STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* LEMBAGA OMBUDSMAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM MELAKUKAN PENGAWASAN TERHADAP PENYELENGGARAAN PELAYANAN PUBLIK

PUBLIC RELATIONS STRATEGIES OF OMBUDSMAN INSTITUTE IN YOGYAKARTA SPECIAL REGION TO IMPROVE PUBLIC PARTICIPATION IN OVERSEEING PUBLIC SERVICE IMPLEMENTATION

Oleh: Ikhsanudin Muchlis, Universitas Negeri Yogyakarta, ikhsanudinmc@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan memahami pelaksanaan strategi *public relations* di Lembaga Ombudsman DIY untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mengawasi penyelenggaraan pelayanan publik dan mengetahui hambatan dalam pelaksanaannya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, dokumentasi, dan observasi. Pemeriksaan keabsahan data dilakukan melalui metode triangulasi sumber. Proses analisis data mencakup pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan strategi *public relations* di Lembaga Ombudsman DIY untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan pelayanan publik dilaksanakan melalui beberapa program yaitu kegiatan audit sosial, kegiatan publikasi, sosialisasi langsung, sosialisi melalui media massa, melaksanakan konferensi pers, melakukan tanggung jawab sosial humas, mengadakan audiensi, melakukan koordinasi dan integrasi ke lembaga eksternal, serta mendorong terbentuknya *internal complain*. Hambatan dalam pelaksanaan strategi tersebut adalah minimnya sumber daya pendukung, kondisi internal lembaga yang kurang kompak, dan dukungan dari pemerintah daerah yang masih kurang.

Kata kunci: Strategi, *public relations,* partisipasi

Abstract

The purpose of this research was to analyze about the implementation of public relations strategy Ombudsman Institute in Yogyakarta Special Region in order to improve public participation in overseeing the implementation of public services and analyzed the obstacles of its implementation. This research used descriptive qualitative method. Data was collected by using interview and observation. Data validity checking was done through source triangulation method. The process of data analysis included data collections, data reduction, data presentation, and conclusion. The results showed that the implementation of public relations strategies in Yogyakarta Special Region Ombudsman Institute to improve the public participation in overseeing public services implemented through several programs; 1) the activities of the social audit, 2) publication activities, 3) direct socialization, 3) mass media socialization, 4) press conferences, 5) undertake responsibility social PR, 6) public hearings, 7) coordination and integration to external agencies, 8) encourage the formation of internal complaints. The obstacles in the implementation of these strategies were lack of resources, less synergic of internal institution conditions, and lack of local government support.

Keywords: strategy, public relations, participation

PENDAHULUAN

Penyelenggaraan pemerintahan yang adil, transparan, efektif, dan efisien merupakan dambaan bagi seluruh masyarakat Indonesia. Namun pada kenyataannya, masih banyak dijumpai kasus-kasus pelanggaran dalam penyelenggaraan pemerintahan salah satunya terkait pelayanan publik. Berbagai pelanggaran dalam penyelenggaraan pemerintahan tersebut pada akhirnya mengarah kepada tindakan maladministrasi. Menurut Hendra Nurtjahjo (2013: 4) secara umum maladministrasi diartikan sebagai Perilaku atau perbuatan melawan hukum dan etika dalam suatu proses administrasi pelayanan publik, yakni meliputi penyalahgunaan wewenang/ jabatan, kelalaian dalam tindakan dan pengambilan keputusan, pengabaian kewajiban hukum, melakukan penundaan berlarut, tindakan diskriminatif, permintaan imbalan, dan lain-lain yang dapat dinilai sekualitas dengan kesalahan tersebut.

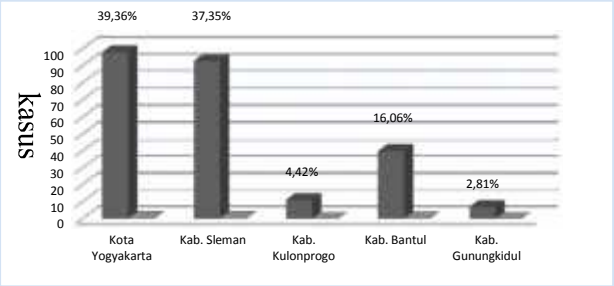
Untuk menekan timbulnya kasus maladministrasi tersebut maka pemerintah membentuk suatu lembaga yang memiliki fungsi untuk melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraaan pelayanan publik baik yang dilaksanakan langsung oleh pemerintah maupun oleh pihak swasta yang melakukan fungsi pelayanan publik. LO DIY merupakan lembaga pengawas eksternal berdasarkan Peraturan Gubernur No. 69 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebagai lembaga yang menjalankan fungsi pengawasan, prinsip kerja LO DIY pada dasarnya adalah berdasarkan aduan atau laporan dari masyarakat. Oleh sebab itu partisipasi masyarakat dalam menunjang dan mensukseskan tujuan LO DIY sangatlah penting.

