

BAB IV

HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum tentang profil Ombudsman Republik Indonesia dan hasil penelitian.

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Gambaran Umum Ombudsman Republik Indonesia

Ombudsman Republik Indonesia sebelumnya bernama Komisi Ombudsman Nasional adalah lembaga negara di Indonesia yang mempunyai kewenangan mengawasi penyelenggaraan pelayanan publik baik yang diselenggarakan oleh penyelenggara negara dan pemerintahan, termasuk yang diselenggarakan oleh Badan Usaha Milik Negara, Badan Usaha Milik Daerah, dan Badan Hukum Milik Negara serta badan swasta atau perseorangan yang diberi tugas menyelenggarakan pelayanan publik tertentu yang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah. Lembaga ini dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 37 Tahun 2008 tentang Ombudsman Republik Indonesia yang disahkan dalam Rapat Paripurna DPR RI pada tanggal 9 September 2008. Untuk mempermudah dalam melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan atau pelaksanaan pelayanan publik, maka dibentuk Perwakilan Ombudsman yang berfungsi mengawasi pelaksanaan pelayanan publik pada masing-masing wilayah di seluruh provinsi di Indonesia. Ombudsman RI berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 2008 mempunyai tujuan:

- a. mewujudkan negara hukum yang demokratis, adil, dan sejahtera;
- b. mendorong penyelenggaraan negara dan pemerintahan yang efektif dan efisien, jujur, terbuka, bersih, serta bebas dari KKN;
- c. meningkatkan mutu pelayanan negara di segala bidang agar setiap warga negara dan penduduk memperoleh keadilan, rasa aman, dan kesejahteraan yang semakin baik;
- d. membantu menciptakan dan meningkatkan upaya untuk pemberantasan

dan pencegahan praktik-praktik Maladministrasi, diskriminasi, kolusi, korupsi, serta nepotisme; dan meningkatkan budaya hukum nasional, kesadaran hukum masyarakat, dan supermasi hukum yang berintikan kebenaran serta keadilan.

Adapun Visi Ombudsman Republik Indonesia:

“Lembaga Pengawas yang Efektif, Dipercaya, dan Berkeadilan guna Mewujudkan Pelayanan Publik yang Berkualitas” adapun

Misi Ombudsman Republik Indonesia:

- 1) Mewujudkan Profesionalisme Fungsi Pengawasan Penyelenggaraan Pelayanan Publik
- 2) Mewujudkan Kepatuhan Penyelenggaraan Pelayanan Publik Terhadap Hasil Pengawasan Ombudsman
- 3) Mewujudkan Pelayanan Publik yang Inklusif Bagi Seluruh Rakyat

4.1.2 Gambaran Umum Sekretariat Jendral Ombudsman Republik Indonesia

Sekretariat Jenderal adalah unsur pelaksana yang berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Ketua Ombudsman RI, serta mempunyai tugas melaksanakan koordinasi pelaksanaan tugas, pembinaan dan pemberian dukungan administrasi kepada seluruh unit kerja di lingkungan Ombudsman RI.

Sesuai dengan kedudukannya sebagai pedoman untuk mengarahkan pencapaian tujuan jangka panjang pelaksanaan tugas Sekretariat Jenderal Ombudsman, Rencana Strategis memuat visi jangka panjang sebagai landasan dalam menyiapkan arah kebijakan lima tahun ke depan. Visi Sekretariat Jenderal Ombudsman merupakan gambaran keadaan organisasi yang ingin dicapai pada masa mendatang. Sekretariat Jenderal Ombudsman sebagai unsur pendukung dalam pelaksanaan wewenang dan tugas administratif merumuskan visi sebagai berikut:

“Mewujudkan Dukungan Administratif Prima kepada Ombudsman Republik Indonesia”.

Sebagaimana makna yang tertuang dalam visi Sekretariat Jenderal Ombudsman dengan penjelasan sebagai berikut:

Dukungan: Segala bentuk informasi verbal ataupun non verbal yang bersifat saran, bantuan yang nyata maupun tingkah laku diberikan oleh sekelompok orang

dengan subjek di dalam lingkungannya. Dengan pengertian tersebut maka Sekretariat Jenderal Ombudsman senantiasa sigap dalam memberi dukungan dalam setiap penyelenggaraan tugas dan fungsi sesuai perannya sebagai upaya yang dilakukan untuk pencapaian tujuan lembaga.

Administratif: Kegiatan perencanaan, pengendalian, dan pengorganisasian pekerjaan perkantoran, serta penggerakan mereka yang melaksanakannya agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Prima: Upaya yang dilakukan secara maksimal terhadap sesuatu yang dibutuhkan dengan cepat, pertama, sangat baik dan utama. Dalam hal ini Sekretariat Jenderal Ombudsman selalu bertekad dan berupaya untuk memberikan suatu dukungan yang sangat baik dan maksimal untuk pemenuhan target kinerja lembaga.

Untuk mencapai Visi tersebut, maka ditetapkan Misi Sekretariat Jenderal Ombudsman. Misi memberikan gambaran mengenai rumusan umum upaya yang akan dilakukan untuk mewujudkan visi yang dijabarkan dengan tujuan untuk memberikan dukungan kelancaran pelaksanaan wewenang dan tugas Ombudsman Republik Indonesia serta tugas pokok dan fungsi Sekretariat Jenderal Ombudsman.

Misi Sekretariat Jenderal Ombudsman adalah:

1. Meningkatkan kualitas penyelenggaraan perencanaan dan pengelolaan keuangan;
2. Penyelenggaraan fasilitasi pelayanan hukum, kerja sama, dan organisasi yang optimal;
3. Penyelenggaraan administrasi pengawasan pelayanan publik yang optimal;
4. Penyelenggaraan fasilitasi pelayanan hubungan masyarakat dan pengelolaan sistem informasi dan teknologi informasi yang optimal;
5. Penyelenggaraan pengelolaan kepegawaian, ketatausahaan, perlengkapan, kerumahtanggaan, dan pengadaan barang/jasa yang akuntabel;
6. Pelaksanaan pengawasan internal yang efektif.

Dalam rangka mewujudkan visi dan misi tersebut, maka Sekretariat Jenderal Ombudsman menetapkan tujuannya yaitu:

“Terwujudnya Dukungan Administratif Prima kepada Ombudsman Republik Indonesia”.

Berdasarkan Peraturan Sekretariat Jenderal Ombudsman RI Nomor 1 Tahun 2018 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Jenderal Ombudsman RI menyebutkan bahwa Sekretariat Jenderal mempunyai tugas menyelenggarakan dukungan administratif kepada Ombudsman RI. Dalam melaksanakan tugas dimaksud, Sekretariat Jenderal Ombudsman menyelenggarakan fungsi:

- a. Penyelenggaraan kegiatan koordinasi, sinkronisasi, dan integrasi administrasi kegiatan dan tindak lanjut Ombudsman RI;
- b. Pelayanan administrasi dalam penyusunan rencana kerja dan program kerja Ombudsman RI;
- c. Pelayanan administrasi dalam rangka kerja sama Ombudsman RI dengan Lembaga pemerintah dan lembaga non pemerintah terkait baik di dalam negeri maupun di luar negeri;
- d. Pelayanan kegiatan pengumpulan, pengolahan, dan penyajian data serta penyusunan laporan kegiatan Ombudsman RI; dan Penyelenggaraan kegiatan administrasi Ombudsman RI serta melaksanakan pembinaan organisasi, administrasi kepegawaian, keuangan, sarana dan prasarana Sekretariat Jenderal Ombudsman RI.
- e. Pelaksanaan pengawasan internal di lingkungan Sekretariat Jenderal Ombudsman RI.

Untuk melaksanakan tugas dan fungsi tersebut, struktur organisasi Sekretariat Jenderal Ombudsman RI terdiri dari atas:

1. Biro Perencanaan dan Keuangan

Biro Perencanaan dan Keuangan mempunyai tugas melaksanakan koordinasi penyusunan perencanaan, pengelolaan keuangan pusat, fasilitasi pengelolaan keuangan perwakilan, akuntansi, dan pelaporan. Dalam melaksanakan tugasnya, Biro Perencanaan dan Keuangan menyelenggarakan fungsi:

- a. koordinasi dan penyusunan rencana strategis, rencana kerja tahunan, anggaran pendapatan dan belanja negara, dan pemantauan dan evaluasi;
- b. koordinasi dan pengelolaan tata laksana keuangan, perbendaharaan, akuntansi, dan pelaporan keuangan;
- c. koordinasi dan fasilitasi pengelolaan keuangan perwakilan; dan

- d. pelaksanaan administrasi Biro.

Biro Perencanaan dan Keuangan terdiri atas: Subbagian Tata Usaha Biro Perencanaan dan Keuangan; dan Kelompok Jabatan Fungsional.

2. Biro Hukum, Kerja Sama, dan Organisasi

Biro Hukum, Kerja Sama, dan Organisasi mempunyai tugas melaksanakan dan mengkoordinasikan pelaksanaan pelayanan hukum, kerja sama, pembinaan dan penataan organisasi, tata laksana, dan fasilitasi reformasi birokrasi. Dalam melaksanakan tugasnya Biro Hukum, Kerja Sama, dan Organisasi menyelenggarakan fungsi:

- a. koordinasi dan penyusunan peraturan perundang-undangan, pengelolaan dokumentasi, diseminasi hukum, advokasi, dan administrasi adjudikasi;
- b. koordinasi dan pelaksanaan kerja sama;
- c. koordinasi dan pelaksanaan pembinaan dan penataan organisasi, tata laksana, dan pelaksanaan reformasi birokrasi; dan
- d. pelaksanaan administrasi Biro.

Biro Hukum, Kerja Sama, dan Organisasi terdiri atas: Subbagian Tata Usaha Biro Hukum, Kerja Sama, dan Organisasi; dan Kelompok Jabatan Fungsional.

3. Biro Administrasi Pengawasan Penyelenggaraan Pelayanan Publik

Biro Administrasi Pengawasan Penyelenggaraan Pelayanan Publik mempunyai tugas melaksanakan koordinasi dan pengelolaan administrasi pengawasan penyelenggaraan pelayanan publik. Dalam melaksanakan tugasnya Biro Administrasi Pengawasan Penyelenggaraan Pelayanan Publik menyelenggarakan fungsi:

- a. koordinasi dan pengelolaan administrasi perencanaan dan pengolahan data pengawasan penyelenggaraan pelayanan publik;
- b. koordinasi dan pengelolaan administrasi pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi pengawasan penyelenggaraan pelayanan publik;
- c. koordinasi dan pengelolaan administrasi pelaporan dan kearsipan pengawasan penyelenggaraan pelayanan publik; dan
- d. pelaksanaan administrasi Biro.

Biro Administrasi Pengawasan Penyelenggaraan Pelayanan Publik terdiri atas: Subbagian Tata Usaha Biro Administrasi Pengawasan Penyelenggaraan Pelayanan Publik; dan Kelompok Jabatan Fungsional.

4. Biro Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi

Biro Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi mempunyai tugas melaksanakan koordinasi dan pengembangan hubungan masyarakat, pengelolaan teknologi informasi, pengelolaan data informasi, dan layanan perpustakaan. Dalam melaksanakan tugasnya, Biro Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi menyelenggarakan fungsi:

- a. koordinasi, pengelolaan, dan layanan hubungan masyarakat;
- b. koordinasi, pengelolaan, dan pengembangan teknologi informasi;
- c. koordinasi, pengelolaan data, layanan informasi, dan layanan perpustakaan; dan
- d. pelaksanaan administrasi Biro.

Biro Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi terdiri atas: Subbagian Tata Usaha Biro Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi; dan Kelompok Jabatan Fungsional.

5. Biro Sumber Daya dan Umum

Biro Sumber Daya Manusia dan Umum mempunyai tugas melaksanakan koordinasi dan pengelolaan sumber daya manusia, layanan umum, dan fasilitasi pimpinan. Dalam melaksanakan tugasnya, Biro Sumber Daya Manusia dan Umum menyelenggarakan fungsi:

- a. koordinasi dan pengelolaan kepegawaian dan pengembangan sumber daya manusia;
- b. koordinasi dan pengelolaan perlengkapan, rumah tangga, dan administrasi Biro; koordinasi dan pengelola penyelenggaraan dukungan pengadaan barang/jasa;
- c. koordinasi dan pengelolaan urusan tata usaha pimpinan, persidangan dan penyiapan bahan pimpinan, dan keperotokolan; dan
- d. koordinasi dan pengelolaan kearsipan dan persuratan.

Biro Sumber Daya Manusia dan Umum terdiri atas: Bagian Perlengkapan

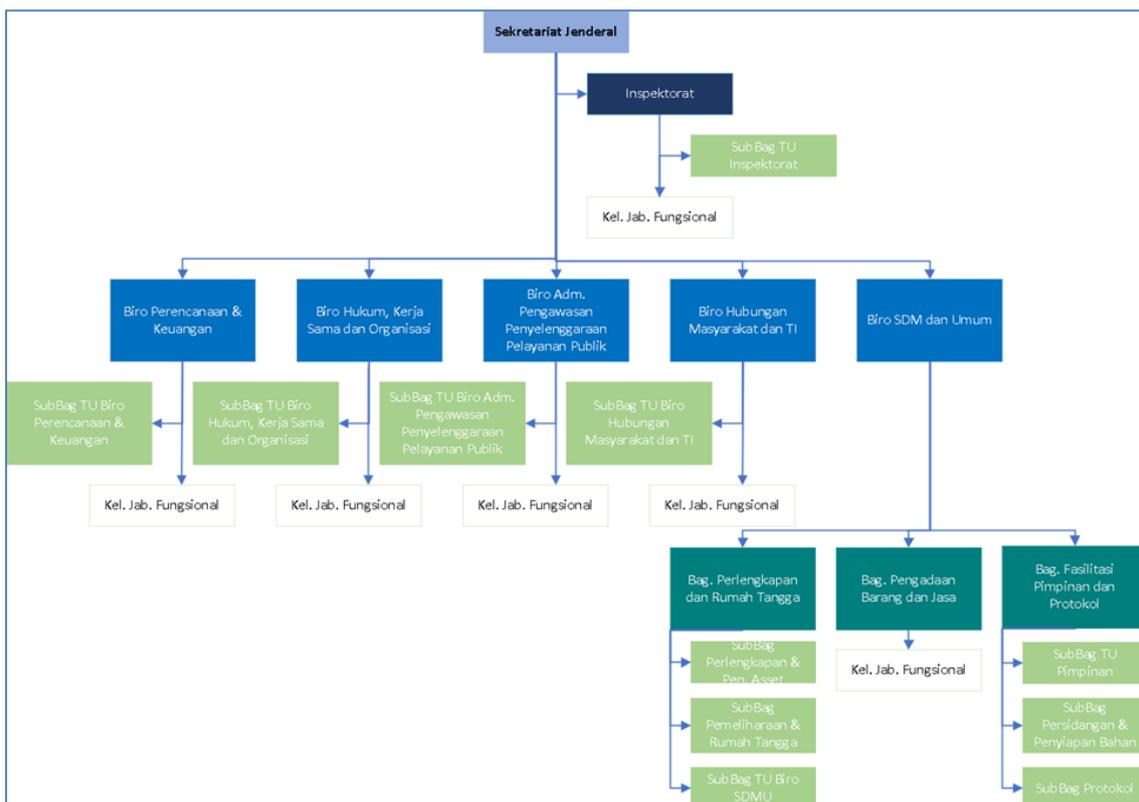
dan Rumah Tangga, Bagian Pengadaan Barang dan Jasa, Bagian Fasilitas Pimpinan dan Protokol, dan Kelompok Jabatan Fungsional.

6. Inspektorat

Inspektorat mempunyai tugas melaksanakan pengawasan internal di lingkungan Sekretariat Jenderal Ombudsman. Dalam melaksanakan tugasnya, Inspektorat menyelenggarakan fungsi:

- penyusunan kebijakan teknis pengawasan internal;
- pelaksanaan pengawasan internal terhadap kinerja dan keuangan melalui audit, revidu, evaluasi, pemantauan, dan kegiatan pengawasan lainnya;
- penyusunan laporan hasil pengawasan; dan
- pelaksanaan administrasi Inspektorat.

Inspektorat terdiri atas: Subbagian Tata Usaha Inspektorat; dan Kelompok Jabatan Fungsional.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Sekretariat Jendral Ombudsman RI

Sumber: Laporan Kinerja Sekretariat Jendral Ombudsman RI 2021

Sekretariat Jenderal Ombudsman dibentuk berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 20 Tahun 2009 tentang Sekretariat Jenderal Ombudsman Republik Indonesia sebagaimana diubah dengan Peraturan Presiden Nomor 108 Tahun 2017. Tindak lanjut Peraturan Presiden Nomor 108 Tahun 2017 telah ditetapkan Peraturan Sekretaris Jenderal Nomor 5 Tahun 2020 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Jenderal Ombudsman Republik Indonesia.

Posisi per 31 Desember 2021 Sekretariat Jenderal Ombudsman RI didukung sumber daya manusia sebanyak 574 orang, terdiri atas Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebanyak 295 orang dan 279 non PNS. Komposisi SDM Sekretariat Jendral disajikan pada tabel berikut:



Gambar 4.2 Komposisi SDM Sekretariat Jendral Ombudsman RI

Sumber : Laporan Kinerja Sekretariat Jendral Ombudsman RI 2021

4.2 Hasil Penelitian

Pembahasan dan analisis dalam penelitian ini merupakan data dan fakta yang ada dilapangan secara langsung, dan disesuaikan dengan teori strategi organisasi yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu pengumpulan data yang digunakan seperti wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini disajikan dan dianalisis berdasarkan hasil wawancara dengan:

1. Kepala Biro Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi Ombudsman Republik Indonesia
2. 3 orang staff pegawai Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi Ombudsman Republik Indonesia
3. 1 orang asisten Keasistenan Utama Ombudsman Republik Indonesia

4. 4 orang masyarakat yang mengikuti sosialisasi Ombudsman Republik Indonesia

Dalam penelitian ini membahas bagaimana strategi yang dilakukan oleh Ombudsman dalam mensosialisasikan peran Ombudsman kepada masyarakat. Tujuan dan sasaran jangka panjang dari sosialisasi, faktor-faktor pendukung dan penghambat yang dialami oleh Ombudsman dalam melaksanakan sosialisasi kepada masyarakat dan upaya-upaya yang dilakukan oleh Ombudsman dalam mengatasi hambatan-hambatan tersebut.

Berikut ini akan dibahas hasil penelitian dari pertanyaan penelitian mengenai strategi Ombudsman Republik Indonesia dalam mensosialisasikan peran Ombudsman kepada masyarakat berdasarkan teori Alfred Chandler yaitu formulasi dan sasaran jangka panjang, pemilihan tindakan dan alokasi sumber daya.

4.2.1 Formulasi dan Sasaran Jangka Panjang

Dalam melaksanakan serangkaian strategi atau tindakan dalam melaksanakan kegiatan sosialisasi maka diperlukan kejelasan tujuan dan perencanaan. Hal tersebut dapat dilihat dari adanya tujuan yang hendak dicapai, dasar hukum sebagai pedoman dalam pelaksanaan sosialisasi, alur proses perencanaan, sasaran pelaksanaan sosialisasi dan sasaran jangka panjang.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan informan 1 yaitu Kepala Biro Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi Ombudsman Republik Indonesia mengenai dasar hukum dalam kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan Ombudsman menyatakan bahwa:

“Dasar hukum untuk melaksanakan sosialisasi ini adalah Undang-Undang Nomor 37 Tahun 2008 tentang Ombudsman Republik Indonesia. Itu yang menjadi pedoman kita dalam melaksanakan kegiatan sosialisasi ini. Kemudian juga Peraturan Sekretaris Jendral Nomor 5 Tahun 2020 terkait dengan susunan organisasi dan tata kelola organisasi” (Hasil wawancara dengan informan 1 pada 29 Mei 2023 melalui *zoom meeting*)

Kemudian hasil wawancara dengan informan 2 selaku Pranata Humas Ahli Madya juga mengatakan hal yang serupa terkait dengan dasar hukum yang menjadi

pedoman dalam kegiatan sosialisasi Ombudsman Republik Indonesia, sebagai berikut:

“Dasar hukumnya itu ada di Undang-Undang Nomor 37 Tahun 2008 tentang Ombudsman Republik Indonesia pasal 38 dan pasal 42.” (Hasil wawancara dengan Informan 2 pada 23 Juni 2023 di kantor Ombudsman Republik Indonesia)

Selanjutnya informan 5 selaku Asisten di Keasistenan Utama memberikan penjelasan lengkap pada pasal lainnya yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 37 Tahun 2008 tentang Ombudsman Republik Indonesia terkait pedoman sosialisasi, sebagai berikut:

“Jadi, dasar hukum dalam melakukan sosialisasi itu ada di Undang-Undang 37 tahun 2008 pasal 7 huruf e. Disana disebutkan Ombudsman bertugas melakukan kordinasi atau kerjasama dengan lembaga negara atau lembaga pemerintahan lainnya serta lembaga kemasyarakatan dan perseorangan. Wujud konkritnya itu ya sosialisasi, kepada masyarakat dan kepada lembaga pemerintahan lainnya” (Hasil wawancara dengan informan 5 pada 21 Juni 2023 di kantor Ombudsman Republik Indonesia)

Kemudian informan 3 dan 4 selaku staff Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi Ombudsman Republik Indonesia kompak menjawab bahwa dasar hukum yang digunakan sebagai pedoman dalam sosialisasi ini adalah Undang-undang Nomor 37 Tahun 2008 tentang Ombudsman Republik Indonesia. Untuk dasar hukum lainnya dalam sosialisasi Ombudsman yaitu Ombudsman berpedoman kepada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik sebagaimana yang disampaikan oleh informan 4 sebagai berikut:

“Dasar hukum sosialisasi kita itu dari Undang-Undang Keterbukaan Informasi Nomor 14 tahun 2008 yang intinya adalah bahwa setiap instansi wajib membuka semua informasi. Jadi memang kita berpedoman di undang-undang tentang keterbukaan informasi publik itu.” (Hasil wawancara dengan informan 4 pada 23 Juni 2023 di kantor Ombudsman Republik Indonesia)

Berdasarkan wawancara diatas, dasar hukum yang menjadi pedoman bagi Ombudsman Republik Indonesia dalam melaksanakan sosialisasi kepada masyarakat adalah Undang-undang Nomor 37 Tahun 2008 tentang Ombudsman Republik Indonesia, Peraturan Sekretariat Jendral Nomor 5 Tahun 2020 tentang

Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Jendral Ombudsman Republik Indonesia dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Selanjutnya dalam melaksanakan kegiatan sosialisasi juga harus memiliki alur proses atau tahapan perencanaan yang jelas sebelum sosialisasi tersebut dijalankan. Sebagaimana yang disampaikan oleh informan 1 selaku Kepala Biro Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi, sebagai berikut:

“Mengenai alur proses untuk membuat program demi program secara garis besar memang harus melalui persetujuan pimpinan terlebih dahulu. Alurnya itu kami buat suatu desain atau proposal kemudian diajukan kepada pimpinan, setelah pimpinan menyetujui kemudian kami jalankan. Namun sebelum program di implementasikan terlebih dahulu kami melakukan kordinasi dengan pihak-pihak terkait yang memiliki keahlian sesuai dengan program yang akan kami jalankan. Kemudian kami juga berkordinasi dengan bagian-bagian yang terkait dengan perlengkapan, logistik dan lain-lain. Atau bisa juga prosesnya terbalik, jadi ada arahan pimpinan untuk kami melakukan suatu sosialisasi kemudian kami terjemahkan dan kami buat uraian lebih detailnya setelah itu kami kerjakan bersama-sama” (Hasil wawancara dengan informan 1 pada 29 Mei 2023 melalui *zoom meeting*)

Kemudian hasil wawancara dengan informan 2 selaku Pranata Humas Ahli Madya mengenai alur proses atau tahapan perencanaan sebelum kegiatan sosialisasi dilaksanakan, yaitu sebagai berikut:

“Untuk alur prosesnya pertama kita membuat kerangka acuan kerja tentang sosialisasi yang bertujuan untuk mendapatkan anggaran untuk sosialisasi. Kita ajukan ke bagian perencanaan apakah disetujui atau tidak, jika disetujui maka kita akan melaksanakan kegiatan sosialisasi tersebut. Tentu semua itu harus melalui persetujuan pimpinan terlebih dahulu, apalagi terkait kegiatan sosialisasi yang memiliki bobot yang besar” (Hasil wawancara dengan informan 2 pada 21 Juni 2023 di kantor Ombudsman Republik Indonesia)

Selanjutnya ditambahkan dengan pernyataan dari informan 3 selaku Staff Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi Ombudsman Republik Indonesia, yaitu sebagai berikut:

“Pertama kita melakukan pemetaan terhadap saluran komunikasi apa yang Ombudsman miliki, baik saluran yang murni dan Ombudsman maupun saluran yang berbayar. Misalkan di media sosial itu ada strategi yang sudah di susun untuk 1 minggu ini akan menayangkan konten apa, kemudian untuk

1 bulan kedepan itu sudah ada perencanaan kontennya. Setelah itu kami mengajukan gambarannya baik secara visual maupun narasi untuk mendapatkan persetujuan dari pimpinan atau bapak kabiro. Setelah mendapatkan persetujuan pimpinan baru kita laksanakan.” (Hasil wawancara dengan informan 3 pada 29 Mei 2023 melalui *zoom meeting*)

Dari hasil wawancara yang dikemukakan oleh ketiga informan 1, 2 dan 3, dijelaskan bahwa alur proses atau tahapan perencanaan yang dilakukan oleh Ombudsman Republik Indonesia sebelum melaksanakan kegiatan sosialisasi adalah dengan membuat kerangka acuan kerja atau pemetaan terlebih dahulu mengenai hal-hal ataupun kegiatan yang akan disosialisasikan. Setelah itu mengajukan kepada pimpinan untuk meminta persetujuan terlebih dahulu. Ketika memang disetujui oleh pimpinan, selanjutnya Ombudsman dalam hal ini Biro Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi berkordinasi dengan pihak-pihak terkait jika memang dibutuhkan.

Selanjutnya sebelum melaksanakan sosialisasi hal yang harus ditentukan terlebih dahulu adalah siapa saja yang akan menjadi khalayak sasaran dari sosialisasi tersebut. Mengenai siapa saja yang menjadi sasaran Ombudsman Republik Indonesia, informan 1 yaitu Kepala Biro Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi tentang memberikan pernyataan, yaitu sebagai berikut:

“Sasaran secara umum tentunya seluruh lapisan masyarakat luas. Namun dalam prosesnya kami lakukan juga secara *segmented*, misalnya; sosialisasi ke perguruan-perguruan kepada mahasiswa atau kepada pelajar dan kelompok-kelompok tertentu. Secara garis besar itu dibagi 2, yang pertama adalah pengguna pelayanan publik dan yang kedua adalah penyelenggara pelayanan publik”. (Hasil wawancara dengan informan 1 pada 29 Mei 2023 di Kantor Ombudsman Republik Indonesia)

Begitupun hasil wawancara dengan informan 3, yaitu staff Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi Ombudsman Republik Indonesia terkait dengan sasaran dari sosialisasi Ombudsman, sebagai berikut:

“Sasaran kita itu masyarakat umum dan menyasar masyarakat luas dari kalangan manapun mas. Jadi tidak ada target sasaran tertentu atau kelompok tertentu.” (Hasil wawancara dengan informan 3 pada 29 Mei 2023 melalui *zoom meeting*)

Dari hasil wawancara dengan informan 1 dan 3 terkait sasaran dari sosialisasi Ombudsman, dijelaskan bahwa sasaran dari Ombudsman Republik Indonesia adalah masyarakat umum, yang terdiri dari pengguna pelayanan publik maupun penyelenggara pelayanan publik Tidak ada target sasaran tertentu.

Selanjutnya pertanyaan mengenai apa saja target yang ditetapkan oleh Ombudsman dalam kegiatan sosialisasi kepada masyarakat, informan 1 selaku Kepala Biro Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi memberikan pernyataan sebagai berikut:

“Kalau target secara umum tentu target kita adalah agar semakin banyaknya masyarakat yang mengetahui apa itu Ombudsman dan tugas fungsinya. Kalau untuk target di media sosial, untuk instagram sendiri kita dari tim humas punya target 3.000 penambahan jumlah pengikut/*followers* setiap bulannya.” (Hasil wawancara pada 23 Agustus 2023 melalui *zoom meeting*)

Selanjutnya informan 4 selaku analis penyuluhan dan layanan informasi Ombudsman Republik Indonesia menambahkan pernyataan terkait target dari sosialisasi Ombudsman kepada masyarakat, sebagai berikut:

“Kita punya target di 2024 atau 2025 nanti ada peningkatan pengetahuan masyarakat tentang Ombudsman di angka 50-55% . Pada survei terakhir yang kita lakukan, kalau ga salah itu di angka 30% persen masyarakat yang mengetahui Ombudsman. Kemudian untuk target di media sosial sendiri lebih ke peningkatan jumlah *followers*, impresi, *reach*, dan *engagement* pada setiap media sosial resmi Ombudsman.” (Hasil wawancara pada 23 Agustus 2023 melalui *zoom meeting*)

Dari hasil wawancara dengan informan 1 dan 4 dijelaskan bahwa dalam kegiatan sosialisasi kepada masyarakat Ombudsman mempunyai target yaitu peningkatan jumlah masyarakat yang mengatahui Ombudsman Republik Indonesia beserta perannya di angka 50-55% pada tahun 2024-2025 nanti. Sementara itu untuk target di media sosial sendiri Ombudsman mempunyai target 3.000 followers setiap bulannya.

Kemudian pertanyaan mengenai tujuan jangka panjang dari sosialisasi yang dilaksanakan oleh Ombudsman Republik Indonesia. Berikut merupakan hasil wawancara dengan Informan 1 selaku Kepala Biro Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi, yaitu sebagai berikut:

“Jadi tujuan yang sangat mendasar dulu adalah utuk memberikan pengenalan dan *awareness* kepada masyarakat mengenai tugas dan fungsi wewenang

Ombudsman. Kita ingin agar masyarakat itu tau Ombudsman itu apasih, perannya apasih, tugasnya, wewenangnya gitukan. Kemudian dimana sih kantornya, apakah hanya di pusat saja atau di 38 provinsi. Kemudian tujuan jangka Panjang atau yang lebih jauh lagi adalah untuk meningkatkan kesadaran penyelenggaraan dan pengguna tentang pentingnya pelayanan publik yang berkualitas Jadi ujung-ujungnya adalah terbentuknya pelayanan publik yang berkualitas dan prima. Karena jika tidak ada kesadaran tentang pentingnya pelayanan publik yang baik, maka penyelenggara juga nanti tidak menjalankan tugasnya dengan sungguh-sungguh” (Hasil wawancara dengan informan 1 pada 29 Mei 2023 melalui *zoom meeting*)

Kemudian pernyataan yang sama juga di sampaikan oleh informan 3, selaku Staff Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi, sebagai berikut:

“Kami ingin masyarakat tau keberadaan Ombudsman beserta peran, tugas, fungsi dan wewenang. Agar nantinya masyarakat juga bisa ikut mengawasi jalannya penyelenggaraan pelayanan publik secara bersama-sama” (Hasil wawancara dengan informan 3 pada 29 Mei 2023 melalui *zoom meeting*)

Selanjutnya ditambahkan oleh informan 5 yaitu Asisten di Keasistenan Utama, yaitu sebagai berikut:

“Pertama tentunya meningkatkan kesadaran masyarakat untuk berani melapor terkait dengan keluhan atau permasalahan yang mereka alami di bidang pelayanan publik. Karena masih banyak masyarakat Indonesia yang belum tau apa itu Ombudsman atau ada yang sudah tau tapi mereka malu untuk melapor. Sehingga kita ingin memberikan pengetahuan kepada masyarakat atau literasi kepada masyarakat untuk yuk berani melapor secara bertanggung jawab, karena jika dilaporkan secara bertanggung jawab, penyelesaiannya juga akan lebih akuntabel” (Hasil wawancara dengan informan 5 pada 21 Juni 2023 di Kantor Ombudsman Republik Indonesia)

Berdasarkan wawancara diatas, yang menjadi tujuan jangka panjang dari kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan oleh Ombudsman Republik Indonesia adalah untuk memperkenalkan kepada masyarakat mengenai profil Ombudsman Republik Indonesia. Apa saja yang menjadi tugas, fungsi, peran, dan wewenang Ombudsman Republik Indonesia secara keseluruhan. Kemudian, lebih jauh lagi tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat agar mau ikut berpartisipasi secara bersama-sama dalam mengawasi jalannya penyelenggaraan pelayanan publik demi tercapainya pelayanan publik yang berkualitas dan prima.

4.2.2 Pemilihan Tindakan

Untuk mencapai visi, misi serta tujuan suatu organisasi maka selain dibutuhkan suatu perencanaan strategi yang matang, hal yang sangat penting juga yaitu pada saat pelaksanaannya karena bilamana pelaksanaan strategi tersebut tidak dapat dijalankan dengan maksimal maka akan sangat berpengaruh terhadap hasil capaian yang akan diperoleh. Pada tahap pemilihan tindakan Ombudsman Republik Indonesia sudah melakukan berbagai upaya dan menggunakan beberapa metode dalam mensosialisasikan Ombudsman beserta perannya kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan informan 1 yaitu Kepala Biro Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi Ombudsman Republik Indonesia mengenai pemilihan tindakan dan metode yang digunakan dalam rangka mensosialisasikan peran Ombudsman kepada masyarakat, yaitu sebagai berikut:

“Kalau dilihat dari tindakan atau cara itu kita lakukan dengan berbagai metode dan berbagai cara ya, salah satunya adalah dengan melakukan seminar, *workshop*, diskusi publik, lokakarya, konferensi pers, pameran-pameran, itu ujungnya sebenarnya dalam rangka mengenalkan Ombudsman kan, jadi saya kira itu termasuk strategi yang dilakukan. Kemudian dalam mensosialisasikan ini kita juga menggunakan *platform* media sosial, itu kita ada instagram, ada twitter, ada facebook, youtube dan juga tik-tok. Nah inikan juga dalam rangka untuk mengenalkan Ombudsman ya. Mengenalkan Ombudsman secara umum dan lebih spesifik lagi tentu menginformasikan terkait dengan isu-isu tertentu kepada publik mengenai tugas, peran dan wewenang Ombudsman sesuai dengan pasal 1 undang-undang nomor 37 tahun 2008. Selain itu kita juga menggunakan sababat Ombudsman yang merupakan komunitas-komunitas masyarakat atau organisasi untuk mendukung dan membantu Ombudsman dalam meningkatkan kepedulian masyarakat tentang pentingnya kesadaran akan pelayanan publik kepada masyarakat, untuk pelayanan publik yang berkualitas dan prima. Jadi dalam rangka meningkatkan *awareness* masyarakat tentang pelayanan publik, kita menggalang dukungan dari komunitas-komunitas masyarakat, LSM-LSM, akademisi, individu-individu, dosen, pelajar, komunitas-komunitas sosial masyarakat. Kami memiliki jumlah sekitar 400 entitas atau sahabat Ombudsman, yang terdiri dari individu-individu dan organisasi selaku perpanjangan tangan Ombudsman kepada masyarakat. Selain itu juga kami mensosialisasikan peran Ombudsman itu melalui website. Terkait metode yang kami gunakan yaitu yang tadi sudah saya jelaskan pertama melalui

metode tatap muka secara langsung, kemudian melalui sosial media, media masa juga, dan pemanfaatan website” (Hasil wawancara pada 29 Mei 2023 melalui *zoom meeting*)



Gambar 4.3 Sosialisasi Ombudsman Melalui Media Sosial Instagram

Sumber: Akun Instagram Ombudsman (@ombudsmanri137)



Gambar 4.4 Website Ombudsman Republik Indonesia

Sumber: <https://ombudsman.go.id/> di akses Tahun 2023

Berdasarkan gambar 4.3 maka dapat dilihat bahwa Ombudsman Republik Indonesia melakukan sosialisasi melalui pemanfaatan media sosial untuk menjangkau masyarakat luas melalui pembuatan konten foto maupun video.

Metode tersebut juga dilakukan di media sosial lainnya seperti facebook, twiter, tik-tok dan youtube. Kemudian pada gambar 4.4 adalah tampilan website Ombudsman Republik Indonesia yang juga merupakan media sosialisasi Ombudsman Republik Indonesia yang mana masyarakat bisa mengenal Ombudsman lebih jauh mulai dari profil Ombudsman, dan informasi-informasi penting lainnya mengenai Ombudsman sampai pada tahap layanan pengaduan.

Kemudian terkait tindakan sosialisasi lainnya juga disampaikan oleh informan 3, selaku staff Humas Ombudsman Republik Indonesia. Berikut wawancaranya:

“Strategi yang kami lakukan itu yang pertama itu kami melakukan sosialisasi melalui media sosial yaitu ada facebook, youtube, twiter, instagram dan juga tik-tok. Kemudian ada juga yang sifatnya konvensional spanduk, papan baliho, terus kita juga ada mobil sosialisasi. Kemudian yang sifatnya *offline* itu juga ada *Ombudsman on the spot*. Selain itu juga kami bekerjasama dengan perpustakaan yaitu berupa pojok baca digital (pocadi), yang mana pocadi ini tersebar di banyak tempat, ada juga di bandara, dan di beberapa instansi dimana di pocadi itu memasang logo Ombudsman ini sebagai salah satu bagian dari sosialisasi. Kemudian yang lainnya seperti yang tadi sudah disampaikan itu ada jejaring atau sahabat Ombudsman yang membantu Ombudsman dalam melakukan pendampingan jika ada masyarakat yang ingin lapor ke Ombudsman.” (Hasil wawancara dengan informan 3 pada 29 Mei 2023 melalui *zoom meeting*)



Gambar 4.5 Sosialisasi Ombudsman RI Melalui Spanduk

Sumber : Detik.com

Berdasarkan gambar 4.5 terlihat bahwa Ombudsman Republik Indonesia juga melaksanakan tindakan sosialisasi menggunakan spanduk yang berisi ajakan kepada masyarakat untuk mengawasi, menegur dan melaporkan mengenai penyelenggaraan pelayanan publik.



Gambar 4.6 Peresmian Pojok Baca Digital (Pocadi)

Sumber : Hasil Observasi

Berdasarkan hasil observasi secara langsung, Ombudsman Republik Indonesia membuat pojok baca digital sebagai langkah kerja sama dengan perpustakaan sebagai upaya mensosialisasikan peran Ombudsman kepada masyarakat sebagaimana pernyataan dari informan 3 diatas.

Ditambahkan dengan pernyataan dari informan 4 selaku staff Humas Ombudsman Republik Indonesia, berikut wawancaranya:

“Kita menggunakan beberapa kanal media ya seperti *banner*, *flyer*, itu kita pakai. Kalau media sosial sendiri ya jelas kita ada tik-tok, kita ada instagram, facebook, ada youtube juga. Kita juga melaksanakan PVL *on the spot* itu adalah sebuah program yang kita buat untuk jemput bola. Karenakan orang

belum tau nih soal Ombudsman, nah kita terjun langsung untuk penerimaan dan verifikasi laporan secara langsung sekaligus melaksanakan sosialisasi. Kita biasanya melakukan itu di tempat-tempat yang memang strategis. Kemudian untuk Ombudsman *goes to campus* itu memang beberapa kali kita adakan juga. Kita juga pernah ikut pameran ataupun kita bikin pameran sendiri juga pernah. Kemudian ketika memang ada isu-isu tertentu yang menyita perhatian publik itu biasanya kita akan mengundang teman-teman media dari luar, seperti detik.com, kompas, CNN, karena peran media juga cukup besar dalam sosialisasi Ombudsman kepada masyarakat.” (Hasil wawancara dengan informan 4 pada 21 Juni 2023 di kantor Ombudsman Republik Indonesia)

Hal yang serupa juga disampaikan oleh informan 2 selaku Pranata Humas Ahli Madya dan Informan 5 selaku Asisten di Keasistenan Utama Ombudsman Republik Indonesia bahwa telah dilaksanakan berbagai macam tindakan atau program sebagai upaya memperkenalkan Ombudsman beserta tugas, fungsi dan perannya kepada masyarakat, seperti sosialisasi dengan melaksanakan diskusi publik atau seminar, sosialisasi pada saat *car free day*, di kampus-kampus, terus di pameran-pameran kementerian dan lembaga, dan yang paling rutin dilakukan itu ada namanya *PVL on the spot*. *PVL on the spot* itu menerima laporan-laporan masyarakat di tempat-tempat publik misalkan di bandara, di stasiun, di terminal atau di kawasan wisata. Nah itu namanya *PVL on the spot*, sosialisasi sekaligus menerima pengaduan masyarakat di ruang publik.



Gambar 4.7 Sosialisasi dan Edukasi Pengaduan Pelayanan Publik

Sumber: Hasil Dokumentasi

Berdasarkan gambar 4.7 terlihat bahwa Ombudsman Republik Indonesia sudah melaksanakan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat secara langsung dengan mengadakan diskusi publik. Kegiatan sosialisasi tersebut dihadiri oleh masyarakat khususnya yang berdomisili di Pekanbaru.



Gambar 4.8 Pameran Legal Expo

Sumber: Hasil Dokumentasi

Berdasarkan gambar 4.8 terkait dengan pemilihan tindakan yang dilakukan oleh Ombudsman Republik Indonesia yaitu sosialisasi melalui pameran-pameran telah dilaksanakan.



Gambar 4.9 PVL *On The Spot* di Halte Tosari

Sumber: Hasil Dokumentasi



Gambar 4.10 Sosialisasi Saat *Car Free Day* di Bundaran Hotel Indonesia

Sumber : Hasil Dokumentasi

Berdasarkan gambar 4.9 dan 4.10 terlihat bahwa Ombudsman Republik Indonesia melaksanakan tindakan sosialisasi yaitu dengan mengadakan PVL *on the spot* di tempat-tempat umum sekaligus dalam rangka menerima pengaduan masyarakat secara langsung di tempat tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, 1,3,4,2 dan 5 pemilihan tindakan yang dilaksanakan oleh Ombudsman Republik Indonesia adalah pertama,

sosialisasi secara tatap muka. Tindakan yang dilaksanakan adalah dengan mengadakan seminar nasional, diskusi publik, Ombudsman *goes to school/campus*, *workshop*, lokakarya, sosialisasi di *car free day*, dan pameran-pameran di kementerian lembaga. Kemudian Ombudsman juga memiliki sebuah program sosialisasi yang bernama *PVL on the spot* yang mana Ombudsman turun langsung ke lapangan atau ketempat-tempat publik untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat sekaligus menerima laporan dan pengaduan secara langsung ditempat. Misal di bandara, stasiun, terminal, rumah sakit, di instansi-intansi pelayanan publik seperti dinas kependudukan dan pencatatan sipil, kantor kecamatan dan tempat-tempat publik lainnya. Dalam rangka meningkatkan *awareness* masyarakat tentang pelayanan publik sekaligus dalam rangka sosialisasi, Ombudsman juga menggalang dukungan dari komunitas-komunitas masyarakat, LSM-LSM, akademisi, individu-individu, dosen, pelajar, komunitas-komunitas sosial masyarakat yang diberi nama sahabat Ombudsman. Ombudsman memiliki sekitar 400 entitas atau sahabat Ombudsman yang terdiri dari individu-individu dan organisasi. Selain itu juga Ombudsman bekerjasama dengan perpunas yaitu berupa pojok baca digital (pocadi), yang mana pocadi ini tersebar di banyak tempat, seperti di bandara, dan di beberapa instansi dimana di pocadi itu memasang logo Ombudsman sebagai salah satu bagian dari sosialisasi. Ombudsman juga menggunakan *banner*, *flayer*, brosur-brosur, spanduk-spanduk sebagai media sosialisasi. Tindakan sosialisasi lainnya yang dilaksanakan oleh Ombudsman adalah dengan sosialisasi melalui sosial media seperti instagram, facebook, twiter, youtube dan tik-tok serta pemanfaatan website sebagai media sosialisasi. Terakhir, Ombudsman juga berkolaborasi dengan media-media berita sebagai bentuk sosialisasi melalui pemberitaan kepada masyarakat luas.

Setelah mengetahui tindakan atau program-program ombudsman dalam mensosialisasikan peran Ombudsman kepada masyarakat, maka yang harus dilihat selanjutnya adalah bagaimana bentuk strategi, aktivitas, dan tindakan konkrit yang dilakukan oleh Ombudsman agar tujuan dari program-program yang sudah dibuat dapat tercapai. Berikut merupakan hasil wawancara dengan informan 1 selaku Kepala Biro Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi Ombudsman

Republik Indonesia terkait dengan apa saja bentuk strategi, aktivitas dan tindakan konkrit dari program-program yang sudah dibuat. Berikut wawancaranya:

“Kalau untuk seminar, diskusi publik gitu, tentunya bentuk tindakan yang kita lakukan adalah dengan menyiapkan materi-materi atau topik yang akan disampaikan kepada masyarakat. Materinya kita buat seringan mungkin, dengan penjelasan studi kasus atau *case* yang terjadi di lapangan yang biasa dialami langsung oleh masyarakat umum seperti penundaan berlarut dalam pembuatan KTP, adanya pungutan liar, pelayanan yang buruk ketika mengurus izin, dll. Tujuannya agar lebih mudah dipahami oleh masyarakat yang masih awam bahwa ohh, ternyata ada loh lembaga yang menangani masalah seperti ini. Lalu kita juga menggunakan narasumber baik dari internal humas sendiri, maupun dari pimpinan, asisten-asisten, tergantung apa topik dan target sasaran yang kita tuju. Kemudian strategi dari program PVL *on the spot* itu kita lakukan dengan membuka stand untuk menerima pengaduan masyarakat secara langsung, yang mana di stand itu juga kita taruh *banner* Ombudsman dan kita juga siapkan brosur-brosur untuk kita bagikan kepada masyarakat. Untuk di media sosial sendiri kita itu melalui pembuatan konten-konten yang menarik, dengan bahasa yang ringan dan mudah dipahami masyarakat, kita juga mengadakan *give away* untuk meningkatkan interaksi, dan kita juga menggunakan instagram ads yang berbayar agar bisa lebih banyak menjangkau *audience*” (Hasil wawancara pada 23 Agustus 2023 melalui *zoom meeting*)

Selanjutnya informan 4 menambahkan pernyataan yang sama sebagai berikut:

“Kalau untuk seminar, wokshop, dll itu adalah melalui paparan dan materi-materi yang kita susun sedemikian rupa, kemudian biasanya kita mengundang narasumber-narasumber dari lingkungan Ombudsman untuk menyampaikan materi kepada masyarakat. Lalu di PVL *on the spot* itu kita buka stand dan pembagian brosur-brosur, serta menerima konsultasi juga. Kemudian untuk di media sosial kita ada 2 strategi, ada yang free dan berbayar. Untuk meningkatkan *engagement* di instagram misalnya, itu yang pertama kita akan membuat konten-konten yang menarik, relevan, dan jika memang ada kejadian-kejadian yang sedang viral, itu biasanya kita ikuti juga. Dalam sehari itu kita posting 2-3 postingan feed dan 3 untuk instagram story. Untuk video reels selain menggunakan backsound-backsound yang formal, kita juga menggunakan bacsound musik yang sedang viral di media sosial. Terus jam posting konten kita juga ga sembarangan, kita menyesuaikan dengan kebiasaan masyarakat itu buka medsosnya jam berapa sih. Jam-jam kita posting itu biasanya di jam 9 pagi, jam 12 siang, jam 3 sore, jam 6 sore dan jam 9 malam. Kemudian kita juga berusaha buat membangun interaksi dengan masyarakat. Kita punya aturan bahwa tim humas harus segera membalas komen ataupun DM sesegera mungkin dan tidak boleh lebih dari 1 jam. Kemudian untuk yang berbayar itu kita juga beberapa kali mengadakan

give away, dan setiap bulan itu kita 1-2 kali menggunakan instagram ads untuk mendapatkan eksposur yang lebih tinggi.” (Hasil wawancara pada 23 Agustus 2023 melalui *zoom meeting*)

Agar sosialisasi dapat diterima dengan baik oleh seluruh lapisan masyarakat yang sangat beragam, tentu harus melalui pendekatan-pendekatan tertentu agar tindakan sosialisasi yang dilakukan bisa diterima dengan baik sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Sebagaimana hasil wawancara dengan informan 1 selaku Kabiro Humas Ombudsman Republik Indonesia. Berikut wawancaranya:

“Pendekatan yang kita lakukan pasti berbeda-beda ya mas. Misal pendekatan kepada mahasiswa dengan pejabat-pejabat publik tentu tidak sama. Kemudian pendekatan kepada masyarakat-masyarakat adat tertentu pasti berbeda dengan masyarakat adat lainnya dan pendekatan kepada usia muda dengan usia lanjut juga berbeda. Intinya kita menyesuaikan saja mas. Kecuali sosialisasi di media sosial itu memang kontennya menasar seluruh lapisan masyarakat atau sosialisasi di tempat-tempat umum seperti ketika *car free day* misalnya itu untuk masyarakat secara umum.” (Hasil wawancara pada 29 Mei 2023 melalui *zoom meeting*)

Kemudian informan 5 selaku staff Humas Ombudsman Republik Indonesia juga memberikan pernyataan yang serupa. Berikut wawancaranya:

“Kalau untuk pendekatan di media sosial, media elektronik atau media-media cetak itu tentu pendekatannya sama karena memang menasar semuanya, dari berbagai usia, kelompok, profesi, budaya dan sebagainya. Tapi beda cerita kalau misalkan *offline*, misal ketika kami mengadakan kuliah umum misalkan di UMJ, itu pasti disesuaikan dong dengan mahasiswa. Beda cerita kalau kita melakukan sosialisasi di lembaga diklat kepolisian yang pesertanya adalah jenderal, beda dong. Gak mungkin dong kalau kita sosialisasi dihadapan jenderal kita menanyakan apa itu pelayanan publik. Intinya kita menyesuaikan dengan karakteristik segmen tertentu.” (Hasil wawancara pada 21 Juni 2023 di kantor Ombudsman Republik Indonesia)

Dalam suatu tindakan atau program sosialisasi pasti terdapat *output* yang bermanfaat dan dirasakan oleh masyarakat yang menjadi target sasaran sosialisasi. Berikut merupakan pernyataan dari masyarakat yang pernah mengikuti sosialisasi secara langsung (tatap muka) ataupun secara tidak langsung (melalui perantara media). Berikut adalah wawancara dengan informan 6:

“Jadi nambah pengetahuan aja sih, kalau di Indonesia tuh ternyata ada yang menangani masalah pelayanan gitu. Jadi nambah pengetahuan juga sama

sama tugas-tugasnya” (Hasil wawancara dengan masyarakat pada 30 Juni 2023)

Selanjutnya masih dengan pertanyaan yang sama mengenai *output* yang didapatkan dari kegiatan sosialisasi, informan 7,8 dan 9 kompak menjawab bahwa sosialisasi Ombudsman menambah pengetahuan mereka tentang Ombudsman.

Berikut wawancara dengan informan 7:

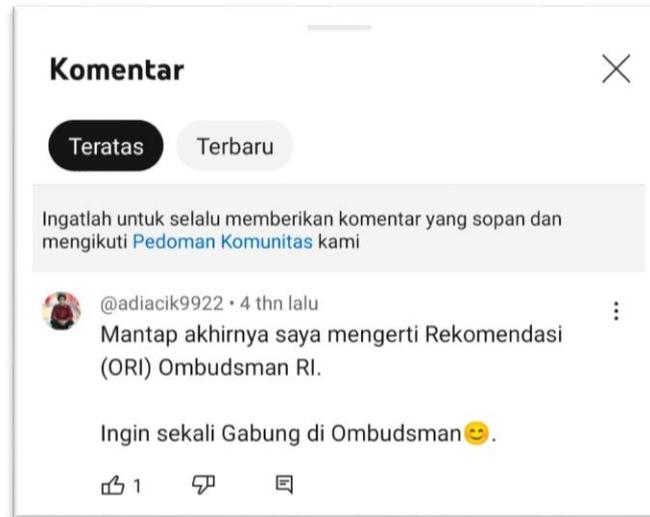
“Jadi tau soal pelayanan publik, maladministrasi, ya itulah intinya. Karena saya udah *follow* ignya juga, jadi sering lewat sambal baca-baca” (Hasil wawancara dengan informan 7 pada 1 Juli 2023)

Berikut merupakan beberapa komentar masyarakat terkait *output* yang didapatkan dari sosialisasi yang dilakukan Ombudsman melalui media sosial Ombudsman.



Gambar 4.11 Komentar masyarakat terkait output yang didapatkan dari sosialisasi yang dilaksanakan Ombudsman Republik Indonesia

Sumber: Media Sosial Instagram Ombudsman (@ombudsmanri137)



Gambar 4.12 Komentar masyarakat terkait output yang didapatkan dari sosialisasi yang dilaksanakan Ombudsman Republik Indonesia
Sumber: Media Sosial Youtube Ombudsman (Ombudsman RI)



Gambar 4.13 Komentar masyarakat terkait output yang didapatkan dari sosialisasi yang dilaksanakan Ombudsman Republik Indonesia
Sumber: Media Sosial Tik-Tok Ombudsman (@ombudsmanri137)



Gambar 4.14 Komentar masyarakat terkait output yang didapatkan dari sosialisasi yang dilaksanakan Ombudsman Republik Indonesia

Sumber: Media Sosial Instagram Ombudsman (@ombudsmanri137)

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan baik secara langsung melalui wawancara maupun tidak langsung melalui komentar yang didapatkan dari media sosial Ombudsman Republik Indonesia menunjukkan bahwa *output* yang didapatkan masyarakat adalah berupa penambahan pengetahuan mengenai Ombudsman beserta tugas, fungsi dan ruang lingkungannya.

Pertanyaan selanjutnya mengenai apa saja faktor pendukung maupun faktor penghambat yang dialami oleh Ombudsman dalam melaksanakan sosialisasi. Menjawab hal tersebut, informan 1 selaku Kepala Biro Humas Ombudsman Republik Indonesia memberikan pernyataan sebagai berikut:

“Untuk pendukungnya itu lebih ke jangkauan kita yang sangat luas ya mas. Dimana Ombudsman bisa masuk ke banyak sektor di kehidupan atau permasalahan yang dialami masyarakat. Sehingga sosialisasi kami bisa diterima oleh seluruh segmen dan lapisan masyarakat bukan hanya kalangan tertentu atau kelompok tertentu saja. Untuk faktor penghambatnya kalau mau dibuat secara garis besar itu ada 2 faktor, yang pertama itu anggaran, dan yang kedua itu dari sumber daya manusia. Terutama di 34 perwakilan itu anggarannya sangat kecil. Sementara untuk mengajak masyarakat atau sahabat-sahabat Ombudsman di perwakilan itu kan harus ada dana lah ya, tapi ini kan nggak ada. Misalnya kalau ada pertemuan, tentu harus adalah lah ya seperti makan siang, ada snacknya, syukur-syukur ada uang transport gitu ya,

karena kan mereka tidak digaji mas, tapi anggaran kami tidak ada untuk itu. Kemudian yang kedua, kalau menurut saya hambatan yang paling terasa itu adalah SDM nya. Jadi sumber daya manusia kita di pusat dan khususnya di setiap perwakilan itu staffnya terbatas mas. Saya kalau ke perwakilan-perwakilan itu, selalu keluhannya itu mengenai SDM kehumasan yang terbatas mas. Bahkan asisten-asisten juga merangkap pekerjaan untuk membantu humas, yang mana itu bukan tanggung jawab mereka secara tupoksi.” (Hasill wawancara dengan informan 1 pada 29 Mei 2023 melalui *zoom meeting*)

Selanjutnya informan 2 selaku Pranata Humas Ahli Madya menambahkan pernyataan terkait faktor pendukung dan penghambat dalam sosialisasi. Berikut wawancaranya:

“Kalau faktor pendukungnya, saya melihatnya dari segi peraturan ya, kalau dari segi peraturan kita sudah mempunyai undang-undang sendiri tentang Ombudsman RI. Disitulah kekuatan kita. Sehingga penyelenggara pelayanan publik harus memberikan pelayanan yang baik jika tidak ingin diperiksa oleh Ombudsman. Faktor penghambat kita tuh, sumber daya manusianya kurang. *Man, methode, money. Method*nya itu alat-alatnya juga kurang, dan anggarannya juga kurang kita. Sehingga untuk sosialisasi itu sendiri seperti beriklan di TV itu memang tidak ada dananya, karena anggaran Ombudsman sangat kecil sekitar 275 miliar dibanding kementerian yang besar-besar. Ombudsman dengan tugas yang besar dan berat mengawasi pelayanan publik di semua sektor pelayanan publik. Jadi untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat itu kita harus memilah-milih bentuk sosialiasi apa yang memiliki dampak yang paling mengena di masyarakat, isunya apa yang paling mengena di masyarakat. Jadi kita harus selektif memilih kegiatan karena keterbatasan anggaran. (Hasil wawancara pada 21 Juni 2023 di kantor Ombudsman Republik Indonesia)

Kemudian pernyataan serupa juga disampaikan oleh informan 4 mengenai faktor pendukung dan penghambat Ombudsman dalam melaksanakan sosialisasi. Berikut wawacaranya:

“Kalau untuk faktor pendukung sendiri itu lebih kepada kemudahan akses. Zaman sekarang kan semua hal, informasi, berita, itu lebih mudah untuk diakses ya asal terkoneksi dengan internet. Jadi ketika kita ingin melakukan sosialisasi itu kita tinggal lakukan melalui internet. Itu sebuah kemudahan bangetkan. Kemudian dari segi substansi sendiri, kita itu punya substansi yang luas, setiap orang di Indonesia yang lahir sampai kemudian meninggal mereka pasti butuh pelayanan publik. Lingkup pelayanan publik itu luas. Jadi itu faktor pendukung juga, dimana kita lebih mudah masuk ke banyak sektor. Misalkan kita mau menysasar ke permasalahan SIM, akte lahir, KTP. Kemudian untuk faktor penghambatnya sendiri itu lebih ke menanamkan

kepada masyarakat bahwa Ombudsman itu merupakan lembaga pengawas pelayanan publik. Dari namanya aja itu kan sudah menggunakan bahasa asing ya. Sementara dari kecil kita sudah diajarkan nasionalisme, patriotisme. Artinya masih banyak masyarakat Indonesia yang beranggapan bahwa semua yang berbahasa Indonesia adalah punya kita, tapi semua yang tidak berbahasa Indonesia itu adalah orang luar. Akibatnya mendengar kata Ombudsman saja di benar mereka udah *defence* duluan.” (Hasil wawancara pada 21 Juni 2023 di kantor Ombudsman Republik Indonesia)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan 1,2 dan 5 menyatakan bahwa yang menjadi faktor pendukung sosialisasi Ombudsman kepada masyarakat adalah dari segi substansi Ombudsman itu sendiri, dimana Ombudsman Republik Indonesia memiliki jangkauan yang sangat luas sehingga sosialisasi yang disampaikan Ombudsman bisa masuk ke berbagai sektor kehidupan masyarakat sebagai pengguna pelayanan publik. Faktor pendukung lainnya adalah Ombudsman sudah memiliki Undang-undang sendiri yang mana menjadi modal bagi Ombudsman untuk meyakinkan masyarakat ketika sosialisasi bahwa Ombudsman itu memiliki kekuatan untuk bisa menangani permasalahan masyarakat terutama dalam lingkup pelayanan publik. Adapun faktor pendukung yang terakhir adalah kemudahan akses di era saat ini yang mana Ombudsman maupun masyarakat sama-sama bisa memanfaatkan akses internet untuk kemudahan melaksanakan sosialisasi. Kemudian mengenai hambatan yang dialami Ombudsman Republik Indonesia adalah masih kurangnya anggaran untuk sosialisasi. Anggaran untuk sosialisasi tidak seimbang dengan jumlah penduduk dan luasnya wilayah Indonesia yang saat ini sudah berjumlah 38 provinsi. Kemudian hambatan berikutnya adalah jumlah sumber daya manusia dan sarana prasarana yang sangat terbatas. Dengan jumlah sasaran yang begitu besar di seluruh Indonesia, sedangkan jumlah sumber daya manusia sangat sedikit yang menyebabkan sosialisasi menjadi kurang maksimal.

Ombudsman Republik Indonesia sudah melakukan beberapa upaya untuk mengatasi hambatan tersebut. Seperti pernyataan informan 1 selaku Kepala Biro Humas dan Teknologi Informasi sebagai berikut:

“Tentu kami akan mencoba untuk mengusulkan penambahan penambahan sumber daya manusia yang ada di pusat dan perwakilan serta penambahan

anggaran untuk fasilitas sarana dan prasarana yang memang dibutuhkan” (Hasil wawancara pada 29 Mei 2023 melalui *zoom meeting*)

Kemudian informan 2 selaku Pranata Humas Ahli Madya menambahkan pernyataan serupa. Berikut wawancaranya:

“Tentu kita akan mengeliminir dan meminimalkan kendala-kendala tadi yaitu dengan meminta anggaran yang lebih, meminta sumber daya manusia yang lebih, meminta peralatan yang masih kurang” (Wawancara pada 21 Juni 2023 di kantor Ombudsman Republik Indonesia)

Adapun Ombudsman akan melakukan beberapa terobosan-terobosan dalam hal sosialisasi kepada masyarakat. Sebagaimana yang disampaikan oleh informan 1 Kepala Biro Humas TI Ombudsman Republik Indonesia. Berikut wawancaranya:

“Saya sebenarnya dalam benak saya ya, kita perlu meningkatkan publikasi-publikasi kita di media-media cetak. Mungkin nanti jika ada anggaran kami berencana membuat *tagline-tagline* di *billboard* di jalan arah bandara dan di ruang-ruang publik yang mana akan berpotensi untuk dilihat oleh masyarakat luas. Kami juga sedang mengancar-ancar *podcast* mas sebagai salah satu strategi. Saya mengusulkan kepada pimpinan kita menggunakan *host* seperti pembawa acara di televisi. Kalau ini bisa terwujud mas itu akan lebih baik dibanding kalau misal *hostnya* itu kami sendiri dari Ombudsman” (Hasil wawancara pada 29 Mei 2023 melalui *zoom meeting*)

Kemudian pernyataan serupa juga disampaikan oleh informan 4 selaku staff Humas Ombudsman Republik Indonesia. Berikut wawancaranya:

“Kemudian kita sedang proses membuat *podcast* juga yang rencana akan kita adakan secara rutin di setiap minggunya. Kita juga udah *setting* ruangan untuk *podcast* itu. Semoga kita bisa mulai secepatnya.” (Hasil wawancara pada 21 Juni 2023 di kantor Ombudsman Republik Indonesia)

4.2.3 Alokasi Sumber Daya

Alokasi sumber daya berkaitan dengan kemampuan individu atau organisasi dalam melaksanakan suatu kegiatan dengan sumber daya yang ada. yaitu dengan memutuskan keterampilan apa yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu kegiatan. Sehingga dengan sumber daya yang tersedia dapat dimanfaatkan untuk mencapai visi, misi dan tujuan yang sudah ditetapkan.

Terkait pertanyaan tentang siapa saja sumber daya manusia yang bertanggung jawab dan terlibat dalam mensosialisasikan peran Ombudsman kepada masyarakat,

informan 1 selaku Kepala Biro Humas Ombudsman Republik Indonesia memberikan pernyataan sebagai berikut:

“Secara tupoksi itu adalah tugas kami dari biro humas TI, tetapi biasanya kami juga meminta melibatkan teman-teman di keasistenan utama jika memang diperlukan” (Hasil wawancara pada 29 Mei 2023 melalui *zoom meeting*)

Ditambahkan dengan pernyataan dari informan 5 selaku Asisten di Keasistenan Utama yang pernah dilibatkan dalam kegiatan sosialisasi Ombudsman. Berikut wawancaranya:

“Sebenarnya untuk tanggung jawab itu ada dibagian humas. Tapi kewenangan untuk melakukan sosialisasi itu melekat di seluruh asisten Ombudsman. Jadi semua asisten Ombudsman itu diberikan hak untuk melakukan sosialisasi sesuai dengan kegiatannya masing-masing. Tapi memang tupoksinya ada di humas dan humas juga diberikan anggaran khusus untuk sosialisasi. Kalau di perwakilan di 34 provinsi itu tugasnya melekat di asisten penerimaan dan verifikasi laporan karena keterbatasan tim humas” (Hasil wawancara pada 21 Juni 2023 di kantor Ombudsman Republik Indonesia)

Berdasarkan wawancara dengan informan 1 dan informan 5 dijelaskan bahwa, yang bertanggung jawab terhadap sosialisasi Ombudsman adalah Biro Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi yang memang diberikan anggaran khusus untuk melaksanakan sosialisasi. Tapi kewenangan untuk melakukan sosialisasi itu melekat di seluruh asisten Ombudsman. Karena humas tidak bisa berjalan sendiri. Jadi semua asisten Ombudsman itu diberikan hak untuk melakukan sosialisasi sesuai dengan kegiatannya masing-masing.

Dalam meningkatkan kemampuan sumber daya manusia terutama dalam hal kemampuan melaksanakan sosialisasi dengan baik, Ombudsman mengadakan pelatihan-pelatihan dan bimbingan teknis. Sebagaimana pernyataan Kepala Biro Humas Ombudsman Republik Indonesia, yaitu sebagai berikut:

“Beberapa MOU atau kerjasama yang dilakukan Ombudsman juga salah satunya ruang lingkup yang dikerjasamakan terkait pelatihan bimtek ya, seperti waktu itu dengan antara digital. Kita juga ada pelatihan infografis, pelatihan fotografi. Kemudian yang kedua, selain mengadakan pelatihan dengan pihak luar, kita juga mengadakan pelatihan sendiri dengan target sasaran yaitu teman-teman di perwakilan mas. Karena sebagian teman-teman

Ombudsman di perwakilan bukan berasal dari *background* komunikasi atau humas gitu sehingga kita juga mengadakan pelatihan seperti pelatihan menulis berita, menulis artikel, opini, kemudian pelatihan infografis, editing video, kita mengundang narasumber-narasumber yang berkompeten dibidangnya untuk memberikan pelatihan tersebut” (Hasil wawancara pada 29 Mei 2023 melalui *zoom meeting*)

Selanjutnya ditambahkan dengan pernyataan informan 2 selaku Pranata Humas Ahli Madya, sebagai berikut:

“Upayanya adalah dengan memberikan pelatihan-pelatihan seperti pelatihan penulisan rilis, penulisan berita, penulisan artikel, dan pelatihan fotografi. Itu yang kita lakukan sampai saat ini.” (Hasil wawancara pada 21 Juni 2023 di Kantor Ombudsman Republik Indonesia)



Gambar 4.15 Pelatihan Jurnalistik yang diikuti Oleh Asisten Ombudsman dari Pusat Hingga Perwakilan se-Indonesia

Sumber: Hasil Dokumentasi

Berdasarkan gambar 4.15 merupakan pelatihan untuk memperkuat keterampilan Asisten Ombudsman RI membuat berita atau melaporkan kegiatannya kepada masyarakat. Pelatihan ini bertujuan agar pemberitaan kepada stakeholder di ruang lingkup Ombudsman baik pelapor, terlapor, media dan sebagainya tersampaikan secara cepat, akurat, dan komprehensif.

Kemudian pertanyaan selanjutnya terkait apakah upaya tersebut sudah optimal di laksanakan, informan 1 selaku Kepala Biro Humas menyatakan sebagai berikut:

“Kurang ya mas. Menurut saya masih kurang maksimal. Untuk pelatihan-pelatihan seperti itu kalau ingin hasilnya maksimal, kan tidak bisa mas kalau hanya dilakukan beberapa kali saja, harus punya sarana prasana yang mendukung juga. Saya rasa ini bukan hanya menjadi permasalahan Biro Humas saja, tapi seluruh lingkup Ombudsman pusat dan perwakilan. Nah ini yang coba secara bertahap kita benahi kedepannya”. (Hasil wawancara pada 29 Mei 2023 melalui *zoom meeting*)

Pernyataan yang serupa juga disampaikan oleh informan 2. Berikut pernyataannya:

“Belum. Pelatihan untuk pegawai Humas itu kan lebih banyak prakteknya dibanding teori. Jadi kalau mau mengadakan diklat atau pelatihan seperti itu kita butuh sarana prasarana yang mendukung juga misal kamera, laptop, lighting dll, yang kualitasnya bagus, tapi kan kita terbatas disitu. Anggaran kita juga terbatas. Kalau anggaran kita cukup, kita bisa mengadakan pelatihan secara lebih optimal lagi pastinya, yang bisa diikuti oleh seluruh staff maupun pegawai dengan sarana prasarana yang cukup biar hasilnya lebih optimal” (Wawancara pada 21 Juni 2023 di Kantor Ombudsman Republik Indonesia)

Keberhasilan dalam melaksanakan sosialisasi sangat dipengaruhi oleh ketersediaan anggaran, sumber daya manusia, dan sarana-prasarana yang mendukung kegiatan. Terkait pertanyaan apakah anggaran, sumber daya manusia dan sarana-prasarana yang digunakan untuk mendukung kegiatan sosialisasi ternyata masih kurang dari segi jumlah maupun kualitasnya. Sebagaimana yang disampaikan oleh informan 1 selaku Kepala Biro Humas Ombudsman Republik Indonesia, sebagai berikut:

“Masih kurang ya mas. Tetapi kami mencoba untuk memaksimalkan apa yang ada saat ini dengan sebaik mungkin tentunya” (Hasil wawancara pada 29 Mei 2023 melalui *zoom meeting*)

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh informan 3 selaku staff Ombudsman Republik Indonesia. Berikut wawancaranya:

“Untuk anggaran, sumber daya manusia, sarana dan prasarana masih kurang sekali mas, masih terbatas” (Hasil wawancara pada 29 Mei 2023 melalui *zoom meeting*)

Kemudian informan 4 selaku staff Humas Ombudsman Republik Indonesia menambahkan pernyataan terkait apakah anggaran, sumber daya manusia dan sarana-prasarana sudah mencukupi. Berikut wawancaranya:

“Belum. Anggaran masih kurang, kemudian tambahan sumber daya manusia masih sangat dibutuhkan, kemudian sarana-prasarana juga masih kurang” (Hasil wawancara pada 21 Juni 2023 di kantor Ombudsman Republik Indonesia)

Pertanyaan selanjutnya mengenai sumber anggaran yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi Ombudsman Republik Indonesia berasal dari APBN. Sebagaimana pernyataan dari informan 1 selaku Kepala Biro Humas dan Teknologi Informasi Ombudsman Republik Indonesia. Berikut wawancaranya:

“Anggarannya itu dari APBN mas, jadi memang kita kan tidak bisa menggunakan anggaran non APBN ya” (Hasil wawancara pada tanggal 29 Mei 2023 melalui *zoom meeting*)

Kemudian informan 2 menambahkan pernyataan sebagai berikut:

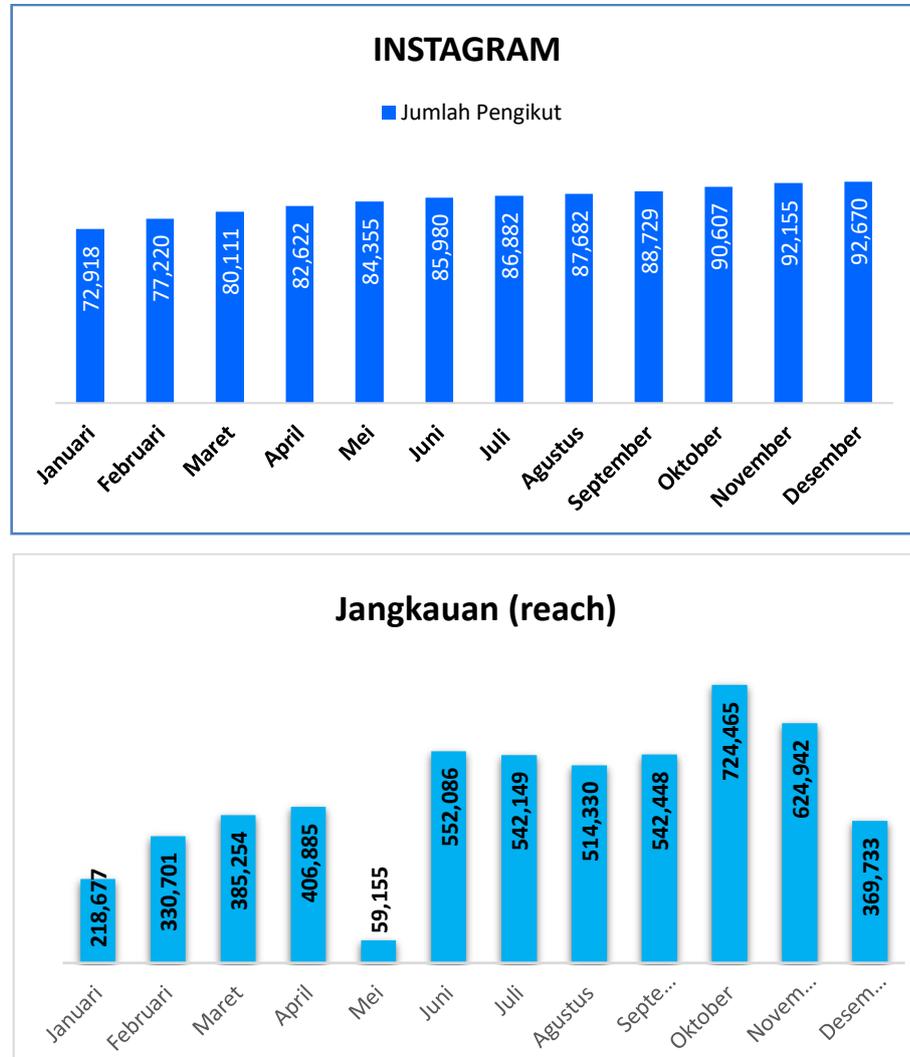
“Sumber anggaran ya dari APBN” (Hasil wawancara pada 21 Juni 2023 di kantor Ombudsman Republik Indonesia)

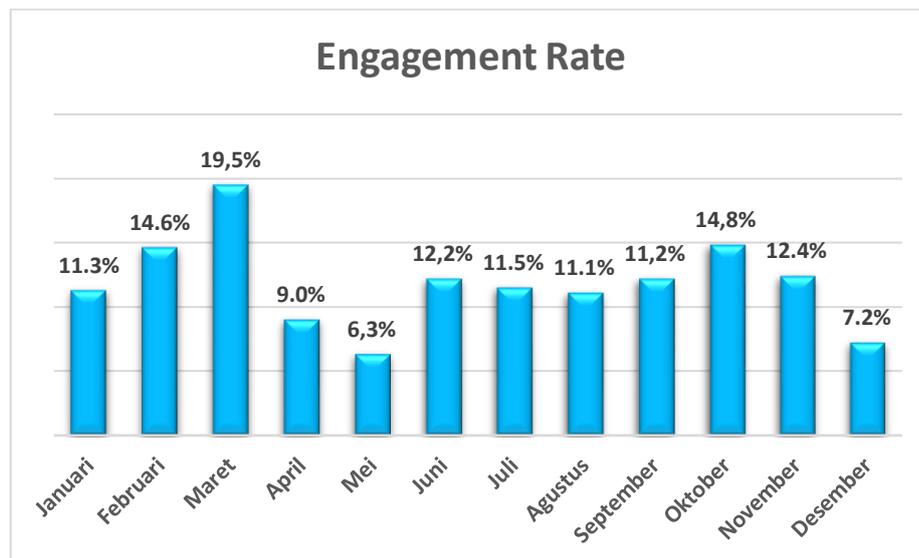
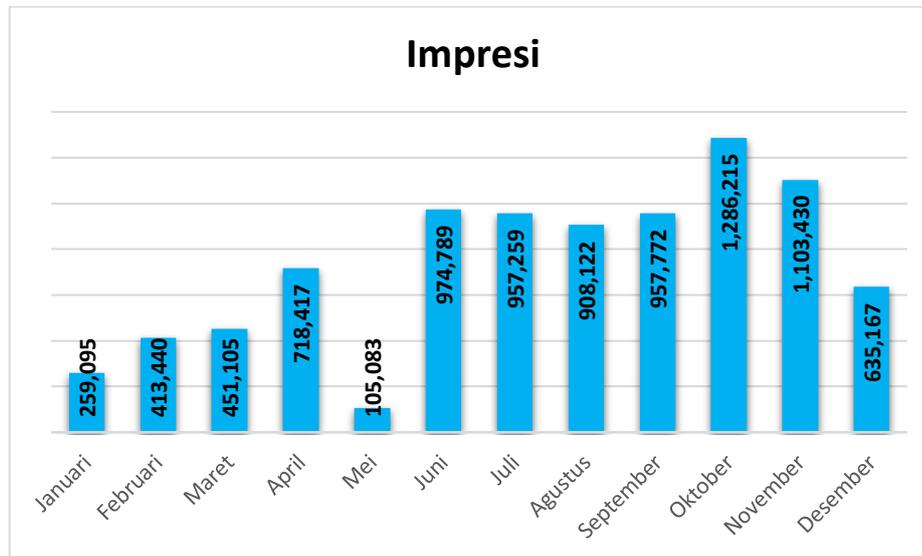
Selanjutnya informan 3,4 dan 5 kompak menjawab anggaran untuk sosialisasi bersumber dari APBN.

4.3 Capaian Pelaksanaan Sosialisasi

Dari strategi yang sudah dilakukan oleh Ombudsman Republik Indonesia dalam mensosialisasikan peran Ombudsman kepada masyarakat, berdasarkan media sosial resmi Ombudsman pada tahun 2022 dapat dilihat hasil capaian berupa seberapa banyak *engagement*, jangkauan, impresi, *likes* dan penambahan jumlah *followers*. Berikut merupakan data terkait capaian dari strategi yang digunakan Ombudsman yaitu melalui pemanfaatan berbagai *platform* media sosial.

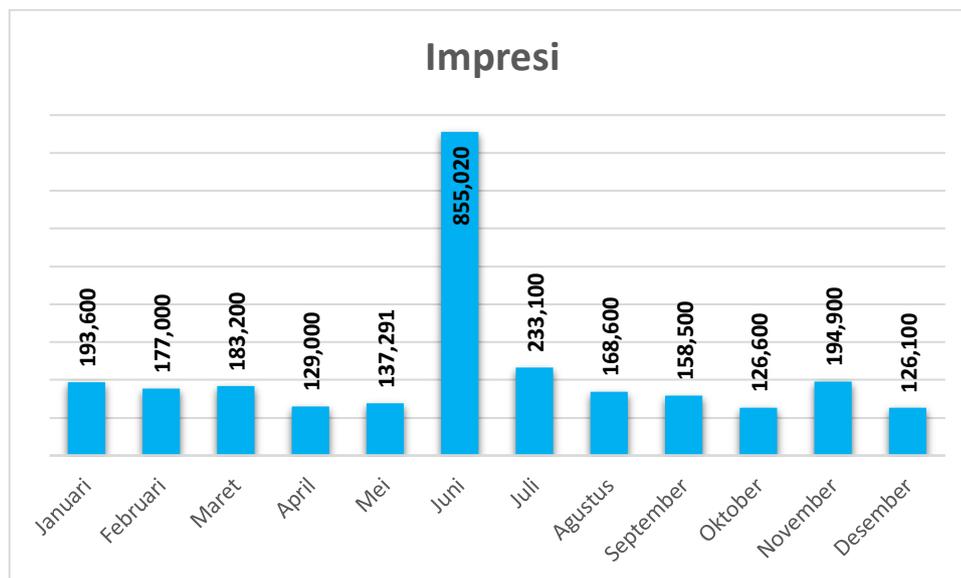
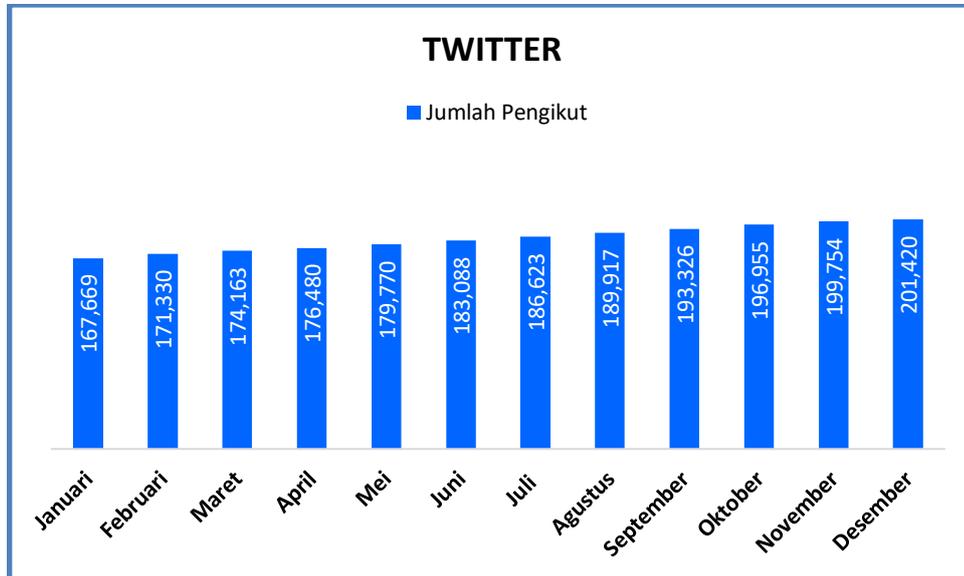
Bagan 4.1 Data Jumlah Pengikut, Jangkauan dan Impresi Pada Instagram Resmi Ombudsman RI Tahun 2022





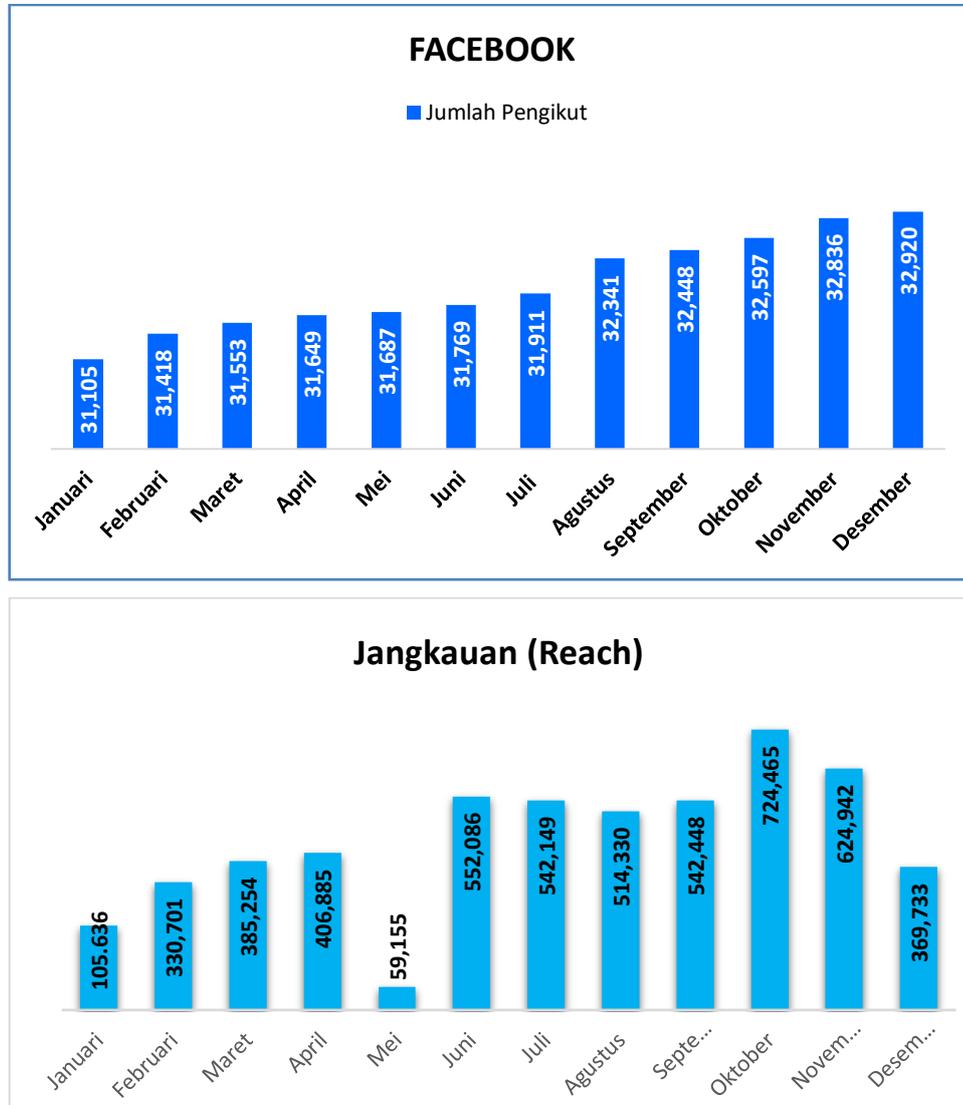
Sumber: Laporan Tahunan Ombudsman RI Tahun 2022

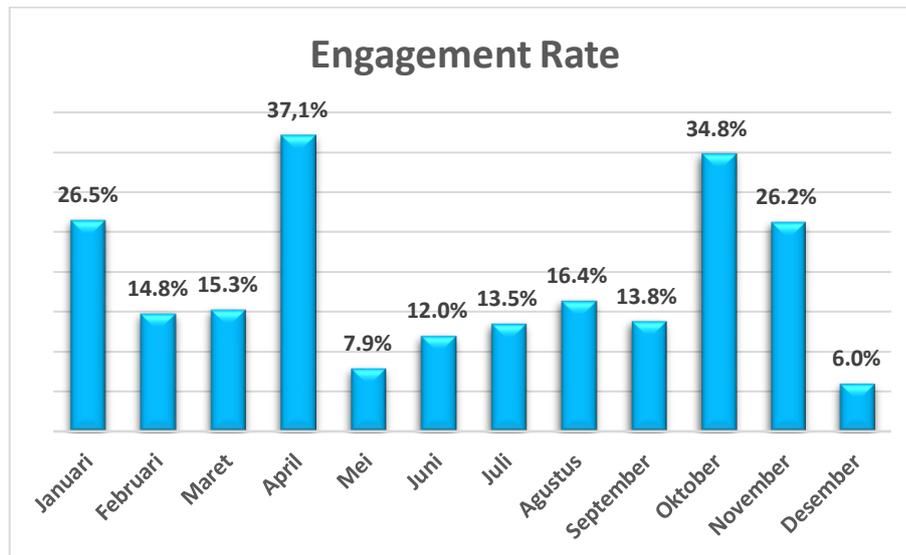
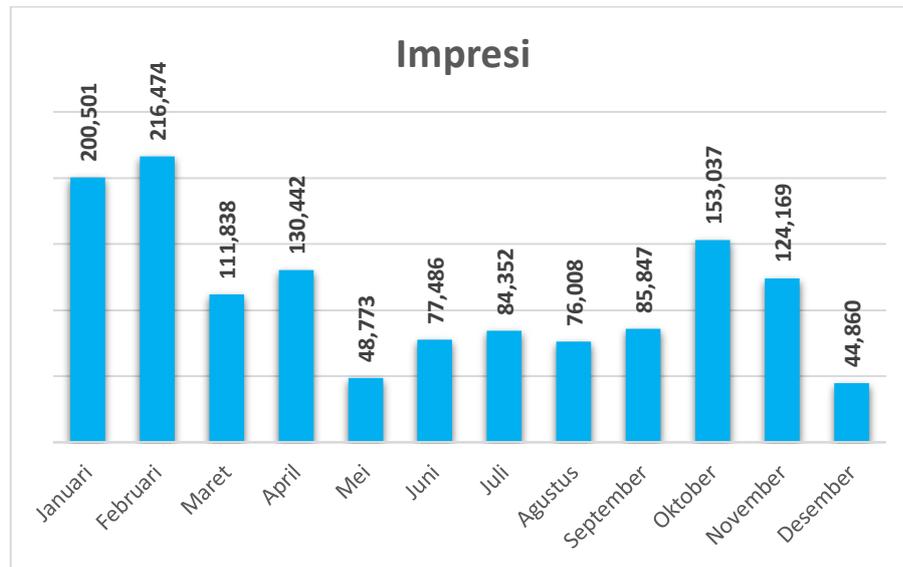
Bagan 4.2 Data Jumlah Pengikut dan Impresi Pada Akun Twitter Resmi Ombudsman RI Tahun 2022



Sumber: Laporan Tahunan Ombudsman RI Tahun 2022

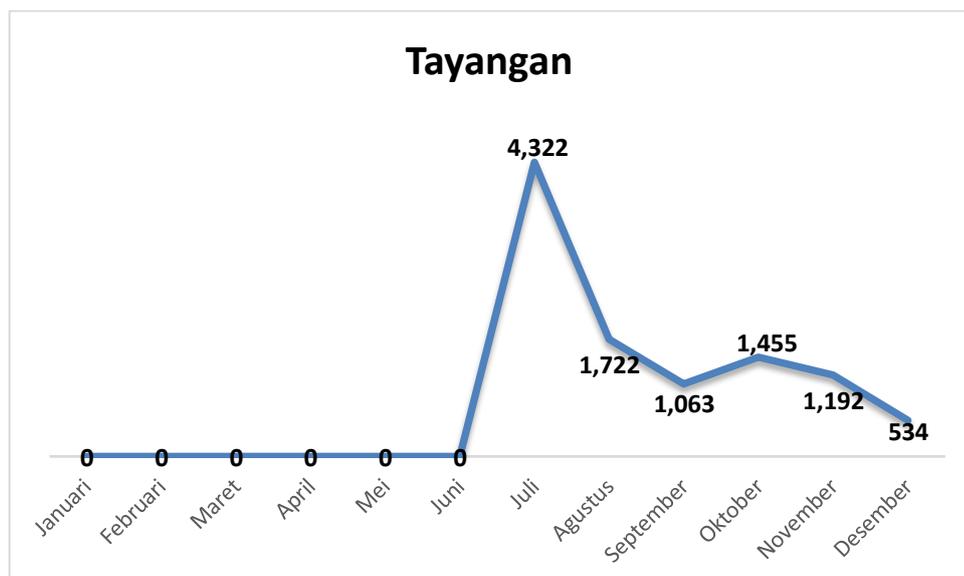
Bagan 4.3 Data Jumlah Pengikut, Jangkauan, dan Impresi Pada Akun Facebook Resmi Ombudsman RI Tahun 2022

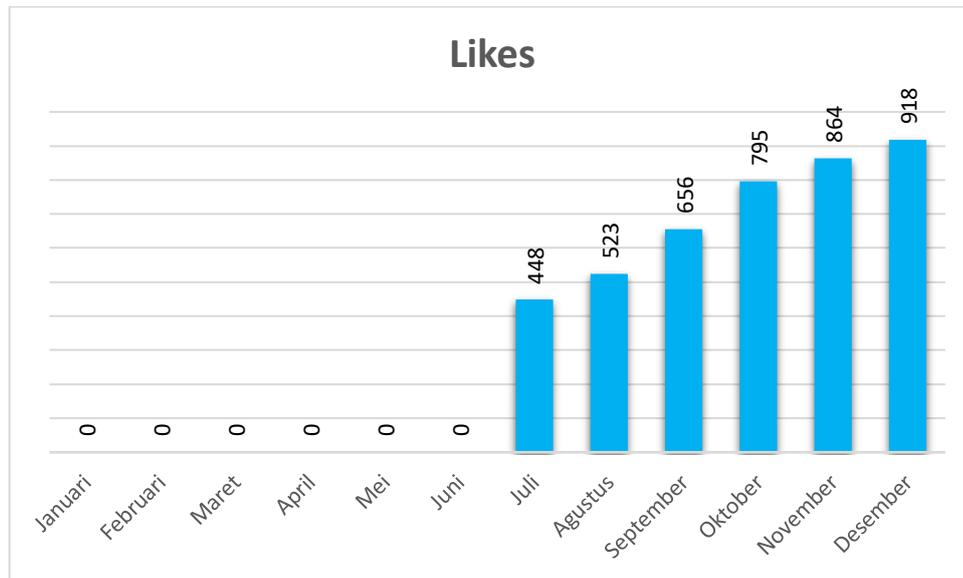




Sumber: Laporan Tahunan Ombudsman RI Tahun 2022

Bagan 4.4 Data Jumlah Pengikut, Tayangan dan Likes Pada Akun Tik-Tok Resmi Ombudsman RI Tahun 2022

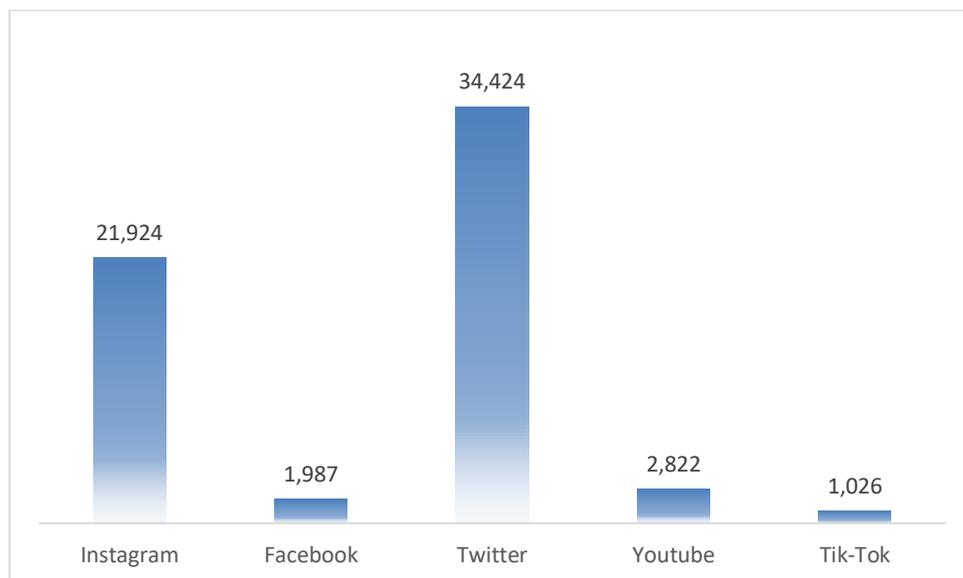




Sumber: Laporan Tahunan Ombudsman RI 2022

Berikut merupakan total jumlah pertambahan pengikut dari setiap media sosial Ombudsman pada tahun 2022

Bagan 4.5 Total Jumlah Pertambahan Pengikut Dari Setiap Media sosial Ombudsman Pada Tahun 2022



Sumber: Laporan Tahunan Ombudsman RI Tahun 2022

Berdasarkan bagan 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, dapat dilihat bahwa adanya peningkatan jumlah pengikut setiap bulannya di setiap media sosial Ombudsman Republik Indonesia walaupun pada beberapa media sosial belum menunjukkan peningkatan yang signifikan. Namun jumlah *engagement*, jangkauan dan impresi dari setiap sosial media masih sangat jomplang dan belum merata antara satu dan lainnya. Dapat dilihat bahwa hanya instagram dan twiter yang mendominasi baik dari segi jumlah pengikut, jangkauan dan impresi.