

BAB III

PENYAJIAN DAN PEMBAHASAN DATA

Pada bab III ini, penulis akan memaparkan data yang diperoleh dari proses penelitian mengenai strategi komunikasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) dalam sosialisasikan fungsi kelebagaannya periode tahun 2017. Data yang disajikan oleh penulis yaitu data berupa wawancara terhadap informan dan data dokumen atau keperpustakaan yang didapat dari pihak LO DIY. Selain itu, pada bab ini data akan dianalisis dengan kerangka teori yang ada pada bab I.

Hasil penelitian ini diperoleh berbagai teknik pengumpulan data yang tentunya mendukung dalam penelitian ini. Data primer diperoleh dari wawancara yang dilakukan dengan pihak terkait yaitu Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini berasal dari studi literatur dan dokumen-dokumen yang memiliki keterkaitan untuk mendukung penelitian ini. Berikut ini sajian data penelitian yang telah dilakukan.

A. Penyajian Data

1. Perencanaan

Perencanaan didalam strategi komunikasi sangat penting untuk mengkomunikasikan pesan sosialisasi dalam skripsi ini yaitu sosialisasi Lembaga Ombudsman Daerah Istmewa Yogyakarta (LO DIY) 2017. Matangnya sebuah perencanaan tentunya akan berbanding lurus dengan

kesuksesan sosialisasi yang dilakukan. Hal ini disebabkan sosialisasi LO DIY adalah agenda rutin, sebagaimana program kerja yang harus dilakukan di setiap tahunnya dan perlu adanya perencanaan strategi yang tepat. Dengan sosialisasi tepat tentunya akan berdampak pada kelancaran agenda sosialisasi serta mendapatkan hasil yang terbaik. Perencanaan sosialisasi yang dilakukan oleh Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) meliputi menentukan penanggung jawab sosialisasi, menentukan tujuan dan fungsi sosialisasi, menentukan target sosialisasi, menentukan pesan sosialisasi dan menentukan anggaran sosialisasi.

a. Penanggung Jawab Sosialisasi

Sosialisasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) dilakukan oleh divisi Bidang Sosialisasi, Kerjasama dan Penguatan Jaringan LO DIY selaku penyelenggara sosialisasi. Dalam hal ini yang bertanggung jawab atas kegiatan agenda sosialisasi adalah Bapak Moh. Imam Santoso, S.IP (Kapokja SKPJ LO DIY).

“Hasil *report* notulen agenda sosialisasi akan diberikan kepada Kabid SKPJ. Tergantung dimana Bapak Imam berada, jika di lapangan maka otomatis akan langsung disampaikan secara lisan, atau notulen akan menyimpan hasil *report* jika beliau tidak di lapangan. Setelah itu saya membuat laporan yang akan dikumpulkan untuk triwulan LO DIY kepada Bapak Imam, selanjutnya diolah kembali oleh beliau, yang akhirnya akan diberikan kepada ketua LO DIY”. (Asisten Kabid Sosialisasi, Kerjasama dan penguatan Jaringan Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta, 25 Oktober 2017)

b. Tujuan dan Fungsi Sosialisasi

Komunikasi memiliki fungsi sebagai suatu sistem sosial yang dinamakan sosialisasi. Sosialisasi akan mencapai hasil yang diharapkan apabila melalui komunikasi. Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) menjadikan sosialisasi sebagai strategi komunikasi dalam program kerja untuk memperkenalkan tujuan dan fungsi dari kelembagaannya. Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) meliputi sosialisasi, kerjasama dan penguatan jaringan dengan berbagai *stakeholder* LO DIY dalam rangka mencegah mal-administrasi dalam penyelenggaraan pemerintahan dan penyimpangan tata kelola usaha swasta.

“Setiap tahun sosialisasi dilaksanakan agar LO DIY lebih banyak dikenal oleh masyarakat dari berbagai kalangan”.(Asisten Kabid Sosialisasi, Kerjasama dan penguatan Jaringan Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta, 25 Oktober 2017)

c. Target Sosialisasi

Sosialisasi akan berhasil apabila pesan yang di sampaikan dapat diterima oleh audiensnya. Selain itu target atau sasaran sosialisasi yang dituju juga harus jelas untuk siapa sosialisasi itu di sampaikan. Target sosialisasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta adalah masyarakat umum dan lembaga/organisasi pemerintah maupun swasta.

“Sebenarnya target sosialisasi kami adalah untuk semua kalangan. Pada tahun 2017 kami bekerjasama dengan organisasi IGI (Ikatan Guru Indonesia), karena guru akan lebih mudah untuk menyebar informasi, apakah di sekolah

ataupun di dalam lingkungan masyarakatnya. Kami juga bisa *by request*, jika ada suatu tempat menyampaikan sebuah informasi melakukan sosialisasi tersebut. Kemarin kita melakukan sosialisasi di Kecamatan Turi Kabupaten Sleman, sosialisasi tersebut berdasarkan *by request* masyarakat. Lalu dengan BPJS di bagian ketenaga kerjaan. Dan yang terakhir sosialisasi dilakukan di Universitas Ahmad Dahlan (UAD) dengan para mahasiswa IMM".(Asisten Kabid Sosialisasi, Kerjasama dan penguatan Jaringan Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta, 25 Oktober 2017)

d. Pesan Sosialisasi

Sosialisasi akan berhasil apabila ada pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi antara komunikator kepada komunikan. Pesan tersebut disampaikan kepada audiens sebagai bentuk upaya untuk mempengaruhi audiens supaya mengetahui keberadaan, tugas dan fungsi LO DIY. Dalam merumuskan pesan itu sendiri membutuhkan pemecahan empat masalah yaitu, apa yang dikatakan, bagaimana mengatakannya secara logis (pesan lisan), bagaimana mengatakan secara simbolis (pesan tertulis), dan siapa saja yang harus mengatakannya. Pesan yang disampaikan dapat mencerminkan siapa yang membawa pesan tersebut. Jika pesan yang disampaikan baik, maka respon yang didapat pun juga akan baik.

“Pesan sosialisasi yang disampaikan kepada audiens adalah gambaran umum mengenai tugas dan fungsi LO DIY. Selanjutnya mengenai masalah di DIY yang dapat diadakan sehingga audiens akan memberikan feedbacknya kepada kita dengan suatu pertanyaan”.(Asisten Kabid Sosialisasi, Kerjasama dan penguatan Jaringan Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta, 25 Oktober 2017)

e. Anggaran Sosialisasi

Perencanaan selanjutnya adalah menentukan anggaran sosialisasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY). Anggaran sosialisasi LO DIY dalam keseluruhan bersumber langsung dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (Pemda DIY) maupun dari lembaga lain yang telah terjalin kerjasamanya.

“Laporan ini berisi rekaman program dan kegiatan Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) yang sudah dilaksanakan sejak tanggal 26 Maret sampai dengan 25 Juni 2017 dalam rangka mendorong terwujudnya penyelenggaraan pemerintahan yang baik dan bersih serta penyelenggaraan swasta yang beretika dan berkelanjutan yang dalam prosesnya didanai oleh APBD DIY maupun dari lembaga lain yang terjalin kerjasamanya.”(Laporan Triwulan kedua Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta 2017)

Agenda sosialisasi berbayar LO DIY dilakukan sebanyak empat kali dalam kurun waktu satu tahun kepengurusan.

“Karena anggaran terbatas, sebisa mungkin melakukan kerjasama untuk sosialisasi. Dalam setahun ada empat kali sosialisasi dengan anggaran yang terbatas, bagaimana caranya kita bisa memanfaatkan anggaran tersebut untuk program kerja kita dalam bidang sosialisasi”.

2. Pelaksanaan

Pada era modernisasi seperti sekarang ini semua masyarakat dari berbagai lapisan pasti bisa mengakses media massa dengan mudah, baik media elektronik ataupun media cetak. Dari berbagai macam media massa tersebut semua mempunyai kekurangan dan kelebihan masing-masing. Hal ini dilakukan oleh Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta

(LO DIY) sebagai media pelaksana dalam agenda sosialisasi melalui media cetak maupun elektronik, bahkan dilakukan secara langsung terjun ke dalam masyarakat umum, lembaga/organisasi pemerintah maupun swasta. Pelaksanaan strategi komunikasi LO DIY meliputi beberapa proses tindakan fungsi manajemen yakni, :

- a. *Planning*
- b. *Organizing*
- c. *Leading*
- d. *Controlling*

Tindakan manajemen dalam pelaksanaan strategi komunikasi tersebut diterapkan oleh LO DIY dalam mengubah strategi yang telah direncanakan menjadi tindakan meliputi media sebagai berikut :

- a. *Planning*
 - 1) Audiensi dan Kerjasama.

Sebagai tindakan menentukan tujuan, kepentingan dari kegiatan ini untuk mendorong pemerintah dan usaha swasta menerapkan prinsip-prinsip *good governance* dan *corporate governance* (GCG) yang meliputi prinsip kepatuhan terhadap aturan dan hukum, prinsip transparansi atau keterbukaan, prinsip akuntabilitas atau tanggung gugat (*accountability*), prinsip pertanggungjawaban (*responsibility*), prinsip kewajaran (*fairness*), prinsip kejujuran (*honesty*), prinsip empati (*compassion*) dan kemandirian (*independen*) dalam penyelenggaraan pemerintahan yang baik dan

bersih serta penyelenggaraan usaha swasta yang beretika dan berkelanjutan. Dengan jalinan yang seimbang diharapkan terjadi kemitraan yang baik guna mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik dan bersih serta tata kelola usaha swasta yang beretika dan berkelanjutan di DIY. Selain itu harapan dari audiensi ini adalah muncul kerjasama dalam bentuk MOU (*memorandum of understanding*), kesepakatan kerjasama untuk membangun komunikasi yang intensif dalam hal pengelolaan unit aduan dan mediasi setempat. Outputnya, aduan-aduan masyarakat terhadap pelayanan publik akan lebih mudah dalam penyaluran dan pencarian solusi ditingkat internal setempat dengan mengedepankan cara-cara kearifan lokal. Musyawarah untuk mufakat menjadi pedoman utama dalam penyelesaian suatu masalah dengan semangat keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta (Laporan Triwulan ke-2 Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta 2017).

Gambar 2.1
LO DIY Audiensi Dengan DPRD Bantul



Sumber : [http://koran-sindo.com/page/news/2017-04-10/5/60/Ombudsman Audiensi Dengan DPRD Bantul](http://koran-sindo.com/page/news/2017-04-10/5/60/Ombudsman_Audiensi_Dengan_DPRD_Bantul)

b. *Organizing*

1) Sosialisasi Langsung di Masyarakat

Sebagai tindakan menentukan pekerja, sosialisasi LO DIY secara langsung kepada masyarakat merupakan bagaimana pengorganisasian manajemen pekerjaan dikelompokkan. Agenda sosialisasi yang dilakukan sebanyak empat kali dalam kurun waktu satu tahun.

“Dalam satu tahun ada empat kali sosialisasi yang harus dilakukan LO DIY yang merupakan agenda pokok dengan anggaran terbatas, bagaimana caranya kita bisa memanfaatkan anggaran tersebut untuk program kerja kita dalam bidang sosialisasi”.(Asisten Kabid Sosialisasi, Kerjasama dan penguatan Jaringan Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta, 25 Oktober 2017)

Pelaksanaan sosialisasi LO DIY pada tahun 2017 dilaksanakan sesuai dengan agenda sosialisasi LO DIY yang bertepatan pada

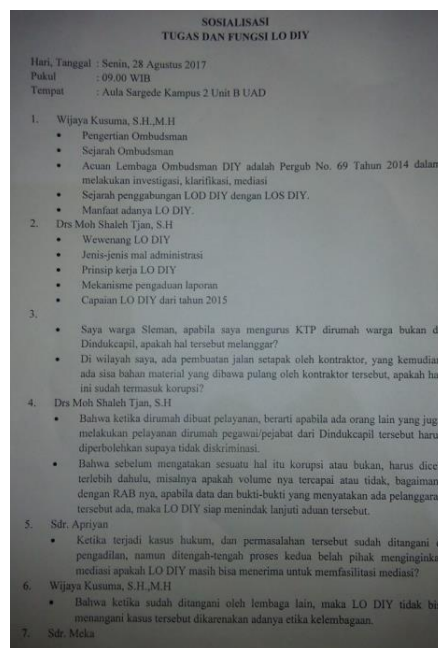
bulan Februari, Maret, Juli dan Agustus (Laporan Triwulan ke-2 Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta 2017)

Berikut adalah penugasan staf LO DIY terhadap pelaksanaan sosialisasi langsung di masyarakat yang dilakukan di Aula Sargedde Kampus 2 Unit B Universitas Ahmad Dahlan (UAD), pada hari Senin tanggal 28 Agustus 2017,

- a) Ketua Pelaksana : Imam Santoso, S.IP (Kapokja SKPJ)
- b) Wakil Ketua Pelaksana : Yustina Setiarini, S.Tp
- c) Notulis : Nurul Luthfiana Shinta Arifin Putri, S.IP.
- d) Pembicara 1 : Wijaya Kusuma, S.H.,M.H (Wakil Ketua Bidang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Swasta LO DIY)
 - Pengertian Ombudsman.
 - Sejarah Ombudsman.
 - Acuan Lembaga Ombudsman DIY adalah Pergub no. 69 Tahun 2014 dalam melakukan investigasi, klarifikasi dan mediasi.
 - Sejarah penggabungan Lembaga Ombudsman Daerah DIY dan Lembaga Ombudsman Swasta DIY.
 - Manfaat keberadaan LO DIY
- e) Pembicara 2 : Drs. Moh. Shaleh Tjah, S.H (Wakil Ketua Bidang Aparatur Pemerintah Daerah LO DIY)
 - Wewenang LO DIY
 - Jenis – jenis *mal-administrasi*

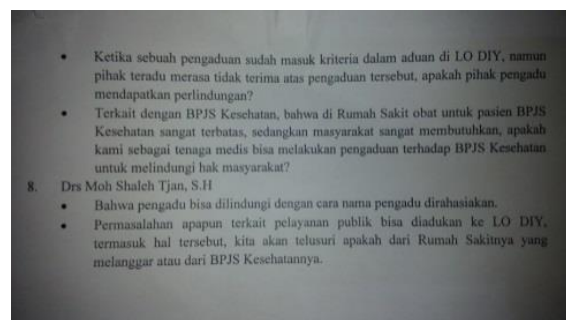
- Prinsip kerja LO DIY
- Mekanisme pengaduan laporan
- Capaian LO DIY dari tahun 2015 – 2017

Gambar 3.1
Notulis Agenda Sosialisasi LO DIY



Sumber : Peneliti

Gambar 3.2
Notulis Agenda Sosialisasi LO DIY



Sumber : Peneliti

Gambar 3.3
Daftar Hadir Agenda Sosialisasi LO DIY

Daftar Hadir
Sosialisasi Pugas dan Pungsi LO DIY
Kantor LO DIY, hari Senin tanggal 28 Agustus 2017
pukul 08.00 - 12.00 WIB

No	Nama	Instansi	Jabatan	No. HP/Telp	Tanda Tangan
1	Neka Medinawati	IMM Komisarit Komar	Sekoran	082210020343	[Signature]
2	Dani Munawaroh	IMM Komisarit Komar	Kabid Sistem	0850 4897 0398	[Signature]
3	Suzuki Sutawati	IMM UCIY	Staf. Bait. Umum	0850 4897 0360	[Signature]
4	Taufiq Zakiy	IMM UCIY	Ketua Komar	0850 4897 0365	[Signature]
5	Gusman Supriadi	IMM UCIY	Ketatalaksanaan	085 693 03 810	[Signature]
6	MUTRIAL ST-PTI	Kabid Peningkat IMN/IMM	Kabid IMN/IMM	0855732280	[Signature]
7	Ref. Wahkumawati	Dinas Kesehatan	Subdit Kelemban	082214000005	[Signature]
8	Andi Wahyu Ardi	Dinas Kesehatan	Anggota	081320021112	[Signature]
9	Lede Septentary H	-	Anggota Kesehatan	-	[Signature]
10	M. Tawil	-	Anggota Kesehatan	0818000010824	[Signature]
11	Dika Prasetya	IMM Komisarit UCIY	Kabid PTE	082214211463	[Signature]
12	Muhammad Cahal	IMM FAI	Anggota Kesehatan	082 347020123	[Signature]
13	A. S. S.	Dinas Kesehatan	Kabid PFA	-	[Signature]
14	Hari Indrawati	KEOR/KOM UAD	Informasi	0853 37016244	[Signature]
15	Sudarna	IMM TDI	Staf. Kelemban	085073257897	[Signature]
16	Nije FAPIDA	IMM TDI	Staf. Kelemban	0822 5348 0925	[Signature]
17	Niswani P	IMM Komisarit UCIY	Ketua	0850 264 5813	[Signature]
18	Rakha Kula	IMM Komisarit UCIY	Kabid Sorpan	08579141090	[Signature]
19	Ari Lani K	IMM Sorpan	-	-	[Signature]
20	Laeli S. A	IMM FAI	B. Kelemban	085726915782	[Signature]
21	Edo Sukardi	-	Kelemban	085671907870	[Signature]
22	Indira Nur Amaliah	IMM FAI	Sekolah Kelemban	0821 7565 8982	[Signature]
23	Dwi Wati Susanto	IMM FAI	Sekolah Sorpan	08990814491	[Signature]
24	Syaiful H. E	IMM FAI	Sekoran	085645512076	[Signature]
25	[Signature]	LO DIY	Anggota	08166877837	[Signature]

Notulis,
[Signature]

Sumber : Peneliti

Gambar 3.4
Daftar Hadir Agenda Sosialisasi LO DIY

Daftar Hadir
Sosialisasi Pugas dan Pungsi LO DIY
Kantor LO DIY, hari Senin tanggal 28 Agustus 2017
pukul 08.00 - 12.00 WIB

No	Nama	Instansi	Jabatan	No. HP/Telp	Tanda Tangan
1	Sinta Apin Putri	LO DIY	Anggota	-	[Signature]
2	Jusuf F.	LO DIY	Anggota	08166877837	[Signature]
3	Wijaya Kusuma	LO DIY	Komisaris	-	[Signature]
4	Selali Puan	LO DIY	Komisaris	-	[Signature]
5	Wic Pratiwi Hingray	LO DIY	Staf	082312 310 110	[Signature]
6					
7					
8					

Sumber : Peneliti

c. *Leading*

Tindakan manajemen ini untuk memilih media komunikasi yang akan digunakan, berikut adalah media komunikasi yang digunakan LO DIY dalam pelaksanaan strategi komunikasi :

1) Sosialisasi Melalui Media Radio.

Dengan menggandeng stasiun radio lokal Yogyakarta sebagai media *patner*, Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) juga melakukan sosialisasi kepada masyarakat melalui media *patner* tersebut. Adapun stasiun radio yang menjadi media *patner* LO DIY dalam pelaksanaan sosialisasi yang dapat direalisasikan pada tahun 2017 adalah acara siaran radio di Jogja Family FM dan RRI FM (Laporan Triwulan ke-2 Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta 2017).

Tabel 1.1
Jadwal Pelaksanaan Sosialisasi Melalui Media Radio

No	Waktu Tayang	Radio	Narasumber	Tema	Keterangan	Evaluasi
1.	Rabu, 19 April 2017	RRI Kotabaru	M. Imam Santoso	Pelayanan publik berkualitas di desa pasca berlakunya UU No. 60 Tahun 2014	Berbayar	Dalam <i>talkshow</i> ini ada 6 tanggapan dari masyarakat 3 dari <i>sms</i> dan 3 melalui telepon. Poin penting tanggapan masyarakat antara lain terkait transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana desa, terkait pengawasan LO DIY atas pelayanan

						public di desa dan masalah penanganan aduan di LO DIY soal pemilihan perangkat desa.
2.	Jum'at, 26 Mei 2017	Jogja Family	Hartoto Adi Mulyo, S.Pi	“Mewaspada indikasi penipuan program rumah murah perumahan bersubsidi di DIY”	Tidak berbayar/Ke rjasama	Tanggapan berupa pertanyaan dari media sosial tentang ciri-ciri pengembang perumahan nakal dan menanyakan informasi terkait mekanisme pelaporan dan konsultasi LO DIY.

Sumber : Laporan Triwulan ke-2 Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta 2017

2) Sosialisasi Melalui Media Televisi.

Media elektronik selanjutnya yang menjadi *partner* Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) sebagai media untuk sosialisasi adalah stasiun televisi lokal Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yaitu TVRI. Sosialisasi LO DIY melalui media televisi dilakukan dengan membuat program Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dan program *talkshow*, LO DIY melakukan sosialisasi melalui media Televisi bisa dilihat pada gambar 1.1 pada bagian bab I sebelumnya. Produksi ILM bagi LO DIY merupakan media iklan untuk mensosialisasikan lembaga, kegiatan pembuatan ILM mengusung tema meliputi pendidikan dan investasi bodong.

Tabel 2.1
Jadwal Penayangan ILM

No	Program	Waktu	Jam Tayang	Freq.	Versi
1.	Pendopo Kang Tejo	Kamis, 4-5-2017	18.00-19.00	1	Pendidikan
2.	Talk Show	Jum'at, 5-5-2017	18.00-19.00	1	Invest Bodong
3.	Jogja Dalam Berita	Sabtu, 6-5-2017	16.30-17.00	1	Pendidikan
4.	Angkringan	Minggu, 7-5-2017	18.00-19.00	1	Invest Bodong
5.	Pangkur Jenggleng	Senin, 8-5-2017	18.00-19.00	1	Pendidikan
6.	Taman Gabusan	Selasa, 9-5-2017	18.00-19.00	1	Invest Bodong
7.	Dialog Hari ini	Rabu, 10-5-2017	18.00-19.00	1	Pendidikan
8.	Pendopo Kang Tejo	Kamis, 11-5-2017	18.00-19.00	1	Invest Bodong
9.	Talk Show	Jum'at, 12-5-2017	18.00-19.00	1	Pendidikan
10.	Jogja Dalam Berita	Sabtu, 13-5-2017	16.30-17.00	1	Invest Bodong
Jumlah				10	

Sumber : Laporan Triwulan ke-2 Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta 2017

3) Sosialisasi Melalui Media lainnya.

Maksud dari media lainnya adalah dimana Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) membuat pesan tersurat melalui media yang berbentuk cetak, seperti koran, buletin, *Leaflet*, *banner*, brosur, kalender dan aksesoris gantungan kunci, sebagai media iklan atau sosialisasi LO DIY yang disebarakan kepada halayak umum.

Gambar 4.1
Buletin Edisi 2017 LO DIY



Sumber : <http://lo-diy.or.id>

Sosialisasi dalam bentuk lainnya pada *Triwulan* kedua tahun 2017 LO DIY mencetak berbagai media pendukung kampanye atau *advokasi*. Maksud dan tujuan sosialisasi melalui media ini adalah untuk memperkenalkan kelembagaan baru LO DIY hasil peleburan dua kelembagaan lembaga ombudsman periode tahun sebelumnya, melakukan usaha-usaha *perventif* untuk meminimalisir permasalahan layanan publik serta lebih mendekatkan pelayanan ke masyarakat.

a) Rubrik Surat Kabar Harian Jogja

Pada tahun 2017 sudah melakukan sosialisasi melalui media surat kabar dengan target tayangan media cetak di Harian Jogja.

Tabel 3.1
 Sosialisasi LO DIY Melalui Surat Kabar

No	Tanggal Tayang	Jenis	Penulis/Narasumber	Judul
1.	27-4-2017	Tuisan	Nur Wening	Tipping, sebuah kultur atau kebutuhan
2.	6-5-2017	Wawancara	Moh. Imam Santoso	LO DIY usul terbitkan menara kamufalse
3.	19-5-2017	Wawancara	Hanum Aryani	Raperda menara terganjal komisi C

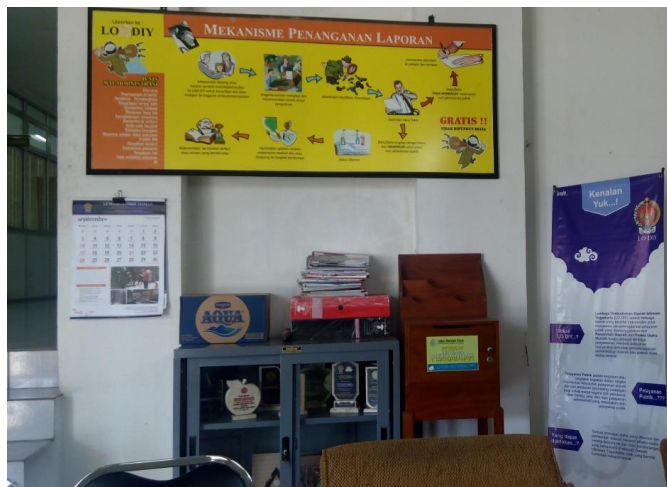
Sumber : Laporan Triwulan ke-2 Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta 2017

b) Cetak media kampanye

Sosialisasi keberadaan LO DIY juga dilakukan dengan membuat berbagai media sosialisasi.

“Kami bersosialisasi melalui media cetak juga seperti kalender leavflat dan semacam brosur”. (Asisten Kabid Sosialisasi, Kerjasama dan penguatan Jaringan Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta, 25 Oktober 2017)

Gambar 5.1
 Kampanye Media Cetak LO DIY
 (Kalender, Banner dan Papan Kampanye)



Sumber : Peneliti

Gambar 5.2
Media Cetak *Leaflet* LO DIY



Sumber : Peneliti

Gambar 5.3
Kampanye Media Cetak LO DIY



Sumber : Peneliti

d. *Controlling*

- 1) Penguatan Jaringan dengan Menghadiri Undangan dan Jejaring Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY)
Kegiatan ini adalah menghadiri undangan dari jejaring Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) yang ada. Merupakan salah satu cara untuk mengawasi aktivitas-aktivitas demi memastikan segala sesuatunya terselesaikan sesuai rencana dalam kegiatan mensosialisasikan LO DIY dan memperkuat jaringan. LO DIY selalu menghadiri undangan dari jejaring yang ada agar supaya terjalin kerjasama yang lebih kuat dengan berbagai kalangan. Dalam *triwulan* kedua LO DIY mengirimkan anggotanya untuk menghadiri undangan sebanyak 40 kali beragam dari tingkat anggota komisioner, asisten dan staf. Data rincian secara detail anggota, asisten dan staf yang menghadiri undangan dari jejaring LO DIY adalah sebagai berikut.

Tabel 4.1
Daftar Undangan Jejaring LO DIY Periode 26 Maret-25 Juni

No	Hari/ Tanggal	Lembaga	Agenda	Kehadiran Personil
1.	Senin, 10 April 2017	Satpol PP DIY	Undangan persiapan pelaksanaan kegiatan pembinaan potensi masyarakat dan Satlinmas DIY tahun 2017	M. Imam Santoso
2.	Selasa- Kamis, 11-13 April 2017	Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu	Undangan rapat koordinasi dan supervisi penyelenggaraan PTSP daerah	Hartoto Adi Mulyo
3.	Rabu, 12	Disperindag	Undangan forum motivasi	Hartoto Adi

	April 2017	DIY	pembentukan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat	Mulyo
4.	Kamis, 13 April 2017	BAPPEDA DIY	Undangan rapat kerja perencanaan pembangunan sector Kominfo 2017	M. Imam Santoso
5.	Kamis, 13 April 2017	Satpol PP DIY	Undangan pembinaan potensi masyarakat dan Satlinmas DIY tahun 2017	M. Imam Santoso
6.	Kamis, 20 April 2017	KPI Daerah DIY	Undangan anugerah penyiaran Indonesia Daerah DIY tahun 2017 Komisi Penyiaran Daerah DIY	Sutrisnowati
7.	Selasa, 18 April 2017	Setda DIY	Undangan koordinasi	Sutrisnowati, Hanum Aryani
8.	Senin, 17 April 2017	DPRD Kota Jogja	Undangan RDPU Pansus pembahasan LKDS Walikota Jogja tahun 2017	Tidak Hadir
9.	Kamis, 20 April 2017	Pemda DIY	Undangan sosialisasi pennerimaan peserta PDRA L VII dan pemberian beasiswa S2 Tamnas tahun 2017 Lenhamnas RI	Hartoto Adi Mulyo
10.	Jum'at, 21 April 2017	Pemda DIY	Undangan Koordinasi tindak lanjut surat dari LO DIY No.669/Eks-LO DIY/2017 tentang permohonan fasilitas	Sutrisnowati
11.	Selasa, 25 April 2017	Pemda DIY	Undangan FGD rancangan Juknis pemberian nama Rupabumi unsur buatan di DIY	M. Imam Santoso, Yustina Setiarini
12.	Kamis, 20 April 2017	Samsara	Undangan ulang tahun Samsara	Tidak Hadir
13.	Selasa, 2 Mei 2017	ORI DIY	Ralat undangan FGD penyelenggaraan layanan parker di tempat wisata DIY	Sutrisnowati
14.	Kamis, 4 Mei 2017	MPM DP Muhammad iyah	Undangan peserta Workshop	Yustina Setiarini
15.	Jum'at, 5 Mei 2017	Biro hokum Setda DIY	Undangan Koordinasi tindak lanjut surat warga jarring 6 RT 4 RW 12 tentang pembangunan perumahan Jogja Godean Hills	Hanum Aryani, Yustina Setiarini
16.	Selasa, 9 Mei	Biro Adm. Kesra dan	Undangan perumusan kebijakan buruh/pekerja rumahan	Ary Daniyulianti

	2017	Kemasyara katan Setda DIY		
17.	Selasa, 9 Mei 2017	PKBI Taman Siswa	Undangan diskusi kultural <i>Pre- Exposure Prophylaxis</i> (Pe Ep)	Shinta
18.	Selasa, 9 Mei 2017	Satpol PP DIY	Undangan rapat pelaksanaan kegiatan pembinaan potensi masyarakat satlinmas DIY tahun 2017	M. Imam Santoso
19.	Jum'at, 12 Mei 2017	Pemda DIY	Undangan penutupan Musrenbang RKPD DIY tahun 2017	Sutrisnowati
20.	Jum'at, 12 Mei 2017	DPD Bantul	Undangan Publik Hearing perubahan Perda No.5 tahun 2016 tentang desa	M. Imam Santoso, Ida, Dhenok
21.	Kamis, 18 Mei 2017	Satpol PP DIY	Undangan pembinaan potensi masyarakat dan Salinmas DIY tahun 2017	M. Imam Santoso
22.	Selasa, 16 Mei 2017	PSKK UGM	Undangan seminar 'Ayo Mbangun Jogja''	Sutrisnowati
23.	Kamis, 18 Mei 2017	DPC PERADI Sleman	Undangan pelantikan Pusat Bantuan Hukum (PBH) DPC Peradi Sleman	Anwar Mazduki
24.	Selasa, 16 Mei 2017	DPRD Bantul	Undangan pembahasan Raperda tentang perubahan kedua atas Perda Kabupaten Bantul No.200 tahun 2011	M. Imam Santoso, Dhenok
25.	Jum'at, 19 Mei 2017	Bappeda DIY	Undangan rapat kerja pembangunan sektor hukum	Sutrisnowati
26.	Jum'at, 19 Mei 2017	IIS UGM	Undangan seminar "World Fair Trade Day" 2017	Yustina Setiarini
27.	Rabu, 24 Mei 2017	Komisi Informasi DIY	Undangan sosialisasi aplikasi SID	M. Imam Santoso
28.	Senin, 22 Mei 2017	Pemda DIY	Undangan pelantikan Bupati dan Walikota oleh Gubernur DIY	Sutrisnowati
29.	Senin, 22 Mei 2017	Setda DIY	Undangan rapat koordinasi membahas pengaduan dari LPBH, NU terkait ijin penambangan pasir di Kulon Progo	Sutrisnowati , Wk
30.	Selasa,	Setda DIY	Undangan penerimaan kunjungan	M. Imam

	23 Mei 2017		DPRD Bantul dalam rangka konsultasi penyusunan Raperda Bantul tentang perubahan atas Perda No.5 tentang pamong desa	Santoso
31.	Jum'at, 26 Mei 2017	Setda DIY	Undangan Koordinasi tindak lanjut surat warga jarring 6 tentang pembangunan Godean Hills	Hanum aryani, Yustina Setiarini
32.	Jum'at, 2 Juni 2017	Setda DIY	Undangan pengukuhan Dewan Pendidikan DIY tahun 2017-2022 Gubernur DIY	Hartoto Adi Mulyo
33.	Selasa, 6 Juni 2017	Setda DIY	Undangan rapat koordinasi penyusunan rancangan Pergub tentang SOP layanan informasi public	M. Imam Santoso
34.	Selasa, 13 Juni 2017	Satpol PP DIY	Undangan rapat pelaksanaan kegiatan pembinaan potensi masyarakat dan Satlinmas tahun 2017	M. Imam Santoso
35.	Kamis, 8 Juni 2017	Desa Panggungharjo, Sewon, Bantul	Undangan FGD "Menelisik Terobosan Desa panggungharjo, politik bersih, <i>good governance</i> dan dorong pemerintah desa pada peningkatan keberdayaan warga"	M. Imam Santoso
36.	Kamis, 15 Juni 2017	BPS DIY	Undangan FGD indeks Demokrasi Indonesia (IDI) DIY	Hartoto Adi Mulyo
37.	Rabu, 14 Juni 2017	ORI DIY	Undangan Workshop sistematis review terhadap pelayanan parkir di kawasan wisata Kota DIY	Sutrisnowati
38.	Rabu, 14 Juni 2017	PUNDI	Undangan FGD Efektivitas Dana BOS	Ikhsanudin M
39.	Selasa, 17 Juni 2017	PKBI DIY	Undangan diskusi DIY Update dan bka bersama	Ikhsanudin M
40.	Kamis, 22 Juni 2017	BPOM DIY	Pertemuan jejaring komunikasi	Hanum Aryani

Sumber : Laporan Triwulan ke-2 Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta 2017

3. Evaluasi

Evaluasi mencakup ke semua program yang direncanakan dan dilaksanakan. Dengan adanya evaluasi suatu program akan diketahui kekurangan dan kelebihan sehingga akan menjadi bahan pertimbangan program selanjutnya untuk meningkatkan kualitas program menjadi lebih baik. Fungsi dari evaluasi adalah menyediakan informasi-informasi yang berguna bagi pihak penyelenggara untuk menentukan kebijakan yang akan diambil berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan. Sedangkan tujuannya adalah untuk memberikan bahan-bahan pertimbangan untuk menentukan atau membuat kebijakan tertentu, yang diawali dengan suatu proses pengumpulan data yang sistemis. Evaluasi terhadap keseluruhan agenda sosialisasi yang telah dilakukan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan semua agenda sosialisasi. Berikut adalah evaluasi yang telah dilakukan Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) periode kepengurusan tahun 2017.

“Evaluasi dilakukan secara *on the spot*, dilihat dari feedback audiens mengenai sosialisasi yang kita sampaikan. Evaluasi dilakukan sebagai perbaikan untuk sosialisasi yang akan dilakukan untuk kedepannya. Kasus disaat evaluasi biasanya mengenai jumlah kehadiran audiens yang tidak banyak, atau sedikitnya pertanyaan dari audiens mengenai sosialisasi yang di sampaikan".(Asisten Kabid Sosialisasi, Kerjasama dan penguatan Jaringan Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta, 25 Oktober 2017)

4. Audiens Sosialisasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY)

Dari penjelasan diatas mengenai sosialisasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) peneliti ingin memaparkan pengaruh akan sosialisasi LO DIY terhadap audiens atau masyarakat yang mengikuti agenda sosialisasi LO DIY. Data responden didapatkan melalui *questionnaire* yang peneliti buat sebelumnya. Setiap agenda sosialisasi yang dilakukan oleh LO DIY pada awal pelaksanaan sosialisasi pembicara terlebih dahulu memperkenalkan Lembaga Ombudsman secara umum kepada audiens. Dilanjutkan dengan pemaparan tugas dan fungsi dari LO DIY. Setelah pembicara selesai memaparkan, selanjutnya akan dibuka sesi interaktif dengan audiens agenda sosialisasi LO DIY. Peneliti telah mengambil empat responden terkait sosialisasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY).

a. Pemahaman Audiens

Pemahaman audiens sosialisasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) muncul ketika dari pihak pertama memberikan informasi kepada pihak kedua tentang keberadaan LO DIY.

“Jika ada orang mengadu rata-rata mengetahuinya melalui mulut kemulut. Dari hal itu kita tidak tahu dari mana orang tersebut mengetahui keberadaan LO DIY melalui media apa yang telah kita buat”.(Asisten Kabid Sosialisasi, Kerjasama dan penguatan Jaringan Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta, 25 Oktober 2017)

Responden pertama Adi Ahidul Fatih seorang Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Program Studi Ilmu Pemerintahan tahun 2012 mengatakan bahwa dirinya mengetahui keberadaan Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) melalui teman kuliah yang melakukan penelitian sebelumnya di LO DIY.

“Saya tau Ombudsma Jogja dari teman. Waktu kumpul bersama teman satu angkatan untuk menentukan judul skripsi, dia mengangkat sebuah judul skripsi mengenai Lembaga Ombudsma DIY. Setelah itu saya coba mencari tahu juga keberadaan Lembaga tersebut melalui Internet”.(Questionnaire, 28 Agustus 2017)

b. Ketertarikan Audiens

Responded selanjutnya Dirham Mustafa seorang Wirausaha mengaku tertarik untuk mengikuti kegiatan Sosialisasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) untuk mengetahui seberapa jauh pelaksanaan pengawasan LO DIY terhadap sektor swasta.

“Sebelumnya Lembaga Ombudsman di Jogja yang saya tahu ada dua, Lembaga Ombudsman Daerah (LOD DIY) dan Lembaga Ombudsman Swasta (LOS DIY). Setelah digabung menjadi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) saya ingin mengetahui bagaimana pengawasan sektor swastanya”.(Questionnaire, 28 Agustus 2017)

Ketertarikan responden mencakup peleburan kedua lembaga sebelumnya, dimana pengawasan Lembaga Ombudsman di Daerah Istimewa Yogyakarta terbagi menjadi dua yakni, pengawasan sektor pemerintahan di tangani oleh Lembaga Ombudsman Daerah (LOD)

dan pengawasan sektor swasta ditangani oleh Lembaga Ombudsman Swasta (LOS).

c. Pencapaian Pesan/Informasi

Pelaksanaan sosialisasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) diawali dengan gambaran umum mengenai Lembaga Ombudsman dan selanjutnya pemaparan mengenai jenis-jenis mal-administrasi dan mekanisme pengaduan yang bisa dilakukan oleh warga atau masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta.

Responden ketiga Ibu Purwo seorang guru pendidikan sekolah swasta mengatakan bahwa pemaparan pesan dari sosialisasi LO DIY mudah untuk dipahami.

“Informasi yang saya dapatkan cukup dimengerti, setelah membicarakan gambaran umumnya tentang Ombudsman, timbul pertanyaan dan telah saya sampaikan dalam sosialisasi mengenai kepengurusan KTP”.(Questionnaire, 28 Agustus 2017)

Begitu juga responden terakhir mengatakan informasi yang didapat mudah untuk dipahami. Ibu Sri seorang Ibu Rumah Tangga mengatakan,

“Sebenarnya saya ingin menanyakan beberapa pertanyaan kepada LO DIY, oleh karena itu saya mengikuti sosialisasinya. Jawaban dari LO DIY sangat dimenerti dan mempermudah untuk saya melakukan pengaduan jika ada kasus kedepan”.(Questionnaire, 28 Agustus 2017)

B. Pembahasan Data

Pada pembahasan ini peneliti akan memaparkan penelitian melalui pengumpulan data yang sebelumnya telah dilakukan di bagian penyajian data. Berdasarkan data yang telah peneliti dapatkan dari Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY), baik dari hasil wawancara dan dokumen yang menjadi arsip dari Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY), dapat diketahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh LO DIY dalam sosialisasi fungsi kelembagaannya periode tahun 2017. Dalam pembahasan ini peneliti memaparkan keseluruhan data yang terbagi menjadi tahap perencanaan strategi komunikasi, tahap pelaksanaan strategi komunikasi dan tahap evaluasi strategi komunikasi.

1. Perencanaan Strategi Komunikasi

Dalam hal ini peneliti akan memaparkan langkah-langkah untuk melihat strategi komunikasi yang dilakukan oleh Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) mengenai sosialisasi tugas dan fungsi kelembagaannya pada periode tahun 2017 yang telah dilakukan. Dengan demikian diharapkan peneliti dapat mengetahui sejauh mana keberhasilan LO DIY dalam melakukan sosialisasi, dimulai dari tahap perencanaan penanggung jawab sosialisasi, tujuan dan fungsi sosialisasi, target sosialisasi, pesan sosialisasi dan anggaran sosialisasi.

a. Penanggung Jawab Sosialisasi

Manajemen merupakan hal yang vital dalam membuat strategi, manajemen sebagai sebuah proses yang khas dan terdiri dari tindakan–

tindakan seperti perencanaan, pengorganisasian, pengaktifan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya (Ruslan, 2005:01). Meninjau kembali Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) dalam hal perencanaan strategi komunikasi yaitu penanggung jawab sosialisasi, sebagaimana masuk dalam hal pengawasan secara langsung berada dibawah kendali divisi Bidang Sosialisasi, Kerjasama dan Penguatan Jaringan (SKPJ) Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) yang dipimpin oleh Bapak Moh. Imam Santoso, S.IP (Kapokja SKPJ LO DIY). Dalam pelaksanaan agenda sosialisasi, Kepala Bidang Sosialisasi, Kerjasama dan Penguatan Jaringan (SKPJ) Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) menerima hasil laporan dari asisten SKPJ berupa catatan pelaksanaan agenda sosialisasi yang telah dilakukan, selanjutnya laporan tersebut akan diproses oleh Kabid SKPJ untuk penyusunan laporan akhir LO DIY. Menurut peneliti manajemen yang sudah dibentuk oleh Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) dalam pelaksanaan sosialisasi sudah sangat baik, karena hal ini bisa dikatakan sebagai *opportunities* atau peluang sebuah analisis perencanaan strategi dalam agenda sosialisasi melalui pemanfaatan sumber daya manusia yang dimiliki lembaga sehingga melibatkan unsur dari pihak internal LO DIY sendiri.

b. Tujuan dan Fungsi Sosialisasi

Setelah menentukan manajemen dalam sosialisasi, perencanaan strategi komunikasi selanjutnya yaitu menentukan tujuan dan fungsi sosialisasi. Menurut Nurul Luthfiana Shinta Arifin Putri selaku asisten Kepala Bidang Divisi Sosialisasi, Kerjasama dan Penguatan Jaringan (SKPJ) Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY), mengatakan bahwa sosialisasi LO DIY memiliki tujuan dan fungsi untuk memperkenalkan Lembaga Ombudsman kepada seluruh kalangan masyarakat khususnya di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Peneliti berpendapat perencanaan yang sudah dicanangkan oleh LO DIY dalam menentukan tujuan dan fungsi sosialisasi sudah tepat karena data yang peneliti dapatkan saat *study* kasus penelitian telah ditemukan ancaman (*threats*) dari LO DIY berupa *statement* yang menyatakan bahwasannya masih banyak masyarakat DIY yang belum mengetahui keberadaan LO DIY baik dari segi tugas maupun fungsi kelembagaan. Dengan demikian sudah tepat apabila agenda sosialisasi memiliki tujuan dan fungsi untuk memperkenalkan kelembagaan LO DIY kepada seluruh kalangan masyarakat khususnya di wilayah DIY.

c. Target Sosialisasi

Perencanaan selanjutnya yaitu menentukan Target sosialisasi. James L. Mursell mengemukakan (Widjadja, 2000:131) bahwa komunikasi yang bermakna dan efektif tergantung pula pada hubungan antara

komunikator dan komunikan serta kepada siapa komunikasi itu ditujukan. Sasaran ini perlu diketahui untuk memahami situasi dari sasaran tersebut.

Target sosialisasi LO DIY merupakan untuk semua kalangan. Pada periode tahun 2017 LO DIY melakukan sosialisasi sekaligus kerjasama dengan Ikatan Guru Indonesia (IGI) karena guru akan lebih mudah untuk menyebarkan informasi atau pesan melalui sekolah maupun lingkungan masyarakat. Melalui *by request* LO DIY melakukan sosialisasi di wilayah penduduk desa yang beralamat di Kecamatan Turi Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Selanjutnya LO DIY melakukan sosialisasi dengan Lembaga Negara yaitu Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Ketenagakerjaan (BPJS Ketenagakerjaan). Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) juga tidak luput dari target sosialisasi LO DIY. Pemilihan target sosialisasi ini bukan tanpa alasan, mengingat masyarakat DIY masih banyak yang tidak mengetahui tentang keberadaan LO DIY, oleh karena itu upaya pemilihan target sosialisasi LO DIY mencakup dari seluruh kalangan masyarakat, lembaga/organisasi pemerintah maupun swasta. Menurut peneliti *opportunities* atau peluang yang dimiliki LO DIY dalam pemilihan target sosialisasi dengan pihak-pihak terkait sudah sangat bagus sebagaimana penyampaian pesan sosialisasi dapat berkesinambungan melalui pihak pertama, kedua dan seterusnya,

mengingat dalam hal lain LO DIY merupakan lembaga yang masih belum banyak diketahui oleh *public*.

d. Pesan Sosialisasi

Sosialisasi akan berhasil apabila ada pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi antara komunikator kepada komunikan. Pesan tersebut disampaikan kepada audiens sebagai bentuk upaya untuk mempengaruhi audiens dalam agenda sosialisasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY). Dalam merumuskan pesan itu sendiri membutuhkan pemecahan empat masalah yaitu, apa yang dikatakan, bagaimana mengatakannya secara logis (pesan lisan), bagaimana mengatakan secara simbolis (pesan tertulis), dan siapa saja yang harus mengatakannya. Pesan yang disampaikan dapat mencerminkan siapa yang membawa pesan tersebut. Jika pesan yang disampaikan baik, maka respon yang didapat pun juga akan baik. Widjadja (2000:109) mengatakan bahwa Komunikasi berlangsung untuk memberikan / menyampaikan pesan yang dapat dimengerti / diterima, sehingga pesan – pesan dapat dimengerti, dipahami dan menjadi jelas. Dengan komunikasi yang baik mengharapkan orang lain dapat menerima pokok pikiran tersebut dan dapat melakukan penyesuaian dalam partisipasi masyarakat.

Pesan sosialisasi yang disampaikan Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) kepada audiens adalah gambaran umum mengenai keberadaan, tugas dan fungsi kelembagaan LO DIY.

Pemaparan selanjutnya disambung dengan keberadaan kasus-kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang dapat diadukan oleh audiens kepada LO DIY sehingga akan timbul *feedback* dari para audiens sosialisasi berupa pendapat, aduan dan pertanyaan terkait kasus ataupun kelembagaan LO DIY. Dalam proses ini menurut kaca mata peneliti pesan sosialisasi yang dirancang dan disampaikan oleh LO DIY sudah sesuai dengan kaidah komunikasi. Karena dalam analisis perencanaan strategi merupakan bagian dari kekuatan atau *strength* dimana dalam pesan tersebut sudah memenuhi unsur siapa dan bagaimana cara menyampaikan pesan yang baik, sehingga menimbulkan *feedback* yang baik pula dari komunikan.

e. Anggaran Sosialisasi

Salah satu unsur penting dalam strategi perencanaan sosialisasi adalah anggaran, tanpa anggaran sosialisasi tidak bisa dijalankan melainkan hanya sebuah ide yang berhenti. Anggaran sosialisasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (Pemda DIY), juga bersumber dari sponsor jejaring lembaga/intansi terkait yang bekerja sama dengan LO DIY. Dalam perjalanannya anggaran dari Pemda DIY belum bisa menutup semua kebutuhan sosialisasi, menurut Asisten Kepala Bidang Sosialisasi, Kerjasama dan Penguatan Jaringan Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (Kabid SKPJ LO DIY) anggaran

dikatakan terbatas, agenda sosialisasi berbayar hanya dilaksanakan sebanyak empat kali dalam kurun waktu satu tahun, selebihnya pelaksanaan agenda sosialisasi mendapatkan anggaran dari jejaring lembaga/intansi terkait yang bekerjasama dengan LO DIY dalam pelaksanaan agenda sosialisasi. Hal ini merupakan kelemahan atau *weakness* yang ada pada analisis perencanaan strategi.

Nainggolan mengatakan (2005:1) bahwa lembaga di dalam masyarakat terbagi menjadi dua jenis, yaitu profit dan non-profit. Berbicara mengenai lembaga nirlaba atau lembaga non-profit seperti halnya LO DIY adalah suatu institute yang bersasaran pokok untuk mendukung suatu isu atau perihal di dalam menarik perhatian publik untuk suatu tujuan yang tidak komersil, tanpa ada perhatian terhadap hal-hal yang bersifat mencari laba. Lembaga nirlaba merupakan suatu lembaga atau kumpulan dari beberapa individu yang memiliki tujuan tertentu dan bekerja sama untuk mencapai tujuan tadi, dalam pelaksanaannya kegiatan yang mereka lakukan tidak berorientasi pada pemupukan laba atau kekayaan semata. Bagi peneliti yang menjadi catatan adalah terbatasnya anggaran yang dikeluarkan oleh Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (Pemda DIY). Harapan kedepan dalam kinerja sosialisasi LO DIY di tahun mendatang akan ada penambahan anggaran yang turun dari Pemda DIY guna kelancaran LO DIY dalam melaksanakan program kerja.

2. Pelaksanaan Strategi Komunikasi

Pelaksanaan strategi komunikasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) dalam proses agenda sosialisasi merupakan sebuah kegiatan komunikasi sebagai suatu proses pengiriman dan penyampaian pesan baik berupa verbal maupun non verbal oleh seseorang kepada orang lain untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media. Komunikasi yang baik harus disertai dengan adanya jalinan pengertian antara kedua belah pihak (pengirim dan penerima), sehingga yang dikomunikasikan dapat dimengerti dan dilaksanakan. Seperti yang diungkapkan oleh James L. Mursell (Widjadja, 2000:131) agar komunikasi itu bermakna dan efektif perlu memperhatikan fokus tertentu. Fokus ini berguna agar penyampaian pesan tetap pada media yang digunakan.

Sebagai tindakan manajemen, strategi komunikasi LO DIY dalam pelaksanaan agenda sosialisasi telah melakukan tindakan memimpin, menangani, mengatur, atau membimbing staf dan divisi terkait dalam mengatur pelaksanaan agenda sosialisasi. Manajemen sebagai sebuah proses yang khas dan terdiri dari tindakan-tindakan seperti perencanaan, pengorganisasian, pengaktifan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya (Ruslan, 2005:01).

Fungsi manajemen (*Planning, Organizing, Leading, Controlling*) yang diterapkan oleh LO DIY menurut peneliti pada agenda sosialisasi sudah sangat efektif mengingat dalam pelaksanaan strategi komunikasi LO DIY memperhatikan fokus tertentu dalam manajemen. Secara perincian, manajemen pelaksanaan strategi komunikasi LO DIY dalam mengubah strategi yang telah direncanakan menjadi tindakan meliputi media sebagai berikut :

a. *Planning*

1) Audiensi dan Kerjasama

Sesuai dengan amanat Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta (Prgub DIY) No. 69 tahun 2014 tentang organisasi dan tata kerja Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) pasal 8 sebagaimana melakukan koordinasi dan kerja sama dengan berbagai lembaga, baik pemerintah maupun badan usaha, dalam rangka mendorong dan mewujudkan pemerintahan daerah yang bersih dan bebas dari korupsi, kolusi, nepotisme, penyalahgunaan wewenang, atau jabatan, tindakan sewenang-wenang dan penyimpangan usaha. Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) melakukan audiensi dengan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Bantul DIY guna *investigasi* kasus beroperasinya ratusan menara telekomunikasi bersama di Kabupaten Bantul yang tanpa memiliki izin. Banyaknya keluhan dari masyarakat terkait menara telekomunikasi yang dinilai

melanggar, membuat Lembaga Ombudsman DIY angkat bicara. Komisioner Lembaga Ombudman DIY, Imam Santoso menyatakan banyak perusahaan pemilik menara telekomunikasi yang melanggar peraturan terkait perizinan dan aturan zona pendirian menara tersebut.

Pengertian komunikasi secara *terminologis* (Uchjana, 1992:3) mengatakan bahwa komunikasi yang berarti penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Salah satu sistem sosial yang ada didalam suatu fungsi komunikasi adalah sosialisasi. Sosialisasi akan mencapai hasil yang diharapkan apabila melalui proses komunikasi. Komunikator harus dapat mempengaruhi dan mengubah perilaku orang lain (khalayak). Menurut peneliti, strategi komunikasi LO DIY melalui media audiensi dan kerjasama yang telah dilakukan sudah sangat baik, mengingat audiensi yang dilakukan dengan DPRD Bantul merupakan fungsi manajemen untuk menentukan tujuan-tujuan dan ditindak lanjuti sesuai rencana yang dibuat. Hal ini merupakan aduan yang bersumber dari masyarakat, sebagaimana LO DIY telah mempengaruhi dan merubah prilaku khalayak dalam agenda sosialisasi sehingga masyarakat ikut andil dan bertapisipasi mengenai kasus yang ada dan mengadukannya kepada LO DIY. Melakukan jalinan yang seimbang diharapkan terjadi kemitraan yang baik guna

mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik dan bersih serta tata kelola usaha swasta yang beretika dan berkelanjutan di DIY.

b. *Organizing*

1) Sosialisasi Langsung di Masyarakat

Widjadja (1986:1) mengatakan komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan – kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau diartikan pula sebagai saling tukar menukar pendapat. Komunikasi dapat juga diartikan hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok. Seperti halnya pelaksanaan sosialisasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) melalui media sosialisasi langsung kepada masyarakat dalam pelaksanaan strategi komunikasi yang telah dilakukan. Menurut kacamata peneliti LO DIY melakukan sosialisasi langsung kepada masyarakat sudah sangat baik, karena dalam pelaksanaannya masuk dalam tahap fungsi manajemen yaitu *organizing* sebagaimana menentukan pekerjaan yang harus dilakukan. Pada tahun 2017 agenda sosialisasi di Aula Sargedede Kampus 2 Universitas Ahmad Dahlan (UAD) Unit B menuai banyaknya *feedback* dari para audiens sosialisasi. *Feedback* berupa pertanyaan mencakup pemaparan dari pembicara LO DIY dimana hal tersebut merupakan kontak antara kelompok atau diartikan pula sebagai saling tukar menukar pendapat.

c. *Leading*

1) Sosialisasi Melalui Media Radio

Pelaksanaan strategi komunikasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) telah menggandeng stasiun radio lokal Yogyakarta sebagai media *partner* untuk melaksanakan agenda sosialisasi. Stasiun radio yang menjadi media *partner* LO DIY dalam melaksanakan agenda sosialisasi adalah stasiun radio RRI FM dan radio Jogja Family FM. Narasumber agenda sosialisasi LO DIY pada penyiaran radio merupakan Kepala Bidang Sosialisasi, Kerjasama dan Penguatan Jaringan (Kabid. SKPJ) Bapak Imam Santoso dan Kepala Bidang Evaluasi dan Monitoring LO DIY Bapak Hartoto Adi Mulyo. Melalui pemaparan narasumber dalam sosialisasi melalui radio telah menuai banyak tanggapan dari para pendengar, akan hal tersebut peneliti memiliki catatan jika stasiun radio sebagai media *partner* LO DIY lebih banyak dan didalam program penyiarannya dikemas dengan menarik maka pendengar akan lebih banyak dan antusias untuk memutar saluran radio yang memiliki program siaran dengan LO DIY, sehingga khalayak mulai mengetahui keberadaan lembaga tersebut.

2) Sosialisasi Melalui Media Televisi

Strategi komunikasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) dalam sosialisasi melalui media selanjutnya

adalah Televisi. Tidak hanya media radio, televisi lokal Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan media siaran kedua sebagai sarana agenda sosialisasi yang telah dilaksanakan. LO DIY menggandeng TVRI sebagai stasiun televisi lokal DIY untuk menjadi *partner* penyiaran sosialisasi. Dalam penayangannya, LO DIY membuat suatu program tayangan berupa Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dan program penayangan *talkshow*. Perlu dicatat bahwa penayangan program tersebut diputar sebanyak sepuluh kali dalam waktu sepuluh hari berturut turut, akan hal tersebut LO DIY perlu menambah jam waktu penayangan agar dalam jangka waktu satu tahun program penayangan lebih meningkat jumlah penontonnya.

3) Sosialisasi Melalui Media lainnya

Sama seperti media radio dan televisi, LO DIY memiliki media *partner* dengan media cetak lokal Yogyakarta, sosialisasi LO DIY dilakukan melalui rubrik surat kabar Harian Jogja. Sementara media lainnya yang dimaksudkan adalah strategi komunikasi Lembaga Ombudsman Daerah istimewa Yogyakarta (LO DIY) membuat suatu pesan tersurat berbentuk cetak seperti buletin, *Leaflet*, *banner*, brosur, kalender dan aksesoris gantungan kunci, sebagai media iklan atau kampanye dalam hal sosialisasi LO DIY yang disebarakan kepada halayak umum. Pada *Triwulan* kedua tahun 2017 LO DIY mencetak berbagai media pendukung

kampanye atau *advokasi*. Awalnya media tersebut dibuat untuk memberi informasi kepada masyarakat akan peleburan dua lembaga sebelumnya yaitu Lembaga Ombudsman Daerah (LOD) DIY dan Lembaga Ombudsman Swasta (LOS) DIY menjadi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY). Menurut peneliti sosialisasi melalui media tersebut sangat baik, karena dalam penyebaran informasi akan lebih mudah dan efisien, hal yang menarik khalayak umum adalah pembuatan gantungan kunci dan kalender sebagaimana dapat digunakan oleh masyarakat.

d. *Controlling*

1) Penguatan Jaringan dengan Menghadiri Undangan dan Jejaring Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY)

Kegiatan ini adalah fungsi tindakan manajemen melalui media sosialisasi terahir Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) dalam pelaksanaan strategi komunikasi. Dengan menghadiri undangan dari jejaring yang ada merupakan salah satu cara untuk mensosialisasikan LO DIY dan memperkuat jaringan atau kerjasama dengan instansi lainnya. LO DIY selalu menghadiri undangan dari jejaring yang ada agar terjalin kerjasama yang lebih kuat dengan berbagai kalangan. Menurut peneliti strategi komunikasi dengan cara ini sangat baik, karena semakin banyak jejaring yang dimiliki LO DIY akan menjadi *partner*

kedepan untuk bisa saling membantu mengenai kinerja yang dilakukan.

3. Evaluasi Strategi Komunikasi

Setelah strategi komunikasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) dalam bidang sosialisasi telah dilaksanakan secara keseluruhan, selanjutnya peneliti ingin memaparkan evaluasi dari pelaksanaan strategi LO DIY tersebut. Menurut Umar (2005:36) evaluasi yaitu suatu proses untuk menyediakan informasi tentang sejauh mana suatu kegiatan tertentu telah dicapai, bagaimana perbedaan pencapaian itu dengan suatu standar tertentu untuk mengetahui apakah ada selisih diantara keduanya, serta bagaimana unjuk kerja manfaat–manfaat yang ditawarkan itu bila dibandingkan dengan harapan – harapan yang ingin diperoleh. Ada beberapa model yang dapat dipakai dalam melakukan evaluasi. Salah satunya yaitu model evaluasi UCLA (*University of Clifornia in Los Angeles*) membagi evaluasi ke dalam lima macam, yaitu sebagai :

- a. *System assesment*, yaitu evaluasi yang memberikan informasi tentang keadaan atau posisi suatu sistem.
- b. *Program planning*, yaitu evaluasi yang membantu pemilihan aktivitas –aktivitas dalam program tertentu yang mungkin akan berhasil memenuhi kebutuhannya.

- c. *Program implementation*, yaitu evaluasi yang menyiapkan informasi apakah program sudah diperkenalkan kepada kelompok tertentu yang tepat seperti yang direncanakan.
- d. *Program improvement*, yaitu evaluasi yang memberikan informasi tentang bagaimana program berfungsi, bagaimana program bekerja, bagaimana mengantisipasi masalah–masalah yang mungkin dapat mengganggu pelaksanaan kegiatan.
- e. *Program certification*, yaitu evaluasi yang memberikan informasi mengenai nilai atau manfaat program (Umar, 2005:41– 42).

Berdasarkan sumber data evaluasi dari Shinta Luthfiani selaku Asisten Kepala Bidang Sosialisasi, Kerjasama dan Penguatan Jaringan (SKPJ) LO DIY sebagai pelaksana kegiatan sosialisai, diperoleh catatan yang dapat diapresiasi bagus dan catatan tersebut perlu mendapat perhatian serius agar pelaksanaan agenda sosialisasi LO DIY selanjutnya dapat lebih baik seperti yang diharapkan. Sejauh ini penempatan sosialisasi LO DIY diutamakan pada wilayah yang lebih jarang dilakukan sosialisasi. Dapat dilihat dari banyaknya aduan masyarakat kepada LO DIY mengenai kasus di suatu wilayah yang terjadi. Dari hal tersebut LO DIY dapat melihat mengenai masyarakat yang berfikir kritis atau bahkan tidak mengetahui adanya Lembaga Ombudsman di DIY. Berdasarkan pengamatan peneliti evaluasi yang dilakukan LO DIY sudah sangat baik, karena mengacu kepada teori lima model evaluasi menurut UCLA (*University of Clifornia in Los Angeles*) yakni *System assasment, Program*

planning, Program implementation, Program improvement, Program certification.

4. Audiens Sosialisasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY)

Pada poin ini peneliti akan memaparkan pengaruh strategi komunikasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) dalam sosialisasi mengenai fungsi kelembagaannya terhadap masyarakat atau audiens agenda sosialisasi LO DIY. Meninjau kembali dalam keseluruhan pelaksanaan strategi komunikasi LO DIY, peneliti telah mengkaji data responden audiens sosialisasi LO DIY yang didapatkan secara langsung melalui wawancara pada tanggal 28 Agustus 2017. Peneliti telah mengambil empat responden terkait sosialisasi LO DIY dimana setiap responden memberikan jawaban mengenai pemahaman, ketertarikan dan pencapaian pesan atau informasi yang didapat melalui sosialisasi LO DIY yang telah diikuti.

Sebagian besar khususnya masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) mengetahui keberadaan LO DIY berasal dari pihak kedua. Ketertarikan masyarakat DIY untuk mengikuti agenda sosialisasi LO DIY karena ingin mengetahui seberapa jauh pelaksanaan pengawasan LO DIY terhadap sektor swasta. Ketertarikan responden mencakup peleburan kedua lembaga sebelumnya, dimana pengawasan Lembaga Ombudsman di Daerah Istimewa Yogyakarta terbagi menjadi dua yakni, pengawasan sektor pemerintahan di tangani oleh Lembaga Ombudsman

Daerah (LOD) dan pengawasan sektor swasta ditangani oleh Lembaga Ombudsman Swasta (LOS). Perlu menjadi catatan bahwa masyarakat kalangan wirausaha lebih mengetahui keberadaan LO DIY dilihat dari sebelum Lembaga Ombudsman daerah dan Lembaga Ombudsman Swasta dilebur menjadi satu. Peleburan kedua lembaga tersebut menimbulkan ketertarikan masyarakat kalangan wirausaha untuk mengetahui perkembangan pengawasan LO DIY dalam sektor bidang swasta. LO DIY dalam menyampaikan pesan sosialisasi sangat mudah dipahami oleh audiens, sebagaimana meninjau kembali perencanaan strategi komunikasi LO DIY dalam mengolah pesan dengan memaparkan gambaran umum LO DIY dan disambung dengan kasus-kasus aduan yang terjadi pada masyarakat.