

**STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK BADAN PENDAPATAN  
DAERAH DALAM UPAYA MENINGKATKAN KESADARAN  
DAN KEPATUHAN MASYARAKAT MEMBAYAR PAJAK  
DI KABUPATEN SERDANG BEDAGAI**

**TESIS**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom)  
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi*

**Oleh:**

**CINDIAULIA**  
**NPM : 2220040024**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2024**

**PENGESAHAN TESIS**

Nama : CINDI AULIA  
NPM : 2220040024  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Judul Tesis : STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK BADAN  
PENDAPATAN DAERAH DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN KESADARAN DAN  
KEPATUHAN MASYARAKAT MEMBAYAR  
PAJAK DI KABUPATEN SERDANG BEDAGAI

*Pengesahan Tesis*

Medan, 11 Oktober 2024

**Komisi Pembimbing**

Pembimbing I

Pembimbing II

Assoc. Prof. Dr. Van Hendra, M.Si

Dr. Arifin Saleh, MSP

**Diketahui**

Direktur

Ketua Program Studi

Prof. Dr. TRIONO EDDY, S.H., M.Hum

Hj. RAHMANITA GINTING, M.Sc., Ph.D

**PENGESAHAN**

**Strategi Komunikasi Publik Badan Pendapatan Daerah Dalam  
Upaya Meningkatkan Kesadaran Dan Kepatuhan Masyarakat  
Membayar Pajak Di Kabupaten Serdang Bedagai**

**CINDI AULIA**  
**NPM: 2220040024**

Program Studi: Magister Ilmu Komunikasi

“Tesis ini telah dipertahankan di hadapan Panitia Penguji yang dibentuk oleh Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dinyatakan Lulus dalam Ujian Tesis dan berhak menyandang Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom) Pada Hari Jumat, Tanggal 11 Oktober 2024”

***Panitia Penguji***

- 1. Dr. Muhammad Thariq, S.Sos., M.I.Kom**  
**Ketua**
- 2. Assoc. Prof. Dr. Rudianto, S.Sos., M.Si**  
**Sekretaris**
- 3. Assoc. Prof. Dr. Ribut Priadi, S.Sos., M.si**  
**Anggota**

1. ....

2. ....

3. ....

**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

## SURAT PERNYATAAN

### **Strategi Komunikasi Publik Badan Pendapatan Daerah Dalam Upaya Meningkatkan Kesadaran Dan Kepatuhan Masyarakat Membayar Pajak Di Kabupaten Serdang Bedagai**

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa:

1. Tesis ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Magister Pada Program Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara merupakan hasil karya peneliti sendiri.
2. Tesis ini adalah asli belum pernah diajukan untuk mendapatkan Gelar Akademik (Sarjana, Magister, dan/atau Doktor), baik di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara maupun di perguruan lain.
3. Tesis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Komisi Pembimbing dan masukan Tim Penguji.
4. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya peneliti sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, peneliti bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang peneliti sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai peraturan perundangan yang berlaku.

Medan, 11 Oktober 2024

Penulis



**CINDI AULIA**  
**NPM: 2220040024**

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cindi Aulia  
NPM : 2220040024  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Universitas : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara hak bebas royalti non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK BADAN PENDAPATAN DAERAH  
DALAM UPAYA MENINGKATKAN KESADARAN DAN KEPATUHAN  
MASYARAKAT MEMBAYAR PAJAK DI KABUPATEN SERDANG  
BEDAGAI”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Berhak Menyimpan, Mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasi tugas akhir saya tanpa menerima izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 11 Oktober 2024



Penulis

**CINDI AULIA**

**NPM: 2220040024**

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK BADAN PENDAPATAN DAERAH DALAM UPAYA MENINGKATKAN KESADARAN DAN KEPATUHAN MASYARAKAT MEMBAYAR PAJAK DI KABUPATEN SERDANG BEDAGAI**

**CINDIAULIA**  
**NPM: 2220040024**

Penelitian di latarbelakangi oleh Komunikasi yang efektif sebagai kunci dalam memberikan pelayanan publik bagi kewajiban pajak. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi publik Bapenda Kabupaten Serdang Bedagai. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dengan narasumber berjumlah 9 orang. Analisis data dilakukan dengan cara reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: strategi komunikasi Bapenda dalam memberikan Pelayanan Publik kepada masyarakat di Kabupaten Serdang Bedagai, melalui kegiatan sosialisasi yang bersifat mengajak khalayak yang berarti bahwa pendekatan yang digunakan dalam menyampaikan informasi bertujuan untuk melibatkan masyarakat secara aktif, media elektronik seperti Radio dapat membantu menjangkau audiens yang lebih Bapenda memanfaatkan berbagai saluran komunikasi yang beragam, seperti media sosial (*Facebook* dan *Instagram*), media cetak (spanduk dan brosur), media elektronik (Radio Lokal Sergai FM) agar menjangkau audiens yang lebih luas untuk memberikan informasi yang penggunaan media sosial memungkinkan Bapenda untuk menjangkau generasi muda dan pengguna aktif internet, sementara media cetak dan elektronik menjangkau masyarakat yang mungkin lebih nyaman dengan format tradisional. Selain itu, kegiatan sosialisasi secara langsung memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berinteraksi dan bertanya, sehingga menciptakan dialog yang lebih terbuka.

**Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Pajak, dan Pendapatan Asli Daerah**

## **ABSTRACT**

### **REGIONAL REVENUE AGENCY PUBLIC COMMUNICATION STRATEGY IN AN EFFORT TO INCREASE AWARENESS AND PUBLIC COMPLIANCE IN PAYING TAXES IN SERDANG BEDAGAI DISTRICT**

**CINDI AULIA**  
**NPM: 2220040024**

The research is motivated by effective communication as the key in providing public services for tax obligations. The aim of this research is to determine and analyze the public communication strategy of Bapenda Serdang Bedagai Regency. The research method used in this research is a qualitative method. Data collection was carried out by interviewing 9 sources. Data analysis was carried out by reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of the research show that: Bapenda's communication strategy in providing public services to the community in Serdang Bedagai Regency, through socialization activities that are inviting to the audience, which means that the approach used in conveying information aims to actively involve the community, electronic media such as radio can help reach the audience. What's more, Bapenda utilizes various communication channels, such as social media (Facebook and Instagram), print media (banners and brochures), electronic media (Local Radio Sergai FM) in order to reach a wider audience to provide information that the use of social media allows Bapenda to reach the younger generation and active internet users, while print and electronic media reach people who may be more comfortable with traditional formats. In addition, direct outreach activities provide opportunities for the community to interact and ask questions, thereby creating a more open dialogue.

**Keywords : Communication Strategy, Taxes and Regional Original Income**

## KATA PENGANTAR



*Alhamdulillah* rabbil'alaminn, puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga tesis ini dapat tersusun hingga selesai. Salam dan shalawat tercurah kepada Nabi Muhammad shalallahu alaihi wassalam yang telah membawa kabar tentang ilmu pengetahuan kepada umatnya yang berguna untuk kehidupan didunia dan akhirat kelak.

Tujuan dari penulisan tesis ini untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom) pada Program Studi Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tesis dengan judul **“Strategi Komunikasi Publik Badan Pendapatan Daerah Dalam Upaya Meningkatkan Kesadaran Dan Kepatuhan Masyarakat Membayar Pajak Di Kabupaten Serdang Bedagai”**.

Dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada banyak pihak yang telah membantu dalam proses penulisan tesis ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini tidak akan mungkin terselesaikan tanpa doa, usaha, bimbingan, dan juga arahan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, MAP Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara atas kesempatan serta fasilitas yang diberikan untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan program pascasarjana ini.

2. Bapak Prof. Dr. Muhammad Arifin, S.H., M.Hum Selaku Wakil Rektor I Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Prof. Dr. Akrim, M.Pd Selaku Wakil Rektor II Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Assoc. Prof. Dr. Rudianto, S.Sos., M.Si Selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Prof. Dr. Triono Eddy SH. M.Hum Selaku Direktur Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Assoc. Prof. Dr. Adi Mansar, S.H.,M.Hum. Selaku Wakil Direktur Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Hj. Rahmanita Ginting, M.Sc., Ph.D, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Dr. Muhammad Thariq, S.Sos., M.Ikom, selaku Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Bapak Dosen Pembimbing I Assoc. Prof. Dr. Yan Hendra, M. Si yang memberikan arahan, saran, bimbingan, bantuan dan petunjuk dalam perkuliahan serta menyelesaikan Tesis ini dengan baik
10. Bapak Dosen Pembimbing II Dr. Arifin Saleh, M. SP yang memberikan arahan, saran, bimbingan, bantuan dan petunjuk dalam perkuliahan serta menyelesaikan Tesis ini dengan baik.
11. Seluruh Dosen Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik saya sampai sekarang ini.

12. Kepada cinta pertama penulis, sebagai ungkapan cinta dan terimakasih tesis ini penulis persembahkan kepada Ayahanda Alm. Romahadi, beliau memang tidak menemani penulis dalam perjalanan menempuh pendidikan. Alhamdulillah kini penulis sudah berada di tahap ini menyelesaikan tesis ini, sebagai perwujudan sebelum engkau benar-benar pergi. Terimakasih sudah mengantarkan saya berada di tempat ini, meskipun perjalanan ini tidak kau temani.
13. Ibundaku tercantik dan terbaik Nurlela yang telah membesarkan, mendidik, memberi dukungan moral maupun materi, serta selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang, lantunan doa dan motivasi dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
14. Cinta dan kasih saudara kandung penulis Abang Rodi Syafrizal dan Wahyu Andika, Adik tersayang Imam Rinaldi, Cintia Fadila dan Della Hariani, terima kasih selalu membangkitkan semangat, tawa kecilmu selalu menghibur ketika rasa putus asa menghampiri.
15. Sahabatku Tria Puspita, Khairun Nisa, Indah Novita, Voorman Nelisa Siahaan dan Eva Riana yang selalu menemani, membantu penulis dan memberikan semangat dalam menyelesaikan tesis ini.
16. Kepada semua teman-teman seperjuangan selama menjalani perkuliahan, yang telah banyak memberikan bantuan menyelesaikan penulisan tesis ini.

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

Medan, Oktober 2024

Penulis,

Cindi Aulia, S.I.Kom

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Pengertian Komunikasi .....	10
2.2 Pajak.....	23
2.3 Kepatuhan Wajib Pajak.....	29
2.4 Kualitas Pelayanan .....	33
2.5 Kesadaran.....	42
2.6 Kajian Penelitian Terdahulu.....	44
2.7 Kerangka Berfikir.....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
3.1 Metode Penelitian.....	49
3.2 Subjek dan Objek Penelitian .....	50
3.3 Informan Penelitian.....	51
3.4 Kategorisasi Penelitian.....	52
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	54

3.6 Teknik Analisis Data.....	54
3.7 Teknik Keabsahan Data .....	56
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	58
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>59</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	59
4.2 Pembahasan.....	72
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>78</b>
5.1 Kesimpulan .....	78
5.2 Saran.....	80
<b><u>DAFTAR PUSTAKA .....</u></b>	<b><u>83</u></b>
<b><u>LAMPIRAN</u></b>	

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Pertumbuhan Efektivitas Penerimaan Pajak.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Kajian Terlebih Dahulu .....	44
Tabel 3.1 Kategorisasi .....	52
Tabel 4.1 Target Pencapaian Pajak Daerah.....	71

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	47
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	62
Gambar 4.2 Pemberitahuan Spanduk .....	65

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Layanan diberikan oleh organisasi pemerintah kepada masyarakat berdasarkan permintaan pelayanan publik, komunikasi publik memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas layanan karena bentuk semua pelayanan publik memerlukan komunikasi. komunikasi dalam organisasi merupakan tulang punggung yang memastikan arus informasi yang lancar, koordinasi yang efektif, pemecahan masalah yang cepat, serta hubungan yang baik antara anggota organisasi. Komunikasi membantu dalam pengambilan keputusan yang tepat, membangun budaya kerja yang positif, dan meningkatkan kinerja keseluruhan organisasi. Peranan komunikasi dalam organisasi sangat penting karena berpengaruh pada efektivitas, efisiensi, dan kualitas hubungan antarindividu.

Komunikasi dapat meningkatkan kerjasama antarpegawai, mengurangi konflik, memperkuat budaya organisasi, serta membantu dalam pencapaian tujuan organisasi secara keseluruhan. Dengan komunikasi yang efektif, informasi dapat disampaikan dengan jelas, keputusan dapat dibuat berdasarkan informasi yang tepat waktu, dan karyawan merasa lebih termotivasi dan terlibat dalam proses kerja komunikasi yang baik dapat memengaruhi.

Informasi yang dikirimkan komunikasi memiliki berbagai level dan bagian dalam organisasi, hal ini meyakinkan semua pegawai memiliki pengertian yang

sama tentang tujuan, kebijakan, dan prosedur. Komunikasi memberikan arahan kepada anggota organisasi tentang tugas-tugas yang harus dilakukan. Komunikasi yang efektif juga dapat meningkatkan motivasi karyawan dengan memberikan dukungan dan pengakuan atas kontribusi mereka. Komunikasi membuat keputusan dengan memberikan informasi yang diperlukan dan memfasilitasi diskusi yang mengarah pada solusi terbaik.

Komunikasi memfasilitasi koordinasi antara berbagai fungsi dan departemen dalam organisasi, sehingga memastikan bahwa kegiatan berjalan secara lancar dan efisien. Komunikasi yang efektif dapat membantu mengelola konflik dalam organisasi dengan menyediakan saluran untuk mengekspresikan perbedaan pendapat dan mencari solusi yang dapat diterima semua pihak. Komunikasi memainkan peran penting dalam pengembangan budaya organisasi yang positif, di mana nilai-nilai, norma, dan keyakinan bersama dibagikan dan diperkuat melalui interaksi komunikatif.

Bapenda merupakan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang memainkan peran penting dalam menjaga efisiensi operasional, memfasilitasi koordinasi antarunit kerja, dan memperkuat hubungan dengan masyarakat. Komunikasi memastikan arus informasi yang lancar di antara semua bagian dan tingkatan dalam OPD. Hal ini melibatkan penyampaian instruksi, laporan dan pembaruan secara efisien untuk mendukung pelaksanaan tugas dan pencapaian tujuan. Komunikasi juga memfasilitasi koordinasi antarunit kerja dalam OPD untuk memastikan kolaborasi yang efektif dalam melaksanakan program dan proyek yang kompleks, dan menyampaikan kebijakan dan prosedur secara jelas kepada

seluruh anggota OPD untuk memastikan pemahaman yang konsisten tentang tugas dan tanggung jawab masing-masing.

Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kabupaten Serdang Bedagai merupakan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Serdang Bedagai Nomor 6 Tahun 2016 tentang Pembentukan Perangkat Daerah Kabupaten Serdang Bedagai. BAPENDA bertugas melaksanakan fungsi pendukung unsur keuangan, dipimpin oleh Kepala Badan yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Gubernur melalui Sekretaris Daerah (Bapenda Kabupaten Serdang Bedagai).

Peningkatan dan penajakan setiap peluang yang dimiliki setiap daerah dalam pemungutan pajak daerah merupakan bagian dari upaya peningkatan kemampuan dalam mendukung penyelenggaraan pemerintahan daerah untuk pembangunan. Upaya ini terus dilakukan Pemerintah Daerah Kabupaten Serdang Bedagai dengan senantiasa berupaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pajak daerah.

Sumber pendapatan daerah yang asli, sangat prospektif, dan mendominasi di hampir setiap daerah di Indonesia hingga saat ini sektor pajak daerah dan pungutan daerah. Perpajakan adalah pembayaran yang dilakukan oleh rakyat ke kas negara sesuai dengan hukum (yang dapat diberlakukan) tanpa memperhatikan nilai timbal balik (*counterperformance*) yang mudah diverifikasi dan digunakan untuk menutupi pengeluaran umum.

Masyarakat harus menyadari betapa pentingnya pajak bagi kemajuan, pemerintahan daerah mengandalkahn pajak sebagai sumber uang, dan pajak memainkan peran penting dalam pelaksanaan pembangunan menyelenggarakan berbagai program dan layanan publik. Selain Pengembangan peran penting pajak lainnya sebagai pengatur ekonomi. Penerimaan pajak daerah dapat digunakan untuk membiayai kebijakan-kebijakan ekonomi yang bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Pemerintah daerah dapat menggunakan penerimaan pajak daerah untuk mendorong investasi, meningkatkan kualitas infrastruktur, dan meningkatkan daya saing daerah.

Pajak memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap sumber pendapatan non-negara. minyak dan gas. Dari sudut pandang fiskal, pajak adalah penerimaan negara yang untuk digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan warga negara dengan prinsip dasar penagihan uang dari dan untuk warga negara dengan prosedur sebagai berikut mengacu pada peraturan perundang-undangan, Karena sifatanya yang sangat penting bagi keperluan besama pajak daerah dikendalikan oleh hukum dan aturan-undangan.

Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2010 tentang Pengelolaan Pajak Daerah merupakan peraturan yang mengatur tata cara pengelolaan pajak daerah, meliputi penetapan, pemungutan, penyetoran, dan pengawasan pajak daerah. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah merupakan undang-undang yang mengatur pajak dan retribusi yang dikenakan oleh Pemerintah Daerah. Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) bertugas mengawasi penerapan pajak daerah. Secara umum, Bapenda bertugas

mengawasi dan memaksimalkan penerimaan keuangan daerah, seperti pajak daerah, retribusi daerah, dan sumber penerimaan lainnya.

Kabupaten Serdang Bedagai merupakan salah satu kabupaten yang wilayahnya berada di sepanjang pesisir timur Sumatera Utara. Sumatera Utara merupakan daerah yang bertugas memungut pajak daerah. Pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak parkir, pajak air tanah, pajak sarang burung walet, pajak mineral bukan logam dan batuan, pajak bumi dan bangunan, serta pajak perolehan hak atas tanah dan bangunan merupakan sebelas jenis pajak daerah yang dipungut Bapenda Serdang Bedagai dalam menjalankan tugasnya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bersama Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait dan data survei, target penerimaan dari masing-masing jenis pajak daerah tersebut mengalami kenaikan setiap tahunnya. Berikut ini adalah sasaran dan capaian pemungutan pajak daerah Kabupaten Serdang Bedagai tahun 2021 sampai dengan tahun 2023.

**Tabel 1.1**  
**Pertumbuhan Efektivitas Penerimaan Pajak Tahun 2021 s.d 2023**

<b>Tahun</b>	<b>Target</b>	<b>Relaisasi / Capaian</b>	<b>Persentase Capaian</b>
2021	74.460.000.000,00	61.034.600.107,00	81,97
2022	86.743.000.000,00	70.994.243.018,00	81,84
2023	96.269.765.000,00	98.400.622.710,50	102,21

Sumber : Bapenda Serdang Bedagai, Tahun 2024

Dari hasil pengamatan peneliti selama 3 tahun terakhir pencapaian target pajak daerah sangat baik dimana setiap tahunnya secara rata-rata tercapai lebih dari 80%, dimana pada tahun 2021 rata-rata pajak daerah sebesar 81,97%, pada tahun 2022 rata-rata pajak daerah sebesar 81,84%, sedangkan pada tahun 2023 rata-rata pajak daerah tercapai sebesar 102,21% secara persentase pencapaian pajak daerah terlihat mengalami peningkatan, dikarenakan jumlah target pendapatan pajak setiap tahunnya mengalami peningkatan. Namun pada tahun 2021 s.d 2022 pencapaian pajak daerah terlihat mengalami penurunan berdasarkan jumlah pendapatan pajak daerah berbanding terbalik, dikarenakan jumlah target pendapatan pajak setiap tahunnya mengalami peningkatan.

Pada tahun 2021 total pendapatan pajak daerah diperoleh sebesar Rp. 61.034.600.107,00,- sedangkan tahun 2022 diperoleh sebesar Rp. 70.994.243.018,00,- dari secara keseluruhan pajak daerah yang diperoleh terdapat salah satu sektor pajak yang tidak mencapai target 100% persen setiap tahunnya. Tercapainya target pajak daerah ini disebabkan oleh kepatuhan wajib pajak dalam melakukan pelaporan dan pembayaran pajak (Resmi, 2014), Semua tanggung jawab pajak dan hak perpajakan harus dipenuhi agar kepatuhan pajak dapat terjadi. Wajib pajak yang patuh pajak adalah mereka yang telah melaporkan penghasilan mereka sesuai dengan kepatuhan Wajib Pajak dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor salah satunya kualitas pelayanan yang diterima oleh wajib pajak, hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Atarwaman, 2020) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Menurut Berry (2014).

Kualitas pelayanan merupakan suatu keadaan dinamis yang erat kaitannya dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui kualitas pelayanan yang diharapkan. Kesadaran mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dan keunggulan pelayanan. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh kesadaran, yang memberikan dukungan bagi wajib pajak. Mengingat pernyataan bahwa kesadaran diri berarti menyadari perasaan kita pada saat ini. memanfaatkannya untuk menginformasikan keputusan masyarakat sendiri untuk mempertahankan pendapatan daerah, seseorang harus mengadopsi suatu metode dalam administrasi undang-undang pajak daerah untuk memastikan implementasi kebijakan pajak daerah sebaik mungkin. Oleh karena itu, hal itu harus menjadi topik diskusi. Bapenda akan merumuskan rencana baru dalam upaya meningkatkan hasil pendapatan daerah Kabupaten Serdang Bedagai.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian terkait kesadaran dan kepatuhan masyarakat pajak daerah dengan judul **“Strategi Komunikasi Publik Badan Pendapatan Daerah Dalam Upaya Meningkatkan Kesadaran Dan Kepatuhan Masyarakat Membayar Pajak Di Kabupaten Serdang Bedagai”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah yakni, bagaimana strategi komunikasi publik Badan Pendapatan Daerah dalam upaya meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat membayar pajak di Kabupaten Serdang Bedagai?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi publik Badan Pendapatan Daerah dalam upaya meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat membayar pajak di Kabupaten Serdang Bedagai.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah uraian-uraian yg bersifat teoritis tentang komunikasi khususnya strategi komunikasi publik dalam upaya meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat membayar pajak.

2. Manfaat Akademis

Sebagai sarana untuk memperoleh pemahaman, keahlian, dan pengetahuan lebih dalam mengenai permasalahan yang diteliti, khususnya mengenai rencana hubungan masyarakat yang dilaksanakan oleh Badan Pendapatan Daerah dalam rangka meningkatkan kepatuhan pajak dan kesadaran masyarakat di Kabupaten Serdang Bedagai, serta sebagai sumber daya untuk penelitian selanjutnya, sebagai bahan perbandingan.

3. Manfaat Praktis

Pemerintah dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk menginformasikan keputusan kebijakan yang akan meningkatkan

kepatuhan pajak dan kesadaran publik dengan memanfaatkan strategi komunikasi publik Badan Pendapatan Daerah.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Komunikasi**

Melalui komunikasi, orang dapat berhubungan satu sama lain di mana pun mereka berada yaitu di rumah, di tempat kerja, di pasar, atau di masyarakat. Komunikasi merupakan aktivitas manusia yang penting. Tidak dapat disangkal pentingnya komunikasi bagi orang dan perusahaan. Organisasi yang sukses adalah organisasi yang memiliki komunikasi yang efektif. Semua bisnis membutuhkan komunikasi yang efektif, sehingga para pemimpin organisasi dan komunikator harus menyadari hal ini dan berupaya untuk memperkuat kemampuan komunikasi mereka.

Dalam pengertian yang lebih luas, komunikasi manusia dapat didefinisikan sebagai proses yang dilakukan orang-orang dalam hubungan, kelompok, organisasi, dan masyarakat untuk menghasilkan, mengirimkan, dan menggunakan informasi guna mengoordinasikan lingkungan mereka dan lingkungan orang lain. Definisi ini didukung oleh Bren D. Ruben. Komunikasi juga dapat dianggap sebagai suatu proses, yaitu, sebagai suatu aktivitas dengan beberapa tahap yang saling terkait tetapi berbeda. Misalnya, untuk menyampaikan pidato di depan umum, pertama-tama kita harus menyelesaikan tindakan persiapan termasuk perencanaan, pemilihan topik pidato, pengumpulan sumber daya, latihan di rumah, dan akhirnya hadir untuk menyampaikan pidato. Tidak seperti dua definisi sebelumnya, yang

menggunakan istilah stimulus dan sinyal, Ruben menggunakan istilah baru. Ketika Ruben merujuk pada "informasi," dipahami bahwa hal itu menandakan serangkaian fakta, pesan, atau susunan sinyal yang memiliki arti penting atau bermanfaat bagi sistem tertentu. Ruben menggunakan kata "menghasilkan informasi" untuk merujuk pada proses pengkodean pesan yang bermakna, kombinasi sinyal, atau pengumpulan data. Di sisi lain, tindakan mengirimkan pesan dari satu lokasi ke lokasi lain disebut sebagai pengiriman informasi. Bahasa digunakan untuk menyampaikan pesan, baik secara verbal maupun nonverbal. Pemanfaatan informasi menggambarkan bagaimana informasi memengaruhi perilaku orang pada tingkat individu, kelompok, dan masyarakat. Dengan demikian, jelaslah bahwa Ruben memandang tujuan utama komunikasi adalah memengaruhi perilaku orang lain (Muhammad, 2018. 1:3).

Manusia berkomunikasi untuk mendapatkan informasi dan pengalaman. Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau kelompok dapat dipahami oleh orang lain. Komunikasi hanya efektif jika pesan dapat dipahami secara setara oleh pihak lain atau penerima. Manusia berkomunikasi untuk berbagai tujuan di seluruh dunia, termasuk pencapaian maksud dan tujuan.

### **2.1.1 Unsur-unsur Komunikasi**

Menurut pendapat Mulyana dari Lasswell dalam buku Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar, komunikasi pada hakikatnya adalah proses menjelaskan siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, dan kepada siapa.

Dengan hasil dan/atau akibat apa? Siapa Mengatakan Apa? Saluran Apa? Kepada Siapa? Hingga Seberapa Besar Dampaknya?) Unsur-unsur komunikasi sebagaimana yang diuraikan oleh Lasswell dalam Lima Unsurnya adalah sebagai berikut:

1. Sumber asli Pengirim, komunikator, pembicara, penyandi, atau pencetus adalah istilah lain untuk sumber. Siapa pun yang merasakan dorongan untuk berkomunikasi atau mengambil inisiatif, akan melakukannya. Sumber dapat berupa orang, tim, lembaga, bisnis, atau bahkan negara.
2. Pesan (Message) adalah kumpulan simbol yang diungkapkan atau tersirat yang mewakili pikiran, keyakinan, perasaan, atau tujuan sumber (source).
3. Saluran, yang sering dikenal sebagai media, adalah sarana yang digunakan sumber (source) untuk berkomunikasi dengan khalayak. Format dan metode penyampaian pesan disebut sebagai saluran.
4. Penerima (Receive): Individu yang menerima komunikasi juga disebut sebagai tujuan, komunikator, dekoder, khalayak, pendengar, dan penafsir.
5. Dampak (Impact)  
Merupakan rangkaian peristiwa yang mengikuti penerima komunikasi.

### 2.1.2. Strategi komunikasi

Dalam komunikasi, strategi menurut Onong Uchjana Effendy, adalah cara menyusun perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan; strategi harus menunjukkan strategi operasionalnya. Perencanaan menyeluruh yang digunakan untuk mendukung proses komunikasi guna mencapai tujuan yang diinginkan dikenal sebagai strategi komunikasi. Riset diperlukan untuk membuat rencana komunikasi, dan riset ini harus mempertimbangkan sejumlah aspek, termasuk faktor pendukung dan penghambat. Menurut Onong Uchjana Effendy, unsur-unsur berikut berperan dalam strategi komunikasi:

1. Mengenali target audiens komunikasi Mengenali target komunikasi sangatlah penting karena harus disesuaikan dengan tujuan awal, apakah komunikasi hanya sekedar tahu atau komunikasi melakukan sesuatu.
2. Salah satu media gabungan yang akan digunakan dapat dipilih untuk digunakan dalam proses pemilihan target komunikasi. Pemilihan media komunikasi harus mempertimbangkan kepemilikan media oleh audiens serta tujuan dan isi pesan.
3. Evaluasi tujuan pesan komunikasi Pesan adalah sesuatu yang diungkapkan oleh seseorang dengan menggunakan simbol-simbol yang ditafsirkan dan diinterpretasikan oleh pendengar ke dalam beberapa makna. Jika penerima pesan dapat memahami maksud pesan, maka pesan akan tersampaikan sesuai dengan tujuan yang

diinginkan. Isi dan simbol merupakan pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Agar tujuan komunikasi dapat tercapai, maka dengan mengevaluasi tujuan pesan, maka pesan akan dipahami oleh pengirim dan penerima pesan.

4. Fungsi komunikator dalam diri komunikan Peran komunikator dalam memfasilitasi komunikasi ditentukan oleh dua faktor. Pertama, komunikan akan lebih mudah menerima perubahan sikap, pendapat, dan perilaku jika komunikator memiliki kesamaan dengan mereka. Hal ini karena komunikan akan lebih cenderung mengikuti isi pesan. Kredibilitas sumber atau kepercayaan komunikan terhadap komunikator berada di urutan kedua. Biasanya kepercayaan ini menyangkut latar belakang komunikator, seperti profesi atau pendidikan (Wicaksono, 2022).

### **2.1.3 Komunikasi organisasi**

Strategi komunikasi Burton, menurut Richard Dimbebley dan Graeme Burton, adalah segmen singkat dari perilaku atau keterlibatan komunikasi. Strategi ini melibatkan penggunaan isyarat lisan dan nonverbal yang bertujuan untuk mencapai tujuan komunikasi yang berhasil. Organisasi menyelesaikan tugas dengan menegakkan kebijakan, prosedur, atau aturan yang mendukung operasi harian dan yang sedang berlangsung. Kreativitas dan adaptasi individu memungkinkan individu untuk beradaptasi dengan perubahan, sementara komunikasi organisasi melaksanakan tugas yang terkait dengan peran dan tanggung jawab khusus penjualan, layanan, dan produksi. Membina kemitraan

di mana anggota organisasi internal dan publik eksternal yang berkepentingan menjadi fokus utama komunikasi organisasi. Dalam video animasi YouTube-nya, Mark Koschmann menguraikan dua perspektif tentang komunikasi organisasi. Metode tradisional berkonsentrasi pada komunikasi internal di perusahaan. Strategi kedua adalah komunikasi dalam organisasi, yang menyatakan bahwa orang-orang dalam suatu organisasi menciptakannya. Mengirim dan menerima pesan hanyalah salah satu aspek komunikasi. Lingkungan sosial kita sebenarnya dibentuk oleh, atau terdiri dari, komunikasi. Mengirim dan menerima pesan yang sebagian besar bebas masalah, bersama dengan menindaklanjuti informasi, merupakan bagian besar dari komunikasi manusia. Namun, kadang kala, segala sesuatunya menjadi sedikit lebih rumit, seperti ketika Anda memiliki perselisihan yang harus diselesaikan dengan teman dekat atau saudara.

Organisasi sering mengklaim bahwa komunikasi ke bawah tidak memadai dan keliru (Zamzami, 2021) karena karyawan sering mengklaim bahwa mereka tidak menyadari apa yang sebenarnya terjadi. Keluhan tersebut menunjukkan kurangnya komunikasi yang efisien dan perlunya meminta informasi kepada orang lain. Atasan dapat memberikan informasi berikut kepada bawahan (Robbins, 1999):

- a) Informasi tentang bagaimana melakukan pekerjaan
- b) Informasi tentang dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaannya
- c) Informasi tentang kebijakan dan praktik organisasi

- d) Informasi tentang kinerja pegawai informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas.
- e) Komunikasi keatas (*Upward communication*)
- f) Komunikasi ke atas dan ke bawah sama-sama diperlukan untuk organisasi yang berfungsi. Dalam hal ini, penerima pesan berada di posisi yang lebih tinggi dalam hierarki organisasi daripada komunikator. Memprotes peraturan kerja, menyelenggarakan rapat kelompok, dan memberikan saran adalah beberapa cara paling populer untuk terjadinya komunikasi ke atas. Orang sering kali mencari tahu cara membangun saluran komunikasi ke atas yang tidak resmi ketika tidak ada komunikasi ke atas.

Langkah-langkah Strategi Dalam Komunikasi Organisasi. Ada empat langkah yang bisa dilakukan dalam strategi komunikasi:

1. Mengetahui Audiens Mengetahui kepada siapa kita berbicara sangat penting bagi seorang pemimpin untuk mengetahui saat mereka berkomunikasi. Katakanlah Anda diberi kesempatan untuk berbicara di depan siswa sekolah dasar. Anak-anak cenderung bosan, terutama jika disajikan dengan cara yang tidak menarik. Ini bisa menjadi penghalang yang membuat anak-anak lebih sulit memahami pesan yang ingin Anda sampaikan (Sule, 2005).
2. Menetapkan Tujuan Pastikan alasan percakapan yang sedang dilakukan. Beberapa tujuan komunikasi adalah untuk membantu orang lain, memecahkan masalah, menilai perilaku, dan memberikan informasi.

Nantinya, persiapan komponen komunikasi lainnya akan dipengaruhi oleh tujuan ini.

3. Menulis Surat Menulis pesan merupakan langkah berikutnya, setelah menentukan tujuan komunikasi dan menentukan audiens serta sifat-sifatnya. Saat menyusun pesan, temuan pengamatan Anda tentang sifat-sifat dan tingkat pengetahuan audiens berfungsi sebagai panduan. Pilih bahasa yang cukup sederhana agar dapat dipahami oleh audiens. Gunakan berbagai pernik-pernik atau simbol untuk menarik perhatian audiens dan orang lain.
4. Memilih Media dan Menentukan Pendekatan Setelah ketiga langkah di atas selesai, kita dapat memilih media dan teknik yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan. Pemilihan media dan metode disesuaikan dengan karakteristik audiens, tujuan komunikasi, dan alur waktu.

#### **2.1.4 Komunikasi Publik**

##### **a. Definisi Komunikasi Publik**

Berbicara di hadapan khalayak luas merupakan istilah lain dari komunikasi publik. Proses komunikasi publik dapat dilakukan secara tidak langsung maupun langsung. Seorang komunikator komunikasi publik berbicara langsung kepada khalayak luas, tanpa melalui media dan perantara. Sementara secara halus, ia menunjukkan bagaimana komunikator menggunakan media untuk menyampaikan pesan kepada khalayaknya. Dalam sebuah pemerintahan, kontak dengan masyarakat sangatlah penting. Masyarakat umum harus mengetahui kebijakan-kebijakan tentang manajemen

komunikasi publik yang telah ditetapkan. Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk membantu pencapaian tujuan dengan meningkatkan koordinasi, pertukaran informasi, dan pemenuhan kebutuