

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Lembaga Ombudsman di Indonesia resmi dibentuk pada tanggal 20 Maret 2000, pada awalnya lembaga ini bernama Komisi Ombudsman Nasional yang sekarang telah berganti nama sesuai Undang Undang No. 37 Tahun 2008 menjadi ORI (Ombudsman Republik Indonesia). Lembaga tersebut berfungsi secara independen mengawasi kinerja terhadap penyelenggaraan negara dalam memberikan pelayanan yang menjadi tanggung jawab sebuah negara (Ombudsman Republik Indonesia 2016 ). Dalam perkembangannya Ombudsman Republik Indonesia mempunyai perwakilan-perwakilan di setiap provinsi di seluruh Indonesia yang didirikan secara bertahap sesuai kemampuan keuangan negara. Pembentukan kantor perwakilan ini tentu saja dengan tujuan untuk mendekatkan fungsi ombudsman sebagai lembaga pengawasan pelayanan publik kepada masyarakat di daerah – daerah. Hal ini tidak terkecuali bahwa Lembaga Ombudsman Republik Indonesia juga mempunyai perwakilan di DIY (Daerah Istimewa Yogyakarta). Ada dua lembaga Ombudsman di DIY yaitu LOD DIY (Lembaga Ombudsman Daerah) dan LOS DIY (Lembaga Ombudsman Swasta).

Pada awalnya LOD DIY diinisiasi oleh PUSHAM UII (Pusat Studi Hak Asasi Manusia Universitas Islam Indonesia) yang dibentuk pada tanggal 30 Juni 2004. Berdasarkan Surat Keputusan Gubernur No. 134/2004 tentang Pembentukan dan Organisasi Ombudsman Daerah di Provinsi DIY dan diperkuat dengan

Peraturan Gubernur No. 21/2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Ombudsman Daerah di Propinsi DIY yang ditetapkan tanggal 25 Agustus 2008 oleh Gubernur Provinsi DIY.

LOS DIY di bentuk berdasarkan Surat Keputusan Gubernur No. 135/2004 tentang Pembentukan Lembaga Ombudsman Swasta sebagai landasan hukum dan diperkuat dengan Peraturan Gubernur No. 22/2008 untuk mendorong terwujudnya praktek tata kelola usaha sektor swasta yang beretika dan berkelanjutan. LOS DIY mulai efektif bekerja sejak anggota LOS DIY terpilih untuk periode 2005 – 2008 oleh Gubernur Propinsi DIY pada tanggal 8 Juni 2005.

Tahun 2015 adalah periode pertama penggabungan kedua nama Lembaga menjadi LO DIY (Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta) periode keanggotaan 2015 – 2018. Berdasarkan Peraturan Gubernur No. 69 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta. LO DIY memiliki fungsi sebagai lembaga pengawasan, mediasi pelayanan masyarakat terhadap penyelenggaraan pemerintahan daerah dan praktik dunia usaha swasta. Di dalam program kerja terdapat tugas pokok dari LO DIY salah satunya adalah menyebarluaskan pemahaman mengenai kedudukan, fungsi, tugas, wewenang dan program kerja LO DIY kepada seluruh masyarakat di seluruh daerah. Untuk memenuhi tugas pokok di dalam program kerja tersebut berbagai kegiatan utama dilakukan dalam hal pendekatan, salah satunya adalah melakukan metode sosialisasi.

Metode sosialisasi merupakan fungsi yang terdapat didalam ilmu komunikasi, dimana dalam sosialisasi merupakan penyampaian pesan dari

komunikator kepada komunikan yang diharapkan agar menimbulkan *feedback* atau umpan balik dari pesan komunikator yang diterima oleh komunikan. 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 (Widjadja, 1986:1). Pengertian komunikasi secara umum dapat dilihat dari dua aspek sebagai berikut (Uchjana, 1992:3) :

1. Pengertian komunikasi secara *etimologis*

Komunikasi berasal dari bahasa latin *communication*, dan bersumber juga dari kata *communis* yang artinya sama, dalam arti kata sama makna. Jadi komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan.

