

**STRATEGI KOMUNIKASI BADAN PENDAPATAN
DAERAH DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN
PAJAK BUMI DAN BANGUNAN DI KOTA MEDAN**

TUGAS AKHIR

Oleh:

MUHAMMAD IMAM KELUD HAKIM
2103110250

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh:

Nama Lengkap : **MUHAMMAD IMAM KELUD HAKIM**
NPM : 2103110250
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **Strategi Komunikasi Badan Pendapatan Daerah Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) Di Kota Medan**

Medan, 19 Maret 2025

Pembimbing

Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0012067106

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi

AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0127048401

Dekan

Assoc.,Prof., Dr., ARIFIN SALEH., S.Sos., MSP
NIDN: 0030017402



BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : **MUHAMMAD IMAM KELUD HAKIM**
NPM : 2103110250
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal : Kamis, 17 April 2025
Waktu : Pukul 08.15 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom** (.....)

PENGUJI II : **H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom** (.....)

PENGUJI III : **Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom** (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Assoc.,Prof., Dr., Arifin Saleh., S.Sos., MSP Assoc. Prof., Dr., Abrar Adhani., S.Sos., M.I.Kom

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Muhammad Imam Kelud Hakim**, NPM 2103110250, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

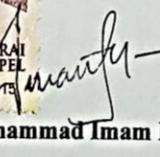
1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, ... 5 Mei 2025

Yang Menyatakan,


Muhammad Imam Kelud Hakim



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanya bagi Allah SWT yang telah melimpahkan kemudahan, kesehatan, dan kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi dengan judul “**Strategi Komunikasi Badan Pendapatan Daerah Kota Medan Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Bumi Dan Bangunan (PBB) Di Kota Medan**” ini penulis persembahkan kepada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Ucapan terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada kedua orang tua penulis, Ayahanda **Moch. Edi** dan Ibunda **Eliyani Nasution** tercinta yang dengan kebesaran hati dan ketulusan kasih sayangnya senantiasa memberikan dukungan moral dan materiil hingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapat bimbingan, nasihat serta dukungan dari banyak pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Soisal dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak Assoc.Prof., Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Hj. Yurisna Tanjung., M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Lutfi Basit, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan atau arahan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama proses peneliti menjalani perkuliahan.
9. Staff Biro dan Pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak membantu peneliti dalam hal mengurus berkas-berkas perkuliahan.
10. Kepala Kasubag Umum yaitu Bapak Hendra Asmilan dan Kepala Sub Bidang PBB yaitu Bapak Ahmad Sofwan, penulis ucapkan terima kasih telah

meluangkan waktu untuk memberikan data dan informasi yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Teruntuk keluarga besar bunda terimakasih sudah memberikan dukungan dan tempat perlindungan dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Teruntuk Keluarga besar ayah terimakasih sudah memberikan dukungan dan materiil dalam penyelesaian skripsi ini.
13. Teruntuk Faizha Syhaqira, Axl Jasmine Irawan, Febrina Wulandari penulis ucapkan terimakasih banyak untuk selalu memberi dukungan dan hiburan dalam menghilangkan rasa ke gawarasan selama penyelesaian skripsi ini.
14. Teruntuk Sahabatku Risyia Dea Safira, Salsa Fitria, Syifa Aulia, penulis ucapkan terimakasih sudah memberikan banyak dukungan semangat dan hiburan candaan selama penyelesaian skripsi ini.
15. Teruntuk Sahabatku Rara Asih Tri Septiyani, Ajeng Setiawati, Sandra Aisyah Azahra, Arini Endrawati, penulis ucapkan terimakasih sudah memberikan dukungan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
16. Teruntuk Sahabatku Tania Ramadhani Syafitri, Annisa Khairiyah Oppy Rahma, Umi Kalsum Ritonga, Aida Sihombing, Adella Natasya Putri, Sayed Sahdan penulis ucapkan terimakasih sudah memberikan dukungan, masukkan berbagai saran, hiburan, menemani rasa kesendirian selama penyelesaian skripsi ini.
17. Teruntuk Sahabat Jauh Galang Arsyidan Muharram penulis ucapkan terimakasih sudah memberikan banyak aspirasi dan dukungan semangat,

terimakasih sudah menjadi bahu untuk bercerita selama penyelesaian skripsi ini.

18. Dan terakhir, kepada diri sendiri Muhammad Imam Kelud Hakim, terimakasih sudah menjadi seseorang yang berani melangkah maju, sudah sabar menghadapi segala rintangan yang ada di masa-masa perkuliahan, dan terimakasih sudah sabar untuk mendapatkan gelar ini serta selalu percaya diri atas usaha yang dicapai.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak dan pembaca pada umumnya.

Medan, 12 Maret 2025

Penulis

Muhammad Imam Kelud Hakim

STRATEGI KOMUNIKASI BADAN PENDAPATAN DAERAH DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN PAJAK BUMI BANGUNAN DI KOTA MEDAN

MUHAMMAD IMAM KELUD HAKIM

NPM: 2103110250

ABSTRAK

Setiap tahun, Pemerintah Kota menetapkan target penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Namun, tidak selalu target tersebut dapat tercapai dengan optimal. Strategi komunikasi memiliki peran penting dalam efektifitas penerimaan pajak. Strategi lain yang digunakan oleh Bapenda adalah sosialisasi dalam mendorong kemudahan bagi masyarakat yang ingin membayar Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) dengan penerapan digitalisasi untuk proses pembayaran PBB yang berkolaborasi bersama PT. Bank Sumut. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang diterapkan oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Medan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya membayar Pajak Bumi dan Bangunan, serta mengetahui apa saja hambatan-hambatan yang dihadapi dalam implementasi strategi komunikasi tersebut. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Lasswell merumuskan sebuah elemen-elemen sederhana yang menjadi landasan untuk memahami komunikasi secara mendalam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik penetapan informan menggunakan purposive sampling. Teknik Pengumpulan Data menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik Analisis Data menggunakan pengumpulan data, reduksi data penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan Bapenda Kota Medan menggunakan komunikasi persuasif dengan bentuk menghimbau, sosialisasi dan edukasi dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak kepada wajib pajak kecil. Sedangkan Fokus penagihan diarahkan kepada wajib pajak bernilai besar, khususnya dari klasifikasi Buku 4 dan 5 serta korporasi besar, untuk mempercepat pencapaian target penerimaan menggunakan strategi dengan cara sidak dan memberi surat perintah pajak. Namun demikian, upaya peningkatan penerimaan PBB masih menghadapi hambatan seperti rendahnya pengetahuan tentang pajak setelah diadakan sosialisasi, dampak ekonomi pasca pandemi, serta keterbatasan infrastruktur dan sumber daya manusia.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Pajak, Pajak Bumi dan Bangunan, Bapenda

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II URAIAN TEORITIS	7
2.1 Strategi Komunikasi	7
2.1.1 Pengertian Strategi Komunikasi	7
2.1.2 Elemen-Elemen dalam Strategi Komunikasi.....	8
2.1.3 Unsur-unsur Strategi Komunikasi	10
2.2 Badan Pendapatan Daerah (Bapenda)	11
2.3 Pajak	12
2.3.1 Pengertian Pajak	12
2.3.2 Fugsi Pajak.....	13
2.3.3 Jenis Pajak.....	15
2.4 Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)	15
2.4.1 Pengertian Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)	15
2.4.2 Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB).....	17
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Jenis Penelitian	19
3.2 Kerangka Konsep	19
3.3 Defini Konsep.....	20
3.4 Kategorisasi Penelitian	21
3.5 Informan atau Narasumber	22

3.6 Teknik Pengumpulan data	23
3.7 Teknik Analisis Data	24
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1 Hasil Penelitian.....	26
4.1.1 Visi, Misi, Tugas Pokok dan Fungsi.....	26
4.1.2 Struktur Organisasi	28
4.1.3 Hasil Wawancara	28
4.2 Pembahasan	45
4.2.1 Strategi komunikasi Bapenda dalam meningkatkan penerimaan pajak bumi dan bangunan	45
4.2.2 Hambatan-hambatan yang dihadapi Bapenda dalam meningkatkan penerimaan pajak bumi dan bangunan.....	47
4.2.3 Target dan realisasi Bapenda dalam pencapaian penerimaan pajak bumi dan bangunan	49
BAB V PENUTUP.....	51
5.1 Simpulan.....	51
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Kerangka Konsep	20
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi	28
Gambar 4. 2 Dokumentasi Wawancara	28
Gambar 4. 3 Klasifikasi Penetapan PBB	30
Gambar 4. 4 Target dan Realisasi Tahun 2020-2024	32
Gambar 4. 5 Dokumentasi Wawancara	43
Gambar 4. 6 Diskon Pajak dan Pojok Pajak PBB	45

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kategorisasi Penelitian	21
Tabel 3. 2 Identitas Narasumber.....	22

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan elemen fundamental dalam kehidupan manusia. Sebagai makhluk sosial, manusia menggunakan komunikasi untuk menyampaikan ide, informasi, dan emosi serta menjalin suatu hubungan. Istilah Komunikasi dalam bahasa Inggris yaitu “Communication”, dari bahasa Latin “Communicatus” yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama, yang dapat diartikan komunikasi sebagai proses berbagi informasi antara pihak-pihak yang terlibat dalam aktivitas komunikasi (Simon & Alouini, 2021).

Komunikasi yang efektif adalah kunci untuk membangun koneksi yang kuat menyelesaikan masalah dan mencapai tujuan bersama. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan strategi komunikasi yang terencana dan tepat sasaran yang tidak dapat dihindari. Strategi ini mencakup pemahaman menyeluruh terhadap audiens, pemilihan saluran komunikasi yang tepat, dan penggunaan bahasa yang jelas, sopan, dan penuh empati. Tujuan utama dari strategi komunikasi adalah untuk memastikan bahwa komunikator memahami pesan yang diterima (*to secure understanding*), apabila dapat memahami dan menerima, maka penerimanya harus dijaga (*to establish acceptance*), dan terakhir aktivitas tersebut dapat dimotivasi (*to motivate action*) (Sahrin, 2022).

Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) merupakan salah satu pajak pusat yang merupakan sumber penerimaan negara, yang sebagian besar penerimanya dikembalikan kepada pemerintah daerah untuk kepentingan masyarakat setempat

dimana objek pajak tersebut berada (Nainggolan, 2022). Setiap tahun, Pemerintah Kota menetapkan target penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Namun, tidak selalu target tersebut dapat tercapai dengan optimal. Dalam beberapa kasus, realisasi penerimaan PBB bahkan jauh di bawah target yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, membayar pajak tepat waktu merupakan kontribusi penting dalam memperlancar proses pembangunan, mengingat pajak yang dikumpulkan sepenuhnya digunakan untuk membangun sarana dan prasarana bagi kepentingan masyarakat (Trio et al., 2020).

Berdasarkan data dari Kementerian Keuangan, Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) di Indonesia pada tahun 2022 tercatat mencapai Rp 30 Triliun namun angka ini masih jauh dari potensi maksimal yang dapat dicapai dengan mencerminkan adanya kesenjangan yang signifikan antara target penerimaan pajak dan realisasinya (Mega Fitri Halimah, 2024). Di Kota Medan, tantangan ini menjadi semakin rumit akibat rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak yang dipengaruhi oleh berbagai hal termasuk minimnya pemahaman masyarakat mengenai kewajiban perpajakan (Wicaksono et al., 2021).

Kepatuhan dan partisipasi aktif masyarakat dalam membayar Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) memiliki peran yang sangat penting, karena semakin banyak masyarakat yang memenuhi kewajiban ini, semakin besar pula dampaknya terhadap peningkatan penerimaan daerah (Sari et al., 2018). Tingkat kesadaran masyarakat memiliki pengaruh besar terhadap kepatuhan mereka dalam membayar Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) dengan kata lain, kesadaran ini memegang peranan penting karena dapat mendorong kerelaan masyarakat untuk memenuhi

kewajiban perpajakan, namun tanpa adanya tingkat kesadaran yang memadai, masyarakat cenderung enggan untuk membayar pajak (Pertwi & Zubaidah, 2018).

Berdasarkan realisasi penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) di Kota Medan selama lima tahun terakhir menunjukkan fluktuasi yang menarik. Pada tahun 2017, tingkat efektivitas penerimaan PBB tercatat sebesar 87,78%. Namun, pada tahun 2018, angka ini mengalami penurunan sebesar 3,56%, menjadi 84,22%. Selanjutnya, pada tahun 2019, efektivitas Kembali meningkat sebesar 3,26%, mencapai 87,48%. Pada tahun 2020 dan 2021, tren peningkatan terus berlanjut dengan kenaikan masing-masing sebesar 7,03% dan 5,94%, menghasilkan tingkat efektivitas sebesar 94,51% pada 2020 dan 100,45% pada 2021. Jika di rata-rata selama lima tahun tersebut, efektivitas penerimaan PBB berada pada angka 90,88% yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan tingkat efektivitas penerimaan antara target dan realisasi PBB dapat dikategorisasikan cukup efektif (Oktianty & Hastuty, 2024).

Oktianty menyebutkan bahwa strategi komunikasi memiliki peran penting dalam efektivitas penerimaan pajak (Oktianty & Hastuty, 2024). Namun penelitian yang dilakukannya belum secara detail menyebutkan hambatan dan tingkat keberhasilan strategi tersebut. Strategi lain yang digunakan oleh Bapenda adalah sosialisasi dalam mendorong kemudahan bagi masyarakat yang ingin membayar Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) dengan penerapan digitalisasi untuk proses pembayaran PBB yang berkolaborasi bersama PT. Bank Sumut (Bapenda, 2023).

