

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan tahap penelitian yang dilakukan, mulai dari pembuatan proposal penelitian, kemudian teorisasi sampai dengan pengumpulan data, dan pengolahan data, akhirnya peneliti mendapat kesimpulan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Strategi promosi yang dilakukan Gembira Loka Zoo Yogyakarta melalui media sosial *Instagram* sudah sangat bagus dan berdampak sangat signifikan bagi penyebaran informasi dari Gembira Loka Zoo Yogyakarta itu sendiri. Dengan memiliki ribuan *followers* dari berbagai usia dan berbagai daerah, dapat dipastikan penyebaran informasi tentang Gembira Loka Zoo akan cepat tersebar. Apalagi objek wisata ini merupakan kebun binatang satu-satunya di Yogyakarta.

Meskipun pengetahuan wisatawan akan adanya Gembira Loka Zoo sudah dari sebelum adanya promosi di media sosial atau mendapatkan informasi dari pengetahuan terdahulu seperti teman, saudara dan lain-lain. Tetapi promosi di *Instagram* yang paling diminati oleh pengunjung, dan banyaknya bukti dari foto-foto berkunjung wisatawan yang di *mention* atau di *tag* ulang *Instagram* @glzoojogja setelah berkunjung dari Gembira Loka Zoo.

Melalui *Instagram* ini sudah banyak sekali menginformasikan promosi-promosi yang diberikan oleh pengelola Gembira Loka Zoo bagi calon pengunjung. Hampir setiap event, hari besar, hari nasional, dan sebagainya, selalu

ada promo yang sangat menarik dan sayang sekali jika dilewatkan. Dengan desain gambar (brosur yang diupload di *Instagram*) yang sangat menarik dan para pengguna dan *followers* di *Instagram* juga calon pengunjung akan lebih menyukai promosinya.

B. Saran

1. Lebih sering mengadakan promosi yang berhubungan dengan media sosial terkhususnya *Instagram*
2. Bagi pengelola Gembira Loka Zoo Yogyakarta supaya lebih memperhatikan kebersihan dilingkungan gembira Loka Zoo.
3. Penambahan wahana di beberapa lokasi akan sangat bagus.
4. Pembuatan indoor di beberapa wahana untuk mengantisipasi jika hujan deras turun .
5. Menambah jangkauan dan spot Wi-fi

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. 2015. *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS
- Bachri, Bachtiar S. 2010 *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*. Universitas Surabaya.Surabaya
- Buchory, H. A., & Saladin, D. (2010). *Manajemen Pemasaran: Teori, Aplikasi & Tanya Jawab*. Jakarta: Linda Karya
- Endri Kusumaratih. 4 Januari, 2017. Renik Media Sosial. *Hadila*, hlm 9
- Gunelius, Susan. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United states: McGraw-Hill Companies
- Hari Rachmadi. 2016. *Model Pengambilan Keputusan Berwisata*. Jurnal Media Wisata, Vol.14, Nomor 2. (http://www.academia.edu/35791998/MODEL_PENGAMBILAN_KEPUTUSAN_BERWISATA) di akses pada 20 Oktober 2018
- Hermantoro, Henky. 2015. *Kepariwisata. Destinasi Pariwisata. Produk Pariwisata*. Depok, Jawa Barat: CV Aditri
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo
- Jaja Sutarja. 2017. *Promosi Pariwisata Melalui Pemilihan Duta Wisata Kabupaten Majalengka Oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka*: tidak dipublikasikan. Yogyakarta: Jurusan Hospitality Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta
- Leliyana Andriyani. 2014. *Peran Duta Wisata Dalam Mempromosikan Kebudayaan Dan Pariwisata di Kalimantan Timur* “ejournal Ilmu Komunikasi, Vol. 2, Nomor 4.(<http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id>) diakses pada 20 Februari 2017
- Miles and Huberman. 2014. *Analisis Data Kualitatif*. Penerjemah Tjetjep Rohendi, Jakarta. Penerbit. Universitas Indonesia (UI-Press)
- Moleong,J.Lexy.2012.*MetodelogiPenelitianKualitatif* Penerbit:RemajaRosdak arya.Bandung:
- Rangkuti, Freddy. 2013. *AnalisisSWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta :PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta

Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: GAVA MEDIA

Suwena, I Ketut dan I Gst Ngr Widyatamja. 2010. *Pengantar dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Udayana University Press

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan

Yoeti, Oka A. 2008. *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta: Pradya Paramita

LAMPIRAN



**YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Calurtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 353/Q.AMPTA/XII/2018
Hal : Permohonan Penelitian

10 Desember 2018

Kepada Yth.
Pengelola Gembira Loka Zoo
Di Jl. Kebon Raya No. 02, Rejowinangun
Kotagede, Yogyakarta

Dengan Hormat,


Kami yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, menerangkan bahwa :

Nama : Winda Fetty
NIM : 414100318
Prodi : Usaha Perjalanan Wisata (Diploma IV)
Tahun Akademik : 2018/2019
Alamat : Jl. Kapulogo No.227. Nologaten, Depok, Sleman
Nomor Telp : 0822 8550 0063
Periode : Desember 2018 – Januari 2019

Mohon untuk diijinkan melaksanakan Penyusunan Laporan Penelitian dengan Judul :

**“STRATEGI PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN DI OBJEK
WISATA GEMBIRA LOKA ZOO YOGYAKARTA”**

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Hormat Kami,

Dwi Prihatno, MM



SURAT KETERANGAN

No : 402 - 1901 - 032

Yang bertandatangan di bawah ini, atas nama Manager Pemasaran Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta menerangkan:

Nama : Winda Fetty
No. Mahasiswa : 414100318
Jurusan : Usaha Perjalanan Wisata
Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melaksanakan penelitian di Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta dari tanggal 17 Desember 2018 sampai dengan 23 Desember 2018.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 28 Januari 2019



Nosi Hermawan, S. Pd.
Manager Pemasaran

d/da/aw/rtg/surkat.pk

Jl. Kebun Raya No. 2 YOGYAKARTA 55171 INDONESIA
Tel. (62-274) 373861 - 374792 Fax. 384666
e-mail : info@gembiralokazoo.com
http://www.gembiralokazoo.com

PEDOMAN WAWANCARA KEPALA PROMOSI GEMBIRA LOKA ZOO

1. Adakah media promosi yang anda gunakan sebelum menggunakan instagram ?
2. Apa yang menjadi alasan anda menggunakan instagram untuk mempromosikan GembiraLoka Zoo?
3. Faktor apa saja yang mempengaruhi anda menggunakan instagram untuk media promosi ?
4. Menurut anda apa kelebihan dan kekurangan instagram dalam media promosi ?
5. Apakah konsumen memberi respon atau aktif disetiap promosi yang disampaikan?
6. Apakah banyak konsumen yang memberikan komentar, tanggapan atau pertanyaan di kolom komentar diinstagram ?
7. Apa saja isi dari unggahan yang diunggah ke media sosial instagram Gembira Loka Zoo ?
8. Bagaimana strategi yang dilakukan agar akun instagram GembiraLoka Zoo diikuti banyak orang ?
9. Apakah menurut anda media sosial instagram berpengaruh terhadap tingkat kunjungan wisatawan ke Gembira Loka Zoo ?
10. Menurut anda seberapa besar peran instagram sebagai media promosi Gembira Loka Zoo ?

PEDOMAN WAWANCARA PENGUNJUNG GEMBIRA LOKA ZOO

1. Darimanakah anda mengetahui objek wisata Gembira Loka Zoo Yogyakarta ?
2. Apakah anda mengetahui media sosial Instagram Gembira Loka Zoo ?
3. Diantara tiga media sosial promosi Gembira Loka Zoo apa saja yang anda ketahui ?
4. Apakah anda pernah mengetahui atau mengikuti promosi atau kuis yang di adakan di Instagram Gembira Loka Zoo ?
5. Promosi yang diberikan GembiraLoka Zoo apa saja yang pernah anda ikuti ?
6. Bagaimana tanggapan anda tentang promosi yang diberikan Gembira Loka Zoo ?
7. Apakah dengan adanya promosi di instagram yang diberikan oleh Gembira Loka Zoo membuat anda tertarik mengunjungi Gembira Loka Zoo ?

HASIL WAWANCARA

Identitas informan

Nama : Fahmi

Pekerjaan/Jabatan : Kepala Bagian Promosi Gembira Loka Zoo

Tanggal Wawancara : 17 Desember 2018

PERTANYAAN

1. Adakah media promosi yang anda gunakan sebelum menggunakan instagram?

Jawaban : Ada, sebelum menggunakan instagram kami dari bagian promosi sudah menggunakan media sosial Facebook dan Twiter terlebih dahulu untuk meningkatkan kunjungan.

2. Apa yang menjadi alasan dan menggunakan instagram untuk mempromosikan Gembira Loka Zoo?

Jawaban : Alasannya dari Gembira Loka Zoo harus mengikuti trend atau pasar yang laku. awalnya orang banyak menggunakan Facebook dan Twiter sebelum adanya instagram. Kami juga menggunakan Facebook dan Twiter untuk mengikuti minat pengguna media soaial, dan yang paling ramai dan baru itu instagram. Mengapa kami masih terus menggunakan instagram karena itu tadi hampir seluruh orang di Indonesia bahkan di seluruh dunia menggunakan instagram. Dengan promosi menggunakan instagram efeknya akan lebih luas dan cepat tersebar.

3. Faktor apa saja yang mempengaruhi anda menggunakan instagram untuk media promosi ?

Jawaban : faktornya lebih banyak yang menggunakan instagram di banding media sosial lain seperti facebook dan twiter. Aplikasinya mudah dijalankan.

Banyak juga yang menggunakan instagram.

4. Menurut anda apa kelebihan dan kekurangan instagram dalam media promosi?

Jawaban : kelebihanannya tentu banyak sekali yang menggunakan instagram, banyak juga pengunjung Gembira Loka Zoo yang menggunakan instagram, kita bisa mengetahui melalui komentar dan hastag dan kita cek berapa banyak yang posting, mengetahui, mention, memakai hastag Gembira Loka Zoo. Fitur lebih banyak dengan menggunakan fitur-fitur yang ada seperti story itu kita manfaatkan dengan baik untuk promosi. Bisa live story juga bisa merepost foto-foto pengunjung sebagai wujud dari apresiasi pengunjung Gembira Loka Zoo.

5. Apakah konsumen memberi respon atau aktif di setiap promosi yang disampaikan?

Jawaban : iya, banyak juga yang berkomentar di setiap postingan Gembira Loka Zoo. saat kami mengadakan kuis di instagram banyak yang merespon dan ikut serta menjadi peserta juga.

6. Apakah banyak konsumen yang memberikan komentar, tanggapan atau pertanyaan di kolom komentar di instagram ?

Jawaban : iya, banyak juga yang berkomentar di setiap postingan Gembira Loka Zoo. Seperti ingin berkunjung kembali, memberikan komentar positif juga ada yang bertanya itu semua akan dijawab oleh admin kami dari bagian promosi.

7. Apa saja isi dari unggahan yang diunggah ke media sosial instagram Gembira Loka Zoo ?

Jawaban : yang di unggah yaitu foto-foto binatang yang ada di Gembiraloka, informasi-informasi harga tiket, informasi-informasi acara yang diadakan di Gembira Loka Zoo, segala informasi mengenai Gembira Loka Zoo yang terbaru pasti di unggah di instagram.

8. Bagaimana strategi yang dilakukan agar akun instagram Gembira Loka Zoo diikuti banyak orang ?

Jawaban : memperbanyak postingan yang menarik, dan membuat strategi dengan kuis yang didalamnya harus memasukkan syarat dengan cara menetag teman sesama pengguna instagram.

9. Apakah menurut anda media sosial instagram berpengaruh terhadap tingkat kunjungan wisatawan ke Gembira Loka Zoo ?

Jawaban : iya, berpengaruh sekali, karena diketahui bahwa pengunjung di Gembira Loka banyak sekali yang mengetahui Gembira Loka dari instagram. Dan rata-rata pengnnjung adalah anak sekolahan yang notabennya adalah pengguna instagram.

10. Menurut anda seberapa besar peran instagram sebagai media promosi Gembira Loka Zoo ?

Jawaban : sebagai strategi dari promosi Gembira Loka Zoo peran instagram sangat membantu sekali.

DOKUMENTASI DI GEMBIRA LOKA ZOO YOGYAKARTA

Dokumentasi tanggal 15 Desember
2018 fotodengankepalabagianpendidikan (BapakFazir).



Dokumentasi tanggal 17 Desember 2018 fotodengankepalabagianpromosi
(BapakFahmi).





DATA PRIBADI

NAMA : WINDA FETTY
TEMPAT / TGL LAHIR : TEREMPA, 06 MEI 1996
STATUS PERKAWINAN : KAWIN
NIM : 414100318
ALAMAT ASAL : KEPULAUAN ANAMBAS,
KEPULAUAN RIAU
ASAL SLTA / TAHUN : SMK NEGERI 1 ANAMBAS
NO.TELP. / HP AKTIF : 0822-8550-0063
EMAIL : windafetty22@gmail.com