



ABSTRACT

GLZoo is an attractive destination for tourist. The management does many strategy to attract the tourist to come, such as advertising as a promotion media. The management categorizes the promotion strategy into three groups; offline, online, and relationship. This research is going to talk about the advertising media base on the categories from the GLZoo's management and measure those effectiveness based on the tourist perspective. The research objectives is knowing the tourist perspective about the GLZoo's advertising media, is it informative and attractive enough for the tourists. At the end, this research conclude that internet and social media are chosen by 32 from 125 respondents as the most affective media for the tourists to visit GLZoo. Based on the hypothesis test, GLZoo's advertising media is effective in 125 respondent perspective as the GLZoo's tourist and can be maintained to attract tourist.

Keywords : advertising media, tourist perspective, effectiveness



ABSTRAK

GLZoo merupakan destinasi yang mampu mendatangkan jumlah wisatawan yang tidak sedikit. Berbagai usaha manajemen untuk mendatangkan wisatawan dilakukan cukup gencar, salah satunya adalah promosi dengan media iklan. Manajemen GLZoo membagi jenis promosinya dalam tiga lingkup yaitu *offline*, *online*, dan *relationship*. Penelitian ini akan membahas apa saja yang termasuk dalam media iklan berdasarkan ketiga lingkup kegiatan promosi GLZoo tersebut dan menilai tingkat efektivitasnya menurut persepsi wisatawan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui persepsi wisatawan terhadap berbagai media iklan GLZoo, apakah informatif dan mampu menarik wisatawan mengunjungi GLZoo atau tidak. Hasil akhir penelitian ini menyimpulkan bahwa media internet dan media sosial dipilih 32 dari 125 responden sebagai media yang paling membuat wisatawan tertarik mengunjungi GLZoo. Berdasarkan uji hipotesis, media iklan GLZoo secara keseluruhan dikatakan efektif menurut 125 responden sebagai wisatawan GLZoo dan dapat dipertahankan sebagai media iklan untuk menarik wisatawan.

Kata kunci : media iklan, persepsi wisatawan, efektivitas