

**PENGGUNAAN INSTAGRAM DALAM MENGEDUKASI
MASYARAKAT LAMPUNG TENTANG KINERJA OMBUDSMAN
REPUBLIK INDONESIA PERWAKILAN PROVINSI LAMPUNG**

Oleh

MUHAMMAD FIKRI PRIATNA

Tugas Akhir

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar

AHLI MADYA ILMU KOMUNIKASI

Pada

Program Studi Hubungan Masyarakat

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2022

ABSTRAK

PENGGUNAAN INSTAGRAM DALAM MENGEDUKASI MASYARAKAT LAMPUNG TENTANG KINERJA OMBUDSMAN REPUBLIK INDONESIA PERWAKILAN PROVINSI LAMPUNG

Oleh

Muhammad Fikri Priatna

Hubungan Masyarakat atau Humas memiliki peran yang sangat penting dalam perkembangan dan kemajuan suatu perusahaan, organisasi, atau instansi. Humas memiliki beberapa tugas utama, yaitu membangun, menjaga, dan memperbaiki citra instansi dengan instansi lainnya, serta instansi dengan masyarakat. Selain itu, Humas juga memiliki tugas internal, yaitu menjaga hubungan antara sesama pegawai dengan pegawai, pegawai dengan atasan, dan atasan dengan jajarannya. Dalam menjalankan tugasnya, di zaman sekarang ini Humas dapat menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana yang dapat digunakan untuk melakukan sosialisasi atau edukasi mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan instansi. Dalam hal ini edukasi yang dilakukan adalah mengenai kinerja dari Ombudsman Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Lampung. Penggunaan media sosial Instagram merupakan salah satu cara Ombudsman dalam menyebarkan informasi mengenai kegiatan yang telah diikuti atau diadakan. Instagram juga merupakan salah satu dari 5 media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2019 hingga 2021. Instagram juga memiliki berbagai fitur menarik yang dapat memudahkan penggunaannya dalam membuat konten seperti *reels*, *posts*, *stories*, dan *Highlight*. Penyampaian informasi dengan cara membuat konten menarik dan kreatif dapat meningkatkan minat masyarakat untuk melihat konten tersebut hingga selesai. Ini merupakan salah satu cara Ombudsman dalam mengedukasi masyarakat dengan mengikuti perkembangan zaman.

Kata kunci: Edukasi, Instagram, Media Sosial, Ombudsman

Judul Tugas Akhir : PENGGUNAAN INSTAGRAM DALAM
MENGEDUKASI MASYARAKAT LAMPUNG
TENTANG KINERJA OMBUDSMAN REPUBLIK
INDONESIA PERWAKILAN PROVINSI
LAMPUNG

Nama Mahasiswa : Muhammad Fikri Priatna

Nomor Pokok Mahasiswa : 1806071025

Program Studi : D III Hubungan Masyarakat

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



NIP 198705272019031011

2. Ketua Program Studi D III Hubungan Masyarakat

[Signature]

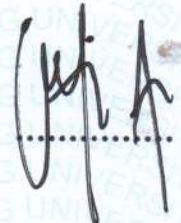
Agung Wibawa, S.Sos., I. M.Si.

NIP 1896498146193854193


MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Vito Frasetya, M.Si.



Penguji Umum: Agung Wibawa, S.Sos., I.M.Si.



Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dra. Ida Nurhaida, M.Si.

NIP 196108071987032001



Tanggal Ujian: 11 Agustus 2022

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Muhammad Fikri Priatna

NPM : 1806071025

Program Studi : D III Hubungan Masyarakat

Alamat : Jl. P. E. M. Noor Komplek BI No. B3/103, Kelurahan
Pengajaran, Kecamatan Teluk Betung Utara, Bandar
Lampung, 35215

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul **“PENGGUNAAN INSTAGRAM DALAM MENGEDUKASI MASYARAKAT LAMPUNG TENTANG KINERJA OMBUDSMAN REPUBLIK INDONESIA PERWAKILAN PROVINSI LAMPUNG”** adalah benar hasil karya sendiri bukan plagiat (milik orang lain) atau dibuatkan orang lain. Apabila di kemudian hari ditemukan terdapat pihak lain yang merasa keberatan atas hasil penulisan Tugas Akhir saya, maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap dicabut gelar akademiknya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa paksaan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 12 Agustus 2022

Penulis



Muhammad Fikri Priatna

NPM 1806071025

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Muhammad Fikri Priatna dan biasa dipanggil Fikri. Dilahirkan pada tanggal 10 Februari 2000, di Bandar Lampung. Merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara.

Pendidikan formal awal penulis diawali dengan bersekolah di TK Al Hukamah pada tahun 2003. Kemudian pada tahun 2006 melanjutkan pendidikan ke jenjang selanjutnya di SD Kartika II-5 Bandar Lampung. Pada tahun 2013 penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Bandar Lampung. Pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan di SMA YP Unila Bandar Lampung. Kemudian pada tahun 2018, penulis diterima di Program Studi D3 Hubungan Masyarakat Universitas Lampung. Semasa kuliah, penulis tergabung dalam dua UKM; UKM tingkat fakultas yaitu FSPI, sebagai anggota di bidang BBQ pada tahun 2018 dan UKM tingkat universitas yaitu Voli Unila pada tahun 2018. Selain itu, penulis juga pernah menjabat sebagai Kepala Bidang Kominfo HMD Humas Universitas Lampung pada tahun 2019/2020.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini penulis persembahkan sebagai wujud dari apresiasi kepada penulis sendiri karena sudah berhasil melewati banyak hal dan rintangan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis juga mempersembahkan tugas akhir kepada orang tua, teman, serta keluarga besar yang telah memberikan dukungan moral.

SANWACANA

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat, karunia, serta hidayah-Nya Tugas Akhir yang berjudul **“Penggunaan Instagram Dalam Mengedukasi Masyarakat Lampung Tentang Kinerja Ombudsman Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Lampung”** ini dapat diselesaikan. Hal ini juga tentunya tidak luput dari bantuan berbagai pihak lainnya yang membantu proses administrasi dan pengerjaan Tugas Akhir ini. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
2. Bapak Agung Wibawa, S.Sos., I.M.Si., selaku Ketua Program Studi Diploma 3 Hubungan Masyarakat;
3. Bapak Agus Hadiawan, M.Si., selaku dosen pembimbing akademik;
4. Bapak Vito Frasetya, M.Si., selaku dosen pembimbing dalam penyusunan Tugas Akhir;
5. Tiara Aulia Al-Aziz, selaku sahabat yang memberikan dukungan moral;
6. Shafa Fitria Putri Nayumi, selaku sahabat yang memberikan dukungan moral dan dengan diskusi mengenai topik selama proses pengerjaan Tugas Akhir.

Bandar Lampung, 11 Agustus 2022

Muhammad Fikri Priatna

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	10
1.1. Latar Belakang Masalah.....	10
1.2. Perumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan Penulisan.....	13
1.4. Kegunaan Penulisan.....	13
1.5. Teknik Pengumpulan Data.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1. Pengertian Humas.....	16
2.2. Pengertian Media Sosial.....	17
2.3. Pengertian Edukasi.....	19
BAB III GAMBARAN UMUM	21
3.1. Sejarah dan Profil Instansi Ombudsman Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Lampung.....	21
3.2. Visi dan Misi Ombudsman Republik Indonesia.....	22
3.3. Logo Ombudsman Republik Indonesia Beserta Makna.....	23
3.4. Struktur Organisasi Ombudsman Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Lampung.....	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1. Hasil.....	26
4.1.1. Penggunaan Instagram Dalam Mengedukasi Masyarakat Lampung Tentang Kinerja Ombudsman Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Lampung.....	28
4.2. Pembahasan.....	28
4.2.1. Peran Humas Dalam Mengedukasi Masyarakat Tentang Kinerja Ombudsman Republik Indonesia.....	29
4.2.2. Faktor Pendukung.....	32
4.2.3. Faktor Penghambat.....	38

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	40
---	-----------

5.1. Kesimpulan.....	40
-----------------------------	-----------

5.2. Saran.....	41
------------------------	-----------

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Ombudsman.....	23
Gambar 2. <i>View Count</i>	27
Gambar 3. Program Rabu Kuis.....	29
Gambar 4. Ajakan membuat kalimat menarik dengan kata kunci “Imparsial.....	30
<i>Gambar 5. Highlight Kegiatan</i>	31
Gambar 6. <i>Highlight</i> Cara Melapor.....	31
Gambar 7. <i>Highlight</i> Testimoni.....	32
Gambar 8. <i>Highlight</i> Sidak 2018&2019.....	32
Gambar 9. <i>Highlight</i> Sidak 2020.....	32
Gambar 10. Video Kreatif ajakan kepada masyarakat untuk tidak takut melapor...33	
Gambar 11. Video Kreatif Syarat Formil & Materiil Laporan.....	33
Gambar 12. <i>Reels</i> Tentang Kegiatan Seleksi Calon Asisten Ombudsman	34
Gambar 13 <i>Reels</i> sikap dan sifat Ombudsman dalam menindaklanjuti Laporan.....	35
Gambar 14. Testimoni Masyarakat atau Pelapor.....	36
Gambar 15. Testimoni Bapak Suhalnadi tentang subsidi listrik PLN yang dicabut.....	36

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ombudsman Republik Indonesia adalah suatu lembaga negara yang mempunyai wewenang mengawasi penyelenggaraan Pelayanan Publik baik yang diselenggarakan oleh Penyelenggara Negara dan pemerintahan, termasuk yang diselenggarakan oleh BUMN, BUMD, dan BHMN, serta Badan Swasta atau Perseorangan yang diberi Tugas Menyelenggarakan Pelayanan Publik tertentu yang Sebagian atau Seluruh Dananya Bersumber dari APBN dan/atau APBD. Selain itu, Ombudsman juga merupakan lembaga Negara yang independen atau tidak memiliki hubungan organik dengan instansi pemerintah manapun. Dalam menjalankan tugas fungsionalnya, Ombudsman memiliki 3 (tiga) Keasistenan, yaitu Penerimaan Verifikasi Laporan (PVL), Pemeriksaan Laporan (PL), dan Pencegahan Maladministrasi.