2. Pengertian komunikasi secara *terminologis*

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). Komunikasi berlangsung untuk memberikan / menyampaikan pesan yang dapat dimengerti / diterima, sehingga pesan – pesan dapat dimengerti, dipahami dan menjadi jelas. Dengan komunikasi yang baik diharapkan orang

lain dapat menerima pokok pikiran tersebut dan dapat melakukan penyesuaian dalam partisipasi masyarakat (Widjadja, 2000:109).

James L. Mursell mengemukakan enam prinsip proses komunikasi sebagai berikut :

1. Komunikasi yang bermakna akan sangat tergantung kepada cara menghubungkan dengan konteks pesan yang disampaikan. Konteks pesan tersebut akan dapat mempengaruhi orang lain dan akhirnya akan diterima tanpa paksaan.
2. Agar komunikasi itu bermakna dan efektif perlu memperhatikan fokus tertentu. Fokus ini berguna agar penyampaian pesan tetap pada media yang digunakan.
3. 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.
4. Komunikasi yang bermakna tentunya perlu mengetahui sikap, kecakapan dan kemampuan dari masing-masing komunikan secara individu atau kelompoknya. Biasanya individu atau kelompok tertentu memiliki tradisi dan kekuasaan tertentu pula.
5. Untuk menjaga kelancaran proses komunikasi maka pesan-pesan harus disusun sedemikian rupa sehingga terlihat pesan yang perlu diberikan terlebih dahulu atau yang diutamakan dan selanjutnya disampaikan pesan-pesan berikutnya. Pesan-pesan tersebut perlu diketahui manakah yang

lebih didahulukan, manakah yang kemudian, atau ditentukan unit–unitnya (cara–cara logis) dan secara psikologis seorang komunikator mengetahui kemampuan dari khalayak yang dihadapi.

6. Bagian yang integral dari proses komunikasi adalah evaluasi. Evaluasi merupakan umpan balik. Dalam hal ini peran komunikator dan komunikan sangat penting (Widjadja, 2000:131).

Dapat disimpulkan bahwa 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.

Sosialisasi merupakan salah satu strategi komunikasi Lembaga Ombudsman DIY, sebagaimana strategi komunikasi yang bertujuan untuk memperkenalkan keberadaan dari LO DIY kepada masyarakat baik dari segi tugas, fungsi hingga kewenangan yang berlaku melalui agenda sosialisasi sebagai tugas utama Lembaga. Strategi komunikasi ini sangat penting dilakukan agar program agenda sosialisasi yang dikerjakan Lembaga Ombudsman DIY sesuai dengan perencanaan mengingat pada tahun 2015-2016 LO DIY telah menerima sebanyak 300 kasus yang berpresentase 70% pengaduan berasal dari dalam kota seperti Kab. Sleman dan Kota Yogyakarta. Sementara 30% pengaduan berasal dari kota lain seperti Kab. Bantul, Kulonprogo dan Gunung Kidul. Hal ini merupakan suatu kendala yang dikarenakan jauhnya jangkauan daerah yang

berada di luar kota dan tingkan pemahaman masyarakat tergolong menengah kebawah masih banyak jika di bandingkan dengan masyarakat yang berada di daerah dalam kota (Kepbid. Monitoring dan Evaluasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa, 14 Oktober 2016).

Gambar 1.1  
Sosialisasi LO DIY dalam program acara Obrolan Angkring TVRI



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

Ketua Umum LO DIY periode keanggotaan 2015 – 2018 mengatakan pihaknya menyadari bahwa masih banyak masyarakat yang kurang mengenal lembaganya (Tribun Jogja Edisi Jumat 6 Februari 2015). Di dalam laporan pelaksanaan tugas LOD DIY mengenai pelaksanaan program sosialisasi masyarakat, LOD DIY melakukan sosialisasi langsung terhadap masyarakat warga RW.11 Jogoyudan Yogyakarta dan Anggota Persaudaraan Ibu Anggrek Terban Pengasih dengan tema profil lembaga dan SMS Gateway. Tema tersebut dipilih karena para Ibu – Ibu tersebut belum mengetahui tentang keberadaan Ombudsman dan fungsinya (Triwulan ke-empat 2012 LOD DIY).