Ningrum (D. F. Ningrum & Siregar, 2023) mengungkapkan Badan Pendapatan Daerah Kota Medan telah melakukan berbagai upaya, seperti

menghimbau dan mensosialisasikan pentingnya pajak kepada masyarakat, meningkatkan layanan pembayaran untuk mempermudah proses transaksi, serta terus mengevaluasi kinerja aparat pajak agar dapat bekerja lebih optimal, langkah-langkah ini dilakukan untuk terus meningkatkan penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB).

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas peneliti tertarik untuk menganalisis **“Strategi Komunikasi Badan Pendapatan Daerah Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan Di Kota Medan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang sudah diuraikan, maka adanya rumusan masalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Medan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya membayar Pajak Bumi dan Bangunan?
- 2) Apa saja hambatan-hambatan yang dihadapi dalam implementasi strategi komunikasi bapenda untuk meningkatkan penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui strategi komunikasi yang diterapkan oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Medan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya membayar Pajak Bumi dan Bangunan.

- 2) Untuk mengetahui apa saja hambatan-hambatan yang dihadapi dalam implementasi strategi komunikasi untuk meningkatkan penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan.

1.4 Manfaat Penelitian

- 1) Manfaat Teoritis

Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks strategi komunikasi pemerintah untuk meningkatkan penerimaan pajak.

- 2) Manfaat Praktis

- a) Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi Badan Pendapatan Daerah Kota Medan dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif.
- b) Hasil dari penelitian ini bisa menjadi referensi bagi pemerintah daerah lainnya dalam menghadapi tantangan yang serupa terkait penerimaan PBB.

1.5 Sistematika Penulisan

- BAB I** : Pada bagian ini berisikan tentang uraian dari Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan
- BAB II** : Uraian teoritis yang menguraikan teori dan konsep penelitian Mengenai pengertian Strategi Komunikasi, Bapenda, Pajak Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)
- BAB III** : Terdiri dari uraian Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, Definisi Konsep, Kategorisasi Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Waktu dan Lokasi Penelitian.
- BAB IV** : Pembahasan yang menguraikan tentang ilustrasi penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.
- BAB V** : Terdiri dari simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Strategi Komunikasi

2.1.1 Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi merupakan rencana atau taktik yang dirancang secara matang untuk memastikan proses komunikasi berlangsung dengan lancar dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, terutama dalam upaya menyelesaikan suatu konflik (Zulkarnain et al., 2019).

Strategi dalam komunikasi berperan penting untuk memastikan pesan yang disampaikan oleh komunikator yang dapat dipahami dengan jelas oleh komunikan, dengan penerapan strategi yang tepat, komunikasi menjadi lebih efektif, sehingga pesan dapat diterima dan dimengerti sesuai dengan tujuan yang diinginkan (Tenerman, 2022).

Strategi komunikasi dapat diartikan sebagai suatu wacana yang memanfaatkan gagasan dengan relevansi kontekstual, yaitu wacana yang dirancang dengan memperhatikan situasi dan kondisi tertentu untuk mencapai tujuan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi. Setiap elemen dalam strategi komunikasi harus dirancang dan disesuaikan secara cermat agar dapat mendukung pencapaian tujuan secara efektif (Lubis et al., 2021).

Strategi yang digunakan akan berhasil dan strategi tersebut dapat diterapkan kembali di kesempatan berikutnya. Namun, jika strategi

tersebut tidak efektif, komunikator akan menggantinya dengan strategi yang lebih baik untuk mengendalikan situasi dan mendapatkan respons yang diharapkan (Rofi'ah, 2024).

Model komunikasi yang dikembangkan oleh Harold Lasswell pada tahun 1948 menggambarkan proses komunikasi serta fungsi-fungsi yang dijalankan dalam masyarakat. Model ini terdiri dari beberapa elemen utama, yaitu: sumber (*who*) atau siapa yang menyampaikan informasi, pesan (*what*) atau apa yang disampaikan, saluran (*channel*) atau media yang digunakan untuk menyampaikan informasi, penerima (*whom*) atau kepada siapa pesan ditujukan, dan dampak (*what effect*) atau efek yang dihasilkan oleh pesan tersebut. Meskipun model ini terkesan menyederhanakan kompleksitas komunikasi dengan hanya menyoroti keberadaan komunikator dan pesan yang memiliki tujuan tertentu, fokus utama Lasswell adalah pada aspek-aspek mendasar dari proses komunikasi itu sendiri (Ahmad Sultan Rustan, 2017).

2.1.2 Elemen-Elemen dalam Strategi Komunikasi

Lasswell merumuskan sebuah elemen-elemen sederhana yang menjadi landasan untuk memahami komunikasi secara mendalam. Elemen ini dikenal dengan ungkapan “*who says what in which channel to whom with what effect,*” yang sering diringkas menjadi pertanyaan “5W+1H”. Dalam pandangan Lasswell, elemen tersebut mencakup (Larisu et al., 2023) :

1) *Who* (Siapa)

Elemen ini berfokus pada pengirim pesan, mencakup siapa yang mengirimkan pesan, apa perannya atau posisinya, serta tujuan yang ingin dicapai melalui pesan tersebut.

2) *Says What* (Mengatakan apa)

Pada elemen ini berkaitan dengan isi pesan itu sendiri. Apa yang ingin disampaikan oleh pengirim, dan bagaimana inti pesan tersebut dirumuskan?

3) *In Which Channel*

Elemen ini menyoroti media atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Apakah pesan disampaikan secara lisan, melalui tulisan, media cetak, atau menggunakan media elektronik?

4) *To Whom* (Kepada Siapa)

Elemen ini mengacu pada audiens atau penerima pesan. Siapa yang menjadi target penerima pesan, dan apa karakteristik serta kebutuhan mereka?

5) *With What Effect* (Dengan Dampak Apa)

Elemen ini berhubungan dengan dampak atau respons yang diharapkan atau yang benar-benar terjadi akibat pesan tersebut. Apa efek yang ingin dicapai, baik secara langsung maupun tidak langsung?

2.1.3 Unsur-unsur Strategi Komunikasi

Dalam konteks strategi, unsur-unsur ini membantu merinci cara tindakan akan diambil, sumber daya yang akan digunakan, dan bagaimana segala hal akan dilancarkan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Berikut adalah beberapa unsur-unsur strategi yang umumnya ditemukan (I. I. Ningrum, 2023):

- 1) Strategi dimulai dengan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai. Tujuan ini harus spesifik, terukur, dapat diacapai relevan, dan memiliki batas waktu tertentu (SMART). Sasaran yang lebih terperinci seringkali diidentifikasi untuk mengukur kemajuan menuju tujuan akhir.
- 2) Sebelum merumuskan strategi, penting untuk melakukan analisis mendalam tentang situasi saat ini. Ini melibatkan memahami lingkungan eksternal dan internal, mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan.
- 3) Setelah memahami situasi, langkah berikutnya adalah memilih pendekatan strategis yang sesuai. Pilihan ini dapat berkisar dari pertumbuhan penetrasi pasar, diversifikasi, hingga kerjasama dengan pihak lain.
- 4) Untuk mencapai tujuan secara efektif, semua elemen strategi harus saling terintegrasi dan terkoordinasi. Setiap bagian dari strategi harus mendukung bagian lainnya dan bekerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

- 5) Dalam dunia yang terus berubah, strategi harus bersifat fleksibel dan dapat disesuaikan dengan perubahan situasi atau kebutuhan yang muncul.
- 6) Komunikasi yang baik tentang strategi kepada semua pihak terlibat adalah kunci untuk memastikan pemahaman yang sama dan dukungan terhadap tujuan strategis.

2.2 Badan Pendapatan Daerah (Bapenda)

Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Medan memegang peran strategis dalam mengelola dan memungut pajak daerah, yang merupakan sumber utama Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pajak-pajak daerah, seperti pajak restoran dan pajak kendaraan bermotor, berfungsi sebagai instrumen penting untuk mendukung pembangunan daerah serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagai lembaga yang bertanggung jawab, Bapenda berupaya memaksimalkan potensi pajak dengan memahami kebutuhan dan karakteristik masyarakat setempat.

Bapenda berusaha meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kewajiban pajak melalui berbagai program sosialisasi dan edukasi. Pengelolaan pajak yang efektif juga berkontribusi pada peningkatan kemandirian fiskal daerah, yang pada akhirnya mendukung pendanaan untuk berbagai proyek pembangunan dan penyediaan layanan publik (Nurhajizah & Tipa, 2021). Kontribusi pajak dari sektor restoran dan sektor lainnya memiliki peran penting dalam upaya meningkatkan kualitas hidup masyarakat di Kota Medan.

Bapenda menerapkan sistem administrasi terpadu untuk mempermudah proses pemungutan pajak sekaligus meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak. Dengan memanfaatkan teknologi informasi, Bapenda mampu meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam pengelolaan pajak. Langkah ini tidak hanya memperkuat kepercayaan masyarakat, tetapi juga berkontribusi pada pencapaian target Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang lebih optimal (Sahbita & Siregar, 2023). Oleh karena itu, peran Bapenda menjadi sangat penting dalam mewujudkan sistem perpajakan yang adil, efisien, dan berkelanjutan di Kota Medan.

2.3 Pajak

2.3.1 Pengertian Pajak

Secara umum, pajak dapat diartikan sebagai kontribusi wajib yang bersifat memaksa dan tidak memberikan manfaat langsung kepada pembayarannya. Definisi ini merujuk pada sifat pajak yang diwajibkan berdasarkan ketentuan hukum, sebagaimana diatur dalam undang-undang perpajakan di berbagai negara, termasuk Indonesia. Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 Pasal 1, Pajak diartikan sebagai kewajiban kontribusi kepada negara yang dibebankan kepada individu atau badan. Kewajiban ini bersifat memaksa berdasarkan ketentuan hukum, tanpa memberikan imbalan langsung, dan digunakan untuk mendukung kepentingan negara dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara optimal (Aji et al., 2024).

Sistem perpajakan diatur secara rinci melalui peraturan perundang-undangan untuk memastikan keadilan dan transparansi dalam pelaksanaannya. Setiap wajib pajak, baik individu maupun badan usaha, diwajibkan memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan pendapatan atau aset yang dimiliki. Perpajakan merupakan salah satu sumber utama pendapatan dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Tanpa adanya pajak, sebagian besar program dan kegiatan pemerintah akan sulit untuk direalisasikan. Dana yang diperoleh dari pajak dialokasikan untuk berbagai keperluan, seperti membiayai belanja pegawai dan mendukung pelaksanaan proyek konstruksi. Selain itu, perpajakan memiliki sejumlah fungsi penting, di antaranya fungsi penyesuaian, fungsi stabilisasi ekonomi, dan fungsi redistribusi pendapatan (Nurhajizah & Tipa, 2021).

2.3.2 Fungsi Pajak

Secara umum, pajak mempunyai peran yang signifikan dalam kehidupan suatu bangsa. Pajak menjalankan berbagai fungsi penting, di antaranya sebagai berikut (Putra, 2020):

a) Fungsi Anggaran (*Budgetair*)

Fungsi *Budgetair*, yang juga dikenal sebagai fungsi fiskal merupakan fungsi utama pajak. Dalam fungsi ini, pajak berperan sebagai instrumen untuk mengoptimalkan penerimaan dana ke kas negara sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku. Fungsi

ini disebut yang utama karena secara historis merupakan fungsi pertama yang ada. Pajak sendiri menjadi sumber pendapatan terbesar pembiayaan negara.

b) Sebagai Alat Pengukur (*Regulerend*)

Fungsi ini mengacu pada peran pajak sebagai alat untuk mencapai tujuan tertentu. Sebagai contoh, jika pemerintah ingin melindungi kepentingan petani dalam negeri, maka dapat diberlakukan pajak tambahan seperti pajak impor atau bea masuk, terhadap impor komoditas tertentu.

c) Sebagai Alat Penjaga Stabilitas

Pemerintah dapat memanfaatkan kebijakan perpajakan sebagai alat stabilisasi ekonomi. Salah satu langkahnya adalah mengenakan pajak pada sejumlah barang impor guna meningkatkan daya saing produk dalam negeri. Selain itu, untuk menjaga stabilitas nilai tukar rupiah dan mencegah deficit perdagangan yang semakin melebar, pemerintah dapat menerapkan PPnBM pada impor barang mewah tertentu. Kebijakan ini bertujuan untuk menekan impor barang mewah yang berpengaruh terhadap neraca perdagangan.

d) Fungsi Redistribusi Pendapatan

Pemerintah memerlukan dana untuk membiayai pembangunan infrastruktur, seperti jalan raya dan jembatan. Dana tersebut dapat diperoleh melalui pajak yang dikenakan hanya kepada masyarakat

yang mampu membayarnya. Namun, infrastruktur yang dibangun tetap dapat dimanfaatkan oleh seluruh masyarakat, termasuk mereka yang tidak mampu membayar pajak.

