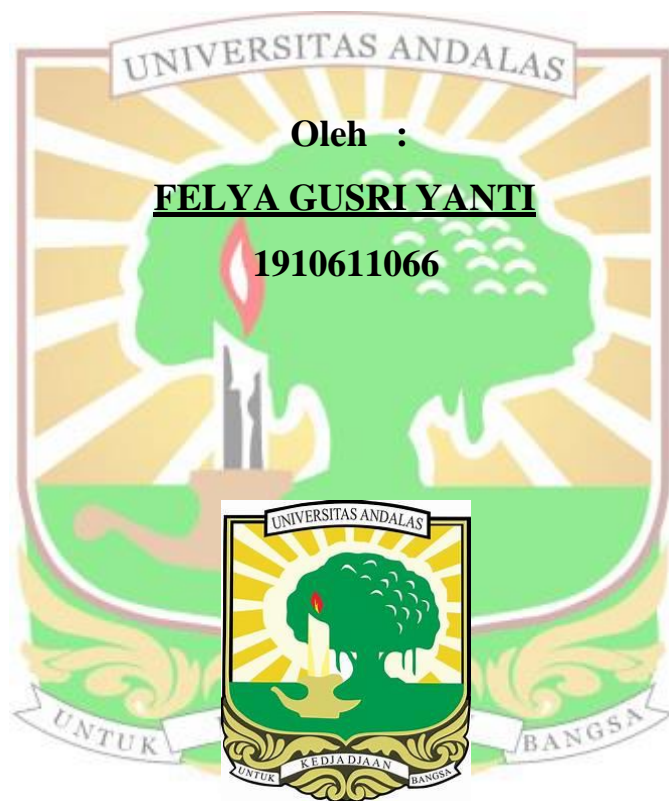


**JARINGAN KOMUNIKASI PEMASARAN AYAM KAMPUNG  
(STUDI KASUS : PASAR ALAHAN PANJANG KECAMATAN  
LEMBAH GUMANTI KABUPATEN SOLOK)**

**SKRIPSI**



Oleh :

**FELYA GUSRI YANTI**

**1910611066**

**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG, 2024**

**JARINGAN KOMUNIKASI PEMASARAN AYAM KAMPUNG  
(STUDI KASUS : PASAR ALAHAN PANJANG KECAMATAN  
LEMBAH GUMANTI KABUPATEN SOLOK)**

**SKRIPSI**



**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG, 2024**

**JARINGAN KOMUNIKASI PEMASARAN AYAM KAMPUNG (STUDI  
KASUS : PASAR ALAHAN PANJANG KECAMATAN LEMBAH  
GUMANTI KABUPATEN SOLOK)**

**Felya Gusri Yanti**, dibawah bimbingan

**Dr. Ir. Fuad Madarisa, M.Sc dan Dr. Winda Sartika, SPT, M.Si**

Departemen Pembangunan dan Bisnis Peternakan

Fakultas Peternakan Universitas Andalas

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) bentuk jaringan komunikasi pada pemasaran ayam kampung, (2) hambatan komunikasi dalam pemasaran ayam kampung dan (3) jaringan komunikasi dalam bentuk apa yang paling efektif dalam pemasaran ayam kampung di pasar Alahan Panjang, Kecamatan Lembah Gumanti, Kabupaten Solok. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2023. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Jumlah responden ada 51 orang terdiri dari 6 orang pedagang, 15 orang peternak dan 30 orang konsumen ayam kampung. Responden ditetapkan menggunakan metode sensus dan *accidental sampling*. Data dianalisis dengan analisis sosiometri dan analisis deskriptif kualitatif dengan bantuan tabulasi dan gambar. Berdasarkan hasil penelitian, maka : (a) jaringan yang terbentuk adalah 80% bentuk rantai dan 20% bentuk roda dari komunikasi pemasaran antara peternak dengan pedagang dan bentuk roda 100% dari jaringan komunikasi pemasaran antara pedagang dengan konsumen (b) Hambatan komunikasi yang terjadi dalam pemasaran ayam kampung seperti informasi harga ditentukan oleh pedagang. Pedagang menjadi price maker sedangkan peternak menjadi price taker. Media komunikasi tidak digunakan dengan baik oleh peternak dalam komunikasi pemasaran. Faktor personal, waktu, komunikasi non-verbal dan verbal (c) Jaringan komunikasi paling efektif dalam pemasaran ayam kampung adalah jaringan roda (wheel) karena dapat memasarkan ayam kampung dengan cepat, tepat dan menguntungkan.

**Kata Kunci :** *Ayam Kampung, Jaringan Komunikasi Pemasaran, Hambatan Komunikasi, Efektif.*