

Stratrgi Komunikaasi *Branding* Pariwisata Desa Kopi di Desa Sipatuhu

Huda Apri Andanu

Email : [www.huda.insomnisa@gmail.com](mailto:www.huda.insomnisa@gmail.com)

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Bina Darma Palembang

### **ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul "Strategi Komunikasi *Branding* Pariwisata desa Kopi di Desa Sipatuhu". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi branding pariwisata dengan menggunakan pendekatan teori AIDDA. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang terdiri dari wawancara, pengamatan dan dokumentasi. Pemilihan Responden ini secara langsung di pilih oleh peneliti sesuai dengan katagori yang diteliti dan memilki hasil responden sebanyak tiga orang yaitu kepala desa, pemilik *home industry* dan pengunjung atau wisatawan. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi branding pariwisata yang digunakan oleh desa kopi desa sipatuhu adalah untuk menjaga kelestarian kopi, produk berkualitas, kemasan yang menarik, melalui branding *brand-brand* yang di pasarkan oleh *home industry* di desa sipatuhu.

Kata kunci: strategi, komunikasi, pariwisata, *branding*, AIDDA, *home industry*, produk

Stratrgi Komunikaasi *Branding* Pariwisata Desa Kopi di Desa Sipatuhu

Huda Apri Andanu

Email : [www.huda.insomnisa@gmail.com](mailto:www.huda.insomnisa@gmail.com)

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Bina Darma Palembang

**ABSTRAK**

This research is titled "Branding Communication Strategy of coffee village tourism in Sipatuhu village". This research aims to determine tourism branding strategy using AIDDA theory approach. The study uses qualitative methods with data collection techniques consisting of interviews, observations and documentation. The selection of respondents was directly selected by the researcher in accordance with the category studied and had the results of respondents as many as three people, the village head, home industry owners and visitors or tourists. The results of the research can be concluded that the tourism branding strategy used by Coffee village Sipatuhu is to preserve the preservation of coffee, quality products, attractive packaging, through branding brands that are market by home Industry in Sipatuhu village.

Keywords: strategy, communication, tourism, branding, AIDDA, home industry, products