LAPORAN RENCANA AKSI *(ACTION PLAN)*
PELATIHAN TEKNIS PEMERIKSAAN MEREK TAHUN 2026

"OPTIMALISASI PELAYANAN INFORMASI MEREK
MELALUI TEMPLAT PESAN WHATSAPP PADA FRONT OFFICE
KANTOR WILAYAH KEMENTERIAN HUKUM NUSA TENGGARA TIMUR"

Disusun oleh:

NAMA	**: DAVID JULIUS NAZARIO HAUMEIN, S.Si**
NIP	**: 199808072025061010**
JABATAN	**: ANALIS KEKAYAAN INTELEKTUAL AHLI PERTAMA**
SATUAN KERJA	**: KANTOR WILAYAH KEMENTERIAN HUKUM NUSA TENGGARA TIMUR**
NO. ABSEN	**: 19**

BALAI PELATIHAN HUKUM SEMARANG
KEMENTERIAN HUKUM REPUBLIK INDONESIA
2026

Form Action Plan / Rencana Aksi
Pelatihan Teknis Pemeriksaan Merek Tahun 2026

Nama Peserta : David Julius Nazario Haumein, S.Si
Topik/Substansi : Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Berbasis Digital
Lokasi Aksi : Kantor Wilayah Kementerian Hukum Nusa Tenggara Timur
Judul Aksi : Optimalisasi Pelayanan Informasi Merek melalui Templat Pesan Whatsapp pada *Front Office* Kantor Wilayah Kementerian Hukum Nusa Tenggara Timur

A. PENDAHULUAN

Kantor Wilayah Kementerian Hukum Nusa Tenggara Timur merupakan unit pelaksana teknis yang menyelenggarakan sebagian tugas dan fungsi Kementerian Hukum di tingkat provinsi sesuai dengan Peraturan Menteri Hukum Nomor 2 Tahun 2024 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kantor Wilayah Kementerian Hukum. Kanwil Kementerian Hukum NTT memiliki peran strategis dalam memastikan implementasi kebijakan hukum berjalan efektif di daerah, khususnya dalam memberikan pelayanan hukum kepada masyarakat, pembinaan hukum, serta penguatan pelindungan Kekayaan Intelektual (KI).

Dalam pelaksanaan tugasnya, Kanwil Kemenkum NTT berpedoman pada visi Kementerian Hukum yang profesional, andal, inovatif, dan berintegritas dalam mendukung terwujudnya tata kelola pemerintahan yang baik serta pelayanan publik di bidang hukum yang berkualitas. Salah satu misi utama yang relevan adalah penyelenggaraan layanan publik di bidang hukum yang cepat, mudah diakses, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Divisi Pelayanan Hukum, khususnya Bidang Kekayaan Intelektual, memiliki peran penting dalam penyelenggaraan layanan pendaftaran, pencatatan, serta perlindungan Kekayaan Intelektual, termasuk merek. Dalam pelaksanaannya, *Front Office* menjadi garda terdepan dalam memberikan layanan informasi kepada masyarakat, baik terkait prosedur, persyaratan, maupun tahapan pendaftaran merek. Namun demikian, masih terdapat tantangan dalam efektivitas penyampaian informasi kepada pemohon, di

antaranya keterbatasan waktu pelayanan tatap muka, tingginya volume pertanyaan yang berulang, serta kecenderungan masyarakat yang menginginkan respon cepat dan praktis. Kondisi ini menuntut adanya inovasi pelayanan yang lebih efektif, efisien, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi.

Sejalan dengan hal tersebut, diperlukan upaya optimalisasi pelayanan informasi merek melalui pemanfaatan media komunikasi digital, khususnya WhatsApp, dengan menggunakan templat pesan standar pada *Front Office* Kantor Wilayah Kementerian Hukum Nusa Tenggara Timur. Inovasi ini diharapkan dapat meningkatkan kecepatan layanan informasi, menyamakan kualitas jawaban, mengurangi beban layanan tatap muka, serta meningkatkan kepuasan masyarakat dalam memperoleh layanan Kekayaan Intelektual. Dengan demikian, rencana aksi ini menjadi langkah strategis dalam mendukung transformasi layanan publik berbasis digital di lingkungan Kanwil Kemenkum NTT, sekaligus memperkuat peran pelayanan Kekayaan Intelektual yang lebih responsif, informatif, dan profesional.

B. IDENTIFIKASI ISU MASALAH

1. Identifikasi Isu

Dalam rangka peningkatan kualitas layanan Merek di wilayah Nusa Tenggara Timur, diperlukan identifikasi isu-isu utama yang muncul dalam pelaksanaan layanan. Hal ini penting untuk memastikan layanan dapat berjalan lebih efektif, efisien, serta responsif terhadap kebutuhan masyarakat, khususnya dalam pemanfaatan kanal komunikasi digital dan pengelolaan informasi layanan. Berdasarkan kondisi tersebut, dilakukan pemetaan isu strategis sebagai dasar dalam merumuskan langkah perbaikan yang tepat dan berkelanjutan. Berikut diidentifikasi beberapa isu utama yang menjadi tantangan dalam penyelenggaraan layanan sebagai berikut:

1) Belum optimalnya penyampaian informasi dan edukasi layanan Merek melalui media WhatsApp pada *Front Office*.

Dalam praktiknya, masyarakat lebih banyak menggunakan WhatsApp untuk bertanya langsung terkait layanan Merek tanpa membaca informasi resmi di website DJKI. Akibatnya, pertanyaan yang masuk cenderung berulang

seperti syarat pendaftaran, kelas merek, dan alur permohonan. Hal ini menyebabkan beban konsultasi meningkat, respon petugas menjadi lambat karena harus menjawab hal yang sama berulang kali, serta belum adanya sistem edukasi otomatis atau template jawaban yang terstruktur.

2) **Belum berkembangnya pemahaman dan pemanfaatan Merek Kolektif di kalangan kelompok usaha/UMKM.**

Merek Kolektif masih belum banyak dipahami maupun dimanfaatkan oleh kelompok usaha di Nusa Tenggara Timur. Sebagian besar pelaku usaha masih berfokus pada pendaftaran merek secara individu, meskipun dalam banyak kasus terdapat potensi penggunaan merek secara bersama dalam kelompok usaha, koperasi, atau komunitas produksi. Kurangnya pemahaman mengenai konsep, manfaat, dan tata cara pendaftaran Merek Kolektif menyebabkan peluang penguatan identitas bersama dan efisiensi biaya pendaftaran belum dimanfaatkan secara optimal.

3) **Belum optimalnya pemanfaatan merek terdaftar melalui lisensi merek.**

Kondisi di lapangan menunjukkan bahwa pelaku usaha di Nusa Tenggara Timur belum memanfaatkan mereknya sebagai aset ekonomi melalui skema lisensi. Merek terdaftar umumnya masih dipandang hanya sebagai alat perlindungan hukum, bukan sebagai aset yang dapat menghasilkan nilai tambah melalui kerja sama usaha, pemberian hak penggunaan kepada pihak lain, maupun perolehan royalti. Akibatnya, potensi komersialisasi dan pengembangan usaha berbasis merek belum dimanfaatkan secara optimal.

2. Analisis Isu Prioritas dengan Metode USG

Dalam rangka mengidentifikasi permasalahan yang terjadi pada penyelenggaraan layanan Merek di Kantor Wilayah Kementerian Hukum Nusa Tenggara Timur, dilakukan analisis terhadap berbagai isu yang muncul di lapangan. Analisis ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai tingkat prioritas permasalahan berdasarkan aspek urgensi, tingkat dampak, serta potensi perkembangan isu apabila tidak segera ditangani. Untuk itu, digunakan metode *Urgency, Seriousness, dan Growth* (USG) dengan skala Likert 1–5 sebagai berikut::

No	Isu	U	S	G	Total	Peringkat
1	Belum optimalnya penyampaian informasi dan edukasi layanan Merek melalui media WhatsApp pada *Front Office.*	4	5	5	14	**I**
2	Belum berkembangnya pemahaman dan pemanfaatan Merek Kolektif di kalangan kelompok usaha/UMKM.	4	4	4	12	III
3	Belum optimalnya pemanfaatan merek terdaftar melalui lisensi merek.	4	5	4	13	II

Berdasarkan hasil analisis USG, isu **"Belum optimalnya penyampaian informasi dan edukasi layanan Merek melalui media WhatsApp pada Front Office"** memperoleh nilai tertinggi yaitu 14 dan ditetapkan sebagai isu prioritas yang akan ditangani melalui rencana aksi ini.

Dari aspek *Urgency* (urgensi), isu ini sangat mendesak karena Front Office merupakan garda terdepan pelayanan Kekayaan Intelektual yang berinteraksi langsung dengan masyarakat. Kondisi geografis Nusa Tenggara Timur yang terdiri dari wilayah kepulauan menyebabkan masyarakat lebih memilih menggunakan WhatsApp sebagai sarana konsultasi dibandingkan datang langsung ke kantor. Selain itu, masyarakat cenderung tidak mengakses informasi secara mandiri melalui situs resmi DJKI maupun PDKI, sehingga ketergantungan terhadap layanan chat sangat tinggi dan membutuhkan respons yang cepat serta terstandarisasi.

Dari aspek *Seriousness* (keseriusan), isu ini berdampak langsung terhadap kualitas layanan informasi. Saat ini, penyampaian informasi masih dilakukan secara manual dan belum menggunakan templat pesan baku, sehingga terdapat potensi perbedaan penyampaian informasi antar petugas. Kondisi ini juga menyebabkan petugas harus berulang kali memberikan penjelasan yang sama terkait persyaratan pendaftaran merek, klasifikasi kelas barang/jasa, tarif, fasilitas UMK, serta alur permohonan. Hal tersebut berdampak pada kurang efisiennya waktu pelayanan serta belum optimalnya fungsi edukasi kepada masyarakat, khususnya terkait pentingnya penelusuran merek dan mitigasi risiko penolakan.

Dari aspek *Growth* (perkembangan), isu ini berpotensi semakin meningkat apabila tidak segera ditangani. Peningkatan jumlah pelaku UMKM, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pendaftaran merek, serta semakin luasnya penggunaan layanan digital akan berdampak pada meningkatnya volume konsultasi melalui WhatsApp. Tanpa adanya sistem templat pesan yang terstandarisasi, beban kerja *Front Office* akan semakin tinggi, risiko inkonsistensi informasi meningkat, dan efektivitas layanan edukasi akan semakin menurun.

Berdasarkan identifikasi isu utama tersebut, dilakukan analisis penyebab menggunakan pendekatan 4M (*Man, Method, Material, Environment*) sebagai berikut:

1) *Man* (Sumber Daya Manusia):
   - Pemahaman petugas *Front Office* terhadap informasi layanan Merek belum seragam, sehingga penjelasan yang diberikan kepada masyarakat dapat berbeda-beda.
   - Gaya penulisan, tingkat keramahan, serta tata bahasa dalam merespons pesan WhatsApp belum memiliki standar baku *(standardized service tone*).
2) *Method* (Metode):
   - Belum tersedia templat pesan layanan informasi Merek yang ringkas, baku, dan siap digunakan.
   - Belum tersedianya sistem pengelolaan *Frequently Asked Questions* (FAQ) yang terdokumentasi dan terstruktur untuk layanan WhatsApp.
3) *Material* (Informasi):
   - Informasi regulasi pada website pusat dinilai terlalu panjang, kaku, dan sulit dipahami oleh pelaku UMKM daerah secara instan.
   - Belum ada rangkuman informasi berbasis poin-poin taktis yang mudah di-*share* ulang.
4) Environment (Lingkungan):
   - Kondisi geografis NTT yang berbentuk kepulauan menciptakan jarak fisik yang jauh ke Kanwil.
   - Rendahnya budaya membaca mandiri (*user habit*) dari masyarakat, di mana mereka lebih memilih interaksi aktif berbasis pesan instan.

C. ALTERNATIF PEMECAHAN ISU DAN GAGASAN SOLUSI

1. Alternatif Pemecahan Isu

Berdasarkan hasil analisis diagram fishbone, diketahui bahwa permasalahan dalam pelayanan informasi Merek melalui WhatsApp pada *Front Office* dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu *Man, Method, Material,* dan *Environment*. Dari faktor tersebut, dirumuskan kondisi saat ini, kondisi yang diharapkan, serta kesenjangan yang terjadi. Selanjutnya, disusun alternatif solusi yang bersifat praktis dan dapat diterapkan di lingkungan kerja. Alternatif pemecahan difokuskan pada upaya optimalisasi pelayanan informasi Merek melalui penyusunan templat pesan WhatsApp sebagai standar komunikasi layanan, didukung dengan penguatan kapasitas petugas serta penataan sumber informasi pendukung. Tabel berikut menyajikan alternatif pemecahan yang diharapkan mampu menjawab akar masalah secara lebih terarah.

Tabel 1. Alternatif Pemecahan Isu

No	Aspek	Kondisi Saat Ini	Kondisi yang Diharapkan	Kesenjangan Masalah	Alternatif Solusi
1	**Man (Sumber Daya Manusia)**	Pemahaman petugas Front Office terhadap informasi layanan Merek belum seragam, sehingga penjelasan yang diberikan kepada masyarakat dapat berbeda-beda. Gaya penulisan, tingkat keramahan, serta tata bahasa dalam merespons pesan WhatsApp belum memiliki standar baku (*standardized service tone*).	Petugas memiliki pemahaman yang seragam serta mampu memberikan informasi dan respon WhatsApp dengan gaya komunikasi yang konsisten dan profesional.	Perbedaan pemahaman dan gaya komunikasi menyebabkan variasi dalam penyampaian informasi kepada masyarakat.	Pembinaan dan penyamaan persepsi melalui diskusi internal serta evaluasi layanan secara berkala untuk meningkatkan konsistensi pemahaman dan cara komunikasi petugas.
2	**Method (Metode)**	Belum tersedia templat pesan layanan informasi Merek yang ringkas, baku, dan siap	Terdapat standar pola pelayanan WhatsApp yang	Belum adanya sistem dan format baku dalam	Penyusunan dan penerapan templat pesan layanan WhatsApp serta

		digunakan. Belum tersedianya sistem pengelolaan *Frequently Asked Questions* (FAQ) yang terdokumentasi dan terstruktur untuk layanan WhatsApp.	jelas, praktis, dan mudah digunakan dalam menjawab berbagai pertanyaan masyarakat secara cepat dan seragam.	pengelolaan pertanyaan dan jawaban layanan WhatsApp.	penyusunan FAQ layanan Merek yang terstruktur sebagai pedoman standar respon Front Office.
3	**Material (Informasi)**	Informasi regulasi pada website pusat dinilai terlalu panjang, kaku, dan sulit dipahami oleh pelaku UMKM daerah secara instan. Belum ada rangkuman informasi berbasis poin-poin taktis yang mudah di-share ulang.	Tersedia informasi layanan Merek yang lebih ringkas, sederhana, dan mudah dipahami serta digunakan kembali oleh petugas maupun masyarakat.	Kesulitan dalam memahami dan menyampaikan informasi karena materi belum diringkas dalam bentuk yang praktis.	Penyusunan modul ringkas internal layanan Merek yang disusun ulang dari regulasi resmi menjadi format penjelasan sederhana untuk kebutuhan pelayanan harian petugas.
4	**Environment (Lingkungan)**	Kondisi geografis NTT yang berbentuk kepulauan menciptakan jarak fisik yang jauh ke Kanwil. Rendahnya budaya membaca mandiri (*user habit*) dari masyarakat, di mana mereka lebih memilih interaksi aktif berbasis pesan instan.	Masyarakat dapat memperoleh informasi layanan secara mudah tanpa hambatan jarak dan dapat memahami informasi dengan cepat melalui media komunikasi yang digunakan sehari-hari.	Keterbatasan akses fisik dan kebiasaan masyarakat yang kurang membaca informasi panjang menyebabkan kebutuhan layanan informasi cepat melalui komunikasi langsung sangat tinggi.	Penyediaan pola pelayanan informasi berbasis respon cepat di *Front Office* agar setiap pertanyaan masyarakat melalui WhatsApp dapat dijawab segera dengan informasi yang jelas, singkat, dan mudah dipahami.

2. Gagasan Solusi

Berdasarkan hasil analisis perbandingan, alternatif pemecahan isu yang dipilih sebagai solusi utama berasal dari aspek *Method* (Metode), yaitu melalui penyusunan dan penerapan templat pesan WhatsApp layanan informasi Merek pada *Front Office* Kanwil Kementerian Hukum Nusa Tenggara Timur. Solusi ini kemudian ditetapkan sebagai gagasan terobosan dengan judul rencana aksi: **"Optimalisasi Pelayanan Informasi Merek melalui Templat Pesan WhatsApp pada *Front Office* Kantor Wilayah Kementerian Hukum Nusa Tenggara Timur."** Inovasi ini difokuskan sebagai pilot project pada layanan Merek yang dirancang untuk memperbaiki pola komunikasi layanan secara sistematis melalui tiga pilar utama sebagai berikut:

1) Standardisasi Komunikasi *(Consistency)*

   Menjamin bahwa setiap petugas *Front Office* memberikan jawaban yang seragam kepada masyarakat melalui WhatsApp, baik dari sisi akurasi informasi, struktur pesan, maupun gaya bahasa pelayanan. Dengan adanya templat pesan, standar penulisan, etika komunikasi, dan service tone dapat diterapkan secara konsisten oleh seluruh petugas.

2) Efisiensi Layanan *(Speed)*.

   Mempercepat proses respon terhadap pertanyaan masyarakat karena petugas tidak lagi menyusun jawaban dari awal secara manual. Penggunaan templat memungkinkan pelayanan dilakukan lebih cepat, terutama untuk pertanyaan yang bersifat berulang, sehingga waktu tunggu masyarakat dapat diminimalkan.

3) Penguatan Fungsi Edukasi *(Literacy)*

   Mengubah layanan WhatsApp *Front Office* tidak hanya sebagai sarana tanya jawab, tetapi juga sebagai media edukasi singkat kepada masyarakat. Templat pesan disusun secara informatif dengan tetap menyisipkan poin-poin penting seperti syarat dasar, prinsip penelusuran merek, serta risiko penolakan, sehingga berfungsi sebagai media literasi hukum sederhana bagi masyarakat.

Melalui pendekatan ini, penerapan templat pesan WhatsApp sebagai standar pelayanan informasi diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan *Front Office*, sekaligus membuka peluang replikasi pada layanan Kekayaan Intelektual lainnya seperti Hak Cipta, Paten, Desain Industri, dan Indikasi Geografis di masa mendatang.

D. TAHAPAN KEGIATAN DAN HASIL CAPAIAN

Adapun tahapan kegiatan dan hasil capaian yang akan dilaksanakan dalam Rencana Aksi ini adalah sebagai berikut:

No	Nama Kegiatan	Output Kegiatan	Output Proses	Output Produk	Waktu
1	Identifikasi Permasalahan Layanan Informasi Merek pada Front Office	Data kondisi layanan WhatsApp dan jenis pertanyaan masyarakat	Rekap pertanyaan berulang dan hasil observasi layanan	Dokumen Identifikasi Masalah Layanan Informasi Merek	Minggu 1
2	Analisis Kebutuhan Standarisasi Respon WhatsApp	Daftar kebutuhan penyusunan standar jawaban layanan	Hasil diskusi internal terkait pola respon petugas	Dokumen Analisis Kebutuhan Standar Layanan WhatsApp	Minggu 1–2
3	Penyusunan Draft Templat Pesan WhatsApp	Draft awal format pesan layanan Merek	Penyusunan struktur pesan (salam, isi, penutup)	Dokumen Draft Templat Pesan WhatsApp	Minggu 2
4	Finalisasi Templat Pesan WhatsApp	Hasil revisi dan penyempurnaan templat	Review internal dan penyesuaian isi pesan	Dokumen Final Templat Pesan WhatsApp Layanan Merek	Minggu 2–3
5	Uji Coba dan Penerapan Templat di Front Office	Penggunaan templat dalam pelayanan WhatsApp	Monitoring penggunaan templat oleh petugas	Laporan Uji Coba Penerapan Templat	Minggu 3–4
6	Monitoring dan Evaluasi Penerapan	Data efektivitas penggunaan templat	Analisis konsistensi dan kecepatan respon	Laporan Evaluasi Implementasi Templat WhatsApp	Minggu 4–5

E. PEMANFAATAN SUMBER DAYA

Sumber Daya	Uraian Pemanfaatan
SDM	Petugas *Front Office* sebagai pelaksana utama layanan WhatsApp; analis KI sebagai penyusun substansi informasi Merek; koordinator layanan sebagai pengendali mutu; serta Pokja Pelayanan Publik sebagai penggerak peningkatan kualitas layanan dan standardisasi pelayanan informasi. Pimpinan Kanwil sebagai pengarah kebijakan.
Stakeholder	DJKI sebagai sumber regulasi; UMKM sebagai pengguna layanan; perguruan tinggi sebagai mitra literasi KI; instansi pemerintah daerah sebagai penguat diseminasi layanan; serta Pokja Pelayanan Publik sebagai penghubung peningkatan kualitas layanan lintas unit.
Regulasi	UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis; SOP layanan KI Kementerian Hukum; pedoman pelayanan publik; serta kebijakan reformasi birokrasi dan pelayanan prima yang menjadi dasar kerja Pokja Pelayanan Publik.
Sarana	WhatsApp layanan Front Office, komputer, jaringan internet, serta dukungan administrasi dari unit kerja dan Pokja Pelayanan Publik dalam penyusunan standar layanan.
Lingkungan Kerja	Budaya kerja pelayanan publik yang adaptif digital, dukungan pimpinan, serta peran aktif Pokja Pelayanan Publik dalam mendorong peningkatan kualitas layanan dan evaluasi berkelanjutan.

F. MITIGASI RISIKO

No	Risiko / Kendala	Dampak	Level	Mitigasi
1	Ketidakkonsistenan petugas dalam menggunakan template pesan	Informasi tidak seragam	Tinggi	SOP penggunaan template, monitoring oleh koordinator layanan dan Pokja Pelayanan Publik
2	Template kurang sesuai dengan variasi pertanyaan	Jawaban kurang relevan	Sedang	Pengembangan variasi template dan evaluasi oleh tim layanan serta Pokja Pelayanan Publik
3	Keterbatasan pemahaman substansi Merek	Risiko kesalahan informasi	Tinggi	Briefing rutin, update regulasi DJKI, serta penguatan kapasitas oleh Pokja Pelayanan Publik

4	Beban layanan meningkat pada jam sibuk	Keterlambatan respon	Sedang	Pengaturan piket layanan dan pemanfaatan template, dengan supervisi Pokja Pelayanan Publik
5	Kurangnya evaluasi berkelanjutan	Implementasi tidak konsisten	Sedang	Monitoring dan evaluasi rutin yang terintegrasi dengan fungsi Pokja Pelayanan Publik

G. STRATEGI PENGEMBANGAN KOMPETENSI

No	Kompetensi yang Dikembangkan	Target Peserta	Strategi Pengembangan	Indikator Keberhasilan
1	Kompetensi layanan informasi Merek	Front Office	Coaching internal dan pendampingan oleh Pokja Pelayanan Publik	Jawaban seragam dan akurat
2	Kompetensi komunikasi digital	Front Office	Pelatihan penulisan pesan WhatsApp efektif	Respon jelas dan konsisten
3	Kompetensi penggunaan template	Seluruh petugas	Simulasi layanan dan uji coba oleh Pokja Pelayanan Publik	Template digunakan konsisten
4	Kompetensi pelayanan publik digital	Tim KI	Benchmarking dan sharing knowledge	Layanan lebih cepat dan responsif
5	Kompetensi evaluasi layanan	Koordinator + Pokja Pelayanan Publik	Pelatihan monitoring dan evaluasi layanan	Laporan evaluasi rutin tersedia

H. PENUTUP

Laporan Rencana Aksi ini disusun sebagai komitmen dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik di bidang Kekayaan Intelektual, khususnya layanan informasi Merek pada Front Office Kanwil Kementerian Hukum Nusa Tenggara Timur. Inovasi **“**Optimalisasi Pelayanan Informasi Merek melalui Templat Pesan WhatsApp pada Front Office Kanwil Kemenkum NTT” tidak hanya dimaksudkan sebagai perbaikan pada aspek

teknis pelayanan, tetapi juga sebagai bagian dari upaya penguatan tata kelola pelayanan publik yang lebih profesional, cepat, seragam, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

Melalui penerapan templat pesan WhatsApp, diharapkan terjadi peningkatan konsistensi informasi yang disampaikan kepada masyarakat, percepatan waktu respon layanan, serta peningkatan kualitas komunikasi antara petugas dan pengguna layanan. Hal ini sekaligus menjadi langkah konkret dalam menjawab tantangan pelayanan di era digital, khususnya pada kanal komunikasi yang paling banyak digunakan masyarakat.
Keberhasilan rencana aksi ini sangat bergantung pada kolaborasi seluruh unsur yang terlibat, mulai dari petugas layanan, pimpinan, hingga unit pendukung lainnya, serta komitmen untuk secara konsisten menerapkan standar pelayanan yang telah ditetapkan. Konsistensi tersebut menjadi kunci agar inovasi ini tidak hanya berjalan pada tahap awal, tetapi dapat berlanjut dan memberikan dampak yang berkelanjutan. Dengan demikian, diharapkan Kanwil Kementerian Hukum Nusa Tenggara Timur dapat semakin responsif, adaptif, dan dipercaya masyarakat dalam memberikan layanan Kekayaan Intelektual berbasis digital yang efektif, sederhana, dan berkualitas.

Kupang, 22 Juni 2026
Peserta Pelatihan Teknis Pemeriksaan Merek



David Julius Nazario Haumein, S.Si
NIP. 199807092025061010