakah masih berjalan?

MI: masih jalan, kadang 2 minggu sekali mbak nanik mengadakan *a learning* dan live instagram dan setiap live itu pasti beda temanya kadang reptil dan ada sesi tanya jawab. Nanti hadiahnya biasanya satu tiket masuk gratis JE Terus juga kami bekerja sama dengan toko baju, toko aksesoris kayak petra

P: Kalau radio gitu masih jalan nggak kak?

MI: Sekarang kayaknya sudah berhenti

P: Selama pandemi ini apakah pak bos masih aktif untuk melakukan pertemuan dengan para *owner*?

MI: Masih justru kami lebih banyak pertemuan kayak pertemuan asosiasi pariwisata terus ketemu *owner-owner* contohnya dari Jogja Bay dan lain-lain, saat itu banyak *owner* yang datang untuk mengikuti pertemuan sekitar 26 *owner*.

P: Kalau kerja sama dengan swalayan itu menggunakan proposal atau tidak?

MI: Kami tetap membuat tapi biasanya mereka minta dalam bentuk PDF kayak alfamart nanti marketing JE ngasih ke karyawan setelah itu mereka mengajukan ke pusat terus juga Grab dan kerja samanya pas pandemi

P: Alfamart mana saja yang sudah menyetujui untuk bekerja sama dengan JE?

MI: Seluruh DIY tetapi *voucher* nya baru dibikin jadi sistemnya minimal belanja 100.000 dapat Satu *voucher* gratis masuk JE dan hanya berlaku untuk satu orang bukan rombongan. Dan nanti kalau *voucher* nya sudah jadi kami rencananya mau pasang *banner* biar orang lebih tahu. Swalayan lain seperti mirota, pamela itu kita *lobby* juga tetapi itu masih *on progress* dari pihak sini sudah memberikan proposal tetapi belum ada *feedback* dari mirota maupun pamela mungkin masih dipelajari proposalnya

- P: Apakah promosi melalui videotron itu sudah pernah dilakukan?
- MI: Itu masih *on progress* dengan Grand Artos
- P: salah satu biro yang pernah berkunjung ke JE?
- MI: PO Anggi Mereka ke sini itu pas *corona* tahun lalu
- P: Apakah marketing JE sering mengikuti pertemuan biro travel?
- MI: Iya mbak nanik sering ikut pertemuan
- P: Selama corona apakah JE pernah menyelenggarakan lomba?
- MI: Tidak kita lebih kek *workshop*, dan penggalangan dana operasional satwa kemarin tanggal 3 April kita meresmikan jeep, area trail, dan A TV
- P: Siapa yang meresmikan wahana baru tersebut?
- MI: Sebenarnya pak bupati tetapi sempat ada *miss communication* dengan pak bupati jadinya beliau tidak sempat hadir tetapi anggota DPRD hadir
- P: Apakah saat diresmikan ada komunitas jeep, *trail* dan A TV yang ikut meramaikan?
- MI: Ada kebetulan komunitas dari tempatku, namanya DRAT trail, iof 4x4(jeep) dan juga ada peserta umum yang ikut meramaikan dan mereka diundang
- P: Selama pandemi ini ada tidak yang menyewa gazebo?

MI: Ada ini udah keberapa kalinya kemarin iru ada dari ICJ (info cekatan jogja) mereka *gathering* disini dan berlangsung 1 hari saja, terus juga kalau ada rombongan *field trip* pastinya mereka sewa gazebo

P: Selama pandemi ada tidak kegiatan seperti pelatihan atau *workshop*?

MI: Tanggal 29 Mei nanti kita bakal ngadain *workshop* temanya menghias *cup cake* dan merangkai gelang tapi untuk anak-anak dan itu kita kerja sama dengan petra

P: Apakah JE membuat proposal?

MI: Iya pokoknya setiap JE mau bikin kegiatan harus ada proposalnya agar jelas anggarannya juga dan juga sebelum pandemi sebulan sekali reptil di bawah ke malioboro

P: Selama melakukan promosi pernah tidak mbak mengalami kendala?

MI: Pernah paling kek susah bagi waktu contohnya kita udah janji sama Hotel A tapi ternyata mereka ada halangan dan pertemuannya di lain hari padahal kita sudah mempunyai janji dengan pihak lain semua sudah sesuai jadwal dan disitu bakal bingung bagaimana cara mengaturnya.

P: Terimakasih banyak mbak lia, sudah meluangkan waktu untuk saya wawancarai

M1: Sama-sama

d. **Identitas Diri (marketing Mini Zoo Jogja Exotarium)**

Nama : Nanik Minizoo

Jenis kelamin :Perempuan

Usia : 40 tahun

Jabatan :Marketing II

Alamat : Yogyakarta

P: Selamat siang mbak, terimakasih mbak sudah meluangkan waktu untuk saya wawancarai, perkenalkan saya : Rosa Delima Ina Ege mahasiswa semester 8 dari kampus AMPTA Yogyakarta mbak bisa panggil saya dengan sebutan delima

MII: Sama-sama mbak, silahkan dimulai wawancaranya mbak

P: Baik mbak, sebelum *corona* strategi promosi apa yang diterapkan di Mini Zoo Jogja Exotarium?

MII: Media sosial Mendatangi sekolah-sekolah mulai dari paud sampai SD, SMP dan SMA juga tapi presentasenya cuman 10%, 90% itu paud sampai SD, kenapa aku promosinya lebih ke paud sampai SD ya karena wahana yang tersedia itu dikhususkan untuk anak-anak, kalau sekarang kan sudah ada wahana yang menantang seperti

jeep, *trail* dan A TV ditambah juga sekarang sudah banyak spot foto. Aku fokusnya ke *outbond*, *family gathering*, *field trip* dan lebih ke *group* bukan yang reguler.

P: Jadi saat kesana apakah mbak melakukan presentasi atau seperti apa mbak?