Dilihat dari data kepengurusan periode tahun 2015-2018 masih terbilang sedikit masyarakat yang mengetahui keberadaan dari Lembaga Ombudsman DIY

tersebut, maka peneliti ingin mengkaji lebih dalam mengenai sosialisasi yang dilakukan Lembaga Ombudsman DIY pada kepengurusan periode tahun 2017. Strategi komunikasi Lembaga Ombudsman DIY dalam bentuk agenda sosialisasi yang dilakukan merupakan proses pembelajaran setiap individu, pengenalan terhadap hal baru dan sumber pengetahuan terhadap suatu hal. Dalam proses ini sosialisasi menjadi sangat penting, karena berawal dari sosialisasi masyarakat memperoleh pengetahuan tentang LO DIY sebelum ikut berpartisipasi didalam suatu kegiatan. Artinya dalam menjalankan sebuah pembangunan perlu ada yang namanya aktor sebagai pensosialisasi terhadap masyarakat, dan aktor tersebut berfungsi untuk mengajarkan kepada masyarakat bagaimana pentingnya peran aktif masyarakat dalam menyukseskan fungsi atau tugas LO DIY untuk suatu tujuan kem aslahatan, dan sebagai sarana untuk menginformasikan seperti apa tujuan dan fungsi LO DIY berdiri.

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) sosialisasi adalah proses belajar seorang anggota masyarakat untuk mengenal dan menghayati kebudayaan masyarakat dalam lingkungannya. Upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat (Kamus Besar Bahasa Indonesia 2016). Dapat diambil kesimpulan bahwa pengertian sosialisasi adalah proses manusia mempelajari dan menanamkan suatu cara, nilai, norma, peran, dan pola perilaku dari satu generasi ke generasi lain dalam sebuah kelompok, budaya atau masyarakat agar dapat berpartisipasi dalam kehidupan bermasyarakat disekitarnya. Sosialisasi merupakan agenda fital sebagai tugas pokok LO DIY yang harus terealisasi guna menyebarluaskan pemahaman mengenai kedudukan,

fungsi, tugas, wewenang dan program kerja kepada masyarakat. Pelaksanaan agenda dilaksanakan melalui beberapa tahapan atau strategi komunikasi yang telah dilakukan oleh LO DIY dalam bidang sosialisasi, karena berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi .

Sebagai lembaga mandiri dan independen yang dibangun oleh Pemda Provinsi DIY, LO DIY bisa dikatakan lembaga baru yang memerlukan waktu untuk berproses agar dikenal luas oleh masyarakat sebagaimana dari latar belakang kasus di atas yang terfokus dalam hal sosialisasi. Berdasarkan penjelasan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta, oleh karena itu penelitian ini diberi judul “ **Strategi Komunikasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) Dalam Sosialisasi Fungsi Kelembagaannya Tahun 2017** “

## **B. Rumusan Masalah**

Untuk membuat permasalahan menjadi lebih spesifik dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti, maka harus ada rumusan masalah yang benar – benar terfokus. Hal ini dimaksudkan agar pembahasan dalam penelitian ini tidak melebar dari apa yang dikehendaki. Dari latar belakang yang telah disampaikan di atas, muncul sebuah rumusan masalah yang bisa diambil yaitu :



“Bagaimana strategi komunikasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) dalam mensosialisasikan fungsi kelembagaannya periode tahun 2017 ?“

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas maka tujuan yang ingin didapatkan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan komunikasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) dalam sosialisasi fungsi kelembagaannya pada tahun periode 2017.
2. Untuk mendeskripsikan faktor – faktor pendukung dan penghambat sosialisasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY).
3. Untuk mendeskripsikan sejauhmana pemahaman masyarakat mengenai keberadaan Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY).

### **D. Manfaat Penelitian**

Berangkat dari perumusan masalah yang telah dikemukakan diatas ada beberapa manfaat yang ingin penulis peroleh, yaitu :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Untuk menjadi pedoman bagi para pihak yang ingin mengetahui dan mendalami tentang strategi komunikasi dalam pelaksanaan sosialisasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY)

b. Sebagai pedoman awal bagi peneliti yang ingin mendalami lebih lanjut.

## 2. Manfaat Praktis

Peneliti mengharapkan agar memberikan sumbangan pemikiran mengenai aspek pelaksanaan sosialisasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY).

