

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil tinjauan dengan paradigma kritis terhadap penayangan Iklan Rumah Aspirasi di TVR Parlemen, ada beberapa kesimpulan yang didapatkan. Berikut adalah kesimpulan dari hasil dan juga pembahasan dan penelitian tersebut:

- 1) Tujuan pembuatan iklan Rumah Aspirasi sebagai program edukasi politik yang dilakukan DPR untuk mendorong warga negara menyampaikan aspirasi. Selain untuk melakukan edukasi kepada masyarakat, adanya iklan sekaligus program Rumah Aspirasi adalah untuk membuktikan kepada masyarakat bahwa Anggota DPR kemudian selalu ada untuk mendengarkan aspirasi, saran, bahkan kritik langsung dari masyarakat.
- 2) Dari hasil wawancara bersama Ketua Lembaga Swadaya Masyarakat sebagian besar tidak mengetahui Informasi dari DPR khususnya mengenai iklan Rumah Aspirasi sehingga mereka tidak tahu cara menyampaikan aspirasi kepada para wakilnya di pemerintahan tersebut. Bahkan beberapa dari mereka ada yang belum memahami bahwa sebagai warga negara Indonesia mereka memiliki hak untuk menyampaikan aspirasi mereka kepada para anggota DPR. Banyak dari Ketua Lembaga Swadaya Masyarakat yang tidak mengetahui adanya program tersebut. Peneliti melihat ada unsur kesengajaan di mana DPR tidak menggunakan pengaruhnya untuk membuat media menjadi mitra dalam menyampaikan pesan edukasi Program Rumah Aspirasi. Dari beberapa hasil riset menunjukkan bahwa media memainkan agenda pemberitaan yang menguntungkan lembaga legislatif tersebut. Peneliti melihat ada kecenderungan DPR mengisolasi pendapat dan aspirasi dari sebagian kelompok masyarakat dengan hanya menayangkan iklan edukasi Rumah Aspirasi di TVR Parlemen yang tayang di website resmi milik DPR RI.

3) Iklan Edukasi Program Rumah Aspirasi hanya ditayangkan di TVR Parlemen karena yang pertama adalah keterbatasan dana. Dari hasil wawancara yang dilakukan, Biro Pemberitaan DPR RI yang secara struktur organisasi berada di bawah Kesekjenan DPR RI tidak memiliki cukup anggaran untuk memasang iklan di Stasiun TV Komersial. Pranata Humas DPR RI sempat bekerja sama dengan Metro TV untuk menayangkan acara Warta Parlemen, konten yang dibuat oleh Tim Redaksi TVR Parlemen mengenai agenda dan pekerjaan sehari-hari anggota DPR RI. Namun kerja sama tersebut tidak berlanjut karena keterbatasan Dana yang dimiliki oleh DPR RI. Lalu alasan berikutnya adalah keterbatasan akses yang dimiliki. Hasil wawancara dengan Narasumber menunjukkan bahwa DPR RI lewat TVR Parlemen kesulitan dalam memilih media dalam menyampaikan iklan edukasi mereka terkait program Rumah Aspirasi. Salah satu narasumber kemudian mengungkapkan bahwa perbedaan ideologi di media berpengaruh terhadap penerimaan mereka terhadap pemerintahan dan visi dan misi yang diperjuangkan oleh DPR. Penentuan saluran komunikasi (*channel*) yang salah untuk menyampaikan pesan edukasi tersebut membuat iklan tersebut tidak mengenai target sasarannya. Kesalahan tersebut terletak pada pemilihan saluran dalam menayangkan iklan edukasi Program Rumah Aspirasi. Publikasi dari iklan tersebut hanya diunggah di TVR Parlemen yang tayang di Situs Web DPR RI. Video iklan tersebut tidak bisa dijangkau secara luas oleh Masyarakat umum.

5.2.Saran

Dari jawaban pertanyaan penelitian tersebut, peneliti dapat memberikan beberapa masukan terhadap DPR RI, khususnya pada TVR Parlemen yang menjadi salah satu saluran dalam mengkomunikasikan berbagai undang-undang dan kinerja dari Wakil Rakyat. Berikut adalah saran dari peneliti berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian:

- 1) DPR RI bisa menggunakan fungsinya sebagai Lembaga pembuat Undang-Undang dan menggunakan pengaruhnya agar berbagai media massa konvensional yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat dapat

menjadi *partner* dalam mendapatkan proses komunikasi kinerja dan kegiatan anggota DPR sebagai Wakil Rakyat. Misalnya membuat undang-undang mengenai partisipasi media massa dalam sosialisasi program pemerintah sebagai bagian dari kontribusi mereka sehingga DPR RI tidak perlu mengeluarkan anggaran dana yang besar untuk menyiarkan program-program mereka

- 2) DPR RI sebaiknya melakukan riset untuk menentukan saluran yang tepat dalam menyampaikan pesan program-program yang mereka gulirkan. Peneliti menyarankan lebih banyak menyambangi masyarakat secara langsung dalam melakukan edukasi politik untuk mendorong partisipasi politik dari warga negara yang belum tersentuh oleh media sosial ataupun teknologi komunikasi lainnya.