

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Pembahasan Hasil Penelitian

Pada bab ini berisi tentang pembahasan dan temuan penelitian mengenai strategi Ombudsman dalam mensosialisasikan peran Ombudsman kepada masyarakat. Pembahasan ini berisi tentang data dan fakta yang diperoleh dari penelitian di lapangan yang akan disesuaikan dengan 3 indikator menurut Aldred Chandler mengenai strategi organisasi, yaitu formulasi dan sasaran jangka panjang, pemilihan tindakan dan alokasi sumber daya.

5.1.1 Formulasi dan Sasaran Jangka Panjang

Dalam melaksanakan serangkaian strategi atau tindakan dalam melaksanakan kegiatan maka diperlukan kejelasan perencanaan. Perencanaan meminimalisasi ketidakpastian. Dengan perencanaan yang baik, maka setiap anggota organisasi maupun pihak-pihak luar terkait mampu memahami apa yang harus dikerjakan, kapan waktu pengerjaannya, sumber daya apa yang diperlukan, dan apa yang menjadi tujuan dari kegiatan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Biro Hubungan masyarakat dan Teknologi Informasi dapat disimpulkan bahwa, Ombudsman sudah memiliki target yang jelas dalam rangka mensosialisasikan peran Ombudsman kepada masyarakat. Dimana Ombudsman menetapkan target adanya peningkatan pengetahuan masyarakat terhadap Ombudsman RI sebesar 50-55% dari yang sebelumnya hanya 34% saja. Kemudian dalam tahap alur proses perencanaan kegiatan dan penentuan sasaran sudah memiliki kejelasan. Dimana alur proses untuk membuat program demi program secara garis besar dilaksanakan melalui persetujuan pimpinan terlebih dahulu. Alurnya adalah dengan terlebih dahulu membuat pemetaan dan kerangka acuan kerja kemudian diajukan kepada pimpinan untuk meminta persetujuan. Namun sebelum program di implementasikan, pegawai, staff maupun asisten melakukan kordinasi dengan pihak-pihak yang memiliki keahlian maupun keterkaitan dengan program yang akan dijalankan. Misal ketika akan mengadakan

sosialisasi PVL *on the spot*, maka Biro Humas akan berkoordinasi dengan keasistenan PVL. Sasaran dari sosialisasi juga sudah sangat jelas, dimana yang menjadi sasaran secara umum tentunya seluruh lapisan masyarakat luas yang secara garis besar itu dibagi 2, yang pertama penyelenggara pelayanan publik kemudian pengguna pelayanan publik.

Berdasarkan wawancara dengan staff maupun asisten dapat disimpulkan bahwa, Ombudsman Republik Indonesia memiliki tujuan yaitu 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 tujuan jangka panjangnya 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.

Berdasarkan hasil observasi, dalam melaksanakan perencanaan sebelum melaksanakan sosialisasi kepada masyarakat, seluruh staff, pegawai maupun asisten Ombudsman selalu berkoordinasi dengan baik dengan pihak internal Ombudsman maupun pihak eksternal demi terciptanya kelancaran dalam sosialisasi yang akan dilaksanakan. Dimana setiap staff, pegawai maupun asisten sudah memahami alur kerja dan apa yang harus dikerjakan mulai dari tahap perencanaan sampai tahap sosialisasi dijalankan.

