

Kegiatan Public Relations Ombudsman RI Perwakilan Jawa Barat

Kholis Muhsin Lubis, Mohamad Subur Drajat
Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia

Kholismuhsinlubis13@gmail.com, msuburdrajat@gmail.com

Abstract—Throughout 2019 the Indonesian Ombudsman Representative of West Java Province has received reports of alleged maladministration in the administration of Public Services as many as 189 reports or an increase of 3,19% from the previous year which was only 175 reports. The number is still relatively small when compared to the number of people in West Java which reached 49 million inhabitants. Establishment of the Indonesian Ombudsman Baraya West Java Representative as a recipient of two-way reciprocal communication PR activities is expected to be able to provide more understanding to the community around the duties and functions of the Ombudsman, hear complaints and suggestions from the community, and participate in overseeing the running of public services. This study uses a qualitative method using a case study approach that aims to find out how the Community Baraya Ombudsman RI Representative of West Java in carrying out Public Relations activities of two-way reciprocal communication. From the research that used interview, observation and documentation data collection techniques, it was found that, communication activities carried out by the volunteer Baraya West Java Ombudsman socialization took the form of personal socialization and socialization which were packaged in the form of seminar activities aimed specifically at their respective organizations.

Keywords—*Public Relations Activities, Public Realitions Ombudsman, Pubic Relations Strategy, Baraya Ombudsman*

Abstrak—Sepanjang tahun 2019 Ombudsman RI Perwakilan Provinsi Jawa Barat telah menerima laporan atas dugaan maladministrasi dalam penyelenggaraan Pelayanan Publik sebanyak 189 Laporan atau meningkat sebanyak 3,19% dari tahun sebelumnya yang hanya 175 laporan. Jumlah tersebut masih terbilang sangat kecil bila dibandingkan jumlah masyarakat Jawa Barat yang mencapai 49 Juta jiwa. Pembentukan Komunitas Relawan Baraya Ombudsman RI Perwakilan Jawa Barat sebagai pelaku kegiatan PR komunikasi dua arah timbal balik diharapkan mampu memberikan pemahaman lebih kepada masyarakat seputar tugas dan fungsi Ombudsman, mendengar keluhan dan saran dari masyarakat, serta ikut mengawasi jalannya pelayanan publik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara Komunitas Baraya Ombudsman RI Perwakilan Jawa Barat dalam menjalankan kegiatan Public Relations komunikasi dua arah timbal balik. Dari penelitian yang menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi ditemukan kesimpulan bahwa, kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh komunitas relawan baraya Ombudsman Jabar berbentuk sosialisasi personal dan

sosialisasi yang dikemas dalam bentuk kegiatan seminar yang ditujukan terkhusus kepada organisasi masing-masing.

Kata Kunci—*Kegiatan Public Relations, Public Realitions Ombudsman, Strategi Pubic Relations, Baraya Ombudsman*

I. PENDAHULUAN

Untuk menekan timbulnya kasus maladministrasi, pemerintah membentuk suatu lembaga independen yang dikenal dengan nama Ombudsman Republik Indonesia yang sumber dananya diperoleh dari dana kas negara yang telah disepakatin untuk dialokasikan kepada Ombudsman. Ombudsman RI memiliki fungsi untuk melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan pelayanan publik baik yang dilaksanakan oleh pemerintah (BUMN, BUMD, BHMN) maupun oleh pihak swasta yang sebagian atau seluruh dananya berasal dari APBN dan/atau APBD dimana sudah tertuang pada Undang – Undang Republik Indonesia No 37 Tahun 2008 Tentang Ombudsman Republik Indonesia.

Sepanjang tahun 2019 dikutip pada laman wabsite <http://simpl.ombudsman.go.id>, Ombudsman RI Perwakilan Provinsi Jawa Barat telah menerima laporan atas dugaan maladministrasi dalam penyelenggaraan Pelayanan Publik sebanyak 189 laporan atau meningkat sebanyak 3,19% dari tahun sebelumnya yang hanya 175 laporan. Adapun bentuk maladministrasi yang sering dikeluhkan masyarakat adalah berupa penundaan berlarut sebanyak 60 laporan, tidak memberikan layanan sebanyak 41 laporan, Penyimpangan Prosedur sebanyak 39 laporan, Penyalahgunaan wewenang sebanyak 14 laporan, Pungutan liar sebanyak 11 laporan dan tidak kompeten sebanyak 8 laporan.

