



# Peran Humas Pemerintah Kota Palembang dalam Mempromosikan Potensi Ekonomi Palembang Expo 2024: Studi Kualitatif

Rivaldi Rachmadi Elamin\*, Muhammad Randicha Hamandia, Chairunnisah Putri Ayu Ningsih

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas kinerja Humas Pemerintah Kota Palembang dalam mempromosikan potensi ekonomi daerah melalui kegiatan Palembang Expo 2024. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis sejauh mana strategi dan peran kehumasan yang dijalankan mampu mendukung penyebaran informasi serta meningkatkan daya tarik kegiatan promosi tersebut kepada masyarakat dan pelaku usaha. Palembang Expo 2024 diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang sebagai wadah promosi produk-produk unggulan daerah, khususnya yang dihasilkan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat citra Kota Palembang sebagai pusat perdagangan, ekonomi kreatif, dan tujuan investasi yang potensial. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan tujuan memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam dengan narasumber terkait, termasuk pejabat Humas dan pihak Dinas Koperasi dan UKM, serta pelaku UMKM yang terlibat dalam Palembang Expo 2024. Selain itu, data juga diperoleh melalui observasi langsung selama pelaksanaan kegiatan dan studi dokumentasi terhadap arsip, laporan, serta materi publikasi yang digunakan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif untuk menilai efektivitas kinerja Humas dalam mendukung promosi potensi ekonomi Kota Palembang secara komprehensif dan berkelanjutan.

**Kata kunci:** Efektivitas Kinerja, HUMAS Pemerintah, Promosi Ekonomi Daerah, Palembang Expo 2024, UMKM.

DOI:

<https://doi.org/10.47134/converse.v2i3.5197>

\*Correspondence: Rivaldi Rachmadi Elamin

Email: [rachmadirivaldi2@gmail.com](mailto:rachmadirivaldi2@gmail.com)

Received: 22-11-2025

Accepted: 22-12-2025

Published: 22-01-2026



**Copyright:** © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstract:** This study aims to examine the effectiveness of the Public Relations performance of the Palembang City Government in promoting regional economic potential through the Palembang Expo 2024. In addition, the research analyzes the extent to which public relations strategies and roles contribute to disseminating information and enhancing the attractiveness of the promotional activities to the public and business actors. Palembang Expo 2024 was organized by the Department of Cooperatives and Small and Medium Enterprises of Palembang City as a platform to promote regional flagship products, particularly those produced by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). The event is expected to strengthen the image of Palembang City as a center of trade, creative economy, and a promising investment destination. This study employs a qualitative research approach to obtain an in-depth understanding of the phenomenon under investigation. Data collection techniques include in-depth interviews with relevant informants, such as public relations officials, representatives of the Department of Cooperatives and SMEs, and MSME participants involved in Palembang Expo 2024. In addition, data were gathered through direct observation during the implementation of the event and documentation studies of archives, reports, and promotional materials used. The collected data were then analyzed descriptively to assess the effectiveness of public relations performance in supporting the promotion of Palembang City's economic potential in a comprehensive and sustainable manner.

**Keywords:** Performance effectiveness, Government Public Relations, Regional economic promotion, Palembang Expo 2024, MSMEs

## Pendahuluan

Ilmu pemerintahan merupakan cabang ilmu sosial yang mengkaji hubungan antara masyarakat dan institusi pemerintahan sebagai otoritas tertinggi dalam negara, khususnya terkait kewenangan, kekuasaan, serta penyelenggaraan pelayanan publik (Wasistiono & Simangunsong, 2015). Pemerintahan dipahami sebagai ruang interaksi dinamis antara rakyat dan pemerintah, sehingga tidak mudah untuk merumuskan definisi yang sepenuhnya komprehensif. Keragaman pendekatan dan sudut pandang akademik menyebabkan perbedaan penekanan dalam memahami objek kajian ilmu pemerintahan. Namun demikian, pemerintahan secara umum dapat dimaknai sebagai entitas yang memiliki legitimasi untuk mengatur serta menggunakan kekuasaan secara sah dalam suatu wilayah tertentu.

Idealnya, penyelenggaraan pemerintahan berjalan efektif apabila seluruh fungsi dan tugas dijalankan secara optimal. Akan tetapi, dalam praktiknya masih ditemukan berbagai kendala, khususnya dalam pelayanan publik di tingkat lokal, seperti kecamatan, yang belum sepenuhnya memenuhi harapan masyarakat. Hal tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara konsep normatif pemerintahan dan realitas implementasi di lapangan.

Ilmu pemerintahan juga mencakup kajian mengenai sistem, struktur, proses, dan mekanisme administrasi publik, termasuk bagaimana kekuasaan politik diorganisasikan, dijalankan, serta dikontrol dalam masyarakat (Ndraha, 2011). Kajian ini melibatkan pemahaman terhadap hubungan timbal balik antara pemerintah dan warga negara, serta proses pengambilan keputusan politik yang melibatkan aktor-aktor politik dan lembaga pemerintahan.