2.3.3 Jenis Pajak

Jenis pajak yang dipungut oleh Bapenda adalah Jenis Pajak Asli Daerah (PAD), yaitu :

- 1) Pajak PBB-P2
- 2) Pajak Perhotelan
- 3) Pajak Makanan dan Minuman
- 4) Pajak Hiburan
- 5) Pajak Parkir
- 6) Pajak Air Tanah
- 7) Pajak BPHTB
- 8) Pajak Reklame
- 9) Pajak Penerangan Jalan

2.4 Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)

2.4.1 Pengertian Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)

Berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) adalah pajak yang dikenakan atas bumi dan/atau bangunan yang dimiliki, dikuasai, atau dimanfaatkan oleh individu maupun badan. Pajak ini tidak berlaku untuk kawasan yang digunakan dalam kegiatan usaha di bidang

perkebunan, kehutanan, dan pertambangan (Nisa' & Arif, 2022). Menurut Muljono (2010:140), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) adalah pajak yang dikenakan atas kepemilikan atau pemanfaatan bumi dan bangunan, dengan subjek pajaknya adalah individu atau badan yang terkait, penerimaan dari PBB menjadi sumber pendapatan yang dibagi antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah (Hutomo et al., 2018).

Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) merupakan satu-satunya pajak properti di Indonesia, pajak ini bersifat objektif dan merupakan pajak negara yang sebagian besar penerimaannya menjadi pendapatan daerah dengan pendapatan tersebut digunakan untuk berbagai keperluan, termasuk penyediaan fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah (Nola Lavenia Watak, 2015). Tingkat kesadaran masyarakat memiliki pengaruh besar terhadap kesediaan mereka dalam membayar Pajak Bumi dan Bangunan dengan kata lain, kesadaran masyarakat memainkan peran penting dalam mendorong kerelaan mereka untuk memenuhi kewajiban pajak. Namun, tanpa didukung oleh tingkat kesadaran yang tinggi, masyarakat cenderung tetap enggan untuk membayar pajak (Pertiwi & Zubaidah, 2018).

Adapun dasar pengenaan pajak bumi dan bangunan menurut Mardiasmo (2018:369) adalah sebagai berikut:

- 1) Dasar pengenaan pajak adalah Nilai Jual Objek Pajak (NJOP).

- 2) Besarnya NJOP ditetapkan setiap tiga tahun oleh kepala kantor wilayah direktorat jendral pajak atas nama menteri keuangan dengan mempertimbangkan pendapat gubernur/ bupati/ walikota (Pemerintah Daerah) setempat.
- 3) Dasar perhitungan pajak adalah yang ditetapkan serendah-rendahnya 20% dan setinggi-tingginya 100% dari nilai jual objek pajak.
- 4) Besarnya persentase ditetapkan dengan peraturan pemerintah dengan memerhatikan kondisi ekonomi nasional (Pardana, 2022).

2.4.2 Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)

Penerimaan dari Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) memiliki peranan penting bagi pemerintah daerah, karena dapat digunakan untuk memperbaiki infrastruktur dan meningkatkan pelayanan publik. Setiap tahunnya Pemerintah memiliki target dalam penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan yang diperoleh dari Wajib Pajak. Akan tetapi, pada kenyataannya masih banyak penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan untuk setiap tahunnya belum mencapai target yang telah ditentukan sehingga realisasi penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan dinilai belum efektif (Nisa' & Arif, 2022).

Seiring dengan perubahan yang diatur dalam Undang-Undang No. 28/2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, Pajak Bumi dan

Bangunan (PBB) kini menjadi pajak daerah, dengan 100% penerimaannya diserahkan kepada daerah yang bersangkutan. Sebelumnya, PBB merupakan pajak pusat, namun hampir seluruh penerimaannya dialokasikan kepada daerah. Untuk meningkatkan akuntabilitas dalam pengelolaan keuangan daerah, PBB sektor perdesaan dan perkotaan kini dialihkan menjadi pajak daerah, sementara PBB sektor perkebunan, kehutanan, dan pertambangan tetap merupakan pajak pusat. Dengan perubahan ini, penerimaan dari PBB sektor perdesaan dan perkotaan akan dihitung sebagai pendapatan asli daerah (Nainggolan, 2022).

Sistem pemungutan pajak yang efektif dapat meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak mereka, yang pada gilirannya akan mempengaruhi hasil penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan. Selain itu, sistem yang baik juga dapat menyadarkan wajib pajak untuk membayar pajak terutang dengan tepat waktu dan lunas (Lindiani & Ilham, 2022). Oleh karena itu, pengelolaan PBB perlu dilakukan secara efektif agar dapat mendorong kepatuhan wajib pajak. Salah satu upaya untuk meningkatkan kepatuhan tersebut adalah dengan memberikan sosialisasi yang tepat kepada masyarakat mengenai pentingnya membayar PBB serta manfaat yang dapat diperoleh dari pajak tersebut.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif berfokus pada menjawab pertanyaan penelitian yang berkaitan dengan aspek siapa, apa, dimana, dan bagaimana suatu peristiwa atau pengalaman terjadi. Pendekatan ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam guna mengidentifikasi pola-pola yang muncul dari peristiwa tersebut (Stone, 2017).

Metode penelitian kualitatif adalah proses penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena manusia atau sosial dengan menyajikan gambaran yang mendalam dan kompleks. Penelitian ini mengandalkan penyampaian data dalam bentuk kata-kata, menyajikan pandangan rinci yang diperoleh langsung dari informan, dan dilakukan dalam konteks alami sesuai dengan latar tempat terjadinya fenomena (Walidin et al., 2015).

3.2 Kerangka Konsep

Sebelum melakukan penelitian, dibuat sebuah rangkaian konsep yang bertujuan untuk menjelaskan dan menghubungkan konsep-konsep yang akan diamati dalam penelitian secara objektif. Hal ini dimaksudkan agar dapat memberikan gambaran yang jelas tentang apa yang akan diteliti. Dari penjelasan di atas maka kerangka konsep yang dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 3. 1 Kerangka Konsep



Sumber: Olahan Penelitian, 2025

3.3 Defini Konsep

Definisi konsep merupakan penjabaran dari kerangka konsep. Berikut adalah definisi konsep dari kerangka konsep di atas:

- 1) Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Medan merupakan lembaga pemerintah yang bertugas mengelola pendapatan daerah di Kota Medan. Bapenda memiliki peran strategis dalam meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) melalui berbagai sumber, seperti pajak dan retribusi.
- 2) Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) merupakan salah satu sumber pendapatan yang digunakan untuk mendanai berbagai kegiatan pembangunan di tingkat daerah, seperti infrastruktur, pendidikan, dan pelayanan publik lainnya. Besaran penerimaan PBB dihitung berdasarkan nilai jual objek pajak (NJOP) dan tarif pajak yang ditetapkan oleh pemerintah daerah setempat.
- 3) Strategi komunikasi adalah suatu rencana atau pendekatan yang dirancang secara terstruktur dan sistematis untuk menyampaikan pesan kepada audiens tertentu dengan tujuan yang jelas. Dalam strategi ini, penting untuk memilih saluran komunikasi yang tepat, menyusun pesan

yang relevan, serta menentukan waktu dan metode yang efektif agar tujuan yang ingin dicapai dapat terealisasi dengan optimal.

- 4) Kepatuhan wajib pajak mengacu pada disiplin dan kesediaan individu atau badan hukum untuk memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan yang berlaku, seperti melaporkan, menghitung, dan membayar pajak tepat waktu. Kepatuhan ini penting untuk kelancaran penerimaan negara dan keberlanjutan sistem perpajakan yang adil. Pemerintah berupaya meningkatkan kepatuhan melalui edukasi, kampanye, dan sistem administrasi yang mempermudah wajib pajak.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Adapun proses konsep teoritis dalam strategi komunikasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan dalam kategorisasi yaitu:

Tabel 3. 1 Kategorisasi Penelitian

No	Kategorisasi	Indikator
1.	Strategi Komunikasi	<ul style="list-style-type: none"> - Tujuan dan Sasaran - Analisis Situasi - Pilihan Strategi - Koordinasi dan Integrasi - Penyesuaian dan Fleksibilitas - Komunikasi dan Keterlibatan - Keberlanjutan
2.	Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan	<ul style="list-style-type: none"> - Perbaikan infrastruktur - Peningkatan pelayanan publik - Tingkat kepatuhan wajib pajak

Sumber: Olahan penelitian, 2025

3.5 Informan atau Narasumber

Narasumber adalah individu yang memiliki pengetahuan, pengalaman, atau keahlian khusus terkait topik atau isu tertentu dan memberikan informasi atau pandangan berdasarkan kapasitas tersebut. Dalam konteks penelitian, narasumber biasanya dipilih untuk memberikan data atau wawasan yang relevan, baik melalui wawancara, diskusi, maupun dialog yang mendalam. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria tertentu sebagai berikut:

- 1) Pegawai Bapenda Kota Medan
- 2) Masyarakat Wajib Pajak

Berdasarkan kriteria diatas maka informan atau narasumber dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3. 2 Identitas Narasumber

NO	NAMA	USIA	STATUS
1.	Hendra Asmilan	50 Tahun	Kepala Sub Bidang Umum
2.	Ahmad Sofwan	42 Tahun	Kepala Sub Bidang PBB
3.	Misinah	40 Tahun	Masyarakat Wajib Pajak
4.	Rudini	32 Tahun	Masyarakat Wajib Pajak

Sumber: Olahan Penelitian, 2025

3.6 Teknik Pengumpulan data

Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang umum dilakukan meliputi observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi (Attamimi et al., 2023). Teknik Pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Observasi

Teknik observasi partisipatif adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan, di mana peneliti terlibat langsung dalam kegiatan sehari-hari orang yang diamati atau yang dijadikan sumber data penelitian.

b) Wawancara

Dalam wawancara mendalam (in-depth interview), peneliti berusaha menggali informasi secara rinci dengan terlibat langsung dalam kehidupan informan. Proses ini dilakukan secara bebas tanpa menggunakan panduan pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya, menciptakan suasana yang lebih alami dan memungkinkan wawancara dilakukan secara berulang.

c) Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data kualitatif yang dilakukan dengan menganalisis berbagai dokumen yang dibuat oleh subjek penelitian atau pihak lain terkait subjek yang diteliti. Dalam teknik ini, data dikumpulkan dengan cara mencatat informasi yang sudah ada sebelumnya.

3.7 Teknik Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis data interaktif menurut Miles dan Huberman, model ini mencakup empat tahapan utama yang harus dilalui untuk menganalisis data secara sistematis (Zulfirman, 2022). Teknik Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dalam tiga tahap: sebelum penelitian dimulai, selama pelaksanaan penelitian, dan bahkan setelah penelitian berakhir. Idealnya, proses ini sudah dimulai sejak penelitian masih berada pada tahap perencanaan konsep.

b) Reduksi Data

Reduksi data adalah proses menyederhanakan, memilih, dan memfokuskan informasi yang relevan dari berbagai data yang diperoleh selama penelitian di lapangan. Langkah ini bertujuan untuk memastikan hanya data yang mendukung tujuan penelitian yang digunakan dan dicatat.

c) Penyajian data

Penyajian data adalah proses pengorganisasian informasi yang memungkinkan penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif. Data dapat disajikan dalam berbagai bentuk, seperti uraian singkat, bagan, atau format serupa lainnya.

d) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan adalah tahap akhir dalam proses penelitian, yang dilakukan berdasarkan data yang telah dianalisis. Kesimpulan disusun

dengan mengacu pada data yang telah diverifikasi sesuai dengan bukti yang diperoleh di lokasi penelitian.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di Bapenda Kota Medan, Jl. Jendral Besar A.H. Nasution, No. 32, Pangkalan Masyhur, Kecamatan Medan Johor, Kota Medan, Sumatera Utara 20219. Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini dimulai Desember 2024 sampai Maret 2025

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Visi, Misi, Tugas Pokok dan Fungsi Badan Pendapatan Daerah Kota Medan

a) Visi

Dengan terwujudnya pendapatan daerah sebagai anadalan pembiayaan pembangunan daerah.

b) Misi

1) Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap sumber dan pengelola Pendapatan Daerah.

2) Meningkatkan sarana dan prasarana Badan.

3) Intensifikasi dan ekstensifikasi subyek dan obyek Pendapatan Daerah.

