

**KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM PENGEMBANGAN  
SCHOOL OF RANDANG SEBAGAI WISATA GASTRONOMI  
DI KOTA PAYAKUMBUH**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Strata Satu Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Andalas**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
2022**

## ABSTRAK

### KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM PENGEMBANGAN *SCHOOL OF RANDANG* SEBAGAI WISATA GASTRONOMI DI KOTA PAYAKUMBUH

Oleh:

Achmad Raafi  
1710862009

Dosen Pembimbing:

Dr. Ernita Arif, M.Si  
Revi Marta, S.Sos, M.I.Kom

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya upaya Pemerintah Kota Payakumbuh untuk menjadikan *school of randang* sebagai daya tarik wisata gastronomi di Kota Payakumbuh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya *branding school of randang* sebagai wisata gastronomi, serta bagaimana hambatan komunikasi yang ditemukan dalam *branding school of randang* sebagai wisata gastronomi. Penelitian menggunakan landasan teoritis *destination branding* oleh Morgan dan Pritchard. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data interaktif oleh Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya *branding school of randang* yang dilakukan Pemerintah Kota Payakumbuh dilakukan secara bertahap dimulai dari analisis pasar, mengembangkan identitas *brand*, memperkenalkan *brand*, mengimplementasikan *brand*, dan evaluasi *brand* di mana tahap evaluasi belum dilakukan dengan maksimal. Hambatan komunikasi yang ditemukan dalam upaya *branding school of randang* lebih banyak dikarenakan faktor teknis, kemudian adanya satu hambatan karena faktor status, birokrasi, dan kerangka berpikir.

**Kata kunci:** *Branding, School of Randang, Wisata Gastronomi*

## **ABSTRACT**

### ***TOURISM COMMUNICATION IN THE DEVELOPMENT OF THE SCHOOL OF RANDANG AS GASTRONOMY TOURISM IN PAYAKUMBUH CITY***

**By:**

**Achmad Raafi  
1710862009**

**Supervisors:**

**Dr. Ernita Arif, M.Si**

**Revi Marta, S.Sos, M.I.Kom**

*The background of this research is the efforts of the Payakumbuh City Government to make the school of randang as a gastronomic tourist attraction in the Payakumbuh City. This study aims to determine how the efforts of branding school of randang as gastronomic tourism, and how the communication barriers found in branding school of randang as gastronomic tourism. This research uses the theoretical of destination branding by Morgan and Pritchard. This study uses a qualitative research method with a case study approach. The paradigm used in this research is constructivism paradigm. Data collection techniques in this study are by interviews, observation, and documentation studies. Data analysis in this study used interactive data analysis techniques by Miles and Huberman which consisted of data reduction, data presentation, conclusion drawing and verification. Test the validity of the data using source triangulation. The results showed that the school of randang branding efforts carried out by the Payakumbuh City Government were carried out in phases starting from market analysis, developing brand identity, introducing the brand, implementing the brand, and evaluating the brand where the evaluation stage had not been carried out optimally. The communication barriers found in the school of randang branding efforts are mostly due to technical factors, then there is one barrier due to status, bureaucracy, and frame of mind factors.*

**Keywords: Branding, School of Randang, Gastronomic Tourism**