Seiring kemajuan teknologi, Ombudsman juga mengembangkan cara kerjanya dengan menggunakan media massa untuk mempublikasikan kegiatan yang bersifat internal maupun eksternal. Ombudsman memiliki 3 akun utama media sosial, yaitu Instagram, YouTube, dan Whatsapp. Dikutip dari cnnindonesia.com, berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) terdapat sekitar 196,7 juta pengguna internet di Indonesia pada 2019-2020 (Kuartal 2). Jumlah ini setara dengan 73,3 persen dari total penduduk di Indonesia. Persentase ini mengacu pada total penduduk

Indonesia yang berjumlah 266,9 juta penduduk menurut Badan Pusat Statistik (BPS). Hal ini menjadi pertimbangan penulis mengapa memilih Instagram sebagai media sosial yang akan dibahas dalam karya ilmiah ini. Pemilihan media sosial Instagram juga karena berdasarkan hasil survei Global Web Index (GWI) yang dikutip dari beritasatu.com, Instagram merupakan salah satu dari 5 besar media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia dari tahun 2020 hingga 2021. Selain itu, penulis merasa Instagram juga lebih praktis secara penggunaan dan lebih menarik secara tampilan penggunaannya (*user interface*). Hal ini pun dapat lebih memungkinkan kegiatan Ombudsman di Instagram banyak dilihat.

Media sosial Instagram dapat digunakan oleh instansi untuk mempublikasikan kegiatan yang bersifat internal maupun eksternal. Dalam hal ini, instansi yang dimaksud adalah Ombudsman Republik Indonesia (ORI) Perwakilan Provinsi Lampung. Media sosial sendiri memiliki pengaruh yang besar terhadap citra suatu instansi atau perusahaan. Penggunaan media sosial, khususnya Instagram dapat menjadi faktor pendorong baiknya citra, namun sekaligus juga berisiko merusak citra instansi tersebut ketika terjadi kesalahan atau kekeliruan yang tersorot oleh masyarakat.

Menurut Goldsmith dan Horowitz (2006), pengguna internet telah mengubah cara pandang konsumen dalam berkomunikasi dan berbagi pendapat atau ulasan mengenai produk barang atau jasa yang pernah dikonsumsi, dalam hal ini termasuk Instagram. Hal ini memiliki kaitan dengan citra dari Ombudsman dalam menyelesaikan Laporan. Komentar yang terdapat pada tautan-tautan merupakan bentuk dari pendapat atau ulasan masyarakat mengenai jasa dari Ombudsman dalam menyelesaikan Laporan. Komentar tersebut tentu beragam, ada yang berisi tanggapan positif, ada juga tanggapan negatif. Komentar negatif tersebut ada yang ditujukan untuk kinerja maupun untuk instansi itu sendiri. Terdapat berbagai komentar di salah satu akun Instagram informasi seputar Provinsi Lampung, yaitu @infokyai, yang pada *caption*-nya menyebutkan Ombudsman, mendapatkan komentar seperti,

“percuma kalau Ombudsman tidak bisa memenjarakan orangnya”, “belum tentu maksimal“, “yang bikin males karena berkasnya nanti ditumpuk saja dan tidak segera ditanggapi, makanya porsesnya lama”, dan komentar-komentar sejenisnya. Komentar tersebut menjadi indikator bahwa sebagian pengguna Instagram masih belum memahami bagaimana kinerja atau cara kerja Ombudsman dalam menindaklanjuti Laporan. Menurut Hennig-Thurau, et, al., (2004) *electronic word of mouth* adalah pernyataan positif maupun negatif yang dilakukan oleh pelanggan potensial atau pun mantan pelanggan tentang produk atau perusahaan, yang ditujukan untuk banyak orang atau lembaga via internet. Konsumen cenderung menerima saran atau masukan dari kerabat, teman, dan kolega karena tingginya kredibilitas di antara mereka ketika berbicara mengenai produk yang dipakai. Produk di sini dapat juga diartikan sebagai bentuk layanan dari Ombudsman dalam menindaklanjuti Laporan tentang Pelayanan Publik dari masyarakat.