4) Meningkatkan penegakan hukum, meningkatkan kesadaran wajib pajak terhadap kewajibanya dalam membayar pajak daerah.

c) Tugas Pokok

Berdasarkan peraturan Walikota Medan Nomo 97 Tahun 2002 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi dan Tata Kerja Perangkat Daerah menjelaskan bahwa Badan Pendapatan Daerah Kota Medan merupakan unsur penunjang urusan pemerintahan lingkup keuangan daerah yang berkaitan dengan Pengelolaan Pajak Daerah yang dipimpin oleh Kepala

Badan yang berkedudukan di bawah dan bertanggungjawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah.

d) Fungsi

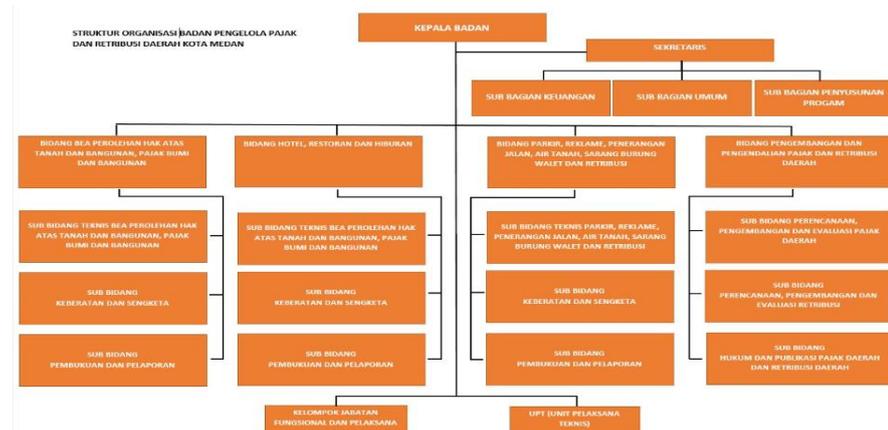
Dalam melaksanakan tugas, Badan Pendapatan Daerah Kota Medan menyelenggarakan fungsi, yaitu:

- 1) Penyusunan kebijakan teknis penelitian dan pengembangan.
- 2) Pelaksanaan tugas dukungan teknis penelitian.
- 3) Pemantauan, evaluasi, dan pelaporan pelaksanaan tugas dukungan teknis penelitian dan pengembangan.
- 4) Pembinaan teknis penyelenggaraan fungsi penunjang urusan pemerintahan lingkup penelitian dan pengembangan berdasarkan atas peraturan perundang-undangan.
- 5) Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Walikota sesuai dengan tugas dan fungsinya.

4.1.2 Struktur Organisasi

Berikut Struktur Organisasi Badan Pendapatan Daerah Kota Medan:

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi



Sumber: Profile Website Badan Pendapatan Daerah Kota Medan

4.1.3 Hasil Wawancara

Narasumber yang pertama dalam penelitian Strategi Komunikasi Badan Pendapatan Daerah Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) Di Kota Medan adalah Kepala Sub Bagian Umum, yaitu Bapak Hendra Asmilan yang berumur 50 tahun. Sedangkan narasumber yang kedua adalah Kepala Sub Bidang PBB yaitu Bapak Ahmad Sofwan yang berumur 42 tahun.

Gambar 4. 2 Dokumentasi Wawancara



(keterangan : wawancara bersama kasubag umum dan kasubid pbb)

Peneliti bertanya kepada Bapak Hendra Asmikan sebagai Kepala Sub Bagian Umum tentang tujuan utama strategi komunikasi yang diterapkan Badan Pendapatan Daerah Kota Medan dalam penerimaan pajak bumi dan bangunan. Menurut Bapak Hendra strategi komunikasi yang digunakan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak tentang pentingnya membayar PBB tepat waktu, dengan menekankan bahwa pajak yang dibayarkan akan kembali kepada masyarakat melalui pembangunan di Medan dan berkontribusi pada pencapaian target pendapatan daerah.

“adanya strategi komunikasi ini kan pasti kami ingin meningkatkan kesadaran wajib pajak ini kan dek atau masyarakat lah dalam pentingnya pembayaran pajak ini. ya artinya mereka tau bahwa pajak pbb ini juga kembali ke mereka dan untuk pembangunan yg ada di medan, dan kalo mereka bayar pbb tepat waktu juga salah satu yg bisa meningkatkan target pencapaian yg kita usahakan dek dan bisa juga pajak yg mereka bayar jadi kontribusi buat pembangunan di medan ini.”

Sedangkan menurut Bapak Ahmad Sofwan mengatakan bahwa tujuan utama strategi komunikasi yaitu meningkatkan penerimaan dengan fokus pada wajib pajak potensial melalui komunikasi aktif dan kunjungan lapangan untuk memastikan pembayaran PBB.

“kalo kita memang ngikut peningkatan penerimaan ini dan terutama kita ada namanya wajib pajak potensial. Nah jadi biasanya itu yg kita utamakan jalin komunikasi kepada wajib pajak, kita lakukan kunjungan ke lapangan terkait pembayaran pajak pbb itu yang biasa kita lakukan.”

Lalu peneliti bertanya tentang sasaran utama dalam strategi komunikasi, dengan adanya segmentasi khusus wajib pajak yang menjadi prioritas. Bapak Hendra Asmikan mengatakan bahwa prioritas penagihan

PBB difokuskan pada wajib pajak dengan nilai besar (Buku 4 dan 5) karena lebih cepat mencapai target. Meskipun Buku 1, 2, dan 3 tetap dikutip, jumlahnya kecil dan prosesnya lebih lambat. Dengan menargetkan Buku 5, pencapaian 100% lebih efisien dalam hal waktu dan tenaga.

“oh kalo itu pasti ada dek, bisa kamu tengok dari klasifikasi pbb ini, buku satu itu dari 0 sampai 99 ribu dan seterusnya, target itu akan lebih cepat pasti kita prioritas ke buku yang besar-besar. Buku 4 buku 5, pbb yang lebih besar inilah yang kita prioritaskan. Bukan kita tidak mengutip buku 1, 2 dan 3. dengan wilayah ini yang disisir sampai 100 kita dapet wajib pajak nya mungkin hasilnya sama dengan 1 dalam bagian pada buku 5 ini, ini aja udah menutupi semuanya dan langsung meningkat gitu. Jadi target yang kita dapat itu langsung dapat, misalnya kita target 100% dengan adanya yg bayar pada klasifikasi buku 5 ini mungkin 20% akan ketutup tapi Buku 1,2, 3 ini kecil-kecil merangkak gitu kan, maksudnya dari segi efisiensi waktu dan tenaga dalam mengutip.”

Bapak Ahmad Sofwan juga memberikan pendapatnya bahwa memang ada nya prioritas diberikan kepada wajib pajak korporasi besar dengan pembayaran di atas 100ribu.

“ada, memang yang paling banyak kita utamakan itu terhadap wajib pajak korporasi yang besar dia kan. Jadi wajib pajak yang pembayarannya besar yang diatas 100ribu paling yang kita utamakan.”

Gambar 4. 3 Klasifikasi Penetapan PBB

BUKU I	s/d Rp.99.999,-
BUKU II	Rp.100.000 s/d Rp.499.999,-
BUKU III	Rp.500.000 s/d Rp.1.999.999,-
BUKU IV	Rp.2.000.000 s/d Rp.4.999.999,-
BUKU V	> Rp.5.000.000,-

Sumber: Badan Pendapatan Daerah Kota Medan

Selanjutnya peneliti bertanya tentang kondisi penerimaan PBB di Kota Medan dalam beberapa tahun terakhir yang memungkinkan akan adanya penurunan ataupun peningkatan. Menurut Bapak Hendra Asmilan bahwa dalam lima tahun terakhir, penerimaan PBB mengalami fluktuasi. Meskipun nominal realisasi meningkat, persentase pencapaian target mulai menurun sejak 2022. Pada 2020 dan 2021, pencapaian masih tinggi di atas 90%, tetapi sejak 2022 terus menurun hingga 66,47% pada 2023. Baru pada 2024, pencapaian sedikit membaik menjadi 78,92%. Tren ini menunjukkan bahwa meskipun pendapatan bertambah, realisasi masih belum sepenuhnya memenuhi target yang ditetapkan.

“oh kalo itu dek, ya kita tengok lah data penerimaan PBB dalam lima tahun terakhir, trennya fluktuatif. ada tahun di mana penerimaan meningkat, tetapi ada juga yang mengalami penurunan. ini saya jelasi berdasarkan dari data yang ada ini. nah ini kamu tengokla data yang kami punya dek, pada tahun 2020 kan, target penerimaan PBB adalah Rp 444 miliar, dan realisasi mencapai Rp 415 miliar atau kalo peresentasenya ya 93,57%. artinya ini menunjukkan pencapaian yang cukup baik. kemudian, pada tahun 2021 dek, target naik menjadi Rp 550 miliar kan, dengan realisasi Rp 526 miliar atau 95,61%. jadi, berarti ada peningkatan yang cukup signifikan. tapi kalo di tengok pada tahun 2022, walaupun target meningkat drastis menjadi Rp 902 sekian miliar, realisasi hanya Rp 624 miliar atau sekitar 69,25%. ya artinya, ada penurunan dalam persentase pencapaian dong. nah terus tren ini juga berlanjut pada tahun 2023, di mana target tetap tinggi di Rp 952 miliar, tapi realisasi cuma Rp 632 miliar atau 66,47%. Pada 2024, targetnya sedikit menurun menjadi Rp 865 miliar, dan realisasinya sekitar Rp 683 miliar atau 78,92%. jadi dek, dari data tersebut bisa kita simpulkan bahwa meskipun nominal realisasi mengalami kenaikan, persentase pencapaiannya terhadap target justru cenderung menurun sejak 2022.”

Disamping itu Bapak Ahmad Sofwan mengatakan bahwa dari sisi pendapatan nominal meningkat setiap tahun dari 2020 hingga 2024, tetapi persentase pertumbuhannya sempat menurun hingga 2023 sebelum kembali naik pada 2024. Hal ini terjadi karena target pendapatan yang terus meningkat.

“iya, dari sisi realisasi setiap tahunnya kita selama 5 tahun terakhir ya 2020 sampai 2024 kita selalu ada peningkatan dari segi nominal pendapatannya. tapi dari sisi presentase memang dia ada sedikit penurunan sampe tahun 2023 walaupun di 2024 sudah naik lagi. karna kan target kita di 2022 itu udah 900an meningkat terus dia. makanya dari sisi nominal meningkat, tapi dari sisi presentase menurun.”

Gambar 4. 4 Target dan Realisasi Tahun 2020-2024

3. TARGET DAN REALISASI TAHUN 2020 – 2024 :

No	TAHUN	TARGET	REALISASI	
		JUMLAH (Rp)	JUMLAH (Rp)	%
1	2020	444.600.000.000	415.999.704.894	93,57%
2	2021	550.256.632.325	526.114.098.456	95,61%
3	2022	902.054.109.305	624.639.969.529	69,25%
4	2023	952.054.109.305	632.837.656.755	66,47%
5	2024	865.848.698.375	683.344.914.978	78,92%

Sumber: Data Badan Pendapatan Daerah Kota Medan, 2024

Kemudian peneliti bertanya terkait kendala yang dihadapi Bapenda dalam meningkatkan penerimaan PBB. Bapak Hendra Asmilan mengungkapkan bahwa kendala utamanya yaitu Kurangnya kesadaran masyarakat dan dampak ekonomi, terutama selama pandemi, mengurangi penghasilan usaha seperti hotel dan restoran, yang pada akhirnya mempengaruhi kemampuan masyarakat dalam membayar pajak.

“ya itulah salah satu kendalanya ya kurangnya kesadaran masyarakat. Setelah itu faktor ekonomi, nah faktor ekonomi juga pastikan sangat mempengaruhi wajib pajak. Misalnya, kaya pandemi waktu itulah banyak juga kan usaha yang kena dampaknya, termasuk hotel dan restoran yang seharusnya ramai sama pengunjung, eh tapi malah justru jadi sepi. Bahkan, restoran pun dibatasi kapasitas pengunjungnya, dan hal ini tentu berdampak pada ekonomi masyarakat, termasuk dalam hal kemampuan mereka untuk membayar pajak.”

Selain itu Bapak Ahmad Sofwan mengatakan bahwa Kesadaran wajib pajak menjadi faktor utama dalam pembayaran PBB, karena pajak ini berasal dari penghasilan masyarakat itu sendiri. Selain itu, kendala juga muncul dari infrastruktur teknologi yang belum berkembang signifikan dan perlunya pengembangan SDM melalui pelatihan berkelanjutan.

“yang paling utama itu kesadaran dari wajib pajak itu yang pertama, karena kan sesuai pbb itu memang pajak nya dari hasil uang masyarakat gitu kan. Mungkin beda dengan pajak-pajak yang lain karna memang dari hasil usahanya. Pbb ini sedikit berbeda karna memang hasil uang sendiri bayar pajaknya, itu yang paling kelihatan. Terus yang kedua kita juga kendala nya dari sisi infrastruktur teknologi, sampai sekarang kita belum melakukan perbaikan yang signifikan. Mungkin ada tambahan lagi dari sisi SDM nya juga, kita memang perlu juga pengembangan lagi seperti pelatihan-pelatihan yang terus kita lakukan.”

Setelah itu peneliti bertanya terkait strategi yang digunakan oleh Bapenda dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak dengan membayar PBB. Menurut Bapak Hendra Asmilan bahwa Strategi komunikasi yang diterapkan adalah dengan terus mengimbau wajib pajak tentang manfaat langsung dari pembayaran PBB, seperti pembangunan infrastruktur dan fasilitas umum yang dibiayai oleh pajak. Penting untuk memastikan masyarakat melihat hasil nyata dari kontribusi mereka, dengan

memanfaatkan media sosial untuk memberikan informasi dan mengawal transparansi pembangunan.

“ya artinya kita, pertama itu pasti tetap dengan menghimbau wajib pajak istilahnya karena meyakinkan bahwa yang kita kutip dari dia itu akan digunakan Kembali ke masyarakat. artinya ya kita apakan la pembangunan yang ada di medan ini semua, seperti kemaren tahun lalu kita bangun beberapa underpass dan lapangan merdeka, kebun bunga, perbaikan jalan, fasilitas umum misalnya bus listrik itu semua kan dana nya dari PBB. Itulah dengan yang kita harapkan masyarakat sadar, bahwa memang benar membayar pbb itu ada manfaatnya, artinya kalau dia membayar pbb dia tidak melihat ada hasil pembangunan ya pasti dia akan bertanya ini kemana duitnya percuma aja aku bayar. Apalagi sekarang ada medsos, inilah kita follow up terus, misalnya ada pembangunan sudah siap, fasilitas sudah siap gitu.”