MII: Iya tapi aku presentasi nya itu saat ada pertemuan asosiasi Kepala Sekolah contohnya kegiatan IGTK(ikatan guru TK Indonesia , HIMPAUDI (himpunan paud Indonesia) dan itu perkecamatan. Jadi nanti caranya itu aku konfirmasi kepada ketua panitia acara tersebut untuk ijin presentasi jika sudah disetujui aku akan presentasi sebaik mungkin, untuk daerah magelang sudah selesai sedangkan untuk daerah Jogja hampir semua sudah tinggal gunung kidul saja yang belum sama sekali

P: apakah promosi ini mbak lakukan setiap hari?

MII: Iya setiap hari, semuanya sudah dijadwalkan hari ini harus kemana dan bertemu siapa, ketika aku mempromosikan JE biasanya dapatnya bukan satu sekolah saja, misalnya dalam satu kecamatan ada 20 sekolah dan biasanya aku dapat 6 atau 7 sekolah yang ingin *field trip* dan mengambil paket *outbond*.

P: Selain instansi dan sekolah-sekolah biasanya mbak promosi kemana lagi?

MII: promosi ke biro-biro, agen *travel* jadi sistemnya itu kami harus menjalin komunikasi yang baik dengan biro-biro tersebut, dan saat kami ingin presentasi kita mengkonfirmasi kepada ketua panitia acara tersebut dan jika sudah disetujui pihak kita bisa ikut acara tersebut dan presentasi, terus kami juga promosi dan menjalin kerja sama dengan rumah makan, hotel, resto, obyek wisata lain, petra (toko souvenir), pabrik oleh-oleh seperti bakpia khas Yogyakarta jadi sistem kerja marketing JE itu semua pelaku pariwisata, obyek wisata, akomodasi kami *approach* semua, sebanyak-banyaknya, luar jogja maupun daerah jogja sendiri.

P: Berapa jumlah biro perjalanan yang berkunjung ke JE Sebelum *corona*?

MII: jumlahnya 2 biro. Tergantung situasi dan kondisi , semua harus melewati *rapid test*.

P: Selama corona apakah ada biro yang berkunjung ke JE?

MII: ada namanya Tiara Kudus, PO Anggi, JK Trans semarang, Moza Tour. Walaupun kami sudah menjalin kerja sama dengan biro-biro perjalanan tetapi untuk menerima mereka berkunjung masih didiskusikan hal-hal yang dipertimbangkan yaitu jumlah peserta, biro tersebut dari daerah mana. Tujuan kami mempromosikan JE selama *corona* itu jika keadaan berangsur mulai pulih JE sudah terekplor dan sudah di kenal dimana-mana. Itulah pentingnya

menjalani komunikasi yang baik dengan pihak lain. Promosi biro ini gencar-gencarnya selama *corona*, sebelum *corona* kami juga tetap mempromosikan hanya belum benar-benar fokus

P: paket apa saja yang sering di ambil oleh biro perjalanan?

MII: Untuk harga publis dan harga agen itu berbeda untuk jeep harga publis 200.000 sedangkan agen 170 karena agen mendapat potongan 15% kapasitas satu jeepnya itu 4 orang untuk area *track* nya ekstrim dengan durasi 45 menit. Jeep yang selalu siap itu 5 jeep. Nanti rutenya ada spot ngasih makan sapi dan kalau mau beli makanan sapinya 1 ikat senilai 2.000 setelah itu juga ada spot *selfie*, air terjun, berenang di sungai, untuk htm nya dikenakan dari umur 3 tahun ke atas tetapi untuk group dan pesertanya anak-anak yang berumur 1 tahun semua tetap dikenakan harga htm karena kalau seperti itu JE tidak akan mendapat keuntungan sama sekali. Saya tambahkan lagi selama *corona* JE pernah mengikuti pameran di Jogja City Hall dengan tema Rasa Nusantara itu Festival Jajanan Kekinian, jadi disana JE menyewa *stand* dan membawa koleksi hewan JE ke sana. Pengunjung yang datang ke stand JE akan diberi kesempatan untuk memegang atau menggendong hewan tersebut setelah itu mengisi daftar tamu dan mengambil brosur. Hewan yang di bawa saat itu ialah: kelinci, ular dan musang.

P: Siapa yang memegang akun media sosial JE?

MII: Akun instagram itu usman, facebook itu dedi, web mbak lia sekretaris.

P: Apakah JE tidak mempunyai akun youtube?

MII: JE belum punya akun youtube sendiri

P: Event apa yang diikuti mbak nanik mewakili marketing JE?

MII: APETA(asosiasi pelaku wisata) kabupaten temanggung, Gebyar Ramadan PPJT Jawa Tengah DIY, FOR PEPAYU (forum penggiat pelaku wisata Yogyakarta, terus nanti ada kegiatan juga yang diselenggarakan oleh konco pena seluruh pesertanya pelaku wisata berjumlah 200 orang acaranya dilangsungkan di GGR (Green Garden Ramayana Prambanan), Hello Jogja Comunity, IPJP (Ikatan penyedia Jasa Pariwisata).

P: Selama bekerja sebagai marketing mbak pernah tidak mengalami kendala khususnya dalam mempromosikan JE?

MII: Jelas ada, kalau aku pribadi lebih ke pembagian waktu. Misalnya hari ini punya janji mau bertemu pemilik hotel Amplas tetapi karena pihak mereka sibuk jadinya diganti hari padahal semua sudah sesuai jadwal dan pastinya pertemuan dengan hotel Amplas ini saya carikan hari lain. Dan juga mudah lelah, lelah difisik dan juga otak

P: Semangat terus mbak demi dan untuk, terimakasih atas bantuannya
mbak nanik

MII: Sama-sama del

e. **Identitas Diri (Humas Mini Zoo Jogja Exotarium)**

Nama : **Noor Sadat**

Jenis kelamin : **Laki-Laki**

Usia : **50 tahun**

Jabatan : **Humas**

Alamat : **Yogyakarta**

P: Selamat siang pak, terima kasih sudah meluangkan waktu
untuksaya

Wawancarai

H: Sama-sama mbak del

P: Bisa kita mulai wawancaranya pak?

H: Silahkan mbak

P: Tugas Humas di Exotarium itu seperti apa pak?