Partisipasi masyarakat terhadap LO DIY berupa keikutsertaan masyarakat dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan LO DIY dalam upaya untuk melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan pelayanan publik seperti pelatihan audit sosial, penyuluhan dan sosialisasi. Kemudian, partisipasi masyarakat juga dilakukan dengan ikut mengevaluasi penyelenggaraan pemerintahan dan tata kelola usaha swasta yang diwujudkan dengan melaporkan setiap tindakan-tindakan maladministrasi dalam pelayanan publik yang mereka lihat atau bahkan mereka alami secara langsung kepada Lembaga Ombusdman.

Dalam rangka miningkatkan tingkat partisipasi tersebut, LO DIY perlu membangun hubungan baik dengan publik sasarannya. Oleh sebab itu, LO DIY melaksanakan kegiatan *public relations* melalui Bidang Sosiasisasi, Kerjasama, dan Penguatan Jaringan (SKPJ). Menurut Yosal Irianta (2004:44), tujuan dari aktivitas *Public Relations* yang dijalankan organisasi adalah membangun pemahaman publik terhadap organisasi sehingga dapat terbangun hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya dan terpelihara pulalah citra organisasi tersebut. Pelaksanaan strategi *public relations* di LO DIY mengacu kepada rencana strategis yang telah dibuat untuk satu periode kepengurusan.

Selama periode pertama tahun 2015, kinerja Bidang SKPJ dalam melaksanakan fungsi *public relations* belum maksimal. Berdasarkan Laporan LO DIY tahun 2015, jumlah total aduan yang diproses LO DIY pada tahun 2015 yang hanya berjumlah 91 kasus atau masih kurang dari ideal berdasarkan kuota anggaran yakni 100

kasus tiap tahunnya. Sementara itu pada tahun 2015 juga diketahui bahwa cakupan wilayah kerja LO DIY kurang merata dikarenakan minimnya pengetahuan masyarakat mengenai fungsi keberadaan LO DIY terutama di Kabupaten Gunungkidul dan Kabupaten Kulonprogo, seperti yang terlihat pada tabel berikut ini :



Gambar 1. Kasus per Wilayah Tahun 2015

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengaduan kasus dan konsultasi di Kota Yogyakarta terbanyak yakni sebesar 98 kasus atau 39,36%. Kabupaten Sleman sebanyak 93 kasus atau 37,35%, Kabupaten Bantul sebanyak 16,06% atau 40 kasus. Kabupaten Kulonprogo serta Gunungkidul hanya memberikan kontribusi sebanyak 11 kasus (4,42%) dan 7 kasus (2,81%). Jumlah tersebut adalah keseluruhan kasus pada tahun 2015 ditambah tinggalan kasus pada periode sebelumnya. (*Sumber* : Laporan Tahunan LOD DIY Tahun 2015)

Berdasarkan beberapa permasalahan yang diuraikan di atas, maka dapat dikatakan bahwa pelaksanaan strategi *public relations* di LO DIY belum berjalan dengan maksimal. Untuk itu perlu dikaji lebih dalam terkait permasalahan tersebut. Maka, dalam penelitian ini melihat bagaimana pelaksanaan strategi *Public Relations* Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan pelayanan publik.

Penelitian ini melakukan analisis terhadap pelaksanaan strategi *public relations* di LO DIY berdasarkan teori strategi *public relations* oleh Rosady Ruslan (2010: 142) yang menjelaskan bahwa dalam rangka menciptakan iklim yang kondusif dalam mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi antara pejabat Humas dan masyarakat (publik sasaran) untuk mencapai tujuan bersama maka dapat diwujudkan melalui beberapa aspek pendekatan atau strategi *Public Relations* yang meliputi strategi operasional, pendekatan persuasif dan edukatif, pendekatan tanggung jawab sosial humas, pendekatan kerja sama, pendekatan koordinatif dan integratif.