Menurut Ruslan (2016), seorang praktisi Humas harus memiliki kemampuan dalam memengaruhi pendapat umum, menjalin suasana saling percaya, toleransi, saling menghargai, membangun *goodwill*, dan berbagai citra positif lainnya. Oleh sebab itu hal ini menjadi salah satu tugas penting bagi Humas ORI Perwakilan Provinsi Lampung agar proses edukasi mengenai kinerja dan berbagai kewenangan Ombudsman dapat disampaikan, sehingga masyarakat paham mengenai bagaimana alur kerja Ombudsman dalam menindaklanjuti Laporan, terjalinnya rasa kepercayaan masyarakat atas kinerja Ombudsman, serta meningkatkan citra positif Ombudsman di masyarakat.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dapat dirumuskan menjadi pembahasan pada kajian ini adalah bagaimana bentuk kegiatan atau program dari Ombudsman Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Lampung dalam mengedukasi masyarakat Lampung

mengenai tugas dan kinerja dari instansi tersebut dengan menggunakan media sosial Instagram.

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui bentuk kegiatan atau program apa saja yang dilakukan Ombudsman Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Lampung dalam mengedukasi masyarakat tentang kinerja instansi tersebut dengan menggunakan media sosial Instagram.

1.4 Kegunaan Penulisan

Secara akademis, penulisan ini berguna untuk menambah wawasan penulis maupun pembaca tentang Kehumasan yang khususnya bagaimana kiat membangun citra positif yaitu melayani tanpa berpihak yang dilakukan Ombudsman Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Lampung terhadap khalayaknya.

Secara praktis, penulisan ini bermanfaat untuk menginformasikan mengenai pentingnya pelayanan maksimal sehingga citra positif akan terbangun dan dapat menjadi faktor pendukung eksistensi maupun keberlangsungan suatu instansi di kalangan masyarakat atau khalayaknya.

1.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini diperoleh penulis selama melaksanakan magang di Ombudsman Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Lampung. Beberapa teknik pengumpulan data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan informasi dengan cara memberikan beberapa pertanyaan kepada narasumber yang bekerja di Ombudsman dan diyakini mampu memberikan informasi yang relevan dengan topik pembahasan pada Tugas Akhir ini. Adapun narasumber yang menjadi informan adalah Risqa Tri Oktaviani, S.Hum. selaku bagian dari Humas Ombudsman, dan Shintya Gugah Asih Teffidy, S.I.P, M.I.P. selaku Asisten Pemeriksaan Laporan.

2. Observasi

Teknik observasi adalah metode pengumpulan informasi dengan cara mengamati objek atau kegiatan secara langsung, yang menjadi topik pembahasan dalam Tugas Akhir. Observasi dilakukan selama 40 (empat puluh) hari kerja, dengan pembagian *shift* selama 10 hari di setiap divisi atau Keasistenan. Penulis juga terlibat dalam berbagai kegiatan tersebut, terutama ketika diadakannya kegiatan lapangan. Sehingga data yang akan menjadi referensi dalam penulisan dapat dikumpulkan dengan lebih relevan.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah metode pengumpulan informasi dengan mencari data yang berkaitan dengan instansi melalui foto kegiatan, artikel, arsip-arsip, dan lainnya. Pada teknik ini penulis melakukan dokumentasi dengan mencatat dan mengambil foto kegiatan dari artikel-artikel, program yang ditampilkan di akun Instagram, dan ketika melaksanakan magang.

4. Studi kepustakaan

Teknik studi kepustakaan adalah metode pengumpulan informasi dengan cara mengambil atau mengutip informasi mengenai hal seputar instansi serta tugas dan wewenangnya dengan menggunakan undang-undang yang berlaku. Penulis juga menganalisis beberapa jurnal dan karya tulis ilmiah yang relevan dengan topik pembahasan pada Tugas Akhir ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Humas (*Public Relations*)

Humas menurut Howard Stephenson, dalam buku *Handbook of Public Relations* (1971), adalah "*The practice of skilled art or service based on training, a body of knowledge, and adherence to agree on standard of ethics.*" Yang berarti bahwa Humas merupakan praktik dari seni keterampilan atau pelayanan yang didasari pelatihan, wujud dari pengetahuan, dan kesadaran dari persetujuan atas standar suatu etika profesi. Tugas dari Humas bisa disebut sebagai tugas yang *fluid* atau cair, karena dapat menjangkau berbagai peran, seperti bertindak sebagai *internal stakeholder* dan *external stakeholder*, serta kegiatan publikasi. Sebagai *internal stakeholder*, tugas Humas adalah menjembatani hubungan antara sesama pegawai dengan pegawai, pegawai dengan atasan, dan atasan dengan atasan lain yang setara status jajarannya. Keberadaan Humas di suatu instansi merupakan suatu keharusan, terutama dalam upaya menyebarluaskan atau mempublikasikan informasi tentang suatu kegiatan instansi yang ditunjukkan baik untuk masyarakat internal seperti pegawai dan atasan, maupun kepada masyarakat umum. Humas sebagai suatu alat atau saluran (*The PR as tools or channels of government publication*) untuk memperlancar jalannya interaksi dan penyebaran informasi mengenai publikasi pembangunan nasional melalui kerjasama dengan pihak pers, media cetak atau elektronik, hingga media tradisional. (Ruslan, 2016:341).