Kemudian menurut Bapak Ahmad Sofwan bahwa Strategi komunikasi yang digunakan adalah pendekatan persuasif, di mana komunikasi yang lebih dekat dengan wajib pajak dapat mendorong mereka untuk melakukan pembayaran pajak dengan lebih baik.

“kalo kita memang pendekatannya persuasif yang paling efektif, karna kadang wajib pajak ini setelah kita lakukan komunikasi yang lebih dekat memang mau melakukan pembayaran, dan komunikasi persuasif lah yang lebih tepat.”

Berikutnya peneliti bertanya terkait koordinasi bapenda dengan instansi lain dalam menjalankan strategi komunikasi yang digunakan bapenda. Menurut Bapak Hendra Asmilan bahwa membayar PBB dapat mempermudah urusan administrasi berkat koordinasi Bapenda dengan instansi lain. Jika pajak lancar, layanan biasanya lebih cepat dan efisien.

“dengan wajib pajak bayar pbb, mungkin urusan dia bisa lebih mudah. Jadi, setelah dia bayar pbb bisa aja nanti ada kemudahan pas ngurus hal lain, soalnya pasti ada koordinasi antara bapenda sama instansi-instansi lain. tapi bukan berarti kalau nggak bayar pbb bakal dipersulit, nggak lah kek gitu juga. cuma ya kalau pajaknya lancar dan nggak ada masalah, biasanya urusannya bisa lebih cepat dan nggak ribet. artinya ini kan juga bagian dari cara bapenda buat kerja bareng instansi lain biar pelayanan ke masyarakat jadi lebih gampang dan efektif.”

Sementara itu menurut Bapak Ahmad Sofwan bahwa Bapenda menjalin komunikasi intens dengan kecamatan, kelurahan, dan UPT dalam penagihan PBB. Koordinasi ini dilakukan melalui pertemuan rutin dengan camat untuk memastikan pajak lebih dekat dengan masyarakat, sehingga proses penagihan dapat berjalan lebih efektif.

“kalo bapenda ini yang paling dekat itu kan ke kecamatan, karna kan penagihan pajak pbb ini dilakukan secara aktif oleh bapenda sendiri, selain itu ada upt juga, dan ada juga dari kewilayahan itu dia kecamatan dan kelurahan. itu kita komunikasi selalu intens lah terutama melalui upt ke kecamatan. Itu kita buat biasanya ada juga pertemuan-pertemuan dengan camat-camat kita datangin. itu nantikan biasanya pbb lebih dekat dengan kecamatan kelurahan jadi lebih tau masyarakatnya.”

Kemudian peneliti bertanya terkait penyesuaian strategi komunikasi ketika menghadapi perubahan regulasi pajak. Bapak Hendra Asmilan berpendapat bahwa Bapenda beradaptasi dengan kebijakan pusat dan aktif mensosialisasikan pajak. Melalui kerja sama dengan Bank Sumut, diberikan kemudahan seperti penghapusan denda, diskon pajak, serta insentif menarik untuk mendorong masyarakat membayar pajak tepat waktu.

“ya kita harus cepat beradaptasi, misalnya perubahan pajak kaya kemaren peningkatan biaya pbb itu kan dari pusat, kita tidak menaikkan tapi pusat menaikkan dengan perhitungan. Kita harus sesuaikan dengan kebijakan pusat, tapi ya ke masyarakatnya makin kita sosialisasikan untuk meyakinkan masyarakat tadi, kaya yang saya bilang pajak itu untuk kepentingan mereka sendiri gitu loh mungkin setelah itu kita memberikan kemudahan-kemudahan. kemaren kita kerja sama dengan bank sumut, bank sumut ini kan sebagai bank penerima pembayaran pajak termasuk pbb. Nah kemaren kaya di pbb kami buat itu kerjasama, artinya kita buat kemudahan buat pojok pajak dan di pojok pajak itu kita memberikan kemudahan, disitu ada program penghapusan denda, jadi diharpkan masyarakat membayar pajak dan ya mungkin akan diberikan hadiah untuk souvenir, kemudian mungkin nanti ada pembagian yang sangat besar seperti perjalanan umroh, sepeda motor, dan itu dapat mendorong masyarakat walaupun tidak semua dapat, tapi dengan artinya ada peluang. dan satu lagi mungkin kemaren ada juga dengan diskon pajak kepada wajib pajak yang mau mensegerakan pembayarannya sebelum jatuh tempo. penghapusan denda dan diskon pajak ini program berbeda, kalo penghapusan denda tahun-tahun yang lalu itu di hapus tapi pokok nya dia tetap bayar, denda nya aja yang dihapus. Kalo yang diskon pajak ya memang di potong pajaknya.”

Sama halnya dengan Bapak Ahmad Sofwan mengatakan bahwa Setiap ada perubahan regulasi, sosialisasi selalu dilakukan, baik kepada petugas pajak maupun masyarakat, agar mereka memahami perbedaan antara aturan lama dan yang baru.

“kalo kita memang kalo ada perubahan regulasi, pertama itu kita melakukan sosialisasi kembali terhadap petugas pajak, terhadap masyarakat kita sampaikan disini ada perubahan dari regulasi yang lama ke regulasi yang baru itu selalu kita lakukan sosialisasi.”

Setelah itu peneliti bertanya tentang sejauhmana fleksibilitas kebijakan komunikasi dalam menanggapi permasalahan yang ada di

lapangan, seperti ketidakpuasan wajib pajak atau kendala teknis pembayaran. Menurut Bapak Hendra Asmilan bahwa pelayanan pajak di sini cukup fleksibel, dengan loket dan koordinator di pintu masuk yang siap membantu masyarakat. Wajib pajak bisa bertanya, mengajukan keberatan atas kenaikan PBB, atau meminta pengurangan pajak, dan tim pelayanan akan mengecek serta menangani permasalahan mereka.

“Sejauh ini menurut saya ya fleksibel, karna kita disini menyiapkan loket yang ada di pintu masuk itu, dan disitu juga ada kordinator pelayanan. artinya disitulah masyarakat ada yang mau bertanya mengenai informasi mungkin masalah pajak mengajukan keberatan karna pajak pbb nya yang naik, atau mengajukan pengurangan pajak, dan nanti pelayanan itulah yang mengecek apa permasalahan nya.”

Sedangkan menurut Bapak Ahmad Sofwan bahwa Pendekatan persuasif dalam komunikasi lapangan penting untuk menyesuaikan dengan kondisi yang ada. Fleksibilitas dalam berkomunikasi memungkinkan penyampaian pesan yang lebih efektif dan mudah diterima.

“ini kan bahasa lapangan ya, jadi memang kita ya kembali pendekatan itu tadi persuasif. Jadi kita sesuaikan lah dengan kondisi di lapangan, mungkin dengan komunikasi itu akan lebih fleksibel.”

Selanjutnya peneliti bertanya mengenai cara Bapenda membangun hubungan yang lebih baik dengan wajib pajak untuk meningkatkan transparansi dan kepercayaan publik. Bapak Hendra Asmilan berpendapat bahwa Bapenda meningkatkan transparansi dan kepercayaan publik dengan menunjukkan hasil pembangunan dari pajak melalui media sosial.

Ini memastikan masyarakat melihat langsung manfaat pajak bagi kepentingan bersama.

“ya itu tadi, artinya kita menyampaikan semua hasil hasil pembangunan artinya kan seperti yang saya sampaikan tadi bahwa pajak ini akan dikembalikan untuk kepentingan masyarakat. disamping itu masyarakat melihat sendiri pembangunan yang ada kita follow up di media sosial, bahwa memang pembangunan itu ada ya salah satu dana nya dari masyarakat.”

Kemudian menurut Bapak Ahmad Sofwan berpendapat bahwa Bapenda berupaya meningkatkan transparansi dan kepercayaan publik dengan merancang aplikasi yang memungkinkan masyarakat mengakses informasi pajak, termasuk transaksi dan penggunaannya. Dengan langkah ini, masyarakat dapat melihat langsung aliran dana pajak, sehingga hubungan antara Bapenda dan masyarakat semakin kuat.

"kemungkinan kami bisa membuat aplikasi yang dapat diakses oleh masyarakat, sehingga mereka bisa melihat langsung informasi terkait pajak, termasuk transaksi dan pembayaran. dengan transparansi seperti ini, masyarakat bisa mengetahui aliran dana pajak dan bagaimana penggunaannya. ini adalah salah satu cara bapenda dalam membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat, meningkatkan transparansi, serta memperkuat kepercayaan publik terhadap pengelolaan pajak daerah."

Kemudian peneliti bertanya terkait cara strategi komunikasi Bapenda yang dapat dikembangkan di masa mendatang. Menurut Bapak Hendra Asmilan bahwa Bapenda memanfaatkan media sosial dan influencer untuk menjangkau lebih banyak masyarakat, meningkatkan kesadaran bahwa pajak kembali untuk kepentingan bersama. Kedepannya,

strategi ini dapat terus dikembangkan dengan inovasi digital agar edukasi pajak lebih efektif.

“ya artinya kita juga mengikut perkembangan zaman, bahkan dulu hanya melalui flyer, poster-poster kemudian halo-halo kalo zaman dulu. Kalo zaman sekarang kan udah diberikan medsos, medsos ini sangat berperan kita bisa sampai kemana saja, dan kita pake cara yang lain, kaya kita kemaren pake itu tadi kan, nah sekarang udah ada influencer , dan kita suruh mereka buat konten. artinya karna banyak followers influencer tadi, kemudian orang banyak lihat yang selama ini mungkin ngga tau dari medsos influencer tersebut kan gitu, mungkin dengan gitu orang akan lebih tau membayar pajak, dan mereka akan lebih tau karna pajak nya juga kembali ke mereka.”

Beda hal nya dengan menurut Bapak Ahmad Sofwan bahwa Bapenda perlu meningkatkan keterampilan komunikasi pegawai melalui pelatihan berkelanjutan. Dengan memahami dinamika di lapangan dan teknik komunikasi yang efektif, pegawai dapat menyampaikan informasi pajak dengan lebih baik. Dan memungkinkan strategi ini akan terus dikembangkan agar komunikasi Bapenda semakin adaptif dan responsif terhadap masyarakat.

“harapannya kita untuk meningkatkan komunikasi perlu juga melakukan pelatihan untuk peningkatan skill komunikasi pegawai. Ya memang untuk meningkatkan itu perlu juga melakukan pelatihan pelatihan ilmu-ilmu yang didapat dilapangan kan perlu juga kita sampaikan untuk pelatihan peingkatan skill komunikasi. Ini kan berkembang terus kan jadi kita pun harus diliat juga kan skill nya secara teknis komunikasi nya.”

Selanjutnya peneliti bertanya terkait langkah-langkah yang dilakukan Bapenda untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada wajib

pajak. Menurut Bapak Hendra Asmilan bahwa salah satu langkah yang dilakukan Bapenda untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada wajib pajak yaitu dengan menghadirkan Mall Pelayanan Publik yang terintegrasi, sehingga seluruh layanan dari berbagai instansi, termasuk pembayaran PBB dan penanganan keluhan, dapat diakses masyarakat dalam satu tempat secara mudah dan efisien.

“ya pertama kita pasti melibatkan yang ada disini semua, dan kita kan juga sudah membuka mall pelayanan publik. artinya kan kita sudah ada di Iskandar Muda itu yang bekas Ramayana dulu, dan sekarang kita buat mall pelayanan, itu bukan hanya pelayanan dari Bapenda saja semua instansi ada disitu, jadi siap itu masyarakat merasa dekat. jadi mudah-mudahan dengan kita buat terpadu seperti itu kualitas pasti dapat kita tingkatkan, artinya masyarakat cukup datang di satu tempat biar bisa membayar PBB dan disitu langsung ada bank bank Sumut mereka langsung bisa membayar kesana, atau misalnya mereka komplain dan langsung ada yang menangani disitu.”

Sedangkan menurut Bapak Ahmad Sofwan bahwa langkah Bapenda dalam meningkatkan kualitas pelayanan dengan rencana menghadirkan inovasi digital seperti aplikasi layanan pajak dan menyediakan berbagai metode pembayaran digital untuk memudahkan dan mendekatkan layanan kepada wajib pajak.

“langkah pertama yang kami lakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada wajib pajak ya itu tadi dengan rencana menghadirkan inovasi digital, salah satunya melalui pengembangan aplikasi layanan pajak pastiya. aplikasi ini juga nantiya bisa buat mendekatkan dan mempermudah masyarakat dalam melakukan pembayaran juga kan. apalagi saat ini, pembayaran bisa dilakukan melalui berbagai channel seperti QRIS, transfer bank, dan metode digital lainnya. jadi ya dengan banyaknya pilihan saluran pembayaran ini, pelayanan menjadi lebih fleksibel dan mudah dijangkau oleh masyarakat, sehingga

diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan dan kenyamanan wajib pajak.”

