

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi Ombudsman Republik Indonesia dalam mensosialisasikan peran Ombudsman kepada masyarakat belum optimal. Hal ini dikarenakan ke-tiga indikator yang digunakan untuk mengukur dan menganalisis strategi Ombudsman dalam mensosialisasikan peran Ombudsman kepada masyarakat belum sepenuhnya tercapai. Pada indikator formulasi dan sasaran jangka panjang, sudah memiliki kejelasan target, dasar hukum, alur proses perencanaan sosialisasi, sasaran, dan tujuan jangka panjang dari diadakannya sosialisasi. Pada indikator pemilihan tindakan, Ombudsman Republik Indonesia dalam melakukan pemilihan tindakan berusaha menjangkau seluruh lapisan masyarakat melalui berbagai metode, baik metode sosialisasi secara langsung seperti seminar, diskusi publik, pameran, lokakarya, Ombudsman *goes to campus*, *PVL on the spot*, dan sosialisasi melalui sahabat Ombudsman. Meskipun secara tidak langsung seperti sosialisasi melalui media sosial, media massa dan media cetak. Dilihat dari indikator alokasi sumber daya, masih terbatasnya pembinaan dan pengembangan terhadap kompetensi sumber daya manusia yang ada serta belum adanya *grand design* pengembangan SDM sebagai upaya dalam mendukung tercapainya tujuan sosialisasi. Disisi lain masih belum ada staff yang memiliki spesialisasi khusus di bidang tertentu seperti tik-tok *specialist*, digital marketing, dan *content creator*. Capaian dari strategi yang digunakan oleh Ombudsman RI yaitu melalui pemanfaatan media sosial, menunjukkan capaian yang cukup baik. Hal tersebut dilihat dari peningkatan jumlah pengikut/*followers* di berbagai media sosial Ombudsman secara konsisten setiap bulannya. Dalam pelaksanaan sosialisasi, masih banyak ditemukan hambatan-hambatan yang menyebabkan strategi yang dijalankan menjadi kurang maksimal.

Berikut ini merupakan faktor pendukung dan penghambat Ombudsman Republik Indonesia dalam mensosialisasikan peran Ombudsman kepada masyarakat.

Faktor pendukung sosialisasi:

1. Jangkauan dan ruang lingkup kewenangan yang sangat luas dimana Ombudsman bisa masuk kedalam berbagai sektor pembahasan dan permasalahan masyarakat selama masih dalam koridor penyelenggaraan pelayanan publik sesuai dengan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik.
2. Ombudsman Republik Indonesia, sudah memiliki Undang-Undang khusus tentang Ombudsman Republik Indonesia, yang menjadi kekuatan bagi Ombudsman untuk meyakinkan masyarakat akan keberadaan Ombudsman di Indonesia.

Faktor penghambat sosialisasi:

1. Masih kurangnya sumber daya manusia, sarana dan prasarana yang menunjang kegiatan sosialisasi.
2. Keterbatasan anggaran, tidak sebanding dengan jumlah sasaran sosialisasi Ombudsman Republik Indonesia dari berbagai segmen masyarakat yang begitu luas dengan jumlah yang sangat banyak diseluruh wilayah Indonesia.
3. Masih masyarakat yang awam terhadap keberadaan Ombudsman di Indonesia, sehingga mempengaruhi ketertarikan masyarakat dalam mengikuti sosialisasi yang dilaksanakan oleh Ombudsman Republik Indonesia.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka saran yang diajukan untuk strategi Ombudsman Republik Indonesia dalam mensosialisasikan peran Ombudsman kepada masyarakat sebagai berikut :

1. Merekrut *freshgadute* untuk posisi *social media specialist* dan konten kreator untuk menghandle beberapa sosial media terutama yang *engagement*, jangkauan dan impresinya nya masih rendah agar bisa lebih meningkat baik dari jumlah *followers*, *engagement*, jangkauan maupun impresinya.
2. Menambah sarana dan prasarana yang dapat mendukung kegiatan sosialisasi baik dari kualitas maupun kuantitas.
3. Memaksimalkan peran sahabat-sahabat Ombudsman di seluruh Indonesia sebagai mitra dan perpanjangan tangan Ombudsman untuk menjangkau masyarakat di setiap daerah.
4. Berkolaborasi dengan tokoh publik baik itu *influencer*, *pejabat*, *artis*, *pengusaha* yang memiliki nama besar dan berpengaruh di Indonesia sebagai upaya untuk menarik lebih banyak massa agar mengetahui Ombudsman lebih jauh beserta perannya.
5. Lebih aktif dalam membangun interaksi dengan masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung. Sehingga masyarakat benar-benar merasakan kehadiran Ombudsman ditengah masyarakat.