

ABSTRAK

Lokawisata Baturraden merupakan destinasi unggulan Kabupaten Banyumas yang memiliki potensi besar dalam mendukung Pendapatan Asli Daerah. Namun, kontribusinya yang belum maksimal mendorong perlunya kajian mengenai efektivitas strategi kehumasan yang dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan serta menganalisis strategi kehumasan Dinporabudpar dalam mempromosikan Baturraden. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dilakukan melalui media konvensional, media digital seperti Instagram, serta penyelenggaraan event budaya, namun masih menghadapi kendala anggaran, koordinasi, dan optimalisasi konten digital. Kesimpulannya, strategi kehumasan sudah berjalan tetapi belum sepenuhnya efektif, sehingga dibutuhkan komunikasi dua arah, penguatan kolaborasi, serta pemanfaatan media digital yang lebih kreatif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Kata kunci : strategi kehumasan, promosi pariwisata, Lokawisata Baturraden, Dinporabudpar Banyumas, komunikasi dua arah.