## E. Kajian Teori

Pada Kajian Teori, peneliti akan menjelaskan teori yang relevan sesuai dengan judul yang di ambil dan masalah yang dikemukakan sebelumnya. Beberapa teori yang akan dipaparkan adalah teori-teori mengenai strategi komunikasi, sebagaimana teori ini dibuat untuk pedoman menganalisa masalah yang akan diteliti.

### 1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda-beda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi (Onong 1984 : 32). Fred R . David dalam bukunya Manajemen Strategis Konsep untuk mencapai tujuan dan menghasilkan sesuatu yang bermanfaat ada tiga tahapan dalam manajemen

strategi yakni perumusan strategi (perencanaan strategi), *implementasi* strategi (pelaksanaan strategi) dan evaluasi (Fred R.D 2002 : 5).

a. Perencanaan Komunikasi

Perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam pencapaian tujuan, dengan cara apa yang dapat dilakukan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai, dan kepada siapa program komunikasi itu ditujukan, dengan peralatan dan dalam jangka waktu berapa lama hal itu bisa dicapai, dan bagaimana cara mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut (Hafied 2013 : 44).

Sebagai suatu proses kegiatan persiapan yang sadar dan sistematis untuk penyusunan kebijakan yang konsisten menuju tercapainya suatu tujuan. Perencanaan adalah kegiatan yang sistematis yaitu kegiatan yang direncanakan yang mengandung serangkaian tahapan-tahapan yang saling berkaitan satu dengan yang lain. Proses perencanaan untuk menghasilkan suatu rencana atau rencana-rencana dapat dilihat dari beberapa sisi penting, yaitu dari sisi jangka waktu, manfaat rencana serta dari sisi fungsinya, yaitu dari sisi strategis dan operasionalnya. Sedangkan perencanaan komunikasi adalah penggunaan secara terencana dan terkondisi dari berbagai metode komunikasi dalam upaya pemecahan suatu masalah. (Husein, 2002 : 16 )

Termasuk didalamnya adalah peluang dan ancaman organisasi, menetapkan kekuatan dan kelemahan organisasi, menetapkan obyektif jangka panjang, menghasilkan strategi *alternative* dan memiliki strategi tertentu untuk dilaksanakan. Tidak ada organisasi yang memiliki sumber daya takterbatas, seorang ahli strategis harus memutuskan *alternative* mana yang akan memberikan keuntungan bagi sebuah organisasi. Apapun yang akan terjadi, keputusan strategis mempunyai konsekuensi berbagai fungsi utama dan pengaruh jangka panjang pada sebuah organisasi. Perencanaan strategi terdapat analisis SWOT yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT adalah sebuah bentuk analisa situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif, digunakan untuk mengidentifikasi isu-isu internal dan eksternal (Fred R.D 2002 : 5)

b. Pelaksanaan Strategi Komunikasi

Menuntut organisasi untuk menetapkan objektif tahunan, memperlengkapi dengan kebijakan, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang dirumuskan dapat dilaksanakan. Pelaksanaan strategi sering disebut tindakan manajemen strategi. Pelaksanaan strategi berarti memobilisasi karyawan dan manajer untuk mengubah strategi yang telah direncanakan menjadi tindakan. Keberhasilan pelaksanaan strategi tergantung pada kemampuan manajer untuk memotivasi karyawan, yang lebih

merupakan seni ketimbang pengetahuan. Oleh sebab itu keterampilan antar pribadi menjadi sangat penting demi keberhasilan pelaksanaan strategi (Fred R.D 2002 : 5).

Sebagai tindakan manajemen strategi, manajemen merupakan hal yang vital dalam membuat strategi. Manajemen berasal dari kata *manage* yang berarti memimpin, menangani, mengatur, atau membimbing. George R Terry ( 1972 ) mendefinisikan 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). Manajemen memiliki beberapa fungsi, yaitu :

1) *Planning*

Menentukan tujuan-tujuan, menetapkan strategi untuk mencapai tujuan tersebut, dan membuat rencana-rencana untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan aktivitas-aktivitas.

2) *Organizing*

Menentukan pekerjaan yang harus dilakukan, siapa yang melakukan, dan bagaimana pekerjaan dikelompokkan, kepada siapa pekerjaan dilaporkan, dan bagaimana keputusan dibuat.

3) *Leading*

Memotivasi bawahan, menengahkan konflik kelompok, mempengaruhi individu-individu atau kelompok, dan memilih komunikasi yang akan digunakan.

4) *Controlling*

Mengawasi aktivitas-aktivitas demi memastikan segala sesuatunya terselesaikan sesuai rencana (Robbins, Mary 2012:9).

c. Evaluasi Strategi Komunikasi

Evaluasi merupakan tahap akhir dalam manajemen strategi, para manajer sangat perlu mengetahui kapan strategi tertentu tidak berfungsi secara baik. Evaluasi strategi adalah suatu usaha tindakan korektif yang dilakukan untuk memastikan sasaran ataupun tujuan yang telah ditetapkan telah tercapai. Semua strategi dapat dimodifikasi dimasa depan karena faktor-faktor eksternal dan internal selalu berubah (Fred R.D 2002 : 5).

Dalam melakukan evaluasi dibutuhkan tolok ukur tertentu sebagai acuan. Cronbach mengatakan bahwa standar yang digunakan untuk melakukan evaluasi mungkin tidak sepenting konsekuensinya, yaitu bahwa evaluasi yang baik adalah evaluasi yang dapat memberikan dampak positif pada perkembangan pelaksanaan suatu program (Umar, 2005:41). Pengertian 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 (Umar, 2005:36). Salah satunya yaitu model evaluasi UCLA (*University of California in Los Angeles*) membagi evaluasi ke dalam lima macam, yaitu sebagai :

- 1) *System assesment*, yaitu evaluasi yang memberikan informasi tentang keadaan atau posisi suatu istem.
- 2) *Program planning*, yaitu evaluasi yang membantu pemilihan aktivitas –aktivitas dalam program tertentu yang mungkin akan berhasil memenuhi kebutuhannya.
- 3) *Program implementation*, yaitu evaluasi yang menyiapkan informasi apakah program sudah diperkenalkan kepada kelompok tertentu yang tepat seperti yang direncanakan.
- 4) *Program improvement*, yaitu evaluasi yang memberikan informasi tentang bagaimana program berfungsi, bagaimana program bekerja, bagaimana mengantisipasi masalah–masalah yang mungkin dapat mengganggu pelaksanaan kegiatan.
- 5) *Program certification*, yaitu evaluasi yang memberikan informasi mengenai nilai atau manfaat program (Umar, 2005:41– 42).

Menurut Anwar Arifin sesungguhnya suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan,

guna mencapai tujuan. Jadi merumuskan strategi komunikasi, berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan, guna mencapai efektifitas. Dengan strategi komunikasi ini berarti dapat ditempuh dengan beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat (Arifin, 1984:10).

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi, jika tidak ada strategi komunikasi yang baik, efek dari proses komunikasi bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Untuk mewujudkan strategi yang sesuai dan tepat haruslah dilakukan dengan pemikiran yang diambil berdasarkan keputusan bersama dalam sebuah instansi. Hal ini berguna mengingat strategi merupakan sesuatu yang akan dicapai atas kesepakatan bersama dalam pencapaian hasil yang maksimal. Dalam membuat suatu program kegiatan ataupun melakukan suatu hal yang merujuk pada ketentuan kebijakan, penggunaan strategi merupakan hal yang sangat tepat sebelum melaksanakan kegiatan.

Setiap Lembaga / Badan atau instansi membutuhkan strategi, untuk mendukung berjalannya suatu program atau suatu kebijakan. Dalam menggunakan strategi haruslah sesuai dengan program yang akan dijalankan, agar nantinya lebih efektif dalam pelaksanaan program. Penerapan strategi yang digunakan dalam suatu program atau suatu kegiatan didalam sebuah Lembaga / Badan atau instansi tertentu haruslah



di mantapkan dan sesuai dengan kapasitas, agar nantinya tidak terjadi kesalahan dalam pelaksanaan program atau kegiatan tersebut

## 2. Komunikasi Dalam Sosialisasi Lembaga Non-Profit

Sosialisasi merupakan upaya mengkomunikasikan kegiatan untuk menciptakan dialog dengan masyarakat. Melalui sosialisasi, lembaga akan membantu untuk meningkatkan pemahaman masyarakat dan pihak - pihak yang terkait tentang program atau kegiatan yang telah direncanakan oleh suatu lembaga. Proses sosialisasi menjadi sangat penting, karena akan menentukan minat atau ketertarikan masyarakat untuk berpartisipasi (berperan dan terlibat) dalam suatu tujuan didalam lembaga (Soebiato, Mardikanto 2013:67).

Robert Mac Iver dan Charles H. Page mengartikan lembaga sebagai tata cara atau prosedur yang telah diciptakan untuk mengatur hubungan antar manusia yang berkelompok dalam suatu kelompok kemasyarakatan yang di sebut asosiasi. Leopold von Wiese dan Howard Becker melihat lembaga dari sudut fungsinya yang diartikan sebagai suatu jaringan proses-proses hubungan antar manusia dan antar kelompok manusia yang berfungsi untuk memelihara hubungan-hubungan tersebut serta pola-polanya, sesuai dengan kepentingan-kepentingan manusia dan kelompoknya (Soerjono, 1990:102).

Lembaga di dalam masyarakat terbagi menjadi dua jenis, yaitu profit dan non-profit. Berbicara mengenai lembaga nirlaba atau lembaga non-profit 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 (Nainggolan, 2005:1). Dalam hal sosialisasi, lembaga non-profit dilakukan sebagai pengenalan dari pada keberadaan lembaga mencakup tugas, fungsi bahkan visi dan misi dari berdirinya lembaga tersebut. Selanjutnya lembaga memberika informasi kepada masyarakat luas akan tugas dari lembaga tersebut, untuk mencapai tujuan yang sudah di tentukan demi kemaslahatan bersama.

Meninjau kembali LO DIY merupakan lembaga independen yang merupakan salah satu dari berbagai macam lembaga non-profit di indonesia. Sebagaimana sosialisasi yang dilakukan untuk menyebarluaskan pemahaman mengenai kedudukan, fungsi, tugas, wewenang dan progrm kerja LO DIY kepada seluruh masyarakat di seluruh daerah. Dapat dipahami bahwa peran masyarakat sangat penting dalam mensukseskan suatu tujuan dan fungsi lembaga yang terbilang dalam jenis lembaga nirlaba / non-profit. Untuk mendapatkan partisipasi masyarakat tersebut, lembaga harus melakukan sosialisasi sebagai sarana untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat mengenai keberadaan maupun tujuan dan tugas dari suatu lembaga yang telah direncanakan

## **F. Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang baik selalu berhubungan dengan penelitian yang sudah dilakukan. Terdapat penelitian–penelitian terdahulu yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang dapat dijadikan sebagai pembanding. Adapun penelitian yang menjadi pembanding, yaitu :

Penelitian yang dilakukan oleh Oktovi Prima Lestari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi tahun 2013 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yaitu “Strategi Komunikasi Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bungo dalam Mensosialisasikan E-KTP”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bungo dalam mensosialisasikan program E-KTP. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis data. Data diperoleh melalui teknik wawancara mendalam. Pelaksanaan kegiatan komunikasi dalam proses sosialisasi program E-KTP telah dilakukan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bungo secara sistematis, karena waktu dan jadwal pelaksanaan kegiatan telah dibuat dengan detail sebelum pelaksanaannya. Kegiatan sosialisasi dilakukan secara terencana mulai dari bentuk sosialisasi, pesan yang disampaikan, narasumber, waktu dan tempat pelaksanaan sosialisasi dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan dan dilakukan secara bergantian. Sebagai hal pembanding, penelitian tersebut memiliki persamaan sebagaimana terfokus kepada strategi komunikasi pada suatu instansi, sedangkan perbedaan penelitian

terdapat pada objek lembaga atau instansi yang diteliti dan jenis penelitian yang digunakan.

Kemudian Agustinus Riska Rizkiana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi 2010 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam penelitiannya tentang “Strategi Komunikasi Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Menginformasikan Program Penyiapan Kehidupan Berkeluarga Bagi Remaja (PKBR) di Yogyakarta Tahun 2010–2014” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Provinsi DIY dalam menginformasikan program Penyiapan Kehidupan Berkeluarga Bagi Remaja (PKBR) di Yogyakarta, jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena ingin meneliti tentang proses strategi komunikasi yang dilakukan BKKBN Provinsi DIY dalam menginformasikan program PKBR kepada remaja di Yogyakarta. Pengambilan informasi didapatkan dari warga remaja anggota PIK-M dan PIK-R di Yogyakarta, yang sudah mengikuti sosialisasi program PKBR yang diadakan oleh BKKBN. Strategi komunikasi dalam menginformasikan PKBR yang dilakukan oleh BKKBN Provinsi DIY dengan memanfaatkan media, dimaksudkan agar informasi dapat tersebar di seluruh remaja DIY. Penelitian ini memiliki persamaan dari jenis pendekatan metode penelitian yaitu kualitatif deskriptif, juga dalam hal fungsi strategi komunikasi sebagaimana sebuah pesan atau informasi yang di sampaikan oleh instansi kepada khalayak untuk kepentingan kemaslahatan. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek yang diteliti.

Penelitiann selanjutnya oleh Hasan Ma'ali Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2015 mengenai “Strategi Komunikasi Politik Kiai dalam Sukses Pilpres 2014” penelitiann ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi politik kiai dalam sukseksi Pemilihan Umum Presiden 2014 dengan menggambarkan gejala sosial yang ada di Desa Gadu Barat Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep Madura. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis. Metode penelitian menggunakan metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan pengumpulan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa kekuatan strategi komunikasi politik kiai dalam proses Pilpres 2014 di Desa Gadu Barat terletak pada simbol-simbol keagamaan di dalamnya. Kiai sebagai pengayom masyarakat menggunakan simbol-simbol keagamaan dalam sebagai sarana meraih dukungan masyarakat. Sebagai pembanding, penelitian ini memiliki persamaan sebagaimana jenis dan metode penelitian yang dilakukan adalah kualitatif deskriptif. Sama juga pada proses pengumpulan data melalui metode wawancara dan dokumentasi. Sedangkan perbedaan penelitian ini terdapat pada tempat dan objek yang diteliti.

Jurnal penelitian yang disusun oleh Devina Kristie Sisvianda Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya Malang 2013, mengenai “Strategi Komunikasi Pendamping PNPM-Mpd Dalam Upaya Pemberian Pemahaman Program Kepada Masyarakat” Studi pada Kegiatan SPP di Desa Kemuning Lor, Kecamatan Arjasa-Kabupaten Jember. Jurnal penelitian disusun guna mengetahui Strategi Komunikasi Program Nasional Pemberdayaan

Masyarakat Mandiri Perdesaan pada kegiatan Simpan Pinjam Perempuan. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan tataran analisis deskriptif. Sumber data penelitian diambil dari data primer (hasil wawancara dan observasi), dan data sekunder (jurnal, laporan evaluasi bulanan pendamping, dan pedoman pelaksanaan PNPM-Mpd). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi terstruktur (instrumen *interview guide*), observasi non partisipan (instrumen *observation guide*), dan dokumentasi (dokumen publik dan privat). Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan pendamping PNPM-Mpd dalam memberikan pemahaman program kepada masyarakat di Desa Kemuning Lor melalui pendekatan strategi Desain Instruksional (Sosialisasi & Pelatihan), serta Strategi Partisipatori (kehadiran & keterlibatan masyarakat). Sebagai pembandingan, jurnal tersebut memiliki persamaan dalam metodologi penelitian yaitu metodologi kualitatif dengan tataran analisis deskriptif, penelitian ditujukan kepada instansi pemerintah. Sedangkan perbedaan penelitian ini terdapat pada lokasi penelitian.

### **G. Metode Penelitian**

Sebelum peneliti melangkah lebih jauh dalam pembahasan metode penelitian, kiranya peneliti tuliskan hal-hal yang harus dimengerti terlebih dahulu dari setiap pengertian yang terkandung di dalam metode penelitian. Dalam setiap penelitian, metode berfungsi sebagai pedoman dalam melaksanakan penelitian yang akan dilakukan yakni sebagai acuan dasar. Dalam metode penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Bodgan dan

Taylor sebagaimana dikutip oleh Lexy mengartikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati melalui sebuah pendekatan yang diarahkan pada latar belakang individu secara holistik atau utuh (Moeloeng, 1999:3).

#### 1. Jenis Penelitian

Sedangkan untuk jenis penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah deskriptif yaitu sebuah jenis penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan subyek penilaian secara rinci sehingga bisa didapatkan data yang benar-benar lengkap untuk keberhasilan penelitian. Teknik deskriptif sendiri adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang lengkap (Arikuntu, 1998:245). Dengan demikian, penggunaan pendekatan dan jenis penelitian deskriptif kualitatif, peneliti harapkan dapat memberikan interpretasi yang valid tentang fenomena yang terjadi di lapangan.

Adapun alasan digunakannya jenis pendekatan penelitian tersebut adalah atas dasar pertimbangan yang mana jenis data tersebut sangat sesuai dengan judul yang diangkat peneliti yakni Strategi Komunikasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) Dalam Sosialisasi Fungsi Kelembagaannya 2016 karena dalam penelitian ini akan diusahakan penggambaran mengenai fenomena langsung di lapangan atau semua keadaan yang bersifat fakta.

## 2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) Jalan Tentara Zeni Pelajar No. 1-A Pingit Kidul Yogyakarta Telp (0274) 554989,556453, SMS Gateway : 08112741000, email : ombudsman.jogja@gmail.com.

## 3. Informan Penelitian

Informan adalah seseorang yang benar-benar mengetahui suatu persoalan atau permasalahan tertentu yang darinya dapat diperoleh informasi yang jelas, akurat dan terpercaya baik berupa pernyataan, keterangan, atau data-data yang dapat membantu dalam memahami persoalan atau permasalahan tersebut. Dalam penelitian ini, yang menjadi informan adalah Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY)

- a. Kepala Bidang Sosialisasi, Kerjasama dan Penguatan Jaringan LO DIY
- b. Kepala Bidang Monitoring dan Evaluasi LO DIY

Pengambilan informan dari Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) diatas karena beliau merupakan orang-orang yang memiliki tugas dan wewenang dalam bidang sosialisasi, monitoring dan evaluasi mengenai tugas-tugas agenda pokok yang sebagaimana berhubungan dengan penelitian ini.



#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan dua macam teknik pengumpulan data dimana masing–masing teknik yang digunakan saling melengkapi satu sama lainnya. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

##### a. Wawancara mendalam (*indepth interviews*)

Wawancara mendalam adalah teknik pengumpulan data yang didasarkan pada percakapan secara intensif dengan suatu tujuan tertentu. Wawancara dilakukan untuk mendapat berbagai informasi menyangkut masalah yang diajukan dalam penelitian. Percakapan dalam wawancara dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang di wawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2000:135).

##### b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang dapat mendukung dan menambah bukti dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal–hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda dan sebagainya (Sarlito, 2000:71).

#### 5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola kategori dan suatu uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data-data. Berbeda dari analisis pada data studi kualitatif,

yang dilakukan sesuai aktivitas pengumpulan data. Proses analisis data kualitatif berlangsung selama dan pasca pengumpulan data. Analisis ini didasarkan pada fokus terhadap salah satu domain (struktur internal domain) dan pengumpulan hal-hal / elemen yang sama. Model yang digunakan dalam analisis ini, peneliti menggunakan tahapan model alir sebagaimana yang telah disampaikan oleh Miles dan Huberman bahwa pengumpulan data, reduksi data dan penyajian data dan verifikasi data berjalan secara simultan. Adapun proses-proses analisis data kualitatif terdapat tiga langkah yaitu:

- a. Reduksi data (*data reduction*), yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data kasar yang diperoleh di lapangan studi.
- b. Penyajian data, yaitu deskripsi kumpulan informasi tersusun yang memungkinkan untuk melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif yang lazim digunakan adalah dalam bentuk teks naratif.
- c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verification*). Dari permulaan pengumpulan data, periset kualitatif mencari makna dari setiap gejala yang diperolehnya di lapangan (Agus, 2006:22).