H: Jadi tugas Humas di Exotarium itu sosialisasi masyarakat terus
juga menciptakan lapangan kerja jadi sistemnya itu saya bagi
jadwal yang menjaga parkir JE perminggu antara dua desa, yaitu

desa karang seneng dan mulungan dan biasanya yang menjaga itu muda-mudi karang seneng dan mulungan. Penghasilan 10% JE selalu di sumbangkan ke panti asuhan dan juga kepada warga kurang mampu jadi istilahnya kita tidak boleh lupa untuk bersyukur disaat membantu sesama pastinya apa yang direncanakan akan berjalan dengan baik dan juga sebelum *corona* biasanya saya keliling dari JE untuk mambagikan masi bungkus kepada siapa saja yang saya temui di jalan, jika ada kegiatan yang melibatkan masyarakat, tokoh masyarakat, kapolsek, bupati, kepala desa, camat biasanya saya yang mengantarkan surat tersebut, tetapi untuk tingkat kabupaten kalau pak bos tidak sibuk beliau sendiri yang akan mengantarkan. Dengan hadirnya JE kami sendiri berharap bisa sangat membantu perekonomian masyarakat kalau JE ramai dikunjungi dengan sendirinya masyarakat yang mempunyai warung makan akan senang karena biasanya pengunjung akan makan ditempat-tempat tersebut dan juga bagi masyarakat yang ingin menyewa stand didalam JE untuk berjualan akan lebih murah harganya. Masyarakat sekitar JE yang ingin menyewa pendopo ataupun gazebo akan mendapat harga yang lebih murah dibandingkan dengan masyarakat luar. Tugas Humas juga menjadi tourguide saat media meliput karena bisa dibilang saya yang paling lama bekerja disini dan benar-benar tahu wilayah JE, biasanya kalau ada kunjungan dari selebriti kayak Irfan Hakim

itu saya dan pak bos yang akan ikut berkeliling. Dan soal keamanan JE bekerja sama dengan kapolres, kapolsek.

P: Media yang pernah datang meliput JE selama *corona* itu media apa pak?

H: TVRI

P: Sebelum *corona* media apa yang pernah meliput JE atau memberitakan JE?

H: sebelum *corona* TVRI pernah datang untuk meliput juga, Tribun News Jogja, Koran Merapi, Koran Kedaulatan Rakyat, banyak mbak tapi ya karena corona sudah menyerang Indonesia jadi pihak JE lebih fokus ke media sosial seperti instagram, tiktok, facebook, youtube pokoknya media sosia

P: Nama youtube dan tiktoknya bapak tahu tidak?

H: Kalau tidak salah Jogja food hunter, dan JE tidak mempunyai youtube

P: Event apa saja yang sudah pernah diselenggarakan JE sebelum *corona*?

H: Lomba lukis se-JATENG dan DIY , lomba kambing etawa, lomba tari se-JATENG dan DIY kurang lebih seperti itu mbak dan kalau lomba se-JATENG dan DIY itu yang datang meresmikan itu

sebenarnya pak bupati tetapi mungkin ada *mis communication* jadi beliau tidak sempat hadir tetapi DPRD nya hadir

P: Stasiun TV ataupun wartawan itu kalau mau meliput JE apakah harus melalui kontrak kerja sama dulu atau hanya datang untuk meliput?

H: Datang hanya untuk meliput tapi ya saling menguntungkan JE dapat dipromosikan sedangkan stasiun TV atau wartawan mempunyai bahan untuk disiarkan.

P: Pihak mana saja yang bekerja sama dengan JE?

H: Resto, hotel, biro, toko aksesoris, toko oleh-oleh, sekolah, instansi tetapi hotel dan biro itu gencar-gencarnya pada saat *corona* ini. JE bekerja sama dengan Pass coffetarium, bakmie pak bagong, babelu resto, bintang terang abadi, PT Sosro dan masih banyak lagi informasi yang lebih lengkap lagi mbak bisa tanyakan ke marketing atau sekretaris.

P: Untuk wahaya JE serta promosi JE ini segmen mana saja yang dituju pak?

H: Sebelum *corona* itu hanya keluarga tetapi sekarang untuk semua kalangan

P: JE pernah tidak pak menyelenggarakan pelatihan?

H: Pernah, pelatihan khusus untuk pegawai yang akan pensiun, mereka bingung setelah pensiun harus usaha apa atau bisnis apa. Pelatihannya kayak peternakan sapi, kambing, kelinci, sablon baju terus juga pertanian (cara menanam lombok). Pelatihannya 1 hari saja dan tutornya pak bos sendiri

P: Apakah ada orang lain yang pernah menjadi tutor pelatihan di JE pak?

H: Kalau tentang peternakan, pertanian itu tidak pernah orang lain selalu pak bos sendiri karena itu sudah bidang pak bos

P: Jika menyelenggarakan pelatihan apakah harus membuat surat ijin kelurahan atau kabupaten?

H: Pelatihan yang diselenggarakan JE sebelum *corona* itu tidak diharuskan membuat surat ijin karena peserta juga tidak menginap, pesertanya dari warga sekitar dan juga berlangsung 1 hari saja.

P: Pernah tidak pak Promosi JE ke sekolah?

H: Iya pernah dan yang promosi itu mbak nanik dan sekolah-sekolah mulai dari TK sampai SD yang ada di DIY rata-rata sudah dimasuki mbak nanik dan mereka sudah *field trip* ke JE terus juga pak bos sering menghadiri pertemuan para *owner* kalau tidak salah kemarin sekitar 26 *owner* yang hadir, *owner* Jogja Bay dan lain-lain.