Dalam konteks komunikasi pemerintahan, hubungan masyarakat (public relations) memiliki peran strategis. Sejak awal abad ke-20, praktik kehumasan berkembang dari sekadar aktivitas publisitas menjadi fungsi manajerial yang menekankan pembangunan hubungan dan partisipasi publik. Public Relations Society of America mendefinisikan humas sebagai fungsi manajemen yang membantu organisasi membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan dengan publiknya (PRSA, 1982). Sejalan dengan itu, Center (2018) menegaskan bahwa humas berperan dalam menciptakan hubungan harmonis antara organisasi dan publik demi mendukung pencapaian tujuan organisasi, sementara Jefkins (2018) memandang humas sebagai komunikasi terencana, baik internal maupun eksternal, yang berorientasi pada penciptaan pemahaman bersama.

Implementasi fungsi kehumasan pemerintah Kota Palembang tercermin dalam penyelenggaraan Palembang Expo 2024 oleh Dinas Koperasi dan UKM. Kegiatan ini berfungsi sebagai sarana strategis untuk mempromosikan potensi ekonomi, produk UMKM, serta kekayaan budaya dan pariwisata Kota Palembang. Penyelenggaraan expo yang berlokasi di Benteng Kuto Besak memanfaatkan daya tarik simbolik dan geografis kota, sehingga mampu meningkatkan citra daerah sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Kehadiran UMKM dari 18 kecamatan menegaskan peran Palembang Expo sebagai wadah kolaboratif yang merepresentasikan perkembangan ekonomi daerah serta semangat kewirausahaan yang adaptif dan berkelanjutan.

## Metodologi

Dalam suatu penelitian ilmiah, metode penelitian merupakan elemen fundamental yang menentukan ketepatan dan keakuratan dalam menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Pemilihan metode yang tepat memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang dikaji (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sifat deskriptif, yakni berupaya menggambarkan kondisi, peristiwa, atau interaksi sosial secara komprehensif berdasarkan realitas yang ditemukan di lapangan (Moleong, 2018).

Pendekatan kualitatif menekankan analisis data secara induktif, di mana pola, makna, dan kesimpulan dikembangkan berdasarkan data empiris yang dikumpulkan melalui interaksi langsung dengan subjek penelitian (Creswell, 2014). Fokus penelitian ditentukan secara fleksibel sesuai dengan dinamika dan konteks lapangan, sehingga memungkinkan peneliti menyesuaikan arah kajian berdasarkan temuan yang berkembang selama proses penelitian berlangsung. Penekanan utama penelitian kualitatif terletak pada proses penelitian, bukan sekadar pada hasil akhir, dengan tujuan memahami fenomena secara mendalam dan kontekstual.

Dalam penelitian ini, teori digunakan sebagai kerangka konseptual yang berfungsi memberikan gambaran umum mengenai latar belakang masalah serta menjadi landasan dalam menganalisis dan menafsirkan temuan penelitian. Dengan demikian, teori tidak hanya berperan sebagai alat pembanding, tetapi juga sebagai panduan analitis untuk mengonstruksi makna dari data yang diperoleh secara sistematis dan ilmiah (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014).

## Hasil dan Pembahasan

Efektivitas kinerja merefleksikan kapasitas individu maupun organisasi dalam merealisasikan tujuan yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya secara optimal. Kinerja yang efektif berkontribusi secara langsung terhadap peningkatan produktivitas dan pencapaian hasil kerja yang maksimal. Dalam konteks organisasi publik, khususnya aparatur pemerintah daerah, efektivitas kinerja tidak hanya diukur dari penyelesaian tugas administratif, tetapi juga dari tingkat kepuasan masyarakat sebagai penerima layanan. Kepuasan publik menjadi indikator utama kualitas kinerja pemerintah, karena mencerminkan sejauh mana pelayanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat (Mardiasmo, 2017). Namun, realitas menunjukkan masih adanya keluhan masyarakat terhadap kinerja aparatur pemerintah, terutama terkait lambannya pelayanan, kualitas layanan yang belum optimal, serta keterbatasan akses. Hal ini menegaskan pentingnya efektivitas kinerja sebagai tolok ukur kemampuan organisasi dalam menyesuaikan pelaksanaan tugas agar selaras dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Secara konseptual, efektivitas kinerja dipahami sebagai tingkat kesesuaian antara tujuan, rencana, dan hasil nyata yang dicapai. Kinerja dikatakan efektif apabila target yang telah dirumuskan sebelumnya dapat direalisasikan sesuai standar yang telah ditentukan, baik dari aspek kualitas, kuantitas, maupun ketepatan waktu (Steers, 1985). Efektivitas juga dapat dimaknai sebagai kondisi ketika aktivitas fisik dan mental individu berhasil

menghasilkan output sesuai dengan tujuan yang diharapkan serta dilaksanakan berdasarkan jadwal dan prosedur yang berlaku. Suatu program atau kegiatan dinilai efektif apabila implementasinya konsisten dengan perencanaan awal, sementara ketidaksesuaian antara tujuan dan pelaksanaan menunjukkan rendahnya tingkat efektivitas (Umar, 2011). Dengan demikian, efektivitas kinerja mencerminkan keberhasilan organisasi dalam menjalankan fungsi, tugas, dan misinya secara optimal melalui proses kerja yang tepat dan terukur. Konsep efektivitas memiliki keterkaitan erat dengan efisiensi, karena pencapaian tujuan organisasi menuntut keseimbangan antara hasil yang dicapai dan sumber daya yang digunakan (Kurniawan, 2015).

Dalam mendukung efektivitas organisasi, fungsi hubungan masyarakat (public relations) memiliki peran strategis, terutama dalam membangun komunikasi antara organisasi dan publik. Public relations, yang di Indonesia dikenal sebagai humas, merupakan bentuk komunikasi terpadu yang dijalankan secara terencana untuk membentuk persepsi, opini, dan sikap publik terhadap organisasi. Humas berfungsi sebagai komunikasi dua arah yang menekankan pemahaman terhadap kebutuhan, pandangan, dan perilaku publik, sehingga organisasi dapat merancang strategi komunikasi yang efektif dan berorientasi pada hubungan jangka panjang (Cutlip, Center, & Broom, 2006). International Public Relations Association (IPRA) mendefinisikan humas sebagai fungsi manajemen yang dilaksanakan secara berkelanjutan untuk memperoleh pemahaman, kepercayaan, dan dukungan publik melalui pengelolaan opini publik yang sistematis. Sejalan dengan itu, humas tidak hanya berperan dalam penyebaran informasi, tetapi juga dalam membangun citra, reputasi, dan legitimasi organisasi.

Dalam konteks pemerintahan daerah, peran humas menjadi semakin strategis dalam mendukung promosi program pembangunan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Hal ini tercermin dalam penyelenggaraan Palembang Expo 2024 yang digagas oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palembang sebagai rangkaian peringatan Hari Ulang Tahun Kota Palembang. Kegiatan ini dirancang sebagai platform promosi bagi pelaku UMKM dari seluruh kecamatan di Kota Palembang untuk menampilkan produk unggulan mereka, sekaligus sebagai sarana mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Palembang Expo tidak hanya berfungsi sebagai ajang pameran, tetapi juga sebagai media kolaborasi antar pelaku usaha, pertukaran pengetahuan, pembentukan jaringan bisnis, serta penjajakan peluang investasi baru. Dukungan langsung pemerintah daerah dan kehadiran berbagai pemangku kepentingan memperkuat posisi expo sebagai instrumen strategis pembangunan ekonomi daerah.

Peran humas pemerintah juga terintegrasi dengan fungsi komunikasi publik yang dijalankan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Palembang. Diskominfo berkontribusi melalui penguatan kapasitas komunikasi digital aparatur pemerintah, khususnya dalam pengelolaan media sosial, jurnalistik, dan produksi konten visual. Upaya ini sangat penting dalam meningkatkan efektivitas promosi Palembang Expo 2024, mengingat strategi komunikasi digital memiliki daya jangkauan luas dan relevan bagi generasi muda. Publikasi visual dan narasi promosi yang disebarluaskan melalui kanal

resmi pemerintah memperkuat visibilitas UMKM serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan expo.

Dampak pelaksanaan Palembang Expo 2024 terlihat dalam peningkatan eksposur produk UMKM, perluasan akses pasar, serta terbukanya peluang kerja sama dengan investor, distributor, dan konsumen dari luar daerah. Kegiatan ini juga berkontribusi terhadap peningkatan kunjungan wisata yang berdampak langsung pada sektor perhotelan, transportasi, kuliner, dan jasa lainnya. Selain itu, persaingan yang sehat selama expo mendorong pelaku UMKM untuk berinovasi dalam kualitas produk, desain, kemasan, dan pelayanan. Dari perspektif teori efektivitas organisasi, keberhasilan promosi Palembang Expo 2024 dapat diukur melalui capaian target yang telah ditetapkan, seperti jumlah pengunjung, partisipasi UMKM, intensitas publikasi, serta peningkatan transaksi ekonomi (Steers, 1985).

Dengan mengacu pada teori public relations, efektivitas kinerja humas Pemerintah Kota Palembang tercermin dari kemampuannya membangun komunikasi yang interaktif, menyampaikan informasi secara akurat, serta membentuk citra positif pemerintah di mata masyarakat. Humas berperan sebagai penghubung antara pemerintah, pelaku UMKM, media, dan masyarakat luas, sehingga mampu mendorong partisipasi publik dan memperkuat kepercayaan terhadap program pemerintah (Nova, 2009). Oleh karena itu, penerapan teori efektivitas organisasi dan teori public relations secara terpadu menjadi landasan konseptual dalam menilai efektivitas kinerja humas Pemerintah Kota Palembang dalam mempromosikan potensi ekonomi daerah melalui Palembang Expo 2024.

## Simpulan

Palembang Expo 2024 berperan sebagai wahana strategis dalam mempromosikan potensi ekonomi Kota Palembang, khususnya melalui penguatan dan pemberdayaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kegiatan ini menghadirkan hampir seratus stan peserta, termasuk sejumlah stan perwakilan dari berbagai daerah di Indonesia seperti Magelang dan Serang, yang menunjukkan tingginya daya tarik serta jangkauan kegiatan expo secara nasional. Penyelenggaraan Palembang Expo 2024 tidak hanya berfokus pada pameran produk unggulan lokal, tetapi juga berfungsi sebagai media pertukaran program, promosi antar daerah, serta sarana memperluas jejaring kerja sama bisnis. Melalui kegiatan ini, tercipta ruang kolaborasi yang memungkinkan terjadinya pertukaran wawasan, penguatan jaringan usaha, serta pembukaan peluang investasi yang berkontribusi terhadap peningkatan aktivitas ekonomi daerah. Efektivitas peran Humas Pemerintah Kota Palembang dalam mempromosikan potensi ekonomi melalui Palembang Expo 2024 tercermin dari tingginya tingkat partisipasi peserta dan pengunjung, meluasnya jejaring bisnis UMKM, serta dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Berdasarkan temuan tersebut, diperlukan penguatan strategi promosi digital melalui pemanfaatan media sosial dan platform daring untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk generasi muda dan pasar internasional, disertai dengan pelaksanaan evaluasi berbasis umpan balik dari peserta dan pengunjung. Selain itu, kolaborasi yang lebih intensif dengan media lokal dan nasional, penyelenggaraan pelatihan dan pendampingan

berkelanjutan bagi pelaku UMKM, serta pengembangan konten edukatif berupa seminar dan lokakarya selama pelaksanaan expo dinilai penting guna meningkatkan daya saing UMKM sekaligus memaksimalkan manfaat kegiatan di masa mendatang.

### Daftar Pustaka

- Center, A. H. (2018). *Public relations practices: Managerial case studies and problems* (9th ed.). Pearson Education.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective public relations* (9th ed.). Pearson Education.
- Dwi, A., & Salmiyah, D. (2017). Strategi city branding humas pemerintah kota Bandung sebagai smart city melalui program smart governance. *PROMEDIA (Public Relation dan Media Komunikasi)*, 2(2). <https://doi.org/10.52447/promedia.v3i2.947>
- International Public Relations Association. (n.d.). *International public relations principles*. IPRA.
- Jefkins, F. (2018). *Public relations techniques* (4th ed.). Butterworth-Heinemann.
- Kurniawan, A. (2015). *Manajemen kinerja organisasi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Manuhara, F. K., & Kristiyani, D. N. (2024). Peran humas di instansi pemerintahan Kota Salatiga dalam penyebarluasan informasi program kerja pemerintah stunting melalui media sosial. *Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi dan Dakwah*, 4(2), 84–108. <https://doi.org/10.33507/selasar.v4i2>
- Mardiasmo. (2017). *Akuntabilitas sektor publik*. Andi Offset.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Ndraha, T. (2011). *Ilmu pemerintahan*. Rineka Cipta.
- Nova, F. (2009). *Crisis public relations*. Grasindo.
- Public Relations Society of America. (1982). *Public relations definition*. PRSA.
- Steers, R. M. (1985). *Efektivitas organisasi*. Erlangga.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Tsaqif, G. Q., Hidayah, H. U. T., Al Firza, C. A., Putri Ananda, & Zebua, W. D. A. (2025). *Optimalisasi peran humas pemerintah dalam meningkatkan branding pariwisata Bandung*. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 2(2), 217–226. <https://doi.org/10.62180/7zv0b60>
- Umar, H. (2011). *Riset sumber daya manusia dalam organisasi*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyudin, U., & Rumawan, D. (2018). Peran humas pemerintah dalam pemasaran city branding melalui media massa. *Common: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 162–???. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/download/1192/884/2256>
- Wasistiono, S., & Simangunsong, F. (2015). *Ilmu pemerintahan: Dari perspektif teoritik hingga praktik*. Alfabeta.