Berdasarkan data di atas mengenai jumlah laporan maladministrasi yang masuk kepada Ombudsman Jabar, kemudian dilihat dari jumlah penduduk Jawa Barat yang berjumlah 49 juta Jiwa menurut Badan Pusat Statistik (BPS), dengan jumlah laporan yang masuk ke Ombudsman RI Perwakilan Jawa Barat yang tidak lebih dari 200 laporan. Maka dapat disimpulkan hanya 0,2% lebih-kurang laporan yang masuk ke Ombudsman RI Perwakilan Jawa Barat, sehingga dapat dikatakan bahwa partisipasi masyarakat dalam melaporkan maladministrasi pada pelayanan publik masih kurang baik.

Hal tersebut memberikan teguran kepada Ombudsman

Jabar Untuk terus berinovasi dalam meningkatkan pengetahuan tentang Ombudsman. Salah satu upayanya adalah dengan memberikan materi pelayanan publik pada saat mengisi seminar sebagai narasumber, melalui sosial media, Press Relation, dan Pembentukan Komunitas relawan Baraya Ombudsman RI perwakilan Jawa Barat. Baraya Ombudsman Jabar ini memiliki fungsi dalam menyampaikan serta menerima masukan dari masyarakat, dan juga ikut serta dalam melakukan Pengawasan Pelayanan Publik.

Berdasarkan Konteks Penelitian di atas, maka yang menjadi Fokus Penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Bagaimana Kegiatan Public Relations Lembaga Ombudsman RI Perwakilan Jawa Barat yang dilakukan oleh Baraya Ombudsman RI perwakilan Jawa Barat?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui Latar Belakang Ombudsman RI perwakilan Jawa Barat dalam membentuk Baraya Ombudsman.
2. Untuk mengetahui bagaimana kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Baraya Ombudsman RI perwakilan Jawa Barat.
3. Untuk mengetahui bagaimana peran manajemen Public Relations dalam kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Baraya Ombudsman RI perwakilan Jawa Barat.

II. LANDASAN TEORI

A. Kegiatan Public Relations

Kegiatan *Public Relations* merupakan kegiatan yang mempunyai prinsip-prinsip yang berkaitan dengan “etika, kejujuran/kebenaran, dan kepercayaan”. Ketiga hal tersebut haruslah selalu dipegang teguh baik oleh praktisi *public relations* dalam melakukan segala program kegiatannya, untuk itu, jika seorang praktisi PR akan melangkah pada tahap pengelolaan program kegiatannya, maka ketiga nilai di atas merupakan hal yang harus diperhatikan guna tercapai penciptaan *goodwill* sesuai dengan harapan yang dikehendaki.

Pada umumnya kegiatan *Public Relations* adalah menggupayakan adanya penciptaan *goodwill* yang terjadi pada publiknya, dan upaya ini sangat diperlukan dalam berbagai macam bentuk organisasi, baik besar maupun kecil. Penciptaan *goodwill* yang dilakukan seorang *public relations officier* terhadap publik-publik yang berkepentingan menjadi prioritas kegiatan *public relations*. Etika, kejujuran/kebenaran dan kepercayaan merupakan falsafah *public relations* yang sangat mendasar dalam mendukung adanya opini yang baik dimata publik terhadap organisasi.

Dalam menjalankan kegiatan *public relations* seorang praktisi PR terlebih dahulu harus memahami kaidah-kaidah serta prinsip yang harus dipatuhi, agar kegiatan tersebut tidak menyalahi aturan serta dapat tercapai sesuai harapan. Untuk mengetahui esensi *public relations*

tersebut, akan diambil beberapa esensi dari berbagai pakar komunikasi yang kiranya dapat mewakili esensi PR secara keseluruhan. Seorang praktisi PR, Peter F. Jeff, menyatakan bahwa pada prinsipnya:

“*A public relations professional is a bridge builder, not a drum beater building long-term relationships between a company or organization and its public based on two-way communication (i.e., listening and speaking). A public relations profesional serves as an interpreter, helping the company adapt and adjust to the political, social, and economic climate.... and assisting the public in more fully understanding the company.*” (Seitel, Fraser P.: 1992:14-15).

Dari esensi di atas, jelas bahwa *public relations* yang profesional harus dipraktikkan oleh orang yang dapat berperan sebagai jembatan penghubung bagi kedua belah pihak, bukan sebagai penabuh gong yang hanya pada saat-saat tertentu jika diperlukan saja. Sebagai orang yang harus dapat menciptakan suatu hubungan yang harmonis diantara kedua belah pihak, maka ia harus dapat menumbuhkan hubungan baik tersebut adalah diantara perusahaan/organisasi dengan publiknya, yang berlandaskan pada komunikasi dua arah timbal balik (melalui kegiatan komunikasi, baik itu kegiatan mendengarkan dan berbicara).

Kegiatan-kegiatan *Public Relations* meliputi hal-hal sebagai berikut :

1. *Press Relations (Press Release)*

Hubungan ini bertujuan untuk memberikan informasi yang layak atau yang pantas dimuat disurat kabar agar dapat menarik perhatian publik terhadap seseorang, produk, barang, jasa ataupun organisasi.

2. *Product Publicity*

Aktivitas *product publicity* meliputi berbagai usaha untuk mempublikasikan produk-produk tertentu.

3. *Corporate Communications*

Kegiatan ini meliputi komunikasi internal dan eksternal, serta mempromosikan pemahaman mengenai organisasi.

4. *Lobbying*

Lobbying ialah usaha untuk bekerjasama dengan pembuat undang-undang dan pejabat pemerintah sehingga perusahaan memperoleh informasi-informasi penting yang berharga. Bahkan terkadang juga dimaksudkan untuk mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh pemerintah.

5. *Counseling*

Aktivitas ini dilakukan dengan cara memberi saran dan pendapat manajemen tentang masalah-masalah yang berhubungan dengan publik dan mengenai posisi serta citra perusahaan.

Komunikasi Timbal Balik (Two-way Communication)

Salah satu ciri/karakter *Public Relations* adalah Komunikasi timbal balik (Two-way Communication), sebab, tujuan PR adalah menciptakan dan meningkatkan citra yang baik dari organisasi kepada publik-publik yang berkepentingan. Dengan adanya tujuan ini maka jika kita

mengetahui apakah citra itu sudah tercipta atau belum maka kegiatan *public relations* belum berjalan dengan baik.

Untuk mengetahui tentang bagaimana organisasi kita dalam masyarakat maka kita harus memakai komunikasi timbal balik, agar komunikasi yang dijalankan oleh PR dapat diketahui *feedback*-nya. Inilah yang menjadi prinsip dalam kegiatan *public relations*, sehingga segala kegiatan PR selalu memberikan konsekuensi pada adanya saling kerjasama, saling pengertian, saling mendukung, saling percaya, dan sebagainya, disamping itu juga agar tidak terjadi kesalahpahaman diantara publik-publik yang berkepentingan terhadap organisasi.

Karena publik tersebut banyak maka kepentingannya pun banyak pula, supaya jangan bentrok kepentingan tersebut, maka komunikasi dalam kegiatan *public relations* harus dilakukan secara *Two-way Communication*. Inilah yang menjadi prinsip dari ciri *public relations*.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Alasan Terbentuknya Komunitas Relawan Baraya Ombudsman

1. Kurangnya pengetahuan masyarakat akan tugas dan fungsi Ombudsman

Ombudsman RI Jabar adalah lembaga pengaduan masyarakat mengenai pelayanan publik yang ada di provinsi Jawa Barat. Namun, apa jadinya ketika lembaga pengaduan sudah ada namun masyarakatnya sendiri yang tidak mengetahui apa tugas serta fungsi dari lembaga tersebut. Pada saat peneliti melakukan prariset pada kegiatan *job training* yang kurang lebih selama satu bulan, peneliti banyak mengamati dan memberikan pertanyaan ringan terhadap orang-orang disekitar peneliti seperti teman sesama mahasiswa, masyarakat pengguna layanan puskesmas, PMI, dan lainnya mengenai apa itu Ombudsman, dan masih banyak dari mereka yang memberikan jawaban tidak begitu familiar mengenai apa itu Ombudsman beserta tugas dan fungsinya.

2. Sedikitnya Jumlah Laporan yang masuk ke Ombudsman Jawa Barat

Berdasarkan pengamatan peneliti pada saat mengikuti rapat rutin setiap hari jumat dikantor Ombudsman Jabar, ketua perwakilan Ombudsman Jabar Bapak Haneda Srilastoto mengungkapkan bahwasanya lembaga pengawas yang baik dapat dilihat dari jumlah laporan yang masuk setiap tahunnya, jumlah laporan yang sedikit tidak menjadi jaminan bahwasanya kinerja lembaga yang diawasi sudah baik. Namun, bisa jadi kebalikannya bahwa lembaga pengawaslah yang tidak bekerja secara maksimal.

Dalam pernyataan tersebut peneliti mengambil asumsi dasar berdasarkan data yang ditemukan oleh peneliti bahwa tidak lebih dari 200 laporan yang masuk ke ombudsman jabar setiap tahunnya, dimulai pada tahun 2016-2019. Hal tersebut menjadi bukti nyata bahwasanya adanya pertanyaan besar apakah memang lembaga pelayanan publik sudah memberikan kinerja secara

maksimal sehingga tidak ada keluhan dari masyarakat atau malah sebaliknya, Ombudsman masih belum maksimal dalam memberikan informasi seputar peran dari lembaga pengawas Ombudsman RI.

3. Kurangnya Persyaratan pada saat Penyampaian Laporan

Ombudsman RI perwakilan Jawa Barat memiliki akses penerimaan laporan yang cukup banyak, dari pelapor dapat langsung mengunjungi kantor Ombudsman Jabar secara langsung maupun via media komunikasi yang dimiliki oleh Ombudsman Jabar. Dalam menyampaikan laporan, masih banyak calon pelapor yang tidak memenuhi syarat-syarat dalam menyampaikan laporannya.

4. Adanya Rasa Tanggung Jawab Sosial terhadap Masyarakat

Manusia yang memiliki fitrah sebagai makhluk sosial mengharuskannya untuk selalu hidup berdampingan, dimulai dari hal yang paling sederhana yaitu bertetangga ataupun hal yang sangat kompleks yaitu bernegara. Setiap manusia memiliki ketergantungan tersendiri dengan manusia lain, sehingga keinginan dan kebutuhannya pun beragam.

Didalam bernegara satu kesatuan manusia disebut dengan masyarakat dimana dalam menjalankan tatanan kehidupan bernegara masyarakat menjadi sangat tinggi perannya. Ombudsman adalah lembaga pengawas yang bersentuhan langsung dengan masyarakat dimana masyarakat dijadikan sebagai konsumen sekaligus auditor dari para lembaga maupun institusi yang menjadi tanggung jawabnya.

Peneliti kembali mengambil asumsi dasar bahwasanya sudah menjadi lumrah bagi sekelompok orang yang memiliki minat serta kepedulian yang sama untuk mendukung serta memajukan lembaga pengawas Ombudsman yang memiliki peran signifikan bagi kehidupan tatanan bernegara, terlebih didapati nyatanya lembaga tersebut masih belum banyak digunakan atau diketahui oleh masyarakat secara umum.

B. Bentuk Kegiatan Komunikasi yang dilakukan oleh Baraya Ombudsman

1. Ombudsman Jabar memberikan bekal *Training of Trainer* terhadap Baraya

Dalam pembentukan komunitas relawan Baraya Ombudsman, pihak Ombudsman Jabar tidak semata-merta langsung menerjunkan baraya ke tengah-tengah masyarakat. Disetiap tahunnya ketika melakukan penerimaan anggota baraya yang baru, Ombudsman Jabar akan mengadakan kegiatan pelatihan *training of trainer* (pelatihan untuk para pelatih) untuk memberikan bekal materi seputar peran serta Ombudsman, maladministrasi, macam-macam pelayanan publik, hingga melakukan diskusi akan masalah-masalah yang timbul terkait penggunaan pelayanan publik.

Setiap tahunnya anggota Baraya Ombudsman akan bertambah dari 10-15 anggota baru tergantung dari anggaran dana yang dimiliki oleh Ombudsman Jabar, hal

ini terkait dengan keefektifan pembekalan yang diberikan dalam kegiatan training of trainer (TOT) yang dirasa oleh ketua pelaksana kegiatan Ibu Fitri Agustine akan lebih kondusif ketika orangnya tidak terlampaui banyak dan dirasa interaksipun akan lebih mudah dijangkau.

Penerimaan calon anggota Baraya Ombudsman dilakukan dengan cara terbuka melalui media komunikasi *online Instagram* dengan syarat dan ketentuan yang sudah disepakati oleh pihak Ombudsman Jabar serta tidak dipungut biaya sepeser pun. Dalam dua tahun terakhir seleksi yang diterapkan adalah para calon diharuskan untuk membuat tulisan esai dengan tema pelayanan publik yang kemudian hasilnya akan diseleksi oleh pihak Ombudsman Jabar. Setiap calon anggota yang terpilih nantinya akan dihubungi oleh pihak Ombudsman untuk dapat hadir mengikuti kegiatan pelatihan (TOT) sembari melakukan simbol pelantikan bagi para anggota baru, untuk dinyatakan sebagai keluarga dari Baraya Ombudsman Jabar.

2. Sosialisasi Terhadap Komunitas masing-masing dari setiap Anggota Baraya Ombudsman

Bentuk lain dari kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Baraya adalah dengan memberikan sosialisasi terhadap komunitas masing-masing dari setiap anggota Baraya Ombudsman. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan anggota dari Baraya Ombudsman kebanyakan adalah orang-orang yang sudah memiliki komunitas sosial masyarakat seperti komunitas pecinta lingkungan hidup, komunitas keluarga cemara, komunitas kaum difabel, dan komunitas-komunitas yang lainnya. Namun, tidak menutup kemungkinan anggota dari Baraya Ombudsman berasal dari kalangan akademisi seperti dosen dan mahasiswa seperti yang ditemukan oleh peneliti pada saat kegiatan TOT ada dua orang mahasiswa yang mengikuti pelatihan.

Cara sosialisasi dari para anggota Baraya terhadap komunitas mereka juga masih bervariasi, dari hanya sekedar pemberian informasi antar personal maupun sampai diadakannya kegiatan seminar khusus untuk membahas peran dari Ombudsman. Kegiatan masih difokuskan kepada komunitas masing-masing dari setiap anggota baraya, sehingga bentuk dari sosialisasi tersebut masih berbeda-beda sesuai kemampuan dari setiap anggota Baraya.

3. Menampung Keluhan/Masukan dari anggota Komunitas maupun Masyarakat

Peneliti berasumsi bahwa Baraya Ombudsman juga memiliki peran untuk menjadi telinga bagi pihak Ombudsman Jabar untuk mendengarkan keluhan serta masukan dari anggota komunitas masing-masing maupun masyarakat baik itu mengenai Ombudsman itu sendiri maupun pelayanan publik. Isu-isu yang didengar dan ditangkap oleh Baraya nantinya akan didiskusikan di kantor Ombudsman Jabar dikantor bersama-sama dengan pihak Ombudsman, yang nantinya akan diuraikan satu persatu mana isu yang dapat ditanggapi dan menjadi tanggung jawab Ombudsman atau hanya isu yang berbentuk kekesalan semata.

Dari pernyataan narasumber peneliti menyimpulkan bahwasanya Ombudsman dan Baraya melakukan koordinasi atas permasalahan yang timbul dimasyarakat terkait pelayanan publik yang dapat dilakukan melalui media sosial grub *whatsapp* ataupun langsung di kantor Ombudsma Jabar. Hal tersebut dilakukan untuk memantau kinerja para pelaku pelayanan publik demi memenuhi kebutuhan data Investigasi mandiri dari pihak Ombudsman.

C. Peran Manajemen PR dalam Kegiatan Komunikasi Baraya

1. Baraya belum Menerapkan Konsep Manajemen PR

Berdasarkan asumsi peneliti penerapan konsep manajemen PR dalam kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Baraya Ombudsman akan sangat membantu untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Hal tersebut tidak terlepas dari kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh baraya yang lebih sering sosialisasi dikemas dalam kegiatan seminar. Kegiatan seminar membutuhkan manajemen yang terorganisir, agar dalam setiap sesinya memberikan dampak nyata terhadap peserta.

Berdasarkan pengamatan peneliti Baraya Ombudsman memiliki anggota yang sudah terbiasa dalam mengemas/melakukan sebuah kegiatan komunikasi, baik dikemas dalam sebuah kegiatan maupun sosialisasi secara personal, hal tersebut didasari oleh tingkat pendidikan dan jabatan dari setiap anggota baraya Ombudsman. Kemudian, peneliti juga mengamati bahwa baraya juga belum pernah mengadakan kegiatan atas nama Baraya Ombudsman sendiri, yang memang dikordinir sepenuhnya oleh anggota Baraya. Hal tersebut menunjukkan bahwa penerapan konsep manajemen PR akan lebih tepat digunakan bila ruang lingkup kegiatan komunikasi dari baraya lebih diperluas.

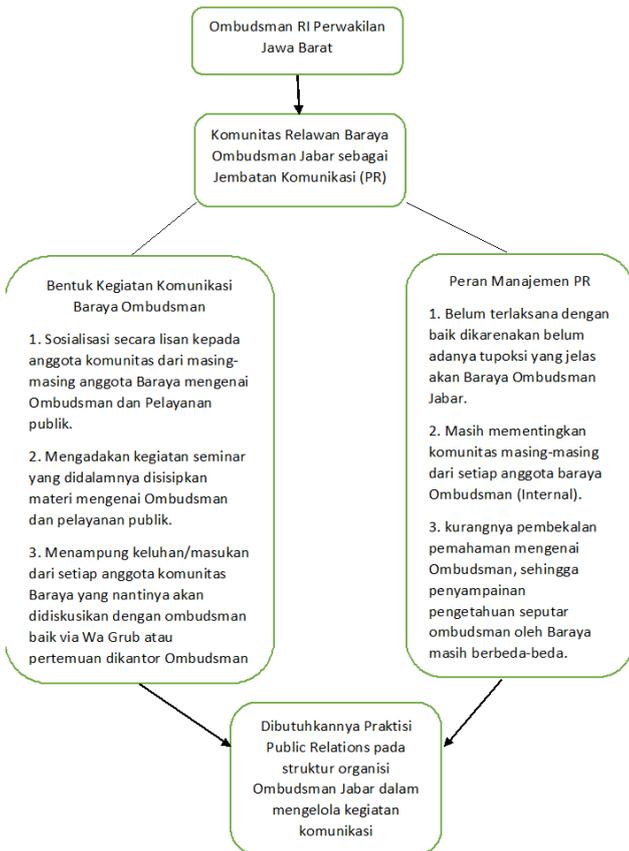
Dari beberapa pernyataan narasumber peneliti menyimpulkan bahwasanya konsep manajemen PR akan sangat berguna dan diperlukan bila tugas dan fungsi dari Baraya Ombudsman lebih terperinci dan ruang lingkungannya juga diperluas. Penerapan manajemen PR akan lebih tepat bila setiap anggota baraya saling berkordinasi ketika melakukan kegiatan komunikasi baik secara internal komunitas maupun masyarakat umum.

2. Belum adanya bentuk kegiatan komunikasi yang di kordinir langsung atas nama Baraya Ombudsman

Kegiatan komunikasi yang masih bervariasi dan mengedepankan kegiatan masing-masing dari anggota Baraya, menyebabkan belum adanya sebuah kegiatan yang dilakukan langsung atas nama Baraya Ombudsman. Berdasarkan pengamatan peneliti Baraya masih menjadi peran pembantu ketika Ombudsman Jabar mengadakan sebuah kegiatan baik itu berbentuk seminar maupun pembukaan gerai pengaduan pelayanan publik.

Mengingat Baraya Ombudsman difungsikan sebagai garda terdepan dalam membantu Ombudsman menyebarluaskan informasi mengenai Ombudsman, sudah

semestinya Baraya menjadi peran utama dalam sebuah kegiatan komunikasi. Kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Baraya sudah semestinya dilakukan dengan manajemen yang baik. Belum adanya kegiatan yang dikelola langsung atas nama Baraya Ombudsman dikarenakan fokus dari anggota Baraya dalam menyebarluaskan informasi mengenai Ombudsman masih kepada organisasi/komunitas masing-masing.



gambar 1. model penelitian

IV. KESIMPULAN

Simpulan utama mengenai penelitian ini, berdasarkan hasil dari wawancara dan analisis yang telah dilakukan sebelumnya. Maka penulis jabarkan sebagai berikut:

1. Dari hasil pembahasan jawaban narasumber, peneliti menyimpulkan bahwasanya alasan dibentuknya komunitas relawan Baraya Ombudsman Jabar adalah kurangnya pemahaman masyarakat akan tugas serta fungsi dari Ombudsman, demi terwujudnya salah satu misi ombudsman yaitu masyarakat terlibat langsung dalam melakukan pengawasan pelayanan publik, sedikitnya jumlah laporan yang masuk ke Ombudsman Jabar, kurangnya persyaratan pada saat penyampaian laporan, adanya rasa tanggung

jawab sosial terhadap masyarakat.

2. Baraya Ombudsman terlebih dahulu akan mendapatkan pelatihan Training Of Trainer dari pihak Ombudsman Jabar sebelum terjun ke masyarakat dalam menyebarluaskan informasi seputar Ombudsman. Kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh baraya Ombudsman Jabar berbentuk sosialisasi personal dan sosialisasi yang dikemas dalam bentuk kegiatan seminar yang ditujukan terkhusus kepada organisasi masing-masing. Baraya melakukan satu kegiatan komunikasi yaitu Corporate Communications, kegiatan ini meliputi komunikasi internal dan eksternal, dalam mempromosikan pemahaman mengenai organisasi kepada masyarakat. Baraya Ombudsman juga melakukan kegiatan komunikasi dengan cara menampung keluhan/masukan dari anggota komunitas maupun masyarakat umum yang nantinya akan didiskusikan kepada pihak Ombudsman Jabar melalui whatsapp grup maupun langsung di kantor Ombudsman Jabar.
3. Peran manajemen Public Relations dalam kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Baraya Ombudsman RI perwakilan Jawa Barat seharusnya sangat efektif bila diterapkan, namun proses tersebut belum dapat dilakukan dikarenakan belum adanya tupoksi yang jelas akan Baraya Ombudsman Jabar sehingga mempengaruhi jalur koordinasi dari setiap anggota, ruang lingkup baraya masih belum cukup luas, serta mengakibatkan setiap kegiatan komunikasi Baraya masih mementingkan komunitas masing-masing.

V. SARAN

A. Saran Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana informasi maupun edukasi tentang bagaimana kegiatan PR yang dilakukan oleh komunitas relawan Ombudsman RI perwakilan Jawa Barat.
2. Diharapkan Ombudsman RI perwakilan Jawa Barat lebih mematangkan akan tugas serta fungsi dari Baraya Ombudsman, serta memberikan pemahaman teori seputar kegiatan dan fungsi dari *Public Relations*.

B. Saran Praktis

1. Sebaiknya Ombudsman RI perwakilan Jawa Barat memiliki praktisi *Public Relations* secara struktur organisasi, mengingat dan menimbang akan peran dari Ombudsman sangat bermanfaat bagi masyarakat dan dalam melakukan pengawasan pelayanan publik. Terlebih lagi cakupan Ombudsman Jabar mencakup wilayah Jawa Barat yang cukup luas, sehingga membutuhkan spesialisasi khusus dalam mengisi kebutuhan komunikasi informasi bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sobur Alex, 2016. *Komunikasi Naratif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- [2] Sudjana, Nana, dan Ibrahim, 2015, *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Bandung: Sinar Baru
- [3] Yulianita.Neny,2012. *Dasar-dasar Public Relations*.Pusat Penerbitan Universitas Bandung.
- [4] Rumanti OSF, Maria Assumpta. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations : Teori Dan Praktek*. Jakarta : PT Gramedia Sarana Indonesia.
- [5] Metharani,ieta. 2017. *Strategi ombudsman Republik Indonesia Perwakilan Jawa Timur Untuk menumbuhkan kesadaran Partisipan Masyarakat dalakm Mengawasi Penyelenggara pelayanan publik*. *Jurnal Pelayanan Publik. Jurnalkajian Moral dan Kewarganegaraan*. Vol 05 nomor 02.