



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN .....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM .....	ii
HALAMAN JUDUL .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
DAFTAR ISTILAH .....	xvii
ABSTRACT .....	xviii
ABSTRAK .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Batasan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
1.6 Tinjauan Pustaka .....	5
1.7 Landasan Teori .....	7
1.8 Metode Penelitian .....	12



1.9	Kerangka Pemikiran .....	20
1.10	Sistematika Penulisan .....	21
<b>BAB II GAMBARAN UMUM GEMBIRA LOKA ZOO</b>		
2.1	Sejarah Berdiri GLZoo .....	23
2.3	Profil PT Buana Alam Tirta .....	25
2.3	Profil dari GLZoo .....	29
2.4	Sumber Daya Manusia GLZoo .....	30
2.5	Produk Industri Pariwisata GLZoo.....	34
2.6	Harga Tiket di GLZoo .....	43
2.7	Media Promosi GLZoo .....	46
2.8	<i>Relationship</i> Manajemen GLZoo .....	49
2.9	Logo dan Simbol Pengenal GLZoo.....	52
<b>BAB III EFEKTIVITAS MEDIA IKLAN GEMBIRA LOKA ZOO</b>		
3.1	Media Iklan GLZoo .....	54
3.1.1	Media Cetak sebagai Media Iklan Promosi GLZoo .....	54
3.1.2	Media Elektronik sebagai Media Iklan Promosi GLZoo .....	59
3.1.3	Media Luar Ruang sebagai Media Iklan Promosi GLZoo .....	62
3.2	Efektivitas Media Iklan GLZoo melalui Persepsi Wisatawan .....	67
3.2.1	Analisis Identitas Wisatawan dan Media Iklan yang Paling Mem- buat Wisatawan Tertarik Mengunjungi GLZoo .....	69
3.2.2	Uji Reliabilitas dan Uji Validitas terhadap Kuesioner .....	79
3.2.3	Efektivitas Media Iklan GLZoo .....	82
3.2.4	Efektivitas Media Iklan Internet sebagai Media Iklan GLZoo .....	93
3.2.5	Efektivitas Stiker pada Badan Taksi sebagai Media Iklan GLZoo.....	98
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
4.1	Kesimpulan .....	104
4.2	Saran .....	105



DAFTAR PUSTAKA .....	107
LAMPIRAN .....	111
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA TULIS .....	126



## DAFTAR TABEL

### Halaman

Tabel 1.	Data Kunjungan Wisatawan Gembira Loka Zoo Th. 2010-2014 ..	1
Tabel 2.	Kegiatan dan Contoh Alat Bauran Promosi .....	9
Tabel 3.	Kondisi Sebelum dan Setelah GLZoo Dikelola oleh PT BAT ....	27
Tabel 4.	Data Kunjungan Wisatawan dan Perkiraan Pendapatan GLZoo dari Tiket Masuk Tahun 2010-2014 .....	28
Tabel 5.	Visi dan Misi GLZoo .....	30
Tabel 6.	Klasifikasi SDM GLZoo Berdasarkan Bidang Pekerjaannya .....	31
Tabel 7.	Klasifikasi SDM GLZoo berdasarkan Jenjang Pendidikannya ...	32
Tabel 8.	Klasifikasi Satwa GLZoo Berdasarkan Kelompoknya .....	39
Tabel 9.	Jenis Produk di Gerai <i>Merchandise</i> GLZoo .....	42
Tabel 10.	Harga Tiket Masuk GLZoo tahun 2010-2014 .....	44
Tabel 11.	Keringanan Harga Tiket untuk Kategori Rombongan GLZoo ....	45
Tabel 12.	Daftar Harga Wahana Permainan di GLZoo .....	46
Tabel 13.	Pencapaian Target Kunjungan Wisatawan GLZoo .....	47
Tabel 14.	Kegiatan dan Alat Promosi yang Dilakukan GLZoo .....	48
Tabel 15.	Rincian Kegiatan Penyebaran Kuesioner di GLZoo .....	68
Tabel 16.	Media Iklan GLZoo yang Diketahui oleh 125 Responden .....	74
Tabel 17.	Jumlah Responden yang Mengetahui GLZoo dari Informasi Teman dan juga Media Iklan GLZoo .....	75
Tabel 18.	Uji Reliabilitas dan Uji Validitas 1 .....	79
Tabel 19.	Uji Reliabilitas dan Uji Validitas 2 .....	81
Tabel 20.	Perbandingan Hasil Uji Validitas dan r tabel .....	82
Tabel 21.	Persepsi Responden terhadap Efektivitas Media Iklan GLZoo ..	83
Tabel 22.	Hasil Uji Run Test .....	90