Selain itu Humas juga bisa bertanggungjawab atas publikasi kegiatan yang diadakan atau diikuti oleh instansi. Oleh sebab itu seorang praktisi Humas perlu memiliki empat kemampuan, yaitu:

1. Mengamati dan menganalisis suatu persoalan berdasarkan fakta lapangan;
 2. Memiliki kemampuan dalam publikasi;
 3. Kemampuan dalam memengaruhi pendapat umum;
 4. Kemampuan Humas menjalin suasana saling percaya, toleransi, saling menghargai, membangun *goodwill*, dan berbagai citra positif lainnya.
- (Ruslan, 2016:132)

Hal ini tentu memiliki kaitan dengan citra dari Ombudsman. Dengan dilakukannya publikasi kegiatan oleh Humas Ombudsman, maka hal tersebut termasuk bagian dari tugas Humas sebagaimana yang disebutkan oleh Ruslan, yaitu “penyebaran informasi mengenai publikasi melalui kerjasama dengan pihak pers, media cetak atau elektronik.” Sehingga hasil kinerja Ombudsman dapat dipublikasikan melalui media massa baru, yaitu internet. Selain itu, hal tersebut juga dilakukan untuk meningkatkan citra Ombudsman dengan menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat, sehingga kepercayaan atas kinerja Ombudsman juga meningkat.

2.2. Media Sosial

Media merupakan alat pembelajaran kondisi sosial yang dapat digunakan untuk mempermudah proses penyampaian informasi. Media sosial adalah bentuk dari perkembangan dari teknologi komunikasi yang telah ada sebelumnya. Perkembangan teknologi ini termasuk sangat cepat, bahkan masih bisa digunakan oleh beberapa generasi manusia ke depan dengan teknologi yang sama. Media sosial dapat dikategorikan sebagai komunikasi massa karena bisa digunakan untuk menyampaikan suatu informasi kepada khalayak ramai secara sekaligus dan dapat dilakukan dalam waktu yang bersamaan (Bungin, 2014: 135).

Teori *Social Exchange* disebut juga dengan teori pertukaran sosial. Teori ini memiliki hubungan dengan pertukaran orang lain yang dapat menghasilkan sesuatu, memusatkan pada dinamika hubungan, termasuk bagaimana hubungan itu terbentuk, bagaimana hubungan dijaga keberlangsungannya, dan apakah hubungan tersebut akan berakhir. Orang akan saling bergantung untuk mendapatkan sumber-sumber daya yang berharga, dan mereka akan saling melengkapi dalam proses pertukaran (Ritzer, 2012:515). Dalam hal ini, sumber daya tersebut bagi masyarakat adalah rasa kepercayaan atas kinerja Ombudsman, dan bagi Ombudsman adalah terwujudnya pelayanan publik yang prima karena masyarakat sudah teredukasi mengenai bagaimana bentuk Pelayanan Publik prima yang seharusnya menurut peraturan perundang-undangan. Komunikasi akan terjadi ketika adanya lingkungan dan sikap individu yang saling berhubungan. Di lingkungan masyarakat, pastinya kita akan menemui berbagai orang dengan sikap yang berbeda-beda yang saling terkait dan berhubungan.

Menurut Mc. Luhan, media massa adalah perpanjangan alat indera kita (*sense extention theory*; teori perpanjangan alat indera) (Antoni, 2004). Seiring berjalannya waktu, media massa berkembang mengikuti perkembangan teknologi hingga muncul keberadaan internet. Internet adalah jaringan komputer dunia yang terhubung dan menjadi suatu sistem komunikasi modern pada tahun 1960-an. (Werner, 2008). Media sosial merupakan salah satu bentuk dari media massa yang sudah mengalami perkembangan. Seperti media massa lainnya, media sosial tentunya memiliki efek atau dampak tertentu pada penggunaannya. Terdapat tiga jenis dimensi dari efek komunikasi massa, yaitu: kognitif, afektif, dan konatif. Efek kognitif berhubungan dengan peningkatan kesadaran, belajar, dan bertambahnya pengetahuan mengenai hal baru. Efek afektif berhubungan dengan emosi, perasaan, dan sikap dalam bermasyarakat. Sedangkan efek konatif berhubungan dengan perilaku dan niat seseorang ketika melakukan sesuatu dengan cara tertentu (Amri, 1988).

Instagram sendiri Menurut Kjell H. Landsverk, adalah sebuah media sosial yang terkenal dan berguna untuk membagikan foto, selain itu juga terdapat fitur filter di dalamnya yang kemudian dibagikan dan hasil gambarnya bisa dilihat pengguna lainnya (Ramadhani, 2020). Selain itu, hasil gambar atau video yang sudah diunggah ke Instagram dapat disebar ke media sosial lain dengan menggunakan *link* dan untuk melihatnya tidak harus memiliki akun Instagram lebih dahulu. Kecuali ketika pengguna tersebut ingin memberikan *like* atau *comment*, barulah pengguna tersebut harus mendaftar untuk membuat akun Instagram baru atau *login* jika sudah memiliki akun Instagram.

