

Sektor pariwisata merupakan salah satu aset yang dimiliki oleh setiap daerah di Indonesia. Setiap daerah mempunyai potensi masing-masing untuk dikembangkan menjadi tempat wisata yang lebih besar lagi. Kebun Binatang Gembira Loka adalah salah satu tempat kunjungan wisata di Kota Yogyakarta. Pengelolaan ini diperlukan karena persaingan antar daerah dalam menarik wisatawan makin tinggi. Wisatawan memiliki pilihan objek wisata yang makin banyak. Tentu saja, mereka akan mengunjungi daerah yang menawarkan jasa terbaik pada objek tertentu. Kebun Binatang Gembira Loka melakukan beberapa tindakan untuk meningkatkan pengunjung, dengan komunikasi pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah memahami komunikasi pemasaran Kebun Binatang Gembira Loka dalam usaha meningkatkan pengunjung. Media apa yang digunakan serta upaya apa yang dilakukan humas setempat untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Deskriptif Kualitatif yaitu memaparkan atau menggambarkan keadaan subyek atau obyek penelitian pada suatu lembaga. Sedangkan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi serta studi pustaka. Data tersebut kemudian dianalisis secara kualitatif dalam bentuk uraian yang disusun secara detail dan sistematis. Setelah itu hasil penelitian dibandingkan dengan hasil pengamatan penulis dan wawancara dengan narasumber. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan, dapat diketahui bahwa komunikasi pemasaran di KRKB Gembira Loka meliputi berbagai promosi pada media massa dan media elektronik serta pembuatan buku panduan, leaflet, dan brosur. Sedangkan untuk persepsi wisatawan di Kebun Binatang Gembira Loka minimnya pengunjung terjadi pada hari-hari biasa. Antusiasme masyarakat lebih melonjak khususnya pada hari liburan sekolah. Pengunjung merasa kurang puas dengan koleksi hewan langkanya serta keamanan kandang bagi anak-anak. Persepsi wisatawan terhadap media iklan yang digunakan oleh Kebun Binatang Gembira Loka yang paling menarik adalah iklan yang terdapat di jasa taxi karena iklan di jasa taxi cukup menarik dan tepat sasaran. Perbaikan terhadap sarana dan prasarana serta peningkatan pelayanan dan adanya informasi yang ada pada kawasan wisata, maka akan lebih menarik minat pengunjung baik yang berasal dari nusantara maupun manca negara. Penambahan fasilitas dan pengelolaan yang lebih baik sangat berpengaruh terhadap kelancaran jalannya obyek wisata. Hal tersebut juga berpengaruh terhadap peningkatan perekonomian dan pendapatan daerah wisata tersebut.