- P: Ada tidak pak pengunjung yang datang kesini mereka tahu JE bukan dari media sosial tapi dari teman, kenalan atau keluarga?
- H: Ada, sering malahan mereka dikasihtau sama teman mereka bahkan teman yang mengajak mereka datang lagi untuk temani mereka
- P: Di sini kan ada pendopo, harga pendopo jika di sewa saru hari itu kira-kira berapa pak?
- H: 500.000 ribu free tikar dan *wireless* saya mau menambahkan tentang sponsor jika JE mengadakan lomba dan mencari sponsor, dan mendapatkan sponsor, mereka diberi kebebasan untuk memasang *banner* jika lomba itu sudah berlangsung atau di banner lomba JE logo sponsor itu harus ada
- P: Jika wisatawan ingin mengetahui harga tiket, fasilitas itu mereka bisa melihat atau mengaksesnya dimana pak?
- H: Instagram bisa tapi lebih lengkapnya di web. Nama webnya www.jogjaexotarium.com nanti dalam web ada informasi kontak yang bisa dihubungi jika ingin mengetahui harga tiket dan paket lainnya
- P: JE kan sudah meresmikan wahana jeep, *trail* dan A TV, kira-kira dari ketiga wahana ini yang tidak disediakan JE wahana yang mana pak?

H: Kalau jeep, dan A TV itu disediakan JE sedangkan *trail* JE hanya menyediakan lahan sedangkan motornya dari pengunjung sendiri, kapasitas jeep itu 4 orang dalam 1 jeep durasi 45 menit dan supir jeep itu daru JE karena jeep membutuhkan supir khusus dan satu lagi jeep itu kerja sama dengan jeep kaliurang.

P: Terima kasih banyak pak sudah meluangkan waktu untuk saya wawancarai pak, sekali lagi terima kasih

H: Sama-sama mbak del

f. Identitas Diri (*Ticketing Mini Zoo Jogja Exotarium*)

Nama : **Yanti**
Jenis kelamin : **Perempuan**
Usia : **26 tahun**
Jabatan : ***Ticketing***
Alamat : **Yogyakarta**

P: Selamat siang mbak terima kasih sudah meluangkan waktu untuk saya wawacarai mbak, perkenalkan saya Rosa Delima Ina Ege semester 8 dari kampus AMPTA Yogyakarta.

T: Sama-sama del, bisa langsung dimulai wawancaranya mbak

P: Baik mbak, sebelum pandemi pernah tidak mbak kewalahan dalam menangani Banyaknya pengunjung yang datang?

T: Pernah, itu di tahun 2019 awal dan itu pengunjung perhari sebanyak 500- 700 orang khusus *weekday* sedangkan *weekend* bisa mencapai 1.000

P: Apakah ticketingnya hanya mbak saja atau mbak ada *partner*?

T: Kalau hari biasa saya sendiri saja tetapi lebaran dan tahun baru biasanya saya dibantuan sama partner saya 1 orang

P: Menurut mbak sendiri strategi yang dijalankan JE sebelum *corona* apakah sudah efektif dan mendatangkan wisatawan karena mbak yang menerima wisatawan yang datang?

T: Sudah cukup efektif

P: Selama mbak mengelola bagian *ticketing* pernah tidak pengunjung komplain karena harga tiket mahal?

T: Pernah

P: Kira-kira apa yang mbak lakukan untuk menyelesaikan masalah tersebut?

T: Saya berusaha menjelaskan kenapa harganya seperti itu ya yang sebenarnya itu sudah termasuk murah dibandingkan kebun binatang lain dan kalau pengunjung masih marah saya sarankan untuk langsung bertemu manager atau bahkan pemilik JE. Kalau sudah seperti itu mereka bakal diam dan tidak komplain lagi di tambah lagi tiket masuk JE sudah dilengkapi asuransi keselamatan.

Kalau terjadi kecelakaan yang dialami pengunjung selama berada di JE akan di biayai hingga sembuh jadi sebenarnya harga segitu *worth it*

P: Harga tiket sebelum *corona* berapa mbak?

T: 15.000;

P: Selama pandemi banyaknya pengunjung JE pada bulan berapa?

T: Agustus

P: Selama pandemi harga tiketkan naik menjadi 20.000 kira-kira ada tidak pengunjung yang komplain?

T: pernah ada yang komplain bahkan ada yang kek sabotase contohnya mereka datang ber lima nanti bilangya cuman berempat padahal kita cari uang sama-sama. Kenapa bisa naik menjadi 20.000 karena kebutuhan sabun cuci tangan, *hand sanitizer*, dan makana satwa semakin banyak tapi dengan harga segitu pengunjung sudah mendapat teh sosro gratis, satu pengunjung satu teh sosro dan selama pandemi ticketingnya cuman 1 orang kalau dia pengawai JE tapi kalau mahasiswa magang itu 2 orang

P: ada kah perilaku pengunjung yang membuat pengelola atau mbak marah?

T: Ada mbak salah satunya mereka kadang suka buang sampah sembarangan walaupun nggak semua, terus juga kalau duduk dipendopo dan pulang mereka nggak merapikan kembali terus juga pas lagi pandemi mereka kadang tidak mematuhi protokol dilarang melepas masker di trmpat wisata mereka malah buka

P: Terimakasih mbak sudah mau meluangkan waktu untuk saya wawancarai

T: Sama-sama del

g. Identitas Diri(Wisatawan I)

Nama : **Heni**
Jenis kelamin : **Perempuan**
Usia : **44 tahun**
Alamat : **Yogyakarta**
Pekerjaan : **Ibu Rumah Tangga**

P: Selamat siang ibu, perkenalkan saya Rosa Delima Ina Ege jurusan Pariwisata dari Kampus AMPTA Yogyakarta semester 8 bu terimakasih ibu sudah meluangkan waktu untuk saya wawancarai

WI: Sama-sama mbak

P: Bisa kita mulai wawancaranya bu?

WI: Silahkan mbak

P: Pertama kali ibu tahu JE dari siapa? Apakah dari media atau teman?

WI: Pertama kali tahu dari kakak saya, dia pernah ke sini

P: Hari ini kan ibu dan adik-adik sudah berkunjung ke sini kira-kira ada keinginan untuk berkunjung lagi?

WI: Ada nanti paling sama keluarga besar ke sini lagi

P: Apakah ibu mengikuti akun media sosial dari JE?

WI: Tidak

P: Menurut ibu dengan harga 20.000 ribu *worth it*? Apakah terlalu murah atau terlalu mahal

WI: Menurut saya kemahalan mbak karena pas pandemi ini semuanya serba susah, semua- semua harus pake uang

P: sebelum ibu ke JE pastinya ibu mempunyai ekspektasi JE akan seperti ini, seperti itu apakah JE sudah memenuhi ekspektasi ibu?

WI: sudah sesuai mbak

P: Apakah ibu akan merekomendasikan JE kepada orang lain?

WI: Iya, saya akan merekomendasikan kepada keluarga

P: Selain JE ibu sudah pernah berkunjung ke kebun binatang lain?

WI: Sudah, saya pernah pergi ke Gembira Loka

P: Dari segi alam, suasana sama pelayanannya bagus mana bu?

WI: Kalau alam, suasana lebih sejuk JE, kalau jalan lebih menantang JE dan pelayanannya lebih cekatan JE

P: Ibu sudah pernah melihat brosur atau *banner* dari JE? Kalau sudah menurut ibu dari segi brosur dan *banner* menarik tidak? Yang membuat wisatawan penasaran ingin berkunjung ke JE?

WI: Kalau saya pribadi cukup menarik apalagi saya mempunyai anak yang masih kecil pastinya saya penasaran untuk datang ke sini

P: Menurut ibu JE sudah memenuhi kriteria sebagai wisata edukasi?

WI: Sudah mbak

P: Menurut ibu konsep atau cara pihak JE menangani covid-19 sudah bagus?

WI: Sudah pas mbak

P: Apakah ibu mempunyai saran untuk JE?

WI: Menurut saya harga tiketnya diturunin jadi 15.000 saja. Itu saja mbak

P: Terimakasih ibu sudah bersedia saya wawancarai

WI: Sama-sama

h. Identitas Diri(Wisatawan II)

Nama : Oki Putri
Jenis kelamin : Perempuan
Usia : 18 Tahun
Alamat : Yogyakarta
Pekerjaan : Pelajar

P: Selamat siang mbak, perkenalkan saya Rosa Delima Ina Ege jurusan Pariwisata dari Kampus AMPTA Yogyakarta semester 8
terimakasih mbak sudah meluangkan waktu untuk saya wawancarai

WII: Sama-sama kak bisa langsung dimulai saja wawancaranya kak

P: Baik mbak, Pertama kali mbak tahu JE dari siapa? Apakah dari media atau teman?

WII: Dari budhe

P: Mbak sudah pernah melihat brosur atau *banner* dari JE? Kalau sudah

menurut mbak dari segi brosur dan *banner* menarik tidak? Yang membuat wisatawan penasaran ingin berkunjung ke JE? Apalagi mbak masih SMA biasanya kan anak SMA kalau melihat hal yang menarik mereka bakal cepat penasaran

WII: Saya sudah pernah melihat Kalau saya pribadi cukup menarik mbak

- P: Apakah mbak mengikuti akun media sosial dari JE?
- WII: Tidak
- P: Apa yang membuat mbak tertarik untuk kesini?
- WII: Mau *refreshing* ditambah lagi penasaran dengan JE ini
- P: Apakah mbak akan merekomendasikan JE kepada orang lain?
- WII: Iya terutama ke teman-teman, soalnya mereka senang foto di sini
kan juga bagus buat foto
- P: Selain JE mbak sudah pernah berkunjung ke kebun binatang lain?
- WII: Iya ke Gembira Loka
- P :Dari segi fasilitas, alam dan pelayanan bagus mana?
- WII: Dua-duanya bagus dan ramah cuman disini spot fotonya lebih
banyak
- P: Mbak kan pelajar SMA, kalau disekolah kan diajarin tentang
hewan. Ada tidak pengetahuan yang mbak tidak dapat disekolah
tetapi mbak dapatkan disini
- WII: Ada, disekolah kan tidak diajarkan memberi makan kura-kura
harus dari samping agar tangan kita tidak terluka, bagaimana cara
menunggangi kuda seperti itu mbak.
- P: Dengan harga 20.000 menurut mbak *worth it* tidak

WII: Iya mbak, apalagi sekarang kebutuhan sabun cuci tangan, makanan satwa bertambah jadi *worth it* saja menurut saya

P: Sebelum mbak ke JE pastinya mbak mempunyai ekspektasi JE akan seperti ini, seperti itu apakah JE sudah memenuhi ekspektasi mbak?

WII: Tidak, saya berfikir bakal ramai ternyata tidak

P: Menurut mbak JE sudah memenuhi kriteria sebagai wisata edukasi?

WII: Sudah mbak

P: Menurut mbak konsep atau cara pihak JE menangani covid-19 sudah bagus?

WII: Sudah pas

P: Mbak ada saran untuk JE?

WII: sejauh ini tidak ada mbak

P: Terima kasih banyak sudah meluangkan waktu untuk saya wawancarai mbak

WII: Sama-sama mbak.

i. **Identitas Diri(Wisatawan III)**

Nama : Djani
Jenis kelamin : Perempuan
Usia : 32 Tahun
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Yogyakarta

P: Selamat siang mbak, perkenalkan saya Rosa Delima Ina Ege jurusan Pariwisata dari Kampus AMPTA Yogyakarta semester 8
terimakasih mbak sudah meluangkan waktu untuk saya wawancarai

WIII: Sama-sama mbak langsung dimulai ya mbak

P: Baik mbak, Pertama kali mbak tahu JE dari siapa? Apakah dari media atau teman?

WIII: Teman dan tetangga

P: Mbak sudah pernah melihat brosur atau *banner* dari JE? Kalau sudah menurut mbak dari segi brosur dan *banner* menarik tidak? Yang membuat wisatawan penasaran ingin berkunjung ke JE?

WIII: Penasaran mbak dan menurut saya brosurnya itu menarik

P: Hari ini mbak kan sudah berkunjung ke sini dengan anak mbak, nanti ada keinginan berkunjung ke sini lagi mbak?

WIII: Pasti mbak karena anak saya juga senang banget ke sini kalau di Gembira Loka tidak di perbolehkan memberi makan hewan sedangkan disini boleh sekali, anak-anak jadi suka belajar dan banyak bertanya kayak “ bunda kalau ade kasih makan kura-kura kenapa harus dari samping? Di Bunda kenapa kura-kura jalannya lambat? Kalau saya tidak bisa menjawab kan bisa cari youtube. Semakin mereka pensaran tentang edukasi hewan kami sebagai orang tua juga semangat buat ke sini

P: Apakah mbak mengikuti akun media sosial dari JE?

WIII: Tidak

P: Dengan harga 20.000 menurut mbak *worth it* tidak?

WIII: *worth it* ditambah lagi selama pandemi ini pengunjung yang datang kesini itu sedikit jadi pemasukannya juga sedikit kasian hewan-hewannya padahal kebutuhan mereka banyak, jadi *worth it* menurut aku

P: Sebelum mbak ke JE pastinya mbak mempunyai ekspektasi JE akan seperti ini, seperti itu apakah JE sudah memenuhi ekspektasi mbak?

WIII: Lumayan mbak

P: Apakah ini kali pertama mbak berkunjung ke sini?

WIII Ini kali kedua, kali pertama itu waktu JE baru diresmikan

- P: Apakah mbak akan merekomendasikan JE kepada orang lain?
- WIII: Iya terutama keluarga
- P: JE dan Gembira Loka Jika dilihat dari segi pelayanan, alam dan aksesnya mana yang paling bagus?
- WIII: Pelayanan sama-sama bagus, akses juga sama-sama bagus tapi kalau dari segi alamnya JE lebih asri
- P: Menurut mbak konsep atau cara pihak JE menangani covid-19 sudah bagus?
- WIII: Sudah pas, banner tentang protokol kesehatan sudah terpasang, karyawannya sudah memakai masker cuman kadang di lepas karena sumpek juga tapi nanti dipakai lagi
- P: Mbak ada saran untuk JE?
- WIII: Kan tadi saya ke bagian satwa dan bau kandangnya kurang enak di hirup dan ya bikin pengunjung risih jadi saran saya kandangnya lebih sering dibersihkan lagi dan dikasih pengharum mungkin ada khusus untuk kandang hewan biar pengunjung makin nyaman
- P: Terimakasih mbak
- WIII: Sama-sama mbak

j. Identitas Diri(Wisatawan IV)

Nama : Ika
Jenis kelamin : Perempuan
Usia : 28 Tahun
Pekerjaan : Karyawan Swasta
Alamat : Yogyakarta

P: Selamat siang mbak, perkenalkan saya Rosa Delima Ina Ege jurusan Pariwisata dari Kampus AMPTA Yogyakarta semester 8 terimakasih mbak sudah meluangkan waktu untuk saya wawancarai

WIV: Sama-sama mbak, Langsung di mulai aja ya mbak

P: Baik mbak, pertama kali mbak tahu JE dari mana atau dari siapa?

WIV: Saya kan mengajar di kali code dan saya juga mengenal baik warga disana terus ada warga yang kebetulan seumur saya ngajak buat jalan-jalan ke kebun binatang tapi saat itu saya tidak bisa karena sibuk, jadinya sekarang baru kesampaian buat ke sini.

P: Mbak aktif di media sosial?

WIV :Iya mbak

P: Apakah mbak mengikuti akun media sosial JE?

WIV: Tidak

P: Mbak sudah pernah melihat brosur atau *banner* dari JE? Kalau sudah

menurut mbak dari segi brosur dan *banner* menarik tidak? Yang membuat wisatawan penasaran ingin berkunjung ke JE?

WIV: Sudah, kalau menurut saya *banner* dan brosurnya biasa saja, tidak membuat orang penasaran untuk kesini

P: JE dan Gembira Loka Jika dilihat dari segi pelayanan, alam dan aksesnya mana yang paling bagus?

WIV: Pelayanan sama-sama bagus, JE alam lebih sejuk dan asri, aksesnya sama-sama bagus. dan JE juga sudah mempunyai spot foto sedangkan Gembira Loka lebih banyak bangunan jadi kalau mau foto hewannya saja yang difoto

P: Menurut mbak JE sudah memenuhi kriteria sebagai wisata edukasi?

WIV: Sudah, soalnya warga teman saya mengajar itu yang mengajak saya kesini punya ponakan dan ponakannya pengen banget kesini.

P: Biasanya kalau mbak mengunggah sebuah foto atau video saat berada obyek wisata ke media sosial apakah mbak menandai obyek wisata tersebut?

WIV: tidak

P: Apakah mbak akan merekomendasikan JE kepada orang lain?

WIV: Iya karena mau ngajak teman-teman dan keluarga

P: Menurut mbak harga tiket 20.000 itu *worth it* nggak atau terlalu mahal atau bahkan termasuk murah?

WIV: *Worth it* si tidak mahal menurut saya

P: Menurut mbak konsep atau cara pihak JE menangani covid-19 sudah bagus?

WIV: Sudah bagus mbak, tempat cuci tangan juga tersedia dimanamana intinya sudah bagus

P: Mbak ada saran untuk JE?

WIV: Sejauh ini tidak ada mbak karena menurut saya JE sudah bagus dalam hal pelayanan dan lain-lain. Tetapi dikembangkan dan dipertahankan kualitas JE

P: Terimakasih mbak

WIV Sama-sama mbak

k. Identitas Diri(Wisatawan V)

Nama : Hayati

Jenis kelamin : Perempuan

Usia : 27 Tahun

Pekerjaan : Guru

Alamat :Yogyakarta

P: Selamat siang mbak, perkenalkan saya Rosa Delima Ina Ege jurusan Pariwisata dari Kampus AMPTA Yogyakarta semester 8
terimakasih mbak sudah meluangkan waktu untuk saya wawancarai

WV: Sama-sama mbak, Langsung di mulai aja ya mbak

P: Baik mbak, pertama kali mbak tahu JE dari mana atau dari siapa?

WV: Jadi dulu waktu saya masih mengajar di TK daerah kentungan sleman, terus pas anak-anak TK mau jalan-jalan kami bingung harus bawa mereka kemana kalau ke Gembira Loka terlalu ramai, terus saya nanya ke teman, teman saya memberitahu kalau ada kebun binatang mini di Yogyakarta dan alhasil kami ke sini dan ini sudah kedua kalinya saya ke sini

P: Apakah mbak aktif di media sosial?

WV: Tidak

P: Mbak sudah pernah melihat brosur atau *banner* dari JE? Kalau sudah

menurut mbak dari segi brosur dan *banner* menarik tidak? Yang membuat wisatawan penasaran ingin berkunjung ke JE?

WV: Kalau saya pribadi, saya tertarik walaupun hanya melihat *banner* atau brosur nya saja, desainnya cukup menarik menurut saya

P: Mbak kan sudah berkunjung ke JE 2 kali, kedepannya mbak ada rencana untuk berkunjung lagi?

WV: Iya, nanti bareng keluarga ke sini

P: Kenapa mbak bisa tertarik untuk berkunjung ke JE?

WV: *Refreshing* saja

P: Menurut mbak harga tiket 20.000 itu *worth it* nggak atau terlalu mahal atau bahkan termasuk murah?

WV: *Worth it* harganya pas tidak murah dan tidak mahal

P: JE dan Gembira Loka Jika dilihat dari segi pelayanan, alam dan aksesnya mana yang paling bagus?

WV: Sama-sama bagus hanya Gembira Loka spot fotonya sepertinya tidak ada

P: Menurut mbak JE sudah memenuhi kriteria wisata edukasi?

WV: Sudah karena waktu saya dan anak-anak TK berkunjung ke sini anak-anak senang sekali pengetahuan mereka atau edukasi mereka tentang hewan bertambah ditambah lagi pengawainya menjelaskan tentang hewan tersebut dan juga anak-anak dapat berinteraksi langsung dengan hewan

P: Menurut mbak konsep atau cara pihak JE menangani covid-19 sudah bagus?

WV: Sudah bagus mbak, sudah benar-benar menerapkan protokol kesehatan dengan baik dan benar

P: Mbak ada saran untuk JE?

WV: Sejauh ini nggak ada mbak

P: Terimakasih mbak

MV: Sama-sama mbak

i. **Identitas Diri(Wisatawan VI)**

Nama : Resa

Jenis kelamin : Perempuan

Usia : 40 Tahun

Pekerjaan : Wiraswasta

Alamat :Yogyakarta

P: Selamat siang ibu perkenalkan saya Rosa Delima Ina Ege jurusan Pariwisata dari Kampus AMPTA Yogyakarta semester 8 terimakasih ibu sudah meluangkan waktu untuk saya wawancara

WVI: Sama-sama mbak

P: Saya mulai bu, Ibu pertama kali tahu JE dari mana? Media sosial kah atau dari kerabat?

WVI: Dari teman

P: Ibu sudah pernah melihat brosur atau *banner* dari JE? Kalau sudah menurut mbak dari segi brosur dan *banner* menarik tidak? Yang membuat wisatawan penasaran ingin berkunjung ke JE?

WVI: Kalau hanya penasaran si bisa-bisa saja tapi kurang greget saja

P: Sudah berapa kali ibu mengunjungi JE

WVI: Sudah berulang-ulang kali, bisa di bilang saya pengunjung tetap JE dan akan selalu ke JE

P: Apa yang membuat ibu berkunjung ke JE

WVI: Saya suka sekali dengan kuda, begitu juga anak-anak saya selain itu pelayanan, suasana alam JE membuat pengunjung betah

P Ibu aktif di media sosial?

- WVI: Iya saya aktif di WA dan tiktok saja
- P: Ada *influencer* yang memuat konten tentang JE apakah ibu mengikuti tiktok tersebut?
- WVI: Tidak
- P: Menurut ibu harga tiket 20.000 itu *worth it* nggak atau terlalu mahal atau bahkan termasuk murah?
- WVI: Menurut saya pribadi terlalu murah bisa dilihat dari hewan yang begitu banyak, bersih dan terawat
- P: Selain JE ibu sudah pernah berkunjung ke kebun binatang lain?
- WVI: Sudah kalau yang di jogja Gembira Loka sedangkan semarang kebun binatang Mangkang namanya
- P: Dari ketiga kebun binatang ini jika dilihat segi bangunan, pelayanan, dan suasana alam menurut ibu mana yang paling bagus dan profesional?
- WVI: Kalau Gembira Loka sendiri itu kan lebih ke kebun binatang yang besar sedangkan JE kebun binatang kecil dan lebih banyak tamannya dan kalau dibandingkan menurut saya jauh kembali lagi karena konsep Gembira Loka lebih besar. Konsep JE sudah lumayan bagus tapi kalau dilihat dari alamnya dan pelayanan JE unggul dibandingkan kedua

kebun binatang tersebut. JE memberikan pelayanan yang sangat bagus menurut saya pegawai JE sangat cekatan, tidak harus menunggu pengunjung bertanya mereka mempunyai inisiatif untuk langsung melayani

P: Ibu pernah tidak merekomendasikan JE kepada orang lain?

WVI: Sering mbak, sudah banyak kenalan saya yang kesini karena saya rekomendasikan dan juga tempat ini memang patut direkomendasikan dan ya karena tempatnya bagus, pelayanannya juga bagus jadi saya merekomendasikan ke orang lain dan walaupun tempatnya tidak bagus orang yang saya juga ya orang yang saya rekomendasikan waktu ke sini dan saya rasa itu pertama dan terakhir dia ke sini banyak faktor si mbak yang membuat orang berkunjung ke JE selain murah, ramah lingkungan

P: Pertama kali ibu ke sini pastinya ada ekspektasi tentang JE dan waktu ibu ke sini apakah ekspektasi ibu terpenuhi?

WVI: Terpenuhi mbak cuman perbedaan dulu dan sekarang kalau dulu tanamannya masih segar dan lebih terawat sedangkan sekarang sudah kurang terawat ditambah lagi pandemi ini jadi makin sulit

P: Menurut ibu JE sudah memenuhi kriteria sebagai wisata edukasi?