Lantas hal ini berkaitan dengan tugas Humas Ombudsman, dari interaksi yang terjadi dengan masyarakat. Dengan ditemukannya media baru atau internet, maka proses komunikasi menjadi lebih mudah dan proses pertukaran informasi dapat terjadi dengan lebih cepat. Kemudahan dalam berkomunikasi inilah yang akan menimbulkan efek terhadap masyarakat. Efek kognitif yaitu bertambahnya pengetahuan baru mengenai Ombudsman, baik dari segi Instansi maupun tugas fungsionalnya. Efek afektif yaitu perubahan sikap masyarakat yang tadinya cenderung pesimis dengan kinerja Ombudsman dalam menyelesaikan menjalankan tugasnya, menjadi lebih percaya atau optimis.

2.3. Edukasi

Edukasi atau pendidikan adalah segala upaya yang direncanakan untuk memengaruhi orang lain baik individu, kelompok, atau masyarakat sehingga terjadi peningkatan dalam kualitas pola pikir, pengetahuan, serta mengembangkan potensi yang dimiliki oleh setiap individu. Sedangkan menurut KBBI, edukasi adalah proses pengubahan sikap dan perilaku seseorang atau kelompok dalam usaha mendewasakan diri melalui upaya pengajaran, pelatihan, proses, dan cara mendidik. Proses edukasi dalam kehidupan sehari-hari lebih sering disebut dengan belajar.

Edukasi juga bisa didapatkan dari pendidikan formal dan informal. Berikut adalah penjelasan mengenai jenis-jenis edukasi:

1. Formal

Proses pembelajaran atau edukasi ini didapat melalui lembaga yang sudah resmi diakui oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, contohnya seperti SD, SMP, dan SMA (atau yang sederajat). Di tempat ini terdapat peraturan yang wajib ditaati dan terdapat pengajar atau guru yang mendampingi proses pembelajaran.

2. Informal

Proses pembelajaran atau edukasi ini didapat melalui lingkungan yang tidak resmi, namun bukan berarti ilegal. Edukasi ini didapat melalui lembaga-lembaga atau tempat bimbingan belajar (kursus). Lembaga-lembaga ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelajar atau murid di tempatnya agar bisa memenuhi standar penilaian di lembaga resmi (sekolah). Selain itu juga terdapat lembaga yang ditujukan untuk *life skill* seperti tempat kursus memasak. Selain itu, media massa seperti televisi, radio, dan internet juga termasuk sarana pembelajaran informal

Penggunaan Instagram ini merupakan bentuk kegiatan Ombudsman dalam mengedukasi masyarakat mengenai kinerja Ombudsman, serta bagaimana Pelayanan Publik yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan termasuk dalam metode informal.

BAB III

GAMBARAN UMUM

3.1. Sejarah dan Profil Ombudsman Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Lampung

Ombudsman Republik Indonesia adalah suatu lembaga negara yang mempunyai wewenang mengawasi penyelenggaraan Pelayanan Publik baik yang diselenggarakan oleh Penyelenggara Negara dan pemerintahan, termasuk yang diselenggarakan oleh BUMN, BUMD, dan BMHN, serta Badan Swasta atau Perseorangan yang diberi Tugas Menyelenggarakan Pelayanan Publik tertentu yang Sebagian atau Seluruh Dananya Bersumber dari APBN dan/atau APBD.

Ombudsman Republik Indonesia pertama kali dibentuk pada tanggal 10 Maret tahun 2000, berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 44 Tahun 2000 tentang Komisi Ombudsman Nasional, oleh Presiden ke-4 (keempat) Republik Indonesia, K.H. Abdurrahman Wahid (Gus Dur). Pada tahun 2008, berdasarkan Undang-undang No. 37 Tahun 2008 Tentang Ombudsman Republik Indonesia, posisi Ombudsman lebih dikuatkan sebagai lembaga independen pengawas pelayanan publik.

Ombudsman Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Lampung (ORI Lampung) didirikan pada tahun 2012 dan baru benar-benar aktif pada tahun 2013. ORI Lampung sebelumnya tidak memiliki Bagian Humas hingga pada

tahun 2017 baru diusulkan. Bukan berarti tidak ada kegiatan Kehumasan sama sekali, melainkan kegiatan tersebut dibantu oleh para Asisten ORI Lampung, namun bukan sebagai bagian khusus Kehumasan.

Dalam menanggapi Laporan masyarakat, Ombudsman memiliki syarat formil dan materiil yang harus dipenuhi oleh Pelapor terlebih dahulu. Syarat formil adalah syarat-syarat yang bersifat administratif yang harus dipenuhi oleh Pelapor, yaitu nama lengkap, KTP, nomor telepon yang bisa dihubungi, bukti telah melapor ke instansi terkait, tanggapan dari instansi terkait, dan surat kuasa apabila wewenang kasus yang dilaporkan diserahkan kepada pihak lain. Syarat materiil adalah syarat yang harus dipenuhi oleh Ombudsman, yaitu Laporan termasuk ke dalam wewenang Ombudsman, kasus tidak sedang atau telah mendapatkan putusan pengadilan, Laporan tidak sedang dalam proses penyelesaian oleh instansi terlapor dan waktu proses penyelesaian masih dalam batas waktu yang wajar, dan batas waktu kejadian tidak lebih dari 2 (dua) tahun sejak dilaporkan ke instansi tersebut. Jika Laporan memenuhi semua syarat, maka akan ditindaklanjuti oleh bagian Pemeriksaan Laporan.

