

ABSTRAK

Lembah Harau merupakan destinasi wisata yang telah di-branding sebagai Kawasan *Geopark* Harau. Namun terdapat permasalahan komunikasi dalam mem-branding Lembah Harau sebagai Kawasan *Geopark* Harau oleh Disparpora Kabupaten Lima Puluh Kota. Sehingga Lembah Harau masih dalam fase *recovery* pariwisata. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui permasalahan komunikasi dan rekomendasi dari audit komunikasi terhadap Dinas Pariwisata dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota dalam mem-branding Lembah Harau sebagai Kawasan *Geopark* Harau pasca pandemi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Menerapkan metode Miles dan Huberman untuk analisis data yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat permasalahan komunikasi yang termasuk kedalam lima dimensi audit komunikasi oleh Disparpora. Pertama adalah permasalahan dimensi kepemimpinan dan kewenangan lemahnya regulasi pembangunan oleh Disparpora. Kedua adalah permasalahan dimensi partisipasi anggota instansi pemerintah dan publik, seperti Pokdarwis di Lembah Harau sudah tidak aktif dan belum terdapat kerjasama dengan pihak bisnis dan komunitas dalam upaya *branding* pasca pandemi. Kemudian permasalahan dimensi media komunikasi yaitu kurangnya pengoptimalan promosi media sosial. Lalu permasalahan dimensi umpan balik publik seperti tidak adanya survei kepuasan pengunjung dan belum optimalnya dalam mengimplementasikan usulan masyarakat. Kelima adalah permasalahan dalam dimensi kejelasan arti pesan seperti terdapat kesenjangan dan kekurangan pemahaman terkait *geopark* oleh pemerintah. Rekomendasi yang diajukan hendaklah Disparpora meningkatkan kompetensi literasi *geopark*, menegakkan pesan *branding* yang kuat terkait regulasi pembangunan, mengoptimalkan komunikasi kelompok dengan pihak komunitas, meningkatkan literasi digital dan menjalin kolaborasi dengan *influencer* anak muda setempat.

Kata Kunci : Audit Komunikasi, *Branding*, Lembah Harau, *Geopark*