Berdasarkan hasil dokumentasi, didapatkan dasar hukum yang menjadi pedoman Ombudsman Republik dalam melaksanakan sosialisasi terdapat di dalam Undang-Undang 37 tahun 2008 pasal 7 huruf e. Di dalam pasal 7 huruf e disebutkan bahwa Ombudsman bertugas melakukan kordinasi atau kerjasama dengan lembaga negara atau lembaga pemerintahan lainnya serta lembaga kemasyarakatan dan perseorangan. yang mana salah satu wujud konkritnya adalah kegiatan sosialisasi. Selanjutnya, adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik pasal 4 poin 2 yang pada intinya menjelaskan bahwa setiap orang berhak melihat dan mengetahui informasi publik, menghadiri

pertemuan yang terbuka untuk umum dan memperoleh informasi publik, dan menyebarkan informasi publik sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi, yang dikaitkan dengan teori Alfred Chandler pada indikator formulasi dan sasaran jangka panjang dapat dikatakan sudah memiliki kejelasan mulai dari dasar hukum, target, alur proses sosialisasi, siapa saja yang menjadi sasaran dan tujuan jangka panjang dari diadakannya sosialisasi, yang mana semuanya sudah ditetapkan dengan baik oleh Ombudsman Republik Indonesia.

5.1.2 Pemilihan Tindakan

Jika dilihat dari definisinya, pemilihan tindakan mengacu pada proses pelaksanaan rencana dan tujuan yang sudah ditetapkan. Target yang sudah ditetapkan akan turun menjadi serangkaian tindakan dan strategi yang konkrit. Pemilihan tindakan sangat mempengaruhi hasil capaian yang akan diperoleh.

Berdasarkan wawancara dengan Kepala Biro Hubungan Masyarakat dan teknologi informasi mengenai pemilihan tindakan dalam rangka sosialisasi dapat disimpulkan bahwa, Ombudsman melaksanakan berbagai tindakan dengan berbagai metode dan berbagai cara, salah satunya adalah dengan melakukan seminar, *workshop*, diskusi publik, lokakarya, konferensi pers. Bentuk tindakannya adalah dengan menyiapkan materi-materi atau topik yang akan disampaikan kepada masyarakat dengan pemaparan yang ringan, 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 tentang apa itu Ombudsman.

Kemudian untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas, Ombudsman juga menggunakan *platform* media sosial, seperti instagram, twiter, facebook, youtube dan juga tik-tok. Adapun bentuk strategi yang digunakan pada media sosial adalah dengan menggunakan 2 strategi, yaitu *free* dan berbayar. Untuk meningkatkan *engagement* di instagram Ombudsman akan membuat konten-konten yang menarik,

relevan, dan mengadaptasi konten jika ada trend yang sedang viral. Dalam sehari ada 2-3 postingan feed dan 3 untuk instagram story yang di unggah oleh Ombudsman Republik Indonesia. Untuk video reels, selain menggunakan *backsound-backsound* yang formal, Ombudsman juga menggunakan *bacsound* musik yang sedang viral di media sosial. Jam posting konten Ombudsman juga menyesuaikan dengan kebiasaan masyarakat menggunakan media sosial. Jam-jam tersebut yaitu jam 9 pagi, jam 12 siang, jam 3 sore, jam 6 sore dan jam 9 malam. Kemudian Ombudsman juga berusaha buat membangun interaksi dengan masyarakat. Dengan membuat aturan bahwa tim humas harus segera membalas komen ataupun pesan sesegera mungkin dan tidak boleh lebih dari 1 jam. Kemudian untuk strategi berbayar, Ombudsman juga mengadakan *give away*, dan setiap bulan menggunakan instagram ads sebanyak 3 kali yaitu pada awal bulan, pertengahan dan akhir bulan untuk mendapatkan eksposur yang lebih tinggi.

Selain itu Ombudsman Republik Indonesia menggunakan sababat Ombudsman sebagai perpanjangan tangan Ombudsman kepada masyarakat, 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, Ombudsman menggalang dukungan dari komunitas-komunitas masyarakat, LSM-LSM, akademisi, individu, dosen, pelajar, dan komunitas-komunitas sosial masyarakat. Saat ini Ombudsman sudah memiliki jumlah sekitar 400 entitas atau sahabat Ombudsman, yang terdiri dari individu-individu dan organisasi. Selain itu Ombudsman mensosialisasikan perannya melalui website, yang dimana website tersebut sudah menyediakan informasi yang lengkap mulai dari profil Ombudsman Republik Indonesia, artikel berita, sampai pada tahap masyarakat bisa melakukan pengaduan. Kemudian Ombudsman pusat juga mendorong setiap kepala perwakilan Ombudsman di setiap provinsi di Indonesia untuk lebih aktif mensosialisasikan Ombudsman kepada masyarakat dan membuat suatu penganugerahan kepada perwakilan yang aktif dalam mempublikasikan kegiatan-kegiatan mereka baik itu dalam siaran pers, melalui artikel, kliping berita, atau

berita yang mereka tulis sendiri. Kemudian dalam rangka sosialisasi dan mengikuti *trend* di media sosial saat ini, Ombudsman Republik Indonesia juga memiliki terobosan baru yang sedang dipersiapkan yaitu melalui pembuatan *podcast* Ombudsman yang nantinya akan di upload melalui akun youtube resmi Ombudsman Republik Indonesia.

Berdasarkan wawancara dengan staff, Ombudsman Republik Indonesia juga melaksanakan tindakan sosialisasi lainnya seperti *PVL on the spot* yang mana Ombudsman turun langsung ke tempat-tempat publik untuk melaksanakan sosialisasi serta menerima pengaduan masyarakat secara langsung di tempat. Kemudian Ombudsman juga menjalin kerjasama yang baik dengan teman-teman media dalam rangka menyebarluaskan pemberitaan tentang Ombudsman kepada masyarakat. Tidak hanya itu, dalam memanfaatkan media cetak seperti; spanduk, *banner*, *flyer*, dan majalah.

Berdasarkan wawancara dengan masyarakat yang pernah mengikuti sosialisasi yang dilakukan Ombudsman Republik Indonesia baik secara langsung maupun secara tidak langsung dapat disimpulkan bahwa dari sosialisasi yang dilaksanakan, masyarakat mendapatkan *output* yang positif melalui penambahan pengetahuan mengenai apa itu Ombudsman beserta tugas, fungsi dan ruang lingkungannya.

Berdasarkan hasil observasi, dapat dilihat bahwa Ombudsman Republik Indonesia sudah berupaya menyesuaikan diri dengan karakteristik masyarakat melalui pendekatan-pendekatan yang baik, penyampaian materi sosialisasi yang mudah dimengerti, komunikasi yang baik, dengan tujuan agar sosialisasi dapat diterima oleh masyarakat yang menjadi sasaran, baik ketika sosialisasi secara langsung maupun di media sosial.

Berdasarkan hasil dokumentasi sudah terlihat bahwa tindakan-tindakan sosialisasi yang dilaksanakan oleh Ombudsman Republik Indonesia sudah berjalan dengan baik, seperti: sosialisasi melalui media sosial, *PVL on the spot*, pameran-pameran, sosialisasi dan diskusi publik.

Berdasarkan wawancara, observasi dan dokumentasi yang dikaitkan dengan teori Alfred Chandler pada indikator pemilihan tindakan dapat dikatakan bahwa pemilihan tindakan yang dilaksanakan oleh Ombudsman Republik Indonesia sudah optimal, dilihat dari segi pemilihan tindakan sosialisasi yang berusaha menjangkau seluruh lapisan masyarakat melalui berbagai metode, baik metode sosialisasi secara langsung seperti: mengadakan seminar, diskusi publik, kerjasama instansi, *PVL on the spot*, pameran, lokakarya, *Ombudsman goes to campus*, dan menggunakan metode sosialisasi dengan merangkul sahabat Ombudsman di seluruh Indonesia agar bisa menjangkau masyarakat yang lebih luas. Kemudian juga Ombudsman berusaha masuk ketengah masyarakat melalui sosialisasi secara tidak langsung yaitu melalui media sosial, media massa dan media cetak. Namun, kualitas pemilihan tindakan yang baik belum diimbangi dengan kuantitas yang baik pula. Kuantitas yang dimaksud adalah masih terbatasnya jumlah anggaran dan sumber daya manusia. Sehingga, tindakan-tindakan yang sebetulnya memiliki *power* yang besar dan berdampak dalam sosialisasi, tidak bisa dilaksanakan seperti sosialisasi melalui *influencer*, artis, publik figur dan sosialisasi melalui iklan di televisi.

5.1.3 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.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Biro Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi Ombudsman Republik Indonesia, dapat disimpulkan bahwa SDM yang bertanggung jawab dalam kegiatan sosialisasi ini adalah biro hubungan masyarakat dan teknologi informasi dan humas sendiri memang diberikan anggaran khusus untuk melaksanakan kegiatan sosialisasi tersebut.

Kemudian dalam rangka meningkatkan keterampilan sumber daya manusia Ombudsman Republik Indonesia melakukan beberapa MoU atau kerjasama. Salah satunya ruang lingkup yang dikerjasamakan terkait pelatihan bimtek, yang berkerjasama dengan Antara Digital. Kemudian Ombudsman juga mengadakan pelatihan

jurnalistik, infografis, pelatihan fotografi, penulisan artikel, dan editing video dengan mengundang narasumber-narasumber yang berkompeten dibidangnya untuk memberikan pelatihan tersebut. Namun pola kegiatan pengembangan SDM yang dilaksanakan masih belum optimal dalam meningkatkan kemampuan SDM yang ada.

Berdasarkan wawancara dengan staff dan asisten dapat disimpulkan bahwa anggaran untuk mengadakan pelatihan dan pengembangan keterampilan pegawai cukup kecil, akibatnya Ombudsman tidak bisa maksimal dalam mengadakan pengembangan SDM dan benar-benar harus memilih mana kegiatan-kegiatan pelatihan yang menjadi prioritas utama saja.

Berdasarkan hasil observasi dilihat bahwa Ombudsman RI mengadakan pelatihan kepada sumber daya manusia terkait penulisan berita sebagai upaya meningkatkan keterampilan sumber daya manusia terutama pada Biro Humas.

Berdasarkan hasil dokumentasi rencana strategis sekretariat jendral tahun 2020-2024 dapat dilihat bahwa pembinaan dan pengembangan kualitas sumber daya aparatur masih terbatas serta pola pengembangan karir belum optimal. Kemudian belum adanya *grand design* pengembangan dan pelatihan sumber daya manusia. Pengembangan SDM masih memerlukan penataan, karena pengembangan kompetensi teknis pengawasan pelayanan publik Ombudsman RI harus dibangun sendiri oleh Ombudsman RI. Struktur Sekretariat Jenderal belum sepenuhnya dapat mendukung kebutuhan pengembangan kompetensi SDM. Untuk itu, secara bertahap dilaksanakan tahapan pengembangan SDM untuk mendukung sumber daya manusia yang kompeten.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang dikaitkan dengan teori Alfred Chandler pada indikator alokasi sumber daya dapat dikatakan belum optimal. Hal ini karena masih terbatasnya pembinaan dan pengembangan terhadap kompetensi sumber daya manusia yang ada dalam upaya mendukung tercapainya tujuan sosialisasi.

5.2 Capaian Pelaksanaan Sosialisasi

Capaian tersebut di lihat berdasarkan salah satu bentuk strategi yang dilaksanakan oleh Ombudsman Republik Indonesia yaitu, melalui pemanfaatan

media sosial. Hasilnya menunjukkan capaian yang cukup baik. Hal tersebut dilihat dari peningkatan jumlah pengikut di berbagai media sosial Ombudsman secara konsisten setiap bulannya meskipun pada beberapa media sosial belum menunjukkan peningkatan yang signifikan. Namun terlihat bahwa *engagement*, jangkauan dan impresi dari setiap sosial media masih belum merata dan perlu ditingkatkan.