Tabel 23.	Hasil Uji <i>Chi Square</i> .....	91
Tabel 24.	Kriteria Efektivitas Media Iklan GLZoo .....	92
Tabel 25.	Uji Reliabilitas 1 Media Iklan GLZoo di Internet .....	93
Tabel 26.	Persepsi Responden terhadap Efektivitas Media Iklan GLZoo di Internet .....	94
Tabel 27.	Uji Reliabilitas 2 dan Uji Validitas Media Iklan GLZoo di Internet .....	94
Tabel 28.	Kriteria Efektivitas Media Iklan GLZoo di Internet .....	96
Tabel 29.	Uji Reliabilitas dan Uji Validitas Stiker GLZoo di Badan Taksi.	99
Tabel 30.	Persepsi Responden terhadap Efektivitas Stiker GLZoo di Badan Taksi .....	100
Tabel 31.	Kriteria Efektivitas Stiker GLZoo di Badan Taksi .....	101



## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

Gambar 1.	Alur Pengelolaan Data Kuesioner .....	19
Gambar 2.	Kerangka Pemikiran .....	21
Gambar 3.	Gerbang Utama Pengunjung GLZoo .....	25
Gambar 4.	Sumber Daya Manusia GLZoo .....	32
Gambar 5.	Struktur Kepengurusan GLZoo .....	33
Gambar 6.	Laboratorium Alam GLZoo .....	37
Gambar 7.	Fasilitas Pendukung dari GLZoo .....	37
Gambar 8.	Petunjuk Arah di GLZoo .....	38
Gambar 9.	Wahana Permainan di GLZoo .....	41
Gambar 10.	Gerai <i>Merchandise</i> GLZoo .....	43
Gambar 11.	Logo GLZoo .....	53
Gambar 12.	Pengambilan Data dengan Kuesioner kepada Wisatawan .....	69
Gambar 13.	Diagram Daerah Asal Responden .....	70
Gambar 14.	Diagram Usia Responden .....	72
Gambar 15.	Diagram Pekerjaan Responden .....	72
Gambar 16.	Iklan yang Paling Membuat Responden Tertarik Mengunjungi GLZoo .....	77



## DAFTAR LAMPIRAN

### Halaman

Lampiran 1.	Nama - Nama Narasumber .....	111
Lampiran 2.	Kuesioner penelitian .....	113
Lampiran 3.	Jawaban Kuesioner dari 125 Responden .....	114
Lampiran 4.	Media Cetak sebagai Media Iklan GLZoo .....	117
Lampiran 5.	Flyer sebagai Media Iklan GLZoo .....	118
Lampiran 6.	Brosur sebagai Media Iklan GLZoo .....	121
Lampiran 7.	Media Internet dan Media Sosial sebagai Media Iklan GLZoo ..	122
Lampiran 8.	Media Luar Ruangan sebagai Media Iklan GLZoo .....	124
Lampiran 9.	Stiker pada Badan Taksi sebagai Media Iklan GLZoo .....	125



## DAFTAR ISTILAH

- Admin** : Seorang administrator yang bertugas mengelola hal-hal yang berhubungan dengan komputer
- Background** : Instrumen ilustrasi musik yang mendukung sebuah cerita pada film atau pertunjukan
- Destinasi** : Tempat tujuan
- Eye Catching** : Menarik untuk dilihat
- Flyer** : Leaflet yang hanya terdiri dari selembor kertas berukuran A5
- High Season** : Masa ramai wisatawan, waktu liburan atau akhir pekan
- Laman** : Halaman muka atau halaman depan dari suatu situs website
- MICE** : Kegiatan *Meeting* (pertemuan), *Invention* (insentif), *Conference* (konferensi), dan *Exhibition* (pameran) dalam industri pariwisata.
- Media Sosial** : Media online dengan para pengguna yang mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi, meliputi jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual
- Word of Mouth** : Komunikasi dari mulut ke mulut, antar individu atau kelompok sehingga terjadi proses komunikasi pemberian rekomendasi terhadap suatu produk atau jasa
- Travel Warning** : Himbauan untuk tidak melakukan kegiatan wisata ke suatu negara yang dianggap tidak aman.