Kemudian peneliti bertanya mengenai tentang berdampaknya strategi komunikasi yang diterapkan Bapenda pada peningkatan kepatuhan wajib pajak dengan indikator keberhasilannya. Menurut bapak Hendra Asmilan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan Bapenda berdampak positif terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak, yang ditunjukkan melalui meningkatnya jumlah masyarakat yang membayar pajak serta banyaknya masukan konstruktif dari masyarakat untuk perbaikan layanan.

“berdampak itu saya kira berdampakya mungkin salah satu kita lihat dengan peningkatan apa, peningkatan masyarakat yang membayar dan satu lagi mungkin dari tempat menyampaikan saran itu, jadikan banyak saran saran positif yang disampaikan dengan saran yang membangun, dan itu nanti untuk meningkatkan lagi pelayanan dan meningkatkan fungsi pajak ini dari masyarakat.”

Adapun menurut Bapak Ahmad Sofwan bahwa strategi komunikasi persuasif yang diterapkan Bapenda, dengan menekankan manfaat nyata dari pajak seperti pembangunan infrastruktur dan fasilitas umum, berdampak positif terhadap peningkatan kesadaran dan kemauan masyarakat untuk membayar pajak. Indikator keberhasilannya terlihat dari tercapainya target pembayaran PBB, yang menunjukkan adanya peningkatan kepatuhan wajib pajak.

“Iya, kalo pendekatannya lebih ke persuasif. Jadi kita sampaikan bahwa di pajak ini kita pergunakan untuk pembangunan. Jadi kita sampaikan lah manfaat-manfaatnya dari pajak ini, apa sebenarnya manfaat yang dirasakan, kita sampaikan juga contoh-contoh misalnya kaya pembangunan jalan,

pembangunan fasilitas umum. Jadi dengan adanya kesadaran itu, masyarakat ini ada kemauan untuk membayar. Jadi kalo dilihat indikator keberhasilan itu, kalo lah kita sudah komunikasi pasti wajib pajak melakukan pembayaran, jadi kita menganggap pbb berhasil lah berartikan pembayarannya terjadi, jadi target juga mencapai.”

Terakhir peneliti bertanya mengenai faktor utama yang menyebabkan masih adanya wajib pajak yang tidak patuh dengan cara mengatasinya. Menurut Bapak Hendra Asmilan hal ini menunjukkan bahwa faktor utama penyebab ketidakpatuhan adalah kurangnya pemahaman dan kesadaran atas fungsi pajak sebagai kontribusi untuk pembangunan bersama. Untuk mengatasinya, diperlukan upaya sosialisasi yang intensif kepada wajib pajak serta tindakan pengawasan langsung di lapangan, seperti inspeksi mendadak (sidak), guna memastikan kepatuhan dan meningkatkan kesadaran kolektif.

“seperti yang saya sampaikan tadi kan beda tadi antara pajak restoran, pajak hiburan dan pajak pbb. nah pajak hiburan dan restoran ini tadi kan sebetulnya udah di pungut dari masyarakat. seharusnya kan tidak ada kerugian dari pihak pengelola kan tinggal membayar. tapi kadang-kadang itu tadi mungkin ada kepentingan lain. artinya kita juga harus ke lapangan untuk masyarakat yang tidak patuh. artinya kita sampaikanlah sosialisasi bahwa pajak ini adalah untuk kepentingan kita dan kembali ke kita, dan itu tadi dengan cara tindakan-tindakan sesekali seperti sidak, pertama ke objek pajak yang telah memungut pajak dari pelanggan nya atau pembeli nya.”

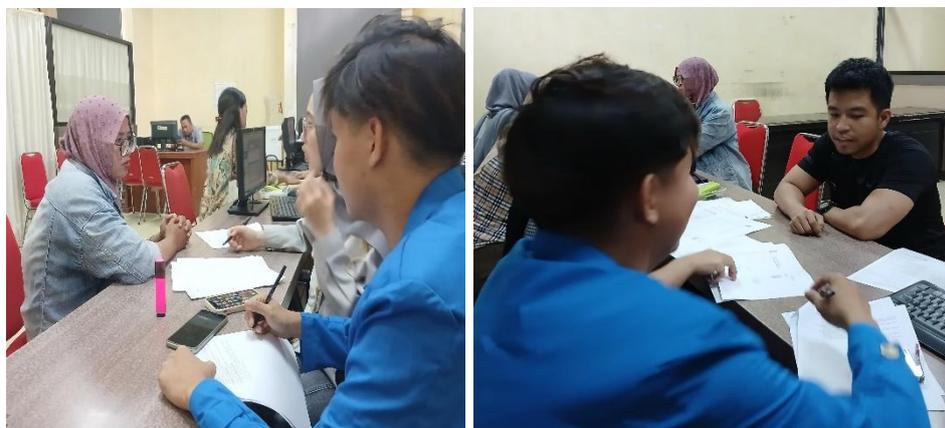
Kemudian menurut Bapak Ahmad Sofwan bahwa faktor utama ketidakpatuhan wajib pajak adalah rendahnya kesadaran serta kondisi ekonomi yang kurang mendukung. Solusinya adalah dengan meningkatkan sosialisasi dan edukasi mengenai manfaat pajak, termasuk

melalui media sosial dan kerja sama dengan influencer, serta memberikan insentif seperti diskon untuk mendorong kepatuhan.

“kalo menurut analisa kita memang pertama wajib pajak ini kesadaran nya kurang, yang kedua memang kondisi wajib pajak itu mungkin tidak memungkinkan untuk membayar dalam ekonominya pada saat itu tidak baik, jadi dari pada membayar pajak mungkin lebih mengutamakan kebutuhan pokok yang lain. kalo yang pertama mungkin solusi kita karna kurangnya kesadaran, kita lakukan sosialisasi ulang, kita sampaikan manfaat-manfaatnya apa. biasanya kalo memang karna kurang kesadaran, dengan disampaikan informasi dan manfaat ini, biasanya mau bayar. kaya kemaren kita lakukan diskon pbb pasang di Instagram, kita hire juga influencer sosialisasi ke masyarakat, dan memang waktu itu jadi banyak juga yang melakukan pembayaran diskon gitu.”

Selanjutnya peneliti bertanya kepada kedua narasumber wajib pajak mengenai keefektifitasan sistem online dalam mempermudah wajib pajak untuk mengakses informasi dan melakukan pembayaran, yang pertama adalah Ibu Misinah yang berumur 40 tahun. Lalu, yang kedua adalah Bapak Rudini yang berusia 32 tahun.

Gambar 4. 5 Dokumentasi Wawancara



(Keterangan: Wawancara bersama masyarakat wajib pajak)

Menurut Ibu Misinah bahwa sistem online Bapenda Medan dinilai efektif karena memudahkan wajib pajak dalam mengakses informasi penting seperti penghapusan denda dan jadwal pojok pajak melalui Instagram, serta memberikan kemudahan pembayaran lewat berbagai saluran seperti QRIS, transfer bank, Indomaret, dan Bank Sumut.

“ya yang saya tau sistem online yang digunakan bapenda medan sekarang pasti kan sangat membantu ya, apalagi sosmed mereka kaya Instagram lah, saya pikir instagram mereka cukup aktif. saya pernah nengok gambar kaya penghapusan denda dan diskon pajak di postingan mereka, itu lah yang kaya buat menarik perhatian saya. jadi ya saya bisa langsung kan istilahnya memanfaatkan program itu tanpa harus ke kantor pajak. terus itu, mereka juga sering kali la memposting soal jadwal pojok pajak di kecamatan mana-mana pun, jadi kalopun ada kendala, ya saya bisa langsung datang ke lokasi terdekat. terus kalo buat pembayaran, saya paling sering pakai QRIS atau transfer bank lewat mbanking, mudah kali kan. terus pun kalo lagi di luar rumah tah emang waktu nya bayar pajak, saya bisa bayar lewat indomaret atau bank Sumut. jadi menurut saya, ini sangat efektif dan transparan ya.”

Sama halnya dengan menurut Bapak Rudini bahwa sistem online Bapenda Medan juga dianggap efektif karena mempermudah akses informasi penting seperti penghapusan denda, pengurangan pajak, dan jadwal pojok pajak melalui Instagram. Berbagai pilihan pembayaran seperti Bank Sumut, transfer, QRIS juga membuat proses bayar pajak jadi lebih praktis tanpa harus ke kantor.

"ya jawaban aku sama lah kaya yang abang tanyakan ke ibu tadi, kalo aku kan dulu harus datang ke kantor bapenda untuk tanya-tanya soal pbb, sekarang ya cukup buka instagram nya aja. aku pun juga sama, tahu kayak soal penghapusan denda dan pengurangan pajak itu ya dari postingan instagram mereka. jadi nggak bakal la ketinggalan informasi penting. apalagi kaya dibilang ibu tadi ada pojok pajak juga, nah jadwal pojok pajak

mereka infokan di sana, aku pun bisa nengok waktu dan tempat yang apa itu dekat dari rumah atau enggak bang. oh terus kalo soal pembayaran, aku sudah coba lewat bank sumut dan juga transfer dari ATM, dan bisa pake qris dari handphone. jadi kalo aku bilang, sistem online bapenda ini gampang kali, apalagi buat yang udah engga terbiasa repot-repot antri di kantor pajak."

Gambar 4. 6 Diskon Pajak dan Pojok Pajak PBB



Sumber : Instagram akun Badan Pendapatan Daerah Kota Medan

4.2 Pembahasan

4.2.1 Strategi komunikasi Bapenda dalam meningkatkan penerimaan pajak bumi dan bangunan

Pada penelitian ini setelah di analisis dari hasil wawancara, di temukan bahwa upaya meningkatkan penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) di Kota Medan, Bapenda menerapkan strategi komunikasi persuasif yang menekankan pentingnya memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai manfaat langsung dari pembayaran pajak. Salah satu bentuk strategi yang digunakan adalah dengan terus mensosialisasikan dan menghimbau bahwa pajak yang

dibayarkan berkontribusi langsung pada pembangunan infrastruktur dan fasilitas umum. Bentuk lainnya juga menasar wajib pajak potensial melalui komunikasi aktif dan kunjungan langsung ke lapangan. Langkah ini dilakukan untuk memastikan mereka memahami kewajiban serta kemudahan dalam proses pembayaran.

Temuan diatas sejalan dengan penelitian lain bahwa memang komunikasi persuasif dalam bentuk sosialisasi memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan transparansi dan pemahaman masyarakat terhadap layanan PBB online. Melalui kegiatan sosialisasi yang terstruktur, masyarakat memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai prosedur dan manfaat layanan tersebut. Selain itu, sosialisasi juga efektif dalam membangun kesadaran masyarakat akan pentingnya memenuhi kewajiban pajak secara tepat waktu, sehingga mendorong tingkat kepatuhan yang lebih tinggi dalam pembayaran PBB (Maulana et al., 2024).

Bapenda secara aktif mengedukasi bahwa setiap kontribusi pajak yang diberikan akan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembangunan kota, serta turut berperan dalam pencapaian target pendapatan daerah. Penekanan pada aspek ini bertujuan agar masyarakat tidak hanya melihat pajak sebagai beban, melainkan sebagai bentuk partisipasi dalam kemajuan Kota Medan. Untuk memperkuat pesan ini, Bapenda memanfaatkan media sosial sebagai saluran utama untuk

Peneliti juga menemukan temuan bahwa Bapenda juga memperkuat koordinasi lintas instansi, termasuk dengan kecamatan, kelurahan, dan UPT, guna memperlancar penagihan PBB. Melalui pertemuan rutin dengan camat dan perangkat wilayah lainnya, komunikasi tentang pajak menjadi lebih dekat dengan masyarakat. Tidak hanya itu, Bapenda juga menjalin kerja sama administratif dengan instansi lain, sehingga pembayaran PBB yang lancar dapat mempercepat berbagai layanan publik. Dengan sinergi ini, diharapkan efisiensi pelayanan dan efektivitas penerimaan pajak dapat terus ditingkatkan.

Temuan tersebut sejalan dengan peneliti lain bahwa koordinasi dan kerja sama dengan berbagai pihak merupakan faktor kunci dalam mendukung keberhasilan program sosialisasi layanan PBB online. Kolaborasi dengan instansi pemerintah, perguruan tinggi, dan lembaga non-pemerintah terbukti efektif dalam memperluas jangkauan edukasi kepada masyarakat. Keterlibatan para ahli dan tenaga profesional turut memperkuat kualitas materi dan pelaksanaan sosialisasi (Maulana et al., 2024).

4.2.2 Hambatan-hambatan yang dihadapi Bapenda dalam meningkatkan penerimaan pajak bumi dan bangunan

Salah satu kendala utama yang dihadapi Bapenda Kota Medan dalam meningkatkan penerimaan PBB adalah rendahnya kesadaran masyarakat untuk membayar pajak, yang diperparah oleh kondisi ekonomi dengan lebih mengutamakan kebutuhan ekonomi pokok pada pasca pandemi

COVID-19. Penurunan pendapatan, khususnya di sektor usaha seperti hotel dan restoran, membuat banyak wajib pajak kesulitan memenuhi kewajiban mereka. Selain itu, ketidakpatuhan juga disebabkan oleh minimnya pemahaman masyarakat terhadap fungsi pajak sebagai kontribusi untuk pembangunan daerah. Di sisi lain, tantangan teknis seperti belum meratanya infrastruktur teknologi informasi serta keterbatasan kualitas sumber daya manusia juga menghambat efektivitas administrasi dan pelayanan pajak. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas aparatur melalui pelatihan berkelanjutan sangat diperlukan untuk mendukung sistem perpajakan yang lebih modern dan efisien.

Sebagai solusi, Bapenda perlu menguatkan strategi komunikasi yang bersifat edukatif dan persuasif. Sosialisasi intensif mengenai pentingnya membayar pajak harus dilakukan secara masif, baik melalui media konvensional, digital, maupun media sosial yang lebih dekat dengan masyarakat. Pemanfaatan platform digital, khususnya media sosial, menjadi strategi efektif dalam menjangkau kelompok wajib pajak yang lebih luas, apalagi jika dikombinasikan dengan kerja sama bersama influencer atau tokoh publik. Selain itu, pemberian insentif seperti penghapusan denda dan potongan pembayaran dapat mendorong partisipasi masyarakat untuk lebih patuh pajak. Tidak kalah penting, pengawasan langsung di lapangan melalui inspeksi mendadak juga harus dilakukan secara berkala guna memastikan kepatuhan serta membangun

kesadaran kolektif terhadap pentingnya kontribusi pajak bagi pembangunan Kota Medan.

4.2.3 Target dan realisasi Bapenda dalam pencapaian penerimaan pajak bumi dan bangunan

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa strategi penagihan PBB, Bapenda Kota Medan memfokuskan upaya pada wajib pajak dengan nilai besar, khususnya yang termasuk dalam klasifikasi penetapan buku yaitu Buku 4 dan 5. Hal ini dilakukan karena kelompok ini memiliki kontribusi nominal yang signifikan, sehingga pencapaian target penerimaan dapat dicapai lebih cepat dan efisien, baik dari segi waktu maupun tenaga. Meskipun wajib pajak dari klasifikasi Buku 1, 2, dan 3 tetap dikutip, kontribusinya relatif kecil dan proses penagihannya lebih memakan waktu. Oleh sebab itu, prioritas juga diberikan kepada wajib pajak korporasi besar dengan nilai pembayaran di atas 100 ribu rupiah, yang dinilai lebih potensial dalam mendukung pencapaian target pendapatan tahunan.

Namun, meskipun secara nominal penerimaan PBB menunjukkan tren peningkatan dari tahun ke tahun, realisasi terhadap target yang ditetapkan mengalami fluktuasi. Data selama lima tahun terakhir memperlihatkan bahwa persentase pencapaian target mulai menurun sejak tahun 2022. Jika pada 2020 dan 2021 pencapaian berada di atas 90%, maka pada 2023 turun drastis hingga 66,47%. Baru pada 2024 terdapat sedikit perbaikan dengan capaian 78,92%. Penurunan ini tidak serta-merta mencerminkan menurunnya kinerja, melainkan juga dipengaruhi oleh

target pendapatan yang terus meningkat setiap tahunnya, sehingga pencapaian dalam bentuk persentase menjadi lebih menantang.

Untuk menjawab tantangan tersebut, Bapenda mengimplementasikan strategi komunikasi persuasif dan komunikasi lainnya seperti soidak yang menekankan manfaat nyata dari pembayaran pajak. Dengan menyampaikan informasi mengenai kontribusi PBB terhadap pembangunan infrastruktur dan fasilitas publik, masyarakat menjadi lebih sadar akan pentingnya kewajiban mereka. Pendekatan ini berhasil meningkatkan kesadaran serta kemauan masyarakat untuk membayar pajak secara sukarela. Keberhasilan strategi ini tercermin dalam meningkatnya kepatuhan wajib pajak dan capaian pembayaran PBB yang semakin membaik, terutama di tahun 2024, meskipun belum sepenuhnya memenuhi target.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Badan Pendapatan Daerah dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Strategi komunikasi yang diterapkan Bapenda Kota Medan yaitu komunikasi persuasif dalam bentuk penghimbauan, sosialisasi dan edukasi terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak.
- 2) Bapenda memfokuskan penagihan pada wajib pajak dengan nilai besar, khususnya dari klasifikasi Buku 4 dan 5 serta korporasi besar, karena dianggap lebih efisien dalam mencapai target penerimaan, menggunakan strategi sidak atau memberi surat peringatan. Sedangkan untuk wajib pajak kecil dilakukan dengan komunikasi persuasif bentuk sosialisasi dengan terjun langsung kelapangan memberikan edukasi.
- 3) Strategi komunikasi yang dilakukan Bapenda sudah berhasil untuk meningkatkan penerimaan PBB dan kesadaran masyarakat, hanya saja sebagian masyarakat dengan pajak kecil masih memenuhi ekonomi pokok kebutuhannya.

5.2 Saran

Saran yang dapat peneliti berikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Diharapkan Bapenda Kota Medan untuk terus memperkuat strategi komunikasi yang bersifat sosialisasi dan edukatif, terutama dengan memanfaatkan media sosial secara lebih masif dan kreatif untuk lebih meningkatkan kepatuhan pembayaran PBB.
- 2) Disarankan Bapenda terus meningkatkan strategi sidak dengan pemberian surat perintah dalam penagihan pajak kepada wajib pajak besar, dan untuk wajib pajak kecil lebih dikembangkan sosialisasinya dan terjun ke lapangan memberikan edukasi mengenai pembayaran PBB.
- 3) Selain itu, pemberian insentif seperti diskon atau penghapusan denda bisa diperluas cakupannya untuk meningkatkan kepatuhan secara menyeluruh di semua segmen masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Sultan Rustan, N. H. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (1st ed.). DeePublish.
- Aji, S. B., Jati, B. P., & Asmarawati, B. (2024). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Pelayanan Pajak, Sanksi Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan. *Measurement: Jurnal Akuntansi*, 18(1), 33–56. <https://doi.org/https://doi.org/10.33373/mja.v18i1.6297>
- Attamimi, H. R., Harahap, K., Damanik, D., Fauzi, H., Ramba, H. La, Oktaviani, D., Yulianto, A., & Syam, S. (2023). *Metode Penelitian* (1st ed.). PT Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Bapenda. (2023, April 3). Bapenda Kota Medan Mendorong Penerapan Digitalisasi Dalam Pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan (PBB). *Badan Pendapatan Daerah Kota Medan*. <https://www.bapenda.medan.go.id/berita/>
- Hutomo, Y. P., Marliani, S., & Akuntansi, J. (2018). Penerimaan Pajak Bumi Dan Bangunan: Analisis Keberhasilan Pada Kecamatan Megamendung Kabupaten Bogor Land and Building Tax Revenue: the Success Analysis in the District of Bogor District Megamendung. *JURNAL AKUNIDA*, 4(2), 61–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.30997/jakd.v4i2.1556>
- Larisu, Z., Kuncoroyakti, Y. A., Arifah, & Nurfahmi, E. (2023). *Buku referensi model komunikasi*. PT Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Lindiani, C., & Ilham, M. (2022). Analisis Sistem Pemungutan Pajak Bumi Dan Bangunan Dalam Optimalisasi Pencapaian Target Penerimaan Pajak Bumi Dan Bangunan Di Kabupaten Merauke. *Musamus Accounting Journal*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.35724/maj.v5i1.5020>
- Lubis, F. H., Pahlevi Hidayat, F., & Hardiyanto, S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi PK IMM FISIP UMSU Dalam Melaksanakan Program Kerja di Masa Pandemi Covid-19. *SiNTESa CERED Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora*, 1(1), 1039–1045. <https://doi.org/https://doi.org/10.53695/sintesa.v1i1.464>
- Maulana, M. H., Rosul Asmawi, M., & Ibrahim Rantau, M. (2024). Tata Kelola Layanan Pajak Bumi Dan Bangunan (PBB) Online Di Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(7), 777–805. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.11183424>
- Mega Fitri Halimah, S. (2024). Perencanaan Penghapusan Piutang Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan di Badan Pendapatan Daerah Kota Bandung. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 4715–4729. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.2124>
- Nainggolan, E. P. (2022). Pajak Bumi Dan Bangunan Dalam Perspektif Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan. *Balance : Jurnal Akuntansi*

- Dan Manajemen*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.59086/jam.v1i1.1>
- Ningrum, D. F., & Siregar, R. A. (2023). Analisis Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan Dalam Meningkatkan Pendapatan Daerah Kota Medan. *JSIM: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 4(5), 701–708. <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v4i5.301>
- Ningrum, I. I. (2023). *Strategi Komunikasi Islam* (M. Ilyas (ed.); 1st ed.). CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Nisa', F., & Arif, M. (2022). Analisis Efektivitas dan Kontribusi Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kota Medan (Tahun 2016-2020). *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 3(1), 114–121. <https://doi.org/10.47467/visa.v3i2.1252>
- Nola Lavenia Watak. (2015). Analisis Penetapan Nilai Jual Objek Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Bumi Dan Bangunan Di Kabupaten Minahasa Tenggara. *Accountability*, 4(1).
- Nurhajizah, Y. F., & Tipa, H. (2021). Analisis Penerimaan Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Batam. *Jurnal Ekobistek*, 10(4), 206–211. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i4.217>
- Oktianty, I., & Hastuty, W. (2024). Analisis Efektivitas dan Kontribusi Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Medan: Study Kasus Kantor Dispenda Medan. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 2444–2457. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i4.686>
- Pardana, D. (2022). Analisa Nilai Jual Objek Pajak dan Implikasi Terhadap Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) di Kecamatan Betoambari Kota BauBau. *JISEF: Journal Of International Sharia Economics and Financial*, 1(02), 112–126. <https://doi.org/https://doi.org/10.62668/jisef.v1i02.557>
- Pertiwi, M., & Zubaidah, E. (2018). Analisis Strategi Peningkatan penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan Sektor Perdesaan dan Perkotaan Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru. *PUBLIKA*, 5(1), 319–331. [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/jiap.2018.vol4\(2\).3601](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/jiap.2018.vol4(2).3601)
- Putra, I. M. (2020). *Perpajakan : Tax Amnesty* (N. Lestari (ed.)). Anak Hebat Indonesia.
- Rofi'ah, Z. (2024). Strategi Komunikasi Interpersonal Pengurus Dalam Membentuk Karakter Disiplin Santri. *Alamtara : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 8(1), 54–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.58518/alamtara.v8i1.2999>
- Sahbita, N. I., & Siregar, R. A. (2023). Analisis Prosedur Pemungutan Pajak Restoran pada Badan Pendapatan Daerah Kota Medan. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 4(5), 681–689. <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v4i5.299>

- Sahrin, A. (2022). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Danau Laut Tawar Kota Takengon. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 6(1), 21. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v6i1.12244>
- Sari, D. H. P., Heriansyah, K., & Masri, I. (2018). Analisis Efektifitas Dan Kontribusi Penerimaan Bphtb Dan Pbb-P2 Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Bogor (Studi Kasus Pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Bogor). *Jurnal Wahana Akuntansi*, 13(2), 176–193. <https://doi.org/10.21009/wahana.13.026>
- Simon, M. K., & Alouini, M. (2021). Jenis-Jenis Komunikasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 2(3), 45–79. <https://doi.org/10.1002/0471715220.ch3>
- Stone, J. R. (2017). Math Course Taking For CTE Concentrators: Evidence from Three Studies of the Impact of a Decade of Education Reform. *Journal of Career and Technical Education*, 21(1), 23–42. <https://doi.org/10.21061/jcte.v21i1.647>
- Tenerman, E. Y. (2022). Strategi Komunikasi Kepala Desa Dalam Mengembangkan Wisata Sawah di Desa Pematang Johar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 09(03), 489–495. <https://doi.org/https://doi.org/10.56338/jsm.v9i3.3016>
- Trio, R., Baik, L., Sasongko, T., & Rifa, M. (2020). Strategi Peningkatan Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) Di Kota Batu Rambu. *Reformasi*, 10(1), 81–89. <https://doi.org/https://doi.org/10.33366/rfr.v10i1.1856>
- Walidin, W., Saifullah, & ZA, T. (2015). Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory. In M. a. Mabur (Ed.), *FTK Ar-Raniry Press*. FTK Ar-Raniry Press.
- Wicaksono, Galih, & Venantya Asmandani. (2021). Peranan Pajak Bumi Dan Bangunan Perdesaan Dan Perkotaan Melalui Efektivitas Dan Kontribusi Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Situbondo. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 1(2), 112–118. <https://doi.org/https://doi.org/10.54957/jolas.v1i2.116>
- Zulfirman, R. (2022). Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Agama Islam di MAN 1 Medan. *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran: JPPP*, 3(2), 147–153. <https://doi.org/10.30596/jppp.v3i2.11758>
- Zulkarnain, I., Prasetyo, T., & Priadi, R. (2019). Communication Strategy based on Local Wisdom “Arih Ersada” in Resolving Conflict Affected Communities. *International Conference on Social Political Development (ICOSOP) 3*, 294–298. <https://doi.org/10.5220/0010018402940298>

LAMPIRAN



Dokumentasi wawancara dengan Kepala Sub Bidang Umum Bapenda Medan



Dokumentasi wawancara dengan Kepala Bidang PBB Bapenda Medan



Dokumentasi wawancara dengan Wajib Pajak PBB



REKTORAT UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Alamat: Jl. Bukit Barisan Selatan No. 1 Medan 20136 Telp. (061) 6624400 - 6624407 Fax. (061) 6624474 - 6621003
 Email: umamedia@umsu.ac.id umamedia@umsu.ac.id umamedia@umsu.ac.id umamedia@umsu.ac.id
 Website: www.umsu.ac.id www.umsu.ac.id www.umsu.ac.id www.umsu.ac.id

Sk-1

PERMICHONAN PERSetujuan
JUDUL SKRIPSI

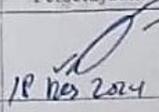
Medan, 06 Desember 2024

Kepada Yth. Bapak/Ibu
 Program Studi Ilmu Komunikasi
 FISIP UMSU
 di
 Medan.

Atas nama anak saya, yaitu:

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU
 Nama Lengkap: **Muhammad Imam Kelud Hakim**
 NPM: **2108110250**
 Program Studi: **Ilmu Komunikasi**
 SKS diperoleh: **15 SKS, IP Kumulatif: 3,75**

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi:

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi komunikasi badan pendapatan daerah dalam meningkatkan penerimaan pajak bumi dan bangunan (PBB) di kota Medan.	 18 Des 2024
2	Pola komunikasi public relations dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Hotel Danau Toba Internasional kota Medan.	
3	Hubungan komunikasi publik tentang transportasi berkelanjutan dengan tingkat kepuasan terhadap fasilitas bus listrik di Medan.	

Bersama permohonan ini saya lampirkan:

- Tanda bukti lunas beban SIM tahap berajan;
- Data Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Program Studi:
 Diteruskan kepada Dekan untuk
 Penetapan Judul dan Pembimbing.

033.21.31

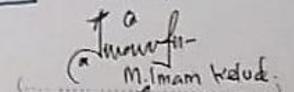
Medan tanggal 18 Desember 2024

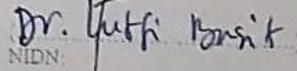
Ketua

Program Studi


 Akhyar Anstori, S.Sos, M.I. Kom
 NIDN:

Pemohon,


 M. Imam Kelud
 Dosen Pembimbing yang ditunjuk
 Program Studi


 Dr. Yulfi Barsik
 NIDN:





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAAN-PT/IAA-KP/PT/02/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING TUGAS AKHIR MAHASISWA (SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH) Nomor : 2230/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 18 Desember 2024, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : MUHAMMAD IMAM KELUD HAKIM
N P M : 2103110250
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) : STRATEGI KOMUNIKASI BADAN PENDAPATAN DAERAH DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN PAJAK BUMI DAN BANGUNAN (PBB) DI KOTA MEDAN
Pembimbing : Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 033.21.311 tahun 2024.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

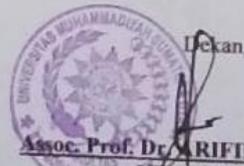
Masa Kadaluarsa tanggal: 18 Juni 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 17 Djumadil Akhir 1446 H
18 Desember 2024 M



Tembusan

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertiinggal.



Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.
NIDN. 0030017402





UMSU
Cerdas | Berprestasi | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/IAK.KP/PTXU/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fslp.umsu.ac.id fslp@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth. Medan, 20.....
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Muhammad Imam Kelud Hakim
N P M : 2103110250
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti **Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa** (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 2930/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2024 tanggal 18 Desember 2024 dengan judul sebagai berikut :

Strategi Komunikasi Badan Pendapatan Daerah Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) di Kota Medan.

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Peretujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK - 1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester I s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban S/P tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna **BIRU**;
9. Proposals Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Diketahui oleh Ketua

Program Studi

Akhwan Ashori, S.SOS, M.I.Kom

NIDN:

Menyetujui

Pembimbing

Dr. Lutfi Basir

NIDN:

Pemohon,

Muhammad Imam Kelud Hakim



UNDANGAN/PANGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 248/UND/13.AU/UMSU-03/F/2025



Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 31 Januari 2025
Waktu : 10.00 WIB s.d. selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

No	NAMA MAHASISWA	NOMOR-POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PENYEMBAING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
1	RAUHA HASANIA TUL HUSNALI	2103110168	AKHYAR ANSHORI, S.Soc., M.I.Kom.	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Soc., M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI ORANGTUA DALAM MENGAWASI PENGGUNAAN GAWA PADA GENERASI ALPHA DI KABUPATEN DELI SERDANG
2	JESSLY LAUMER	2103110103	FAZEL HAMZAH LUBIS, S.Soc., M.I.Kom.	Asoc. Prof. Dr. LEYLA KHARANI, M.Si	KOMUNIKASITARETNIS DALAM MEMUJUKKAN TOLERANSI DI SMA SUTOMO 2 MEDAN
3	MUHAMMAD IMAM KELUD HAKIM	2103110290	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Soc., M.I.Kom.	Dr. LUTFI BASIT, S.Soc., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI BADAN PENDAPATAN DAERAH DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN PALAK BUMI DAN BANGUNAN (PBB) DI KOTA MEDAN
4	ANGIE PRAVITA	2103110272	Asoc. Prof. Dr. LEYLA KHARANI, M.Si	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Soc., M.I.Kom.	PEMBENTUKAN IDENTITAS DIRI MELALUI MEDIA SOSIAL PADA SISWA SMK NEGERI 3 PEMATANG SIANTAR
5	CITRA ELMALIA SHANDORA	2103110287	CORRY NOVIRICA AP SIRAQA, S.Soc., M.A.	NURHASNAH NASUTION, S.Soc., M.I.Kom.	EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PERSUASIF KOMISI PENYIARAN INDONESIA DALAM MENGAWASI PELANGGARAN IKLAN PILKADA 2024 DI SUMATERA UTARA

Medan, 30 Jan. 1449 H
30 Januari 2025 M

(Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, MSP)
UMSU
MOP
STARS
BANTU



DRAFT WAWANCARA PENELITIAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Imam Kelud Hakim
NPM : 2103110250
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Hubungan Masyarakat
Dosen Pembimbing : Dr. Lutfi Basit, S.sos., M.I.Kom
Judul : Strategi Komunikasi Badan Pendapatan Daerah Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan Di Kota Medan
Lokasi : Jl. Jendral Besar A.H. Nasution, No. 32, Pangkalan Masyhur, Kecamatan Medan Johor, Kota Medan, Sumatera Utara 20219.

Ace
Bahan interview

Bun
6/2-2021

A. Tujuan dan Sasaran

1. Apa tujuan utama dari strategi komunikasi yang diterapkan oleh Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Medan dalam meningkatkan penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)?
2. Siapa saja sasaran utama dalam strategi komunikasi ini? Apakah ada segmentasi khusus wajib pajak yang menjadi prioritas?

B. Analisis Situasi

1. Bagaimana kondisi penerimaan PBB di Kota Medan dalam beberapa tahun terakhir? Apakah ada peningkatan atau penurunan?
2. Apa saja kendala utama yang dihadapi Bapenda dalam meningkatkan penerimaan pajak?

C. Pilihan Strategi

1. Strategi komunikasi apa yang digunakan untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak dalam membayar PBB?

D. Koordinasi dan Integrasi

1. Bagaimana koordinasi antara Bapenda dengan instansi lain dalam menjalankan strategi komunikasi ini?

E. Penyesuaian dan Fleksibilitas

1. Bagaimana Bapenda menyesuaikan strategi komunikasi ketika menghadapi perubahan regulasi pajak?
2. Sejauh mana fleksibilitas kebijakan komunikasi dalam menanggapi permasalahan di lapangan, seperti ketidakpuasan wajib pajak atau kendala teknis pembayaran?

F. Komunikasi dan Keterlibatan

1. Bagaimana cara Bapenda membangun hubungan yang lebih baik dengan wajib pajak untuk meningkatkan transparansi dan kepercayaan publik?

G. Keberlanjutan

1. Bagaimana strategi komunikasi ini dapat terus diterapkan dan dikembangkan di masa mendatang?

H. Perbaikan Infrastruktur

1. Apakah infrastruktur yang ada sudah memungkinkan wajib pajak untuk lebih mudah mendapatkan informasi, melakukan pembayaran, dan menerima konfirmasi pembayaran secara cepat dan akurat?
2. Bagaimana efektivitas sistem online dalam mempermudah wajib pajak untuk mengakses informasi dan melakukan pembayaran?

I. Peningkatan Pelayanan Publik

1. Apa langkah-langkah yang dilakukan Bapenda untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada wajib pajak?

J. Tingkatan Kepatuhan Wajib Pajak

1. Apakah strategi komunikasi yang diterapkan berdampak pada peningkatan kepatuhan wajib pajak? Jika iya, bagaimana indikator keberhasilannya?
2. Apa faktor utama yang menyebabkan masih adanya wajib pajak yang tidak patuh, dan bagaimana cara mengatasinya?



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.linkedin.com/company/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/channel/UCumsumedan)

Nomor : 369/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025
Lampiran : --
Hal : **Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa**

Medan, 08 Sya'ban 1446 H
07 Februari 2025 M

Kepada Yth : **Kepala Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan**
di-
Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami di Badan Pendapatan Daerah Kota Medan, atas nama :

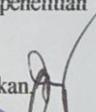
Nama mahasiswa : **MUHAMMAD IMAM KELUD HAKIM**
N P M : 2103110250
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa : **STRATEGI KOMUNIKASI BADAN PENDAPATAN DAERAH DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN PAJAK BUMI DAN BANGUNAN (PBB) DI KOTA MEDAN**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Cc : File.

Dekan



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN: 8038017402





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 191/USK/BAN-PT/IAK/KP/PT/2022
Pusat Administrasi: Jl. Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Faks. (061) 6625474 - 6631003
https://fkip.umsu.ac.id fkip@umsu.ac.id @umsuamedan #umsuamedan igsuamedan igsuamedan

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Nama lengkap : Muhammad Imam Kelud Hakim
N P M : 2103110230
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) : Strategi Komunikasi Badan Pendapatn Daerah Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Bumi Dan Bangunan (PBB) Di Kota Medan.

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Dibimbing	Paraf Pembimbing
1.	18/12/2024	Penetapan Judul Skripsi	
2.	6/1/2025	Bimbingan Proposal Skripsi	
3.	9/1/2025	Revisi Proposal Skripsi	
4.	10/1/2025	Acc Proposal Skripsi	
5.	6/2/2025	Bimbingan Draft Wawancara	
6.	7/2/2025	Acc Draft Wawancara	
7.	3/3/2025	Bimbingan Hasil Wawancara	
8.	10/3/2025	Bimbingan Bab 4 & Bab 5	
9.	17/3/2025	Revisi Bab 4 & Bab 5	
10.	19/3/2025	Acc Skripsi	

Medan, 19 - 3 - 2025



ASSOC. PROF. DR. H. HENDRI SALEH, S.Sos, M.S.P
NIDN:

Ketua Program Studi,

(AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.kom
NIDN:

Pembimbing,

(Dr. Lutfi Basit, S.Ws, M.I.kom
NIDN:





UMSU
Unggul Cerdas | Terpercaya

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/ PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR

(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 681/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 17 April 2025
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



SK-1-0

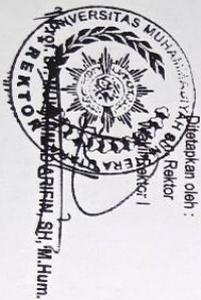
No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
36	FAUZY FADHILLAH	2103110090	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.kom	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos, M.I.kom	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.kom	IMPLEMENTASI TEORI TRIPLE BOTTOM LINE PADA PT. SUMATERA SPECIALTY COFFEE TAPANULI UTARA DALAM MENCAPAI KEBERLANJUTAN BISNIS
37	FAZRI MUTAMMAMAH	2103110070	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.kom	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos, M.I.kom	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.kom	PENERAPAN TEORI KEBUTUHAN HUBUNGAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA SISWA SMK KESEHATAN GANDA HUSADA TEBING TINGGI
38	ALYA KHALIZAH	2103110247	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.kom.	Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos, M.I.kom.	ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DISEMINASI INFORMASI HUMAS POLDA SUMUT STRATEGI KOMUNIKASI BADAN PENDAPATAN DAERAH DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN PAJAK BUMI DAN BANGUNAN (PBB) DI KOTA MEDAN
39	MUHAMMAD IMAM KELUD HAKIM	2103110250	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.kom	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.kom	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.kom	BAHASA DAERAH SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DALAM MEMBANGUN KEMITRAAN ANTARA PT. SUMATERA SPECIALTY COFFEES DENGAN PETANI TAPANULI UTARA
40	ZIDAN AKMAL SYAFIQRI	2103110060	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.kom	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.kom	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.kom	

Notulis Sidang :

Medan, 16 Stawal 1446 H
15 April 2025 M

1

Ditetapkan oleh :



Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.



Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.kom



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Muhammad Imam Kelud Hakim
Tempat/Tanggal Lahir : Bekasi/9 Maret 2003
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Patriot Kp. Dua Rt 001/ Rw 003 No. 32,
Kel. Jakasampurna, Kec. Bekasi Barat,
Kota Bekasi
Anak ke : 2 dari 3 bersaudara

Data Orang Tua

Nama Ayah : Moch. Edi
Nama Ibu : Eliyani Nasution
Pekerjaan Ayah : Wirausaha
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jl. Patriot Kp. Dua Rt 001/ Rw 003 No. 32,
Kel. Jakasampurna, Kec. Bekasi Barat,
Kota Bekasi

Pendidikan Formal

TK : TK Madinah
SD : SD Negeri Jakasampurna III
SMP : SMP Negeri 4 Kota Bekasi
SMA/K : SMK Swasta Bina Karya Mandiri
S1 : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara