
ARTICLE

Pemulihan Pariwisata Melalui Promosi Digital : Analisis Efektivitas Program Dinas Pariwisata Kota Palembang

Riza Adelia Suryani^{1*} and Ario Pradiska²

¹Universitas Sriwijaya, Sumatera Selatan, Indonesia

²Universitas Sriwijaya, Sumatera Selatan, Indonesia

How to cite: Riza Adelia Suryani and Ario Pradiska (2026) Pemulihan Pariwisata Melalui Promosi Digital : Analisis Efektivitas Program Dinas Pariwisata Kota Palembang

Article History

Received: 18 April 2026

Accepted: 19 Mei 2026

Keywords:

Effectiveness, Tourism Promotion, Post-Pandemic, Palembang City, Tourism Office

Kata Kunci:

Efektivitas, Promosi Pariwisata, Pasca Pandemi, Kota Palembang, Dinas Pariwisata

ABSTRACT

The tourism industry in Palembang City was significantly affected by the COVID-19 pandemic, resulting in a substantial decrease in tourist arrivals. To accelerate the recovery of the sector, the Palembang City Tourism Office implemented a range of promotional initiatives, including digital marketing strategies, social media campaigns, and cultural tourism events. This study seeks to assess the effectiveness of these tourism promotion programs in supporting post-pandemic tourism recovery and increasing visitor arrivals. A qualitative research approach was employed, with data collected through observations, in-depth interviews, and document analysis. The analysis was guided by Campbell J.P.'s (1989) program effectiveness framework, which focuses on evaluating the achievement of program objectives and outcomes. The findings indicate that the promotional initiatives contributed positively to the recovery of the tourism sector, particularly through an increase in domestic tourist visits and greater public awareness of local tourist attractions. However, several challenges remain, including limited interest from international tourists, unequal dissemination of promotional information, and the need for stronger collaboration among tourism stakeholders. Overall, the study reveals that the tourism promotion programs have generated favorable outcomes and supported the revitalization of Palembang's tourism sector. Nevertheless, the effectiveness of these initiatives has not yet been fully optimized. Therefore, a more integrated, innovative, and collaborative promotional strategy is needed to strengthen the competitiveness of tourism destinations and ensure the sustainable development of tourism in Palembang City.

ABSTRAK

Sektor pariwisata di Kota Palembang merupakan salah satu sektor yang terdampak signifikan akibat pandemi COVID-19, yang ditandai dengan penurunan jumlah kunjungan wisatawan secara drastis. Untuk mendukung pemulihan sektor tersebut, Dinas Pariwisata Kota Palembang melaksanakan berbagai program promosi, termasuk strategi pemasaran digital, kampanye melalui media sosial, serta penyelenggaraan berbagai kegiatan budaya dan pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas program promosi pariwisata tersebut dalam mendukung pemulihan sektor pariwisata pascapandemi dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan

* Corresponding Author

Email : Adeliasuryani@Fisip.Unsri.ac.id

teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan analisis dokumen. Analisis dilakukan berdasarkan kerangka teori efektivitas program yang dikemukakan oleh Campbell J.P. (1989), yang digunakan untuk menilai tingkat pencapaian tujuan dan hasil program. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagai upaya promosi yang dilakukan telah memberikan kontribusi positif terhadap pemulihan sektor pariwisata, terutama melalui peningkatan jumlah kunjungan wisatawan domestik serta meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap potensi destinasi wisata lokal. Namun demikian, masih terdapat sejumlah tantangan, antara lain rendahnya minat wisatawan mancanegara, belum meratanya penyebaran informasi promosi, serta perlunya penguatan kerja sama antar pemangku kepentingan dalam sektor pariwisata. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa program promosi pariwisata telah memberikan dampak positif dan berkontribusi terhadap revitalisasi sektor pariwisata di Kota Palembang. Meskipun demikian, efektivitas program tersebut masih belum mencapai tingkat yang optimal. Oleh karena itu, diperlukan strategi promosi yang lebih terintegrasi, inovatif, dan kolaboratif guna meningkatkan daya saing destinasi wisata serta mendukung pembangunan pariwisata yang berkelanjutan di Kota Palembang.

A. INTRODUCTION

Efektivitas merupakan tingkat keberhasilan suatu organisasi atau program dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya serta penerapan strategi yang tepat dan efisien (Maulana, 2016; Robbins, 1996). Dalam konteks pengembangan sektor pariwisata, pengukuran efektivitas program promosi menjadi aspek yang penting untuk dikaji, terutama setelah pandemi COVID-19 yang memberikan dampak signifikan terhadap aktivitas pariwisata di berbagai daerah, termasuk Kota Palembang. Pandemi telah menyebabkan penurunan jumlah kunjungan wisatawan secara drastis, khususnya wisatawan mancanegara, sehingga berdampak pada menurunnya aktivitas ekonomi yang bergantung pada sektor pariwisata.

Sebagai upaya pemulihan, Pemerintah Kota Palembang melalui Dinas Pariwisata melaksanakan berbagai program promosi wisata, baik melalui kampanye digital, penyelenggaraan event budaya dan pariwisata, maupun kerja sama dengan influencer dan berbagai pemangku kepentingan. Salah satu program yang cukup menonjol adalah *Visit Palembang 2022* yang berhasil mendorong peningkatan jumlah kunjungan wisatawan sekitar 30 persen dibandingkan periode sebelumnya. Kondisi tersebut menunjukkan adanya indikasi positif terhadap efektivitas strategi promosi yang telah diterapkan.

Meskipun demikian, berbagai tantangan masih dihadapi dalam upaya pemulihan sektor pariwisata. Beberapa di antaranya adalah masih adanya kekhawatiran wisatawan terkait aspek keamanan dan kesehatan, rendahnya minat wisatawan mancanegara untuk berkunjung, serta belum optimalnya integrasi program promosi dengan kebijakan pembangunan lintas sektor. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi yang komprehensif untuk menilai sejauh mana efektivitas program promosi pariwisata yang telah dilaksanakan dalam meningkatkan kembali jumlah kunjungan wisatawan sekaligus mendukung pemulihan sektor pariwisata secara berkelanjutan. Berikut merupakan data kunjungan wisatawan dari tahun 2019-2023.

Tabel 1 Data Kunjungan Wisatawan tahun 2019-2023

Tahun	Target Kunjungan	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara	Total Kunjungan
-------	------------------	---------------------	-----------------------	-----------------

2019	2.300.000	2.189.407	12.433	2.201.840
2020	800.000	893.890	2.022	895.912
2021	1.200.000	1.206.448	-	1.206.448
2022	2.000.000	1.542.485	1.130	1.543.615
2023	2.100.000	2.005.000	6.049	2.011.049

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Palembang (2024)

Data kunjungan wisatawan Kota Palembang periode 2019–2023 menunjukkan adanya fluktuasi yang cukup signifikan. Sebelum pandemi, jumlah kunjungan wisatawan mencapai 2.201.840 orang pada tahun 2019. Namun, pada tahun 2020 jumlah tersebut turun menjadi 895.912 orang akibat pembatasan aktivitas sosial dan mobilitas masyarakat selama pandemi. Meskipun terjadi peningkatan secara bertahap pada tahun-tahun berikutnya, jumlah kunjungan wisatawan, khususnya wisatawan mancanegara, masih belum sepenuhnya kembali pada kondisi sebelum pandemi.

Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa penurunan kunjungan wisatawan terjadi secara cukup tajam selama periode pandemi, terutama pada segmen wisatawan mancanegara. Kondisi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pembatasan perjalanan internasional, perubahan perilaku wisatawan, serta menurunnya tingkat kepercayaan terhadap aktivitas perjalanan wisata. Oleh karena itu, pandemi COVID-19 dapat dipandang sebagai salah satu faktor utama yang menyebabkan penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Palembang dan sekaligus menjadi tantangan bagi pemerintah daerah dalam merumuskan strategi promosi yang efektif untuk mempercepat pemulihan sektor pariwisata.

B. LITERATURE REVIEW

Landasan teori memiliki peran penting dalam penelitian karena berfungsi sebagai pijakan konseptual yang digunakan untuk menjelaskan variabel penelitian, membangun kerangka berpikir, serta mengarahkan proses perumusan masalah dan analisis temuan penelitian. Menurut Sugiyono (2003), teori memberikan dasar ilmiah yang membantu peneliti memahami hubungan antarvariabel dan menjelaskan fenomena yang diteliti secara sistematis. Dengan adanya landasan teori yang kuat, penelitian dapat menghasilkan analisis yang lebih terarah, objektif, dan memiliki validitas akademik yang tinggi.

Dalam perspektif administrasi publik, kebijakan publik dipahami sebagai serangkaian keputusan dan tindakan yang dirumuskan oleh pemerintah untuk menyelesaikan permasalahan publik serta mencapai tujuan pembangunan yang telah ditetapkan. Nugroho (2009) menjelaskan bahwa kebijakan publik tidak hanya berkaitan dengan aspek administratif dan teknis pelaksanaan pemerintahan, tetapi juga memiliki dimensi politik karena melibatkan proses pengambilan keputusan, distribusi sumber daya, serta penggunaan kewenangan negara dalam mengatur kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, keberhasilan suatu kebijakan tidak hanya ditentukan oleh kualitas perumusannya, tetapi juga oleh efektivitas implementasi program yang dijalankan oleh organisasi publik.

Salah satu konsep yang sering digunakan untuk menilai keberhasilan suatu kebijakan maupun program pemerintah adalah efektivitas. Handoko (2006) mendefinisikan efektivitas sebagai tingkat keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Sejalan dengan pendapat tersebut, Maulana dan Rachman (2016) menyatakan bahwa efektivitas menunjukkan kemampuan organisasi dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara optimal untuk menghasilkan output dan outcome sesuai dengan sasaran yang direncanakan. Dengan demikian, efektivitas tidak hanya berkaitan dengan pencapaian hasil akhir, tetapi juga mencerminkan kesesuaian antara tujuan, strategi, pelaksanaan, dan hasil yang diperoleh.

Menurut Steers (1980), tingkat efektivitas organisasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain karakteristik organisasi, kondisi lingkungan eksternal, kualitas sumber daya manusia, serta kapasitas manajerial dalam mengelola program. Organisasi yang memiliki struktur yang jelas, sumber daya yang memadai, dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan cenderung memiliki tingkat efektivitas yang lebih tinggi dibandingkan organisasi yang kurang mampu mengelola faktor-faktor tersebut. Oleh karena itu, efektivitas merupakan konsep multidimensional yang tidak dapat diukur hanya berdasarkan pencapaian target kuantitatif semata.

Robbins (2006) mengemukakan bahwa efektivitas organisasi dapat dianalisis melalui empat pendekatan utama. Pertama, *goal approach* atau pendekatan tujuan yang menilai keberhasilan organisasi berdasarkan tingkat pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Kedua, *resource approach* yang menitikberatkan pada kemampuan organisasi memperoleh dan memanfaatkan sumber daya secara efektif. Ketiga, *process approach* yang menilai efektivitas berdasarkan kualitas proses internal organisasi. Keempat, *system approach* yang memandang organisasi sebagai suatu sistem terbuka yang harus mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan eksternal. Keempat pendekatan tersebut menunjukkan bahwa efektivitas merupakan konsep yang kompleks dan memerlukan pengukuran yang komprehensif.

Selain faktor struktural dan manajerial, budaya organisasi juga berperan penting dalam menentukan tingkat efektivitas suatu organisasi. Denison (2010) menjelaskan bahwa budaya organisasi yang kuat dapat meningkatkan kinerja dan efektivitas organisasi melalui empat dimensi utama, yaitu keterlibatan (*involvement*), kemampuan beradaptasi (*adaptability*), konsistensi (*consistency*), dan kejelasan misi (*mission*). Organisasi yang mampu membangun budaya kerja yang kolaboratif, adaptif, dan berorientasi pada tujuan cenderung lebih berhasil dalam melaksanakan program-program yang telah direncanakan.

Dalam konteks sektor pariwisata, efektivitas program promosi menjadi salah satu indikator penting untuk menilai keberhasilan pemerintah daerah dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata. Pascapandemi COVID-19, strategi promosi pariwisata mengalami perubahan yang cukup signifikan. Fokus promosi tidak lagi hanya pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga diarahkan pada penguatan citra destinasi yang aman, berkelanjutan, dan mampu memberikan pengalaman wisata yang berkualitas. Berbagai strategi yang diterapkan meliputi pemanfaatan media digital, pemasaran melalui media sosial, kolaborasi dengan influencer, penyelenggaraan event pariwisata, penerapan standar kesehatan dan keamanan, serta penguatan kerja sama antara pemerintah, sektor swasta, komunitas, dan masyarakat lokal.

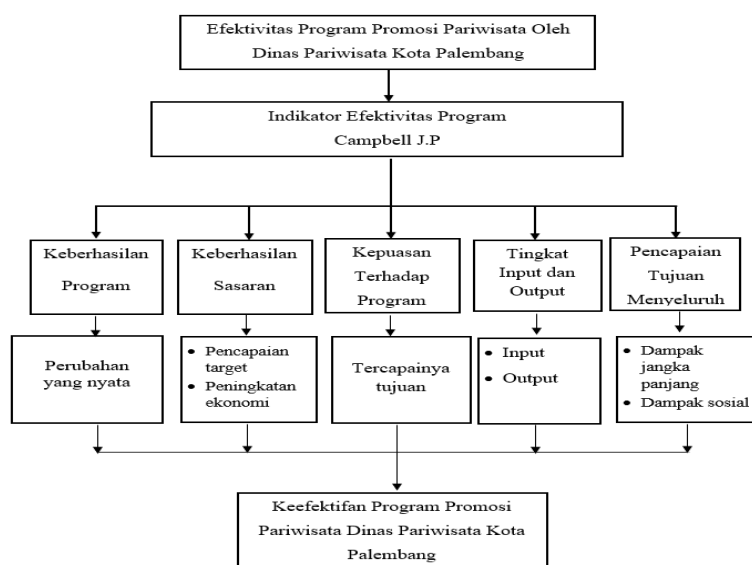
Untuk mengevaluasi tingkat keberhasilan program promosi pariwisata tersebut, penelitian ini menggunakan teori efektivitas program yang dikemukakan oleh Campbell J.P. (1989). Teori ini dipilih karena mampu memberikan kerangka evaluasi yang komprehensif dalam menilai keberhasilan suatu program publik. Campbell mengemukakan lima indikator utama efektivitas program, yaitu keberhasilan program (*program success*), keberhasilan sasaran (*target achievement*), kepuasan masyarakat (*community satisfaction*), efisiensi input dan output (*input-output efficiency*), serta pencapaian tujuan secara menyeluruh (*overall goal attainment*).

Indikator keberhasilan program digunakan untuk menilai sejauh mana kegiatan promosi yang dilaksanakan mampu menghasilkan perubahan nyata terhadap perkembangan sektor pariwisata. Keberhasilan sasaran mengukur tingkat ketercapaian target yang telah ditetapkan oleh organisasi pelaksana. Kepuasan masyarakat menjadi indikator penting untuk mengetahui persepsi dan penerimaan masyarakat terhadap program yang dijalankan. Sementara itu, efisiensi input dan output digunakan untuk melihat kesesuaian antara sumber daya yang digunakan dengan hasil yang diperoleh. Adapun pencapaian tujuan secara

menyeluruh menilai dampak jangka panjang program terhadap perkembangan sektor pariwisata dan kesejahteraan masyarakat.

Dengan menggunakan kerangka teori Campbell J.P. (1989), penelitian ini berupaya menganalisis efektivitas program promosi pariwisata yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang. Pendekatan tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai keberhasilan program, faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas pelaksanaannya, serta rekomendasi kebijakan yang dapat digunakan untuk memperkuat strategi promosi pariwisata daerah secara berkelanjutan. Adapun kerangka berfikir penelitian ini sebagai berikut.

Gambar 1 Kerangka Berfikir



Sumber : Diolah Penulis

C. METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai efektivitas program promosi pariwisata yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menjelaskan fenomena sosial secara komprehensif berdasarkan kondisi yang terjadi secara alami di lapangan. Menurut Sugiyono (2014), penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengkaji objek dalam kondisi alamiah, dengan peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam proses pengumpulan dan analisis data. Data diperoleh melalui teknik triangulasi yang memadukan berbagai sumber dan metode pengumpulan data, sedangkan proses analisis dilakukan secara induktif untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam

terhadap fenomena yang diteliti. Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemaknaan, interpretasi, dan pemahaman konteks dibandingkan dengan upaya generalisasi temuan.

Penelitian ini berfokus pada analisis efektivitas program promosi pariwisata yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian berupaya menggali informasi secara mendalam mengenai proses pelaksanaan program promosi, strategi yang digunakan, serta dampak yang dihasilkan terhadap perkembangan sektor pariwisata daerah. Selain itu, penelitian ini juga berusaha memahami berbagai persepsi, pengalaman, dan pandangan para pemangku kepentingan terkait mengenai keberhasilan maupun kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan program promosi tersebut.

Informan penelitian ditentukan secara purposive berdasarkan keterlibatan dan pengetahuan mereka terhadap program promosi pariwisata yang menjadi objek penelitian. Informan yang dipilih terdiri atas Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Palembang, Staf Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Palembang, wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata di Kota Palembang, serta masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang di kawasan Benteng Kuto Besak. Keempat informan tersebut dipilih karena dianggap memiliki informasi yang relevan dan mampu memberikan gambaran mengenai pelaksanaan serta efektivitas program promosi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi guna memperoleh data yang akurat dan komprehensif. Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dengan pendekatan tersebut, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang utuh mengenai efektivitas program promosi pariwisata serta faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat keberhasilannya dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kota Palembang.

D. RESULT AND DISCUSSION

Bagian ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh melalui proses observasi lapangan, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi mengenai pelaksanaan program promosi pariwisata yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang. Analisis dilakukan berdasarkan teori efektivitas program yang dikemukakan oleh Campbell J.P. (1989), yang mencakup lima dimensi utama, yaitu keberhasilan program, keberhasilan sasaran, kepuasan masyarakat, efisiensi input dan output, serta pencapaian tujuan secara menyeluruh. Kelima indikator tersebut digunakan sebagai instrumen analisis untuk menilai tingkat keberhasilan program promosi pariwisata dalam mendukung pemulihan sektor pariwisata pascapandemi COVID-19.

Pembahasan tidak hanya berfokus pada pencapaian target program, tetapi juga mengkaji dampak yang ditimbulkan terhadap masyarakat, pelaku usaha, dan perkembangan destinasi wisata di Kota Palembang. Selain itu, analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang mendukung maupun menghambat pelaksanaan program sehingga dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi dan rekomendasi kebijakan yang lebih efektif untuk pengembangan sektor pariwisata daerah di masa mendatang.

1. Keberhasilan Program

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan, indikator keberhasilan program menunjukkan bahwa berbagai kegiatan promosi pariwisata yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang telah memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap peningkatan aktivitas pariwisata daerah. Program promosi yang dilakukan melalui berbagai media, baik secara digital maupun konvensional, mampu meningkatkan eksposur destinasi wisata Kota Palembang kepada masyarakat luas. Pemanfaatan media sosial, penyelenggaraan

festival budaya dan kuliner, kerja sama dengan influencer, travel agent, serta partisipasi dalam berbagai pameran pariwisata menjadi strategi yang efektif dalam memperkenalkan potensi wisata daerah kepada wisatawan domestik maupun mancanegara.

Keberhasilan program dapat dilihat dari meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan setelah berbagai kegiatan promosi dilaksanakan. Meskipun sektor pariwisata sempat mengalami penurunan akibat pandemi COVID-19, berbagai upaya promosi yang dilakukan secara berkelanjutan mampu mendorong proses pemulihan kunjungan wisatawan. Beberapa destinasi wisata yang sebelumnya kurang dikenal mulai memperoleh perhatian yang lebih luas, sehingga meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung dan menikmati berbagai atraksi wisata yang tersedia di Kota Palembang.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa dampak positif program promosi tidak hanya terlihat dari peningkatan jumlah wisatawan, tetapi juga memberikan efek ekonomi yang cukup luas bagi masyarakat lokal. Meningkatnya aktivitas wisata berkontribusi terhadap pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di sektor kuliner, kerajinan, transportasi, dan jasa wisata. Pelaku usaha mengakui adanya peningkatan jumlah konsumen pada saat penyelenggaraan kegiatan promosi dan event pariwisata. Selain itu, tingkat hunian hotel, penginapan, dan homestay mengalami peningkatan yang berdampak pada bertambahnya pendapatan masyarakat yang menggantungkan mata pencahariannya pada sektor pariwisata.

Keberhasilan program juga terlihat dari semakin meningkatnya citra Kota Palembang sebagai destinasi wisata budaya dan kuliner di Sumatera Selatan. Berbagai kegiatan seperti festival budaya, promosi destinasi sejarah, serta penyelenggaraan event kuliner khas daerah berhasil menarik perhatian wisatawan dan menciptakan pengalaman wisata yang lebih beragam. Kondisi ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran destinasi, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam membangun identitas dan daya saing pariwisata daerah.

Temuan tersebut sejalan dengan teori Campbell J.P. (1989) yang menyatakan bahwa suatu program dapat dikatakan berhasil apabila mampu menghasilkan perubahan positif sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Dalam konteks penelitian ini, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, berkembangnya aktivitas ekonomi masyarakat, serta meningkatnya eksposur destinasi wisata menunjukkan bahwa program promosi pariwisata yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang telah mencapai indikator keberhasilan program secara cukup optimal.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa keberhasilan program masih menghadapi beberapa tantangan. Jangkauan promosi digital belum sepenuhnya merata kepada seluruh kelompok masyarakat, sementara daya tarik wisatawan mancanegara masih relatif rendah dibandingkan wisatawan domestik. Oleh karena itu, diperlukan penguatan strategi promosi yang lebih inovatif, berbasis teknologi digital, serta didukung oleh kolaborasi yang lebih luas antara pemerintah, pelaku usaha, komunitas pariwisata, dan masyarakat. Dengan demikian, keberhasilan program yang telah dicapai dapat dipertahankan dan ditingkatkan guna mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan di Kota Palembang.

2. Keberhasilan Sasaran

Berdasarkan hasil penelitian, indikator keberhasilan sasaran menunjukkan bahwa program promosi pariwisata yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang telah mampu mencapai sebagian besar target yang telah ditetapkan. Salah satu indikator yang paling terlihat adalah meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan domestik setelah berbagai strategi promosi diterapkan. Pemanfaatan media digital melalui platform media sosial, pemasaran

konten, serta publikasi berbagai kegiatan pariwisata terbukti efektif dalam meningkatkan eksposur destinasi wisata Kota Palembang kepada masyarakat luas.

Peningkatan kunjungan wisatawan domestik menunjukkan bahwa sasaran utama program dalam memperkenalkan destinasi wisata dan menarik minat wisatawan telah berjalan dengan baik. Berbagai destinasi wisata budaya, sejarah, dan kuliner yang dipromosikan mengalami peningkatan jumlah pengunjung, terutama pada periode libur nasional dan penyelenggaraan event pariwisata. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi promosi yang dilakukan telah mampu menjangkau kelompok sasaran yang ditetapkan oleh Dinas Pariwisata.

Namun demikian, pencapaian sasaran terhadap wisatawan mancanegara masih belum optimal. Beberapa faktor yang memengaruhi kondisi tersebut antara lain keterbatasan akses transportasi internasional, persaingan dengan destinasi wisata lain yang lebih dikenal secara global, serta perubahan pola perjalanan wisatawan pascapandemi. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan sasaran masih bersifat parsial, yaitu lebih dominan pada segmen wisatawan domestik dibandingkan wisatawan internasional.

Selain peningkatan jumlah wisatawan, keberhasilan sasaran juga terlihat dari dampak ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat sekitar destinasi wisata. Meningkatnya aktivitas wisata mendorong pertumbuhan UMKM, usaha kuliner, jasa transportasi, dan berbagai usaha pendukung lainnya. Banyak masyarakat yang mulai terlibat secara aktif dalam sektor pariwisata dengan memanfaatkan peluang ekonomi yang muncul akibat meningkatnya kunjungan wisatawan. Meskipun demikian, penyebaran informasi mengenai potensi wisata dan program promosi masih perlu diperluas agar dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Dengan demikian, manfaat ekonomi dan sosial dari sektor pariwisata dapat dirasakan secara lebih merata oleh masyarakat Kota Palembang.

Berdasarkan perspektif Campbell J.P. (1989), kondisi tersebut menunjukkan bahwa sasaran program telah tercapai pada tingkat yang cukup baik, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang memerlukan penguatan, khususnya dalam meningkatkan daya tarik wisata bagi pasar internasional dan memperluas keterlibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata daerah.

3. Kepuasan Masyarakat terhadap Program

Kepuasan masyarakat merupakan salah satu indikator penting dalam menilai efektivitas suatu program publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum masyarakat memberikan respons positif terhadap program promosi pariwisata yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang. Masyarakat menilai bahwa berbagai kegiatan promosi yang dilakukan telah memberikan manfaat nyata, terutama dalam meningkatkan aktivitas ekonomi dan memperkenalkan potensi wisata daerah kepada khalayak yang lebih luas.

Dampak program promosi lebih banyak dirasakan oleh masyarakat perkotaan yang memiliki akses tinggi terhadap teknologi informasi dan media sosial. Kelompok masyarakat ini lebih mudah memperoleh informasi mengenai kegiatan pariwisata, jadwal festival, maupun promosi destinasi wisata yang dilakukan oleh pemerintah daerah. Kemudahan akses informasi tersebut turut meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berbagai kegiatan pariwisata yang diselenggarakan.

Di sisi lain, penelitian juga menemukan adanya kesenjangan akses informasi di beberapa wilayah pinggiran. Sebagian masyarakat mengaku belum memperoleh informasi yang memadai terkait program promosi maupun potensi wisata daerah. Kondisi ini menunjukkan bahwa efektivitas penyebaran informasi masih menghadapi tantangan, terutama bagi kelompok masyarakat yang memiliki keterbatasan akses terhadap media digital.

Selain itu, evaluasi terhadap tingkat kepuasan masyarakat juga didukung oleh data kunjungan wisatawan yang diperoleh dari hotel, penginapan, dan pelaku usaha wisata di Kota Palembang. Penggunaan sumber data tersebut dilakukan karena bandara di Kota Palembang

saat ini lebih banyak melayani penerbangan domestik sehingga data wisatawan mancanegara tidak dapat diperoleh secara langsung sebagaimana pada periode sebelum pandemi. Meskipun demikian, berbagai indikator menunjukkan bahwa masyarakat dan pelaku usaha pariwisata pada umumnya merasa puas terhadap pelaksanaan program karena mampu memberikan dampak positif terhadap aktivitas ekonomi lokal.

Menurut Campbell J.P. (1989), tingkat kepuasan masyarakat yang tinggi menunjukkan bahwa program yang dijalankan telah memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan dan harapan kelompok sasaran. Oleh karena itu, kepuasan masyarakat dapat dijadikan salah satu indikator bahwa program promosi pariwisata Kota Palembang telah berjalan secara cukup efektif.

4. Tingkat Input dan Output

Analisis terhadap indikator input dan output menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Kota Palembang telah memanfaatkan berbagai sumber daya yang tersedia secara cukup optimal dalam mendukung pelaksanaan program promosi pariwisata. Sumber daya tersebut meliputi anggaran program, sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi digital, serta jaringan kerja sama dengan berbagai pihak yang berkepentingan dalam sektor pariwisata.

Dalam pelaksanaannya, Dinas Pariwisata tidak bekerja secara mandiri, melainkan membangun kolaborasi dengan media massa, influencer, komunitas pariwisata, pelaku usaha, institusi pendidikan, serta sektor swasta. Kolaborasi tersebut menjadi salah satu faktor penting yang mendukung perluasan jangkauan promosi dan peningkatan efektivitas penyebaran informasi kepada masyarakat maupun calon wisatawan.

Berbagai kegiatan promosi dilakukan melalui pendekatan daring dan luring. Promosi daring dilakukan melalui media sosial, publikasi digital, dan kerja sama pembuatan konten kreatif, sedangkan promosi luring diwujudkan melalui penyelenggaraan event seperti Festival Sungai Musi, Palembang Expo, festival budaya, serta berbagai kegiatan pameran pariwisata. Kombinasi kedua pendekatan tersebut terbukti mampu meningkatkan visibilitas destinasi wisata Kota Palembang secara lebih luas.

Gambar 2 Program Pariwisata dari Dinas Pariwisata Kota Palembang



Disukai oleh nyayurahmawatiahmad dan lainnya
pariwisata.palembang Destinasi Wisata Di
Palembang ...

Sumber : Instagram @pariwisata.palembang, 2024

Gambar diatas merupakan contoh promosi media sosial yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang. Gambar diatas menjelaskan tentang tentang rekomendasi tempat wisata pada saat libur lebaran yang ada di Kota Palembang.

Dari sisi output, hasil yang diperoleh menunjukkan perkembangan yang positif. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, bertambahnya aktivitas ekonomi masyarakat, tumbuhnya UMKM di sekitar destinasi wisata, serta meningkatnya popularitas Kota Palembang sebagai salah satu tujuan wisata di Sumatera Selatan. Selain itu, berbagai umpan balik dari wisatawan dan pelaku usaha menunjukkan bahwa informasi wisata kini lebih mudah diakses dan promosi yang dilakukan lebih menarik dibandingkan sebelumnya.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti kualitas fasilitas pendukung wisata, pemerataan akses informasi, serta inovasi promosi yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Secara keseluruhan, kesesuaian antara input yang digunakan dan output yang dihasilkan menunjukkan bahwa program promosi pariwisata telah berjalan secara efektif sesuai dengan indikator yang dikemukakan oleh Campbell J.P. (1989).

5. Pencapaian Tujuan Menyeluruh

Berdasarkan hasil penelitian, program promosi pariwisata yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang tidak hanya berhasil meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga berkontribusi terhadap pencapaian tujuan pembangunan pariwisata yang lebih luas dan berkelanjutan. Program ini telah memberikan dampak ekonomi, sosial, dan budaya yang dirasakan oleh berbagai kelompok masyarakat.

Salah satu capaian penting adalah meningkatnya keterlibatan masyarakat dalam pengembangan sektor pariwisata. Masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat,

tetapi juga menjadi aktor utama dalam berbagai aktivitas pariwisata, seperti pengelolaan usaha kuliner, perdagangan cenderamata, jasa pemandu wisata, hingga pelestarian budaya lokal. Keterlibatan tersebut mencerminkan adanya proses pemberdayaan masyarakat yang menjadi salah satu prinsip utama dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan.

Selain dampak ekonomi, program promosi juga berkontribusi terhadap pelestarian budaya daerah. Berbagai kegiatan budaya yang diselenggarakan sebagai bagian dari strategi promosi berhasil meningkatkan perhatian masyarakat terhadap warisan budaya lokal. Kondisi ini mendorong tumbuhnya rasa memiliki dan kebanggaan masyarakat terhadap identitas daerah, sekaligus memperkuat upaya pelestarian budaya bagi generasi mendatang.

Dari perspektif sosial, meningkatnya aktivitas pariwisata turut memperkuat interaksi dan kerja sama antaranggota masyarakat. Berbagai kegiatan pariwisata menjadi ruang kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, pelaku usaha, dan komunitas lokal dalam mengembangkan potensi daerah. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat program tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga memperkuat modal sosial yang dimiliki masyarakat.

Berdasarkan teori efektivitas Campbell J.P. (1989), pencapaian tujuan menyeluruh dapat dilihat dari kemampuan program dalam menghasilkan dampak jangka panjang sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa program promosi pariwisata Kota Palembang telah memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kunjungan wisatawan, pertumbuhan ekonomi lokal, pelestarian budaya, serta pemberdayaan masyarakat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tujuan program secara keseluruhan telah tercapai dengan cukup baik, meskipun masih diperlukan inovasi dan penguatan strategi untuk meningkatkan keberlanjutan program pada masa mendatang.

E. CONCLUSION

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program promosi pariwisata yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang telah berjalan cukup efektif dan memberikan kontribusi positif terhadap pemulihan sektor pariwisata daerah. Program ini berhasil meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan domestik serta memperluas eksposur berbagai destinasi wisata Kota Palembang yang sebelumnya belum banyak dikenal masyarakat. Meskipun demikian, pencapaian target kunjungan wisatawan mancanegara masih belum optimal sehingga memerlukan strategi promosi yang lebih terarah dan kompetitif pada pasar internasional.

Dari aspek ekonomi, program promosi pariwisata memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan usaha masyarakat, khususnya UMKM yang bergerak di bidang kuliner, kerajinan, transportasi, dan jasa pendukung pariwisata lainnya. Peningkatan aktivitas wisata juga mendorong berkembangnya usaha baru serta memberikan efek positif terhadap sektor perhotelan dan ekonomi lokal secara umum. Selain itu, masyarakat mulai merasakan manfaat langsung dari program promosi yang dijalankan, meskipun masih terdapat kendala berupa belum meratanya akses informasi, terutama pada wilayah yang memiliki keterbatasan akses terhadap media digital.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Kota Palembang telah mampu mengoptimalkan berbagai sumber daya yang tersedia melalui pemanfaatan teknologi informasi, pengembangan promosi digital, serta kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti komunitas, pelaku usaha, media, dan sektor swasta. Respons yang diberikan oleh masyarakat maupun pelaku usaha pariwisata pada umumnya positif, walaupun masih diperlukan peningkatan pada aspek fasilitas pendukung wisata, kualitas layanan, dan pemerataan informasi promosi.

Secara keseluruhan, program promosi pariwisata tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga berkontribusi terhadap penguatan ekonomi lokal, pelestarian budaya daerah, dan peningkatan partisipasi masyarakat dalam

pengembangan sektor pariwisata. Oleh karena itu, program ini dapat dinilai telah memberikan manfaat yang cukup baik dan memiliki prospek yang besar untuk terus dikembangkan melalui strategi promosi yang lebih inovatif, kolaboratif, dan berkelanjutan guna meningkatkan daya saing pariwisata Kota Palembang di masa mendatang.

REFERENCES

- Budiani, N. W. (2009). Efektivitas program penanggulangan Karang Taruna “Eka Taruna Bhakti” Desa Sumerta Kelod Kecamatan Denpasar Timur Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi dan Sosial Input*, 2.
- Campbell, J. P. (1989). *Efektivitas organisasi*. Bandung: Erlangga.
- Denison, D. R. (2010). *Organizational culture and organizational effectiveness*. New York: John Wiley & Sons.
- Dewi, P. D. N., Tirtawati, N. M., & Negarayana, I. B. P. (2022). Efektivitas program dana hibah pariwisata bagi industri pariwisata di Kabupaten Badung pada masa pandemi Covid-19. *Jurnal Kepariwisata*, 21(2), 163–176. <https://doi.org/10.52352/jpar.v21i2.607>
- Firmansyah, Y. F. N., Marhendi, M., & Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia. (2024). Efektivitas program direct marketing terhadap tingkat kunjungan wisatawan di Kabupaten Cilacap. *Jurnal Pariwisata*, 8(3).
- Handoko, T. H. (2006). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Islam Al-Azhar, U. (2025). Effectiveness of health promotion in waste management in Mandalika tourism area: Challenges and strategies towards sustainable tourism. *Nusantara Hasana Journal*, 4(10).
- Lubis, H., & Martani, H. (2009). *Efektivitas pelayanan publik* (Cetakan ke-11). Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Maulana, A., & Rachman, A. (2016). Efektivitas organisasi dalam konteks manajemen sumber daya manusia.
- Muttaqien, P. F. (n.d.). Social network analysis efektivitas promosi pariwisata melalui tagar #BatuKotaWisata di Twitter. *Jurnal Professional*, 10(2).
- Paridah Sundari, S., & Heryani, A. (2023). Efektivitas program pelestarian Payung Geulis di Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata Kota Tasikmalaya.
- Robbins, S. P. (1996). *Organizational behavior: Concepts, controversies, and applications*. New Jersey: Prentice Hall.
- Robbins, S. P. (2006). *Perilaku organisasi*. Jakarta: PT Indeks.
- Siagian, S. P. (2001). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Steers, R. M. (1980). *Performance appraisal*. Santa Monica, CA: Goodyear Publishing Company.
- Sudrajat, K. Z., Zein, K., Program Studi Administrasi Publik, & Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. (2024). Efektivitas program pengembangan destinasi pariwisata oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang. Diakses dari <https://ejournal.lppmunsap.org/index.php/jrpa58>
- Sugiyono. (2003). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke-19). Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, E. (2007). *Budaya organisasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sutrisno, E. (2007). *Pengaruh budaya organisasi, stres kerja dan komitmen terhadap kinerja karyawan*. Surabaya: CV Bintang Karya Putra.

- Yudistira, M. Y. (2023). Efektifitas penggunaan bahasa Indonesia dalam media promosi pariwisata. *Jurnal Sastra dan Pendidikan Kesusastraan*, 1(3). <https://doi.org/10.56854/jspk.v1i3.99>
- Zahrotin, E. (n.d.). Efektivitas program pengolahan administrasi desa secara elektronik (PADE) di Desa Mantup Kecamatan Mantup Kabupaten Lamongan.