3.2. Visi dan Misi Ombudsman Republik Indonesia

a. Visi

“Pengawasan Pelayanan Publik yang Efektif dan Berkeadilan”

b. Misi

1. Memperkuat Kelembagaan Ombudsman RI

Untuk mendukung efektifitas fungsi pengawasan Ombudsman RI

2. Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Dengan memperluas daya jangkau pengawasan terutama kepada lapis masyarakat yang kurang atau tidak terlayani

3. Mendorong Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik

Dengan membangun fungsi pengawasan yang tanggap dan menysasar pada perbaikan sistemik

3.3. Logo Ombudsman Republik Indonesia



(Gambar 1. Logo Ombudsman Republik Indonesia)

- a. Ikon berwarna biru seperti tangan sedang merangkul, merupakan nilai dasar Ombudsman yang ingin melayani masyarakat dan mendapatkan pelayanan yang hangat.
- b. Gambar di tengah yang tampak seperti kaca pembesar, menggambarkan cara kerja Ombudsman yang cermat dan teliti.
- c. Gradasi lingkaran berwarna biru tua ke muda menggambarkan tingkat kepercayaan yang terus-menerus dibangun.
- d. Warna oranye adalah gambaran dari pelayanan yang penuh keramahan dan kehangatan.
- e. Lingkaran membentuk setengah kepala orang, menggambarkan bahwa pusat kinerja Ombudsman adalah sisi manusia sebagai subjek pelayanan.
- f. Font menggunakan *customized sans-serif* Candara dengan huruf kapital semua menggambarkan kewibawaan dan kekuatan mengikat.
- g. Warna merah tua menggambarkan kematangan lembaga yang semakin dikenal masyarakat.
- h. Kata Republik Indonesia menekankan kekuatan Ombudsman sebagai lembaga negara, khususnya lembaga negara independen.

3.4. Bentuk Organisasi Ombudsman Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Lampung

Dalam menjalankan tugas fungsionalnya, Ombudsman dipimpin oleh satu orang Kepala Perwakilan, dua belas orang Asisten di tiga Keasistenan berbeda termasuk satu Kepala Keasistenan pada setiap Keasistenan, dan sepuluh orang Kesekretariatan termasuk Staf Rumah Tangga. Berkenaan dengan tugas Asisten, akan dijelaskan sebagai berikut:

A. Keasistenan Penerimaan Verifikasi Laporan (PVL)

Penerimaan Verifikasi Laporan atau biasa disebut dengan PVL bertugas untuk menerima dan memeriksa syarat Laporan yang masuk, baik Laporan yang diajukan secara lisan dengan datang ke kantor, secara tertulis (surat), serta melalui berbagai media sosial yang dimiliki oleh Ombudsman Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Lampung seperti Instagram, Email, Facebook, dan Whatsapp. Keasistenan PVL akan memeriksa kelengkapan formil dan materil dari Laporan tersebut. Proses verifikasi ini dilakukan untuk menentukan apakah Laporan tersebut dapat ditindaklanjuti atau tidak. Jika Laporan memenuhi syarat-syarat tersebut, maka selanjutnya Laporan akan dilimpahkan kepada Kesasistenan Pemeriksaan Laporan untuk dilakukan pemeriksaan lebih lanjut.

B. Keasistenan Pemeriksaan Laporan (PL)

Selanjutnya adalah Keasistenan Pemeriksaan Laporan (PL), pada bagian ini Ombudsman akan meminta berbagai informasi dalam rangka memperoleh data, keterangan, dan dokumen yang berguna untuk pembuktian dugaan maladministrasi yang dilaporkan kepada Ombudsman. Beberapa tugas utama Keasistenan Pemeriksaan Laporan adalah memeriksa peraturan-peraturan yang berkaitan dengan kasus yang dilaporkan, memanggil Terlapor jika memang harus ada klarifikasi secara langsung, melakukan pemeriksaan lapangan, dan menutup atau menyelesaikan Laporan. Jika dirasa perlu tambahan informasi,

Keasistenan Pemeriksaan Laporan juga dapat meminta keterangan tambahan dari Pelapor untuk memperjelas kasus yang sedang diselesaikan.

C. Keasistenan Pencegahan Maladministrasi (PM)

Keasistenan Pencegahan Maladministrasi (PM) memiliki dua tugas utama, pertama adalah kajian, untuk mendeteksi potensi maladministrasi dari suatu pelayanan publik dan mencegah terjadinya maladministrasi. Kedua adalah survey kepatuhan, yaitu kegiatan menilai lembaga pelayanan publik tertentu apakah sudah memenuhi standar pelayanan publik seperti yang tercantum dalam Peraturan Perundang-undangan yang berlaku atau belum. Selain itu, Keasistenan Pencegahan Maladministrasi juga meakukan koordinasi dengan pengawas internal instansi penyelenggara layanan, membangun jaringan kerja dengan instansi atau pihak terkait, melakukan investigasi sistemik, melakukan sosialisasi, serta menyampaikan saran mengenai perbaikan kebijakan atau penyempurnaan dari prosedur pelayanan publik..

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan uraian penulis, maka dapat disimpulkan bahwa Ombudsman Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Lampung dalam mengedukasi serta membangun dan meningkatkan citra di mata masyarakat dengan penggunaan media sosial Instagram dan mengadakan berbagai program menarik. Program-program yang diadakan adalah seperti Rabu Kuis, *Highlight*, Video Kreatif, *Reels*, dan Testimoni. Dengan berbagai program tersebut, informasi mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan Ombudsman dapat dibentuk dan dikemas dengan cara yang menarik. Dengan memicu masyarakat menggunakan konten yang mengikuti tren, maka lebih bisa meningkatkan minat masyarakat dalam memerhatikan suatu konten hingga selesai. Namun, dikarenakan keterbatasan jumlah karakter dalam setiap *post* atau tautan, maka penambahan informasi di platform lainnya juga dibutuhkan agar informasi dapat dijelaskan dengan lebih detail.

5.2. Saran

Agar proses edukasi ini dapat berjalan dengan lebih baik, maka dari itu penulis menyarankan agar:

1. *Link Website* Berita Ombudsman

Hal ini dikarenakan keterbatasan jumlah karakter yang dapat diketik di bagian *caption*, sehingga ketika Ombudsman mem-posting suatu kegiatan kemungkinan tidak cukup rinci mengenai kegiatan tersebut. Hal ini juga menjadi tantangan bagi pengelola media Ombudsman dalam mempersingkat *caption* sehingga menjadi konten lebih ringkas namun padat akan informasi. Dengan menambahkan link website utama pada BIO akun, masyarakat dapat mengakses berita tersebut dengan lebih mudah ke website utama Ombudsman.

2. FAQ (*Frequently Asked Questions*) Pada *Highlight*

Program ini bertujuan agar masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi ketika memiliki pertanyaan tertentu yang serupa. Dengan menambahkan ini, Humas tidak harus selalu menjawab satu persatu pertanyaan masuk yang serupa dan bisa mengarahkan masyarakat ke *Highlight* untuk mengetahui jawaban dari pertanyaan yang serupa.

3. Penambahan anggota tim bagian Humas, sehingga proses pembuatan konten untuk informasi dapat dilakukan dan diperbaharui dengan lebih cepat. Selain itu juga agar kerja Humas serta Insan Ombudsman lainnya lebih optimal dengan tidak membuat seseorang *multitasking*. Oleh sebab itu penambahan sumber daya manusia dalam pengelolaan media sosial Ombudsman merupakan hal yang penting.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, Jhi. 1988. *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-Negara Dunia Ketiga*. Jakarta: PT Gramedia.
- Antoni. 2004. *Riuhnya Persimpangan Itu; Profil Para Penggagas Kajian Ilmu Komunikasi*. Solo: Tiga Serangkai.
- Bungin, Burhan. 2014. *Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Finthariasari, M., Febriansyah, E., & Pramadeka, K. (2020). *Pemberdayaan Masyarakat Desa Pelangkian Melalui Edukasi dan Literasi Keuangan Pasar Modal Menuju Masyarakat Cerdas Berinvestasi*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 3(1), 291-298.
- Goldsmith, R.E. And Horowitz, D. 2006. Measuring Motivations For Online Opinion Seeking. *Journal Of Interactive Advertising*, Vol. 6 No. 2, Pp. 1- 16.
- Hennig-Thurau, Thorsten. Kevin Gwinner. Gianfranco Walsh. Dwayne Gremler. 2004. Electronic Word of Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates consumers to Articulate Themselves on The Internet?. *Journal of Interactive Marketing*. Vol 18. Num 1, 38: 52.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Psikologi Komunikasi*. Bandung; Remaja Rosdakarya.
- Ramadhani, A. Z. N. (2020). *Pengaruh Terpaan Akun Instagram @awkarin Terhadap Persepsi Remaja Pengguna Instagram Tentang Awkarin (Studi Pada Followers Instagram @awkarin)*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ritzer, George. 2012. *Teori Sosiologi; Dari Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Posmodern*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Stephenson, Howard. 1971. *Handbook of Public Relations*. New York: McGraw-Hill.
- Suwarduki, P. R., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. 2016. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung (Survei Pada Followers Aktif Akun Instagram Indtravel Yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata Di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 37(2).
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik.