

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penyajian dan pembahasan data di Bab terdahulu hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) dalam melaksanakan sosialisasi peneliti menilai sudah cukup tepat karena agenda sosialisasi yang dilakukan LO DIY menyeluruh dengan mengarah kepada badan intansi terkait pemerintah maupun swasta dan masyarakat khususnya Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Selain itu komunikator yang ditunjuk adalah mereka-mereka yang menangani atau membidangi langsung permasalahan sehingga pesan-pesan yang disampaikan merupakan materi yang bersinggungan langsung dengan masalah dalam tema sosialisasi.

Sebagai program kerja LO DIY agenda sosialisasi yang dilakukan oleh Bidang Sosialisasi, Kerjasama dan Penguatan Jaringan (SKPJ) Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) dalam penerapannya, strategi komunikasi untuk menginformasikan fungsi kelembagaan LO DIY meliputi tiga tahap yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Proses perencanaan diawali dengan menentukan penanggung jawab sosialisasi, menentukan tujuan dan fungsi sosialisasi, menentukan target sosialisasi, menentukan pesan sosialisasi dan menentukan anggaran sosialisasi.

Pelaksanaan strategi komunikasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) dalam sosialisasi fungsi kelebagaannya melalui media cetak maupun elektronik, bahkan dilakukan secara langsung terjun kedalam masyarakat umum dan instansi pemerintah maupun swasta. Sosialisasi LO DIY dalam bentuk media cetak meliputi pencetakan berbagai media pendukung kampanye atau *advokasi* seperti koran, bulletin, *leaflet*, banner, brosur, kalender dan aksesoris gantungan kunci yang berisikan pesan dalam memperkenalkan fungsi kelembagaan LO DIY yang nantinya akan disebarakan kepada khalayak mengenai usaha-usaha *preventif* untuk meminimalisir permasalahan layanan publik serta lebih mendekatkan pelayanan ke masyarakat.

Demikian juga dengan media elektronik, peneliti menilai sudah tepat, karena media-media yang digunakan dapat menyentuh langsung kepada masyarakat yang menjadi sasaran sosialisasi, seperti agenda sosialisasi melalui media televisi dan radio yang berkontribusi bagi masyarakat dengan melakukan interaksi langsung dalam program siarannya. Pelaksanaan strategi komunikasi LO DIY dalam sosialisasi melalui komunikasi tatap muka juga cukup baik dilakukan. Sebagaimana dalam mengatur dan me-manajemen staf sudah diatur sedemikian rupa melalui atasan, LO DIY melakukan audiensi dan kerjasama terhadap instansi terkait lainnya baik pemerintah maupun swasta. Hal ini dapat menjalin kemitraan yang baik guna mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik dan bersih serta tata kelola swasta yang beretika dan berkelanjutan khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).

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. 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.

Kesimpulan lain, peneliti melihat masih terdapat kelemahan atau kekurangan pada anggaran Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) yang satu-satunya hanya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Dalam perjalanannya Bidang Sosialisasi, Kerjasama dan Penguatan Jaringan (SKPJ) LO DIY terhambat dengan anggaran dari Pemerintah daerah DIY yang dianggap masih belum bisa menutup semua kebutuhan sosialisasi, walaupun mendapatkan bantuan anggaran dari jejaring lembaga atau instansi terkait yang bekerjasama dengan LO DIY hal tersebut masih belum mampu memenuhi anggaran sosialisasi yang dibutuhkan secara maksimal.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang ada, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY)
 - a. Meningkatkan kerjasama dalam penguatan jaringan dengan instansi terkait lainnya untuk mempermudah mendapatkan *sponsorship* yang berkaitan dengan anggaran kinerja keseluruhan masing-masing bidang atau divisi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY), sehingga kinerja dalam pelaksanaan tugas setiap bidang akan lebih maksimal dan tidak mudah terhambat oleh anggaran yang terbilang belum mencukupi.
 - b. Menurut peneliti, Bidang Sosialisasi, Kerjasama dan Penguatan Jaringan Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (SKPJ LO DIY) hendaknya juga harus memperhatikan dalam hal sosialisasi media cetak atau kampanye di luar ruang. Selama ini pemasangan sosialisasi media cetak atau kampanye di khalayak umum seperti spanduk, baliho, aksesoris, *billboard*, *leaflet* dalam penyebarannya masih bisa dikatakan jarang, akan lebih baik apabila penyebarannya dilakukan lebih banyak dan sering di khalayak umum.
2. Bagi masyarakat atau audiens agenda sosialisasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY).
 - a. Masyarakat atau audiens yang pernah mengikuti sosialisasi LO DIY hendaknya menyampaikan kabar tentang keberadaan LO DIY

mengenai fungsi kelembagaannya kepada kerabat terdekat, hal tersebut akan menambah pengetahuan masyarakat DIY mengenai keberadaan maupun fungsi dari kelembagaan LO DIY. Sebagaimana akan mempermudah masyarakat DIY untuk mengadukan kasus-kasus terkait penyelenggaraan pemerintah daerah dan praktik dunia usaha swasta, sehingga mendorong terwujudnya penyelenggaraan pemerintah daerah dan dunia usaha swasta yang baik.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain mengenai strategi komunikasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) dalam sosialisasi fungsi kelembagaannya. Peneliti juga dapat menggunakan metode lain yaitu dengan metode kuantitatif dalam meneliti strategi komunikasi yang dilakukan oleh LO DIY, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dan dapat menggali lebih dalam lagi mengenai strategi komunikasi Lembaga Ombudsman Daerah Istimewa Yogyakarta (LO DIY) dalam sosialisasi fungsi kelembagaannya.