WVI: Sudah mbak karena saya kan punya anak yang masih kecil setiap kali ke JE dia nunjukin saya kura-kura itu dan dia yang menjelaskan, terus saya tanya “adek tahu dari mana?” dia jawab “ade tahu dari om-om yang jaga kura-kura ma”.Setiap kali pulang dari JE dia pasti senang sekali dan selalu ada *story time*

P: Menurut ibu konsep atau cara pihak JE menangani covid-19 sudah bagus?

WVI: Sudah mbak karena sebelum masuk JE kita harus cuci tangan, cek suhu, harus selalu pake masker, jaga jarak cuman kadang pengawainya mungkin sumpek pakai masker jadi di lepas sebentar nanti dipake lagi

P: Ibu ada saran untuk JE?

WVI: Lebih ditingkatkan lagi media belajarnya kayak di kandang kelinci ada tulisan-tulisan sebenarnya itu sudah membantu tetapi alangkah baiknya ditambahkan lagi karena kebun binatang itu bagus sekali menjadi media belajar untuk anak dari pada anaknya di ajak ke mall mending ke sini dan juga fasilitas-fasilitasnya di cat lagi kayak gazebo supaya lebih cerah dan berwarna kembali

P: Terimakasih ibu

WVI: Sama-sama mbak

LAMPIRAN
DOKUMENTASI



Lampiran Foto Wawancara Bersama Bapak direktur JE

Sumber: Dokumentasi pribadi



Lampiran Foto Wawancara bersama Mbak Yulia

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Lampiran Foto Wawancara Bersama Bapak Sadad Humas JE

Sumber: Dokumen Pribadi



Lampiran Foto Bersama Mbak Yanti *Ticketing* JE

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Lampiran Foto Wawancara Bersama Mbak Nanik Marketing JE

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Lampiran Foto Bersama Mbak Lia Marketing JE

Sumber:Dokumentasi Pribadi



Lampiran Foto Wawancara Bersama Bu Heni(Wisatawan I)

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Lampiran Foto Wawancara Bersama Mbak Oki Putri (Wisatawan II)

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Lampiran Foto Wawancara Bersama Bu Djani (Wisatawan III)

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Lampiran Foto Wawancara bersama Mbak Ika (Wisatawan IV)

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Lampiran Foto Wawancara Bersama Mbak Hayati

Sumber : Dokumentasi Pribadi



Lampiran Foto Wawancara Bersama Mbak Resa

Sumber:Dokumentasi Pribadi

LAMPIRAN
LEMBAR BIMBINGAN

NAMA PEMIMPIN: DR. RICHARD WU

NAMA PENGEMBAK: YANI PERMANA SRI ESTE

NO. ANGKUTAN: 200277

JUDUL PENELITIAN: Market Power View 200
dan Efisiensi Ekonomi Uprn
dan Efisiensi Industri

NO. TUGAS	URAIAN Bimbingan	HALAM	NO. TUGAS	URAIAN Bimbingan	HALAM
1	1/10/21 -> Koneksi = hasil belajar bagi penerima yg mendapat ke- percayaan dll. - Koneksi dan dunia pribadi - Tala Tala & penerusan A. 1. 2. 3.				

Lampiran Lembar Bimbingan Penelitian

NAMA PEMIMPIN: DR. RICHARD WU

NAMA PENGEMBAK: YANI PERMANA SRI ESTE

NO. ANGKUTAN: 200277

JUDUL PENELITIAN: Market Power View 200
dan Efisiensi Ekonomi Uprn
dan Efisiensi Industri

NO. TUGAS	URAIAN Bimbingan	HALAM	NO. TUGAS	URAIAN Bimbingan	HALAM
2	2/10/21 -> Koneksi = hasil belajar bagi penerima yang mendapat ke- percayaan dll. - Koneksi dan dunia pribadi - Tala Tala & penerusan A. 1. 2. 3.		2	2/10/21 -> Koneksi = hasil belajar bagi penerima yang mendapat ke- percayaan dll. - Koneksi dan dunia pribadi - Tala Tala & penerusan A. 1. 2. 3.	

Lampiran Lembar Bimbingan Penelitian

Logo of Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) is visible at the top left.

NAMA MAHASISWA : _____
 NO. MAHASISWA : _____
 JUDUL PENELITIAN : _____

NAMA PEMBIMBING I : _____
 NAMA PEMBIMBING II : _____

NO.	TANGGAL	URAIAN Bimbingan	SIKAP	NO.	TANGGAL	URAIAN Bimbingan	SIKAP
1	17/11/19	Menyampaikan hasil Tesis dan membantu dalam mencari referensi	✓				
2	17/11/19	Menyampaikan hasil Tesis dan membantu dalam mencari referensi	✓				
3	17/11/19	Menyampaikan hasil Tesis dan membantu dalam mencari referensi	✓				
4	17/11/19	Menyampaikan hasil Tesis dan membantu dalam mencari referensi	✓				
5	17/11/19	Menyampaikan hasil Tesis dan membantu dalam mencari referensi	✓				
6	17/11/19	Menyampaikan hasil Tesis dan membantu dalam mencari referensi	✓				
7	17/11/19	Menyampaikan hasil Tesis dan membantu dalam mencari referensi	✓				
8	17/11/19	Menyampaikan hasil Tesis dan membantu dalam mencari referensi	✓				
9	17/11/19	Menyampaikan hasil Tesis dan membantu dalam mencari referensi	✓				
10	17/11/19	Menyampaikan hasil Tesis dan membantu dalam mencari referensi	✓				

Lampiran Lembar Bimbingan Penelitian

Logo of Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) is visible at the top left.

NAMA MAHASISWA : _____
 NO. MAHASISWA : _____
 JUDUL PENELITIAN : _____

NAMA PEMBIMBING I : _____
 NAMA PEMBIMBING II : _____

NO.	TANGGAL	URAIAN Bimbingan	SIKAP	NO.	TANGGAL	URAIAN Bimbingan	SIKAP
1	17/11/19	Menyampaikan hasil Tesis dan membantu dalam mencari referensi	✓				

Lampiran Lembar Bimbingan Penelitian