Dengan terlaksananya strategi *public relations* yang dijalankan LO DIY diharapkan akan meningkatnya partisipasi masyarakat dalam melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan pelayanan publik sehingga kasus maladministrasi dapat ditekan serta akan memacu peningkatan penyelenggaraan pelayanan publik khususnya di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini mengambil tempat di kantor Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) yang beralamat di Jl. Tentara Zeni Pelajar No.1-A, Yogyakarta dan dilaksakan mulai tanggal 10 November 2016 sampai 15 Februari 2017.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian yang bertindak sebagai pemberi informasi dalam penelitian ini antara lain:

a. Ketua Bidang Sosialisasi, Kerjasama, dan Penguatan Jaringan LO DIY, Bapak Muh. Imam Santoso, S.IP.
b. Ketua Bidang Monitoring dan Evalusasi (MONEV), Bapak Hartoto Adi Mulyo, S.Pi.
c. Asisten Bidang Penelitian, Pengembangan dan Hubungan Kelembagaan (Litbang), Ibu Dhenok Panuntun T.S.A., S.H., M.H.
d. Masyarakat pengguna layanan aduan Lembaga Ombudsman DIY
   1) Ibu Diana Kartika
   2) Bapak Suparyadi

Subjek penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah orang yang mampu memberikan keterangan terkait pelaksaanan strategi *Public Relations* di Lembaga Ombudsman DIY.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan adalah data Primer yang diperoleh melalui wawancara dan observasi di lokasi penelitian. Selain itu, sumber data Sekunder diperoleh melalui Laporan Tahunan LO DIY, Jurnal lembaga, buletin, serta dokumen lain.

Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri. Peneliti sebagai *human instrument* berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih subjek penelitian, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data dan membuat kesimpulan atas beberapa temuan.

Teknik Analisis Data

Untuk mengecek keabsahan data, peneliti menggunakan teknik pemeriksaan triangulasi sumber. Peneliti melakukan triangulasi sumber dengan cara membandingkan pendapat dari tiga informan berbeda, yakni dari Bidang SKPJ, Bidang Monev, Bidang Litbang, serta dari Masyarakat. Kemudian data-data yang ada dibandingkan pula dengan hasil observasi di lapangan. Setelah data di lapangan dinilai sudah valid, peneliti membandingkannya lagi dengan dokumen-dokumen pendukung.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi data pengumpulan data, reduksi data, penyajian data (*display data*), dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, berikut adalah pembahasan terkait pelaksanaan *public relitons* di LO DIY kaitannya untuk meningkatkan pertisipasi masyarakat dalam melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan pelayanan publik.

Strategi operasional

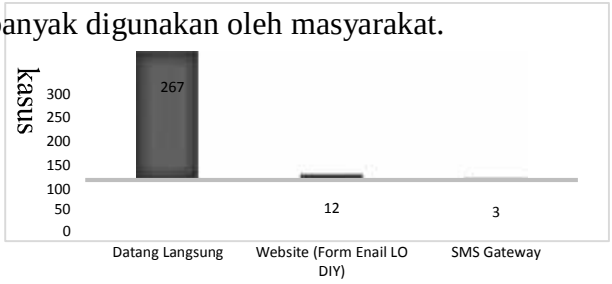
Terdapat berbagai upaya yang dilakukan LO DIY untuk mendekatkan diri kepada masyarakat sekaligus medorong kesadaran masyarakat untuk ikut berpartisipasi untuk melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Rosady Ruslan (2010: 142) bahwa strategi operasional dilaksanakan melalui pelaksanaan program kehumasan yang dilakukan dengan pendekatan

kemasyarakatan (*sociology approach*). Strategi tersebut dilaksanakan melalui beberapa program salah satunya dengan kegiatan Audit Sosial. Audit Sosial yang dilakukan LO DIY merupakan upaya memberikan pemahaman kepada masyarakat untuk mengkritisi penyelenggaraan pemerintahan dan pelayanan publik.

Kegiatan Audit Sosial tersebut dilakukan dalam bentuk bimbingan tehnis (bimtek) dengan memberikan pemahaman kepada masyarakat untuk mengkritisi penyelenggaraan pemerintahan dan pelayanan publik serta mendorong masyarakat untuk melakukan audit sosial terhadap pelayanan publik yang diberikan oleh pemerintah maupun swasta yang melaksanakan fungsi pelayanan publik. Dalam pelaksanaan kegiatan audit sosial, terhitung dari 6 kali kegiatan selama periode kedua tahun 2016, LO DIY dua kali melaksanakan kegiatan tersebut langsung di masyarakat, yaitu di Kelurahan Palihan, Temon, Kulonprogo dan Desa Wonokerto, Turi, Sleman. Hal ini tentu merupakan salah satu wadah untuk semakin mendekatkan fungsi lembaga di masyarakat.

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Dimock dan Koening yang dikutip oleh Rosady Ruslan (2010: 342) bahwa tugas-tugas *Public Relations* dalam lembaga pemerintahan diantara adalah memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, kebijaksanaan serta tujuan yang akan dicapai oleh pemerintah dalam melaksanakan program kerjanya, kemudian menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak masyarakat dalam partisipasinya atau ikut serta dalam pelaksanaan tujuan pemerintah. Dari penjelasan tersebut, diketahui terdapat paling tidak dua fungsi *public relations* dalam lembaga pemerintah yang telah dilaksanakan LO DIY melalui kegiatan audit sosial, yaitu memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat serta menanamkan keyakinan dan kepercayaan sekaligus mendororng masyarakat untuk ikut berpartisispasi terhadap LO DIY.

Selanjutnya hasil penelitian juga menjelaskan bahwa LO DIY memberikan ruang atau media yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk menyampaikan aduan terkait tindakan maladminstrasi dalam pelayanan publik. Media pengaduan yang disediakan oleh LO DIY tersebut adalah dapat melalui website, email di ombudsman.jogja@gmail.com, sms gateway di nomer 08112741000, serta dapat datang langsung ke Kantor LO DIY. LO DIY juga selalu melakukan update pada website untuk mengaktualisasi artikel, berita, aturan dan bentuk-bentuk maladministrasi dan penyimpangan usaha, untuk meningkatkan kemampuan dan kesadaran masyarakat dalam memahami perilaku penyelenggaraan tata kelola pemerintahan dan penyelenggaraan usaha swasta yang merugikan. Selain itu, LO DIY juga melakukan upaya pemetaan dalam penyebarluasan informasi untuk mengetahui sumber informasi terkait media pengaduan yang banyak digunakan oleh masyarakat.



Gambar 2. Grafik Penggunaan Media Aduan Tahun 2016

Selama periode kedua atau tahun 2016,

diketahui terdapat perbedaan yang cukup signifikan terkait penggunan media informasi oleh masyarakat. Terlihat bahwa masyarakat kurang memanfaatkan media lain yang dimilki LO DIY dan memilih datang langusng untuk menyampaikan aduannya.

Selanjutnya terkait rencana kegiatan *(event)* yang diadakan dengan tujuan memperkenalkan fungsi keberadaan lembaga kepada masyarakat salah satunya melalui acara LO DIY *award* dalam pelaksanaannya belum terealisasi karena terkendala masalah anggaran.

Pendekatan persuasif dan edukatif

Menurut Firsan Nova (2011: 52) setiap fungsi dan tugas *Public Relations* adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media mengenai kegiatan dan aktifitas organisasi yang layak diketahui oleh publik. Terkait dengan hal tersebut, terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan LO DIY untuk menyebarluaskan informasi diantaranya melalui sosialisasi langsung ke masyarakat, melalui media massa dan media elektronik, serta melalui media lain.

1) Sosialisasi Langsung di Masyarakat

Dalam renstra Bidang SKPJ termuat bahwa pada tahun 2016 LO DIY akan lebih mengoptimalkan sosialisasi ke Kabupaten Gunungkidul dan Kabupaten Kulonprogo. Hal ini sesuai dengan data aduan yang masuk ke LO DIY dari dua kabupaten tersebut termasuk masih sangat rendah jika dibandingkan dengan kabupaten/kota yang lain. Namun berdasarkan data terkait realisasi pelaksanaan kegiatan sosialisasi secara langsung di masyarakat diketahui bahwa rencana tersebut tidak dilaksanakan sesuai apa yang terdapat di dalam

renstra. Kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan LO DIY pada tahun 2016 justru lebih intensif dilakukan di Kabupaten Bantul dengan 3 kali program sosialisasi sementara hanya 1 kali sosialiasi saja di Kabupaten Gunungkidul.

Hal ini menunjukkan bahwa renstra yang dibuat belum digunakan sepenuhnya sebagai pedoman dalam melaksanakan program. Pada akhirnya evaluasi terkait minimnya partisipasi masyarakat di Kabupaten Gunungkidul tidak ada langkah penyelesaiannya. Padahal seperti yang telah dijelaskan oleh Hetifah Sj. Sumarto (2009: 109), yaitu dengan dibukanya kesempatan berpartisipasi, warga menjadi lebih memiliki perhatian terhadap permasalahan yang dihadapi di lingkungannya dan memiliki kepercayaan diri bahwa mereka dapat berkontribusi untuk ikut mengatasinya,

2) Sosialisasi Melalui media Radio

Pada saat melakukan siaran radio, ada banyak pertanyaan yang masuk melalui telefon interaktif dari pendengar. Hal ini dikarenakan media ini segmentasinya jelas serta komunikasi melalui bahasa yang mudah dipahami apabila melalui siaran radio sehingga media ini dinilai efektif untuk digunakan.

3) Melalui Iklan Layanan Masyarakat (ILM)

Iklan Layanan Masyarakat merupakan salah satu saluran yang dipakai LO DIY untuk sosialisasi. Media ini bersifat satu arah atau tidak bersifat interaktif. Dalam melakukan sosialisasi melalui Iklan Layanan Masyarakat (ILM), LO DIY melewati dua saluran media yaitu lewat ILM pada siaran Radio dan ILM pada tayangan TV.

4) Sosialisasi Melalui Media TV

Dalam melakukan sosialisasi melalui

media TV, LO DIY menjalin kerjasama dengan TVRI Jogja. tahun 2016, selama periode kedua tahun 2016, telah dilaksanakan sebanyak 3 kali kegiatan sosialisasi melalui media TV dan membuat tema sesuai rapat bersama tentang isyu-isyu yang menarik.

5) Sosialisasi melalui media lain

Sosialisasi melalui media lain dilakukan melalui media cetak maupun membuat media kampanye sendiri. Pada tahun ini, LO DIY sudah melakukan sosialisasi melalui media surat kabar melaui media detak di Harian Jogja. Selain itu LO DIY juga melakukan pencetakan media kampanye berupa gantungan kunci LO DIY dan Kalender. Menurut Dosier dan Broom yang dikutip oleh Ruslan (Ruslan: 20-21), salah satu kategori kemampuan seorang praktisi *public relations* adalah *communication technician, yaitu Public Relations* melakukan pekerjaan yang bersifat teknis yaitu membentuk suatu media publikasi di organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya media lain yang disebutkan di atas, LO DIY juga mampu untuk melaksanakan kemapuan teknis dalam *public relations.*

Selain melakukan pendekatan persuasif dengan dengan melakukan sosialisasi di berbagai media, LO DIY juga berupaya melaksanakan salah satu fungsi *public relations* untuk meningkatkan *favorable image* atau citra yang baik organisasi, yaitu dengan secara rutin melaksanakan kegiatan Konferensi Pers di setiap periode akhir tahun. Selain itu, LO DIY juga rutin membuat *Press release* yang bersifat insidental pada kajian terhadap penyelesaian kasus tertentu.

Disamping adanya kegiatan LO DIY yang bersifat persuasif. LO DIY juga melakukan

kegiatan yang memiliki tujuan edukatif yaitu untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat terkait beberapa permasalahan publik tertentu. Kegiatan tersebut diwujudkan dalam beberapa program diantaranya adalah pembutan beberapa produk ilmiah seperti jurnal, penelitian, dan buletin.

Dengan adanya jurnal yang merupakan produk ilmiah ini maka masyarakat yang membacanya akan terdekusi mengenai isyu-isyu yang dikaji dalam jurnal tersebut. Selain itu, penulisan Jurnal juga melibatkan tokoh-tokoh masyarakat atau pejabat pemerintah sehingga akan lebih menarik untuk diperhatikan.

Pendekatan tanggung jawab sosial humas

Menurut Firsan Nova (2011: 53), hendaknya setiap organisasi memiliki tanggung jawab sosial dalam aktifitas *Public Relations* untuk menunjukkan bahwa organisasi tersebut memiliki kepedulian terhadap publik. Hal ini sangat penting untuk meningkatkan citra organisasi di mata publik. Namun, ada yang perlu dipahami terkait perbedaan yang mendasar antara fungsi dan tugas dari *public relations* yang terdapat di lembaga pemerintah dengan lembaga/ organisasi non-pemerintah (organisasi komersial) adalah pada orientasi tujuannya. *Public relations* pada lembaga pemerintah bersifat *non provit oriented* atau tidak ada unsur komersial dan lebih menekankan pada *public service* untuk meningkatkan pelayanan umum kepada khalayak sasarannya. LO DIY sebagai organisasi/ lembaga pemerintah yang bersifat *non profit oriented* pada dasarnya telah memiliki tujuan dan visi yang merepresentasikan tanggung jawab sosial humas yang intinya adalah dengan melakukan pelayanan publik kepada masyarakat tanpa dipungut biaya

atau gratis. Namun lepas dari itu, terdapat beberapa program atau *Public Relations* pada LO DIY dalam menunjukkan kepedulian terhadap masyarakat melalui aktifitas sosial diantara :

1) Memberikan Sumbangan Logistik

Yang dimaksud sumbangan logistik adalah sumbangan yang diberikan oleh LO DIY kepada pihak yang mengajukan permohonan bantuan berupa narasumber sekaligus logistik untuk membuat acara penyuluhan.

2) Membuat Kegiatan Sosial

Bentuk kegiatan sosial yang dimaksud berupa kegiatan insidental seperti kegiatan berbagi makanan dalam kegiatan *Car Free Day*.

3) Melakukan Bakti Masyarakat

Yang dimaksud dengan bakti masyarakat disini adalah para pegawai LO DIY terkadang memberikan kontribusi lebih diluar SOP kerja yang telah ditentukan, misalnya menambah waktu kerja, melaksanakan tugas di hari libur, atau melakukan pendampingan kepada masyarakat walaupun pada dasarnya lembaga ini tidak memiliki fungsi pendampingan.

Dengan adanya kegiatan semacam ini, manfaat dari keberadaan lembaga ini akan lebih dirasakan oleh masyarakat sehingga citra dan eksistensi lembaga ini semankin baik.

Pendekatan Kerja sama

LO DIY membangun jaringan kerjasama dengan berbagai pihak baik itu dari pemerintah, LSM, Ormas, maupun unsur masyarakat yang lain. Kegiatan yang dilakukan LO DIY dalam membangun jaringan kerjasama, diantara adalah dengan melakukan audiensi. Kegiatan audiensi ini tentu sangat efektif untuk membangun jaringan kerjasama karena bersifat proaktif untuk melukan komunikasi secara intensif kepada pihak-pihak yang akan dijajaki untuk kerjasama. Dengan adanya komunikasi yang bersifat proaktif tersebut maka tentu akan mendorong pemerintah dan usaha swasta untuk menyelenggarkan pemerintahan yang baik dan bersih serta penyelenggaraan usaha swasta yang beretika dan berkelanjutan.

LO DIY juga melakukan aktifitas pengutan jaringan dengan meminimalisir anggaran yang keluar misalnya dengan memanfaatkan kedekatan pribadi untuk membangun kerjasama salah satunya dengan Pemerintah Daerah. Hal ini tentu sangat penting dilakukan untuk menyiasati anggaran yang minim. Menurut Dosier dan Broom yang dikutip oleh Ruslan (Ruslan: 20-21), salah satu peranan *Public Relations* adalah *expert prescriber* yaitu sebagai seorang praktisi *public relations* harus dapat mengatasi masalah-masalah yang ada di organisasi dengan konsep-konsep kehumasan yang ada.

Jaringan kerjasama yang tealh terbentuk tersebut terus di *follow up* atau ditindak lanjuti dengan terus melakukan komunikasi atau dengan cara melibatkan organisasi/ lembaga tersebut pada kegiatan-kegiatan strategis di LOD seperti diundang dalam seminar dan *workshop* kelembagaan maapun *Focus Groub Disscution (FGD).* Sosialisasi LO DIY yang dilakukan dalam bekerjasama dengan organisasi massa, organisasi lokal, organisasi masyarakat sipil, tentu akan memperpendek jarak dan mengefektifkan komunitas-komunitas dan media-media yang sudah ada disekitar masyarakat, sehingga kedepan proses ini akan dapat berjalan secara berkelanjutan *(sustinable).*

Pendekatan koordinatif dan integratif

LO DIY membangun sinergisitas seluruh bidang internal dalam melaksanakan fungsi *public relations.* Menurut Firsan Nova (2011:51-52) langkah-langkah dalam proses *Public Relations* meliputi mendefinisikan permasalahan, perencanaan dan program, aksi dan komunikasi, evaluasi program. Maka dari itu dapat dipahami bahwa dalam hubungan internal LO DIY telah melaksanakan langkah-langkah dalam proses *public relations.*

LO DIY juga membangun koordinasi dan integrasi ke eksternal lembaga. Bentuk sinergi tersebut berupa koordinasi dalam melakukan penyelesaian kasus (*by case*) atau koordinasi dengan instansi tertentu dalam hal penyelesaian kasus dan bisa dalam bentuk koordinasi perumusan kebijakan pemerintah (*by policy*) misalnya koordinasi LO DIY dalam koordinasi perumusan kebijakan oleh Bappeda atau DPRD.

Melalui berbagai bentuk koordinasi dan integrasi baik di internal maupun eksternal tersebut, LO DIY melakukan upaya untuk meningkatkan partisipasi masyarakat untuk ikut melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. Usaha tersebut termuat dalam target renstra bidang SKPJ periode tahun 2015-2018 yaitu dengan mewujudkan munculnya Relawan Pengaduan Masyarakat (RPM) serta terwujudnya Unit Pengaduan Setempat (UPS). Dari hasil penelitisn ysng dilakukan diketahui bahwa pada kenyataannya target yang telah ditetapkan LO DIY untuk pembentukan RPM dan UPS sampai dengan saat ini tidak tercapai. Tidak berjalannya program tersebut ternyata justru disebabkan oleh permasalahan internal lembaga. program pembentukan RPM dan UPS yang disusun oleh bidang SKPJ ternyata tidak disetujui seluruhnya oleh anggota bidang lain karena dinilai belum siap untuk diterapkan jika dikembalikan dengan kondisi daya dukung lembaga yang minim.

Selanjutnya terkait upaya LO DIY dalam mendorong terbentuknya *internal complain* pada setiap instansi atau lembaga di lingkungan pemerintah DIY, LO DIY mengupayakan koordinasi secara intensif ke berbagai lembaga dan instansi. LO DIY membangun sebuah sistem yang memungkinkan setiap aduan yang masuk dari masyarakat dapat terintegrasi ke dalam sebuah media penerima aduan masyarakat. Sistem penerima aduan melaui sms *gateway* yang dimilki LO DIY telah terintegrasi dengan sistem penerima aduan masyarakat pada instansi pemerintah yaitu UPIK. Dengan adanya integrasi ini maka LO DIY dapat medorong agar masyarakat dapat menyelesaian permasalahan terkait penyelenggaraan pemerintah pada instansi terkait terlebih dahulu sebelum ditangani oleh LO DIY.

Menurut Ratna Mustika (2013: 3-4), penyediaan sarana komplain untuk pengguna layanan termasuk yang wajib disediakan oleh penyelenggara pemerintah daerah. Sarana komplain tidak terbatas pada bagaimana penyelenggara pelayanan menerima komplain, tetapi bagaimana komplain tersebut ditindaklanjuti dan dijadikan bahan ajar bagi penyelenggara untuk perbaikan pelayanan.

Hambatan dalam strategi Public Relations di LO DIY

Berdasarkan penelitian yang dilakukan baik melalui proses wawancara maupun observasi di lapangan, peneliti menemukan bahwa terdapat

beberapa hambatan yang dialami oleh LO DIY dalam melaksanakan strategi *public relations* kaitannya meningkatkan partisipasi masyarakat untuk melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan pelayanan publik, yaitu diantaranya :

a. Sumber daya pendukung

Selama ini anggaran dalam melaksanakan renstra bidang SKPJ dinilai masing sangat minim. Salah satu penyebab permasalan tersebut karena pegelolaan anggaran di LO DIY belum indipenden atau masih menyatu dengan Biro Hukum DIY. Dengan masih menyatunya anggaran pada Biro Hukum, LO DIY memilki batasan-batasan tertentu dalam hal penggunaan anggaran. Salah satunnya adalah LO DIY tidak bisa melakukan pengadaan barang. Pada akhirnya ini akan memunculkan permasalahan baru. Berdasarkan observasi yag dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa infrastruktur pendukung yang dimilki oleh LO DIY juga masih masih sangat minim, misalnya kondisi mobil dinas yang sudah tua akhirnya jarang difungsikan, kondisi gedung banyak yang rusak, minimnya ruangan dalam kantor, serta beberapa fasilitas pendukung lain yang menghambat kinerja pegawai LO DIY.

Jumlah pegawai yang dinilai kurang ini disebabkan karena adanya peleburan LOS dan LOD yang menyebabkan pengurangan jumlah komisioner dari 10 menjadi 7. Pada akhirnya jumlah tersebut tidak rasional apabila dibandingkan dengan beban kerja yang ada, misalnya dalam penganan kasus selama periode kedua tahun 2016 saja, LO DIY harus menangani sekitar 282 jumlah aduan. Tentu pada akhirnya dengan adanya permasalahan tersebut, proses penyelesaian kasus di LO DIY akan terhambat dan kurang efisien.

b. Kondisi internal lembaga

Dari hasil peneletian yang dilakukan, diketahui bahwa akar masalah internal yang dialami LO DIY adalah karena system kelembagaan yang bersifat kolektif kolegial yang justru dinilai tidak sesuai dengan semangat kemajuan lembaga. Selain sistem ini bagus untuk mengimbangi dan melengkapi kewenangan komisioner, ternyata sistem ini menjadi celah permasalahan. Disaat ada anggota yang memiliki energi lebih untuk maju namun tidak didukung oleh anggota lain maka akhirnya gagasan tidak berjalan.

c. Dukungan dari unsur pemerintah daerah

Berdasarkan penelitian yang dilakukan diketahi bahwa tidak jarang LO DIY dipersulit ketika berusaha memperoleh informasi kepada instansi tertentu. Selain itu, kurang adanya perhatian maupun komunikasi yang dilakukan dari Pemda DIY dalam hal ini Gubernur kepada LO DIY. Pihak LO DIY sudah beberapa kali mengirimkan surat undangan untuk audiensi namunbelum mendapat respon. Tidak berjalan lancarnya komunikasi tersebut tentu akan menghambat fungsi keberlangsungan lembaga karena berbagai permasalah yang dialami oleh LO DIY pada akhirnya tidak pernah tersampaikan langsung kepada Gubernur DIY.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi *Public Relations* Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan pelayanan publik menunjukkan bahwa rencana strategis bidang SKPJ yang telah dibuat mengalami berbagai kendala dalam pelaksanaannya. Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa dalam membuat perencanaan terkait kegiatan *public relations,* Lembaga Ombudsman DIY perlu menyesuaikan dengan kebutuhan dan skala prioritas kegiatan. Renstra yang disusun harus sesuai dengan kemampuan dan kapasitas lembaga sehingga setiap target yang dibuat diterima oleh seluruh anggota. Dengan demikian seluruh bidang dapat teribat dan ikut ambil bagian dalam mensukseskan pencapaian tujuan dari rencana yang telah disepakati bersama.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. LO DIY perlu memanfaatkan jaringan kerjasama yang telah terbangun untuk melakukan kegiatan pengenalan lembaga melalui sosialisasi atau penyuluhan yang lebih intensif lagi terhadap seluruh lapisan masyarakat DIY.
2. Tidak terlaksananya program pemberdayaan masyarakat melalui RPM dan UPS oleh LO DIY harus dievaluasi lagi terutama terkait konsep kegiatan sebelum program ini diimplementasikan. Penetuan target juga harus sesuai dengan kemampuan dan kapasitas lembaga sehigga dapat didukung oleh semua pihak.
3. Lebih memperluas lagi jaringan kerjasama dengan menggandeng lembaga akademisi maupun asosiasi usaha swasta dalam program kelembagaan LO DIY sehingga fungsi kelembagaan bisa lebih ditingkatkan.
4. LO DIY perlu mengupayakan kembali terlaksananya kegiatan audiensi dengan Gubernur DIY melalui cara lain, misalnya melalui jalur non-birokrasi atau secara langsung mencari akses informasi agar undangan audiensi langsung tersampaikan kepada Gubernur DIY. Hal ini penting untuk direalisasikan agar kedepan LO DIY dan Pemda DIY dapat lebih bersinergi untuk mewujudkan tujuan pembangunan daerah.

DAFTAR PUSTAKA

Agung Kurniawan. (2005). *Transformasi Pelayanan Publik.* Yogyakarta: Pembaruan

Antonius Sujata dan Surachman, RM. (2002). *Ombudsman Indonesia di Tengah Ombudsman Internasional sebuah Antologi*. Jakarta : Komisi Ombudsman Nasional

Cutlip,S., Center, A, H., & Broom., G.M. (2011). *Effective Public Relations Edisi Kesembilan (Terjemahan Tri Wibowo B.S).* Jakarta: Kencana.

Departemen Pendidikan Nasional. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Firsan Nova. (2011). *Crisis Public Relations.* Jakarta : Rajawali Press.

Hadari Nawawi. (2001). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.

Hendra Nurtjahjo, dkk. (2013). *Memahami Maladministrasi.* Jakarta : Ombudsman Republik Indonesia

Jefkins, Frank. (1997). *Publik Relations edisi keempat terj*. *Haris Munandar*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Lukaszewski, Jim. (1998). *Suplement untuk Newspaper Pr Reporter.* (Tri Wibowo, B.s Terjemahan). Jakarta: Kencana

Miles, A. Michael Huberman. (2014). *Analsisi Data Kualitatif Buku Sumber tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UI-Press

Moleong, Lexy J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Moore, Frazier. (2005). HUMAS (Membangun Citra dengan Komunikasi). Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Sinambela, Lijan P. (2007). *Reformasi Pelayanan Publik (Teori, Kebijakan, dan Implementasi*). Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Siti Irene Astuti Dwiningrum. (2011). *Desentralisasi dan Partisipasi Masyarakat Dalam Pendidikan.*Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.*

Sumarto, Hetifah Sj. (2009). *Inovasi, Partisipasi, dan Good Governance: 20 Prakarsa Inovatif dan Partisipatif di Indoensia.* Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Rusadi Ruslan. (2005). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

_____. (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasii*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.

Yosal Irianta. (2004). *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia indonesia

Mifta Thoha. (2009). Ombudsman Daerah Dalam Reformasi Birokrasi; Sebuah Agenda Demokratisasi Pelayanan Publik. *Jurnal Ombudsman Daerah (*Edisi 6/ Tahun III/ Juli-Desember 2009). Hlm. 9

Ratna Mustika Sari. (2013). KUALITAS PELAYANAN PUBLIK DAN KEISTIMEWAAN DIY (Peran LOD DIY dalam Mendorong Perbaikan Pelayanan Publik). *Jurnal Ombudsman Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta* (Edisi 14/ Tahun VIII/ Juli-Desember 2013). Hlm. 3-15

Sumber dari Dokumen Lembaga:

LAPORAN TAHUNAN LEMBAGA OMBUDSMAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA TAHUN 2015.

LAPORAN TRIWULAN I, II, III, IV LEMBAGA OMBUDSMAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA TAHUN 2016

Rencana Strategi Bidang Sosialisasi, Kerjasama, dan Penguatan Jaringan Lembaga Ombudsman DIY periode 2015-2018.ppt