

ABSTRAK

Sebuah proses komunikasi dapat dikatakan berjalan dengan baik apabila pesan yang disampaikan mendapatkan *feedback* yang sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Termasuk apa yang dilakukan oleh lembaga negara DPR RI dalam menyampaikan program Rumah Aspirasi kepada khalayak umum dengan menggunakan media periklanan. Penelitian ini dilakukan untuk meninjau pesan Iklan Rumah Aspirasi yang telah terlebih dahulu direncanakan oleh DPR untuk merubah sikap, pandangan dan perilaku masyarakat sesuai dengan pola yang ditetapkan oleh DPR tidak menjamin adanya kepuasan dari targetnya yaitu masyarakat bahkan banyak masyarakat tidak mengetahui tentang program Rumah Aspirasi termasuk Iklan Rumah Aspirasi yang isinya mengandung pesan edukasi politik karena hanya ditayangkan di TVR Parlemen yang ruang lingkupnya hanya terbatas di wilayah Gedung DPR RI dan web Rumah Aspirasi saja, padahal dalam hal ini masyarakat sendiri banyak yang masih belum mengetahui tentang adanya informasi Rumah Aspirasi yang terdapat dalam tingkat pemerintahan DPR RI. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif mencakup transkrip hasil wawancara, reduksi data, analisis, dan triangulasi. Dari hasil analisis data yang kemudian dapat ditarik kesimpulan. Hasil penelitian ditemukan bahwa adanya masalah dalam proses komunikasi dan juga edukasi iklan politik yang tidak sampai kepada masyarakat sehingga masyarakat tidak mengetahui informasi Iklan Rumah Aspirasi.

Kata kunci: Rumah Aspirasi, Komunikasi, DPR RI, Periklanan

ABSTRACT

A communication process can be said to run well if the message delivered gets feedback in accordance with the expected goals. Including what is done by state institutions of the Republic of Indonesia House of Representatives in delivering the Aspirations House program to the general public using advertising media. This research was conducted to review the message of the Aspiration House Adverts which had been planned by the DPR to change the attitudes, views and behavior of the people in accordance with the pattern set by the DPR. Aspiration Houses whose contents contain political education messages because they are only shown on Parliament TVR whose scope is limited only in the territory of the Indonesian Parliament Building and the Aspiration Houses website, even though in this case many people themselves still do not know about the existence of Aspiration House information contained at the level the government of the Indonesian Parliament. The research method used is qualitative research methods. Data collection techniques used by in-depth interviews and documentation. Data analysis techniques used in qualitative research include interview transcripts, data reduction, analysis, and triangulation. From the results of data analysis, conclusions can be drawn. The results of the study found that there were problems in the communication process and also political ad education that did not reach the public so that the community did not know the information on Aspiration House Ads.

Keywords: *home of aspiration, communication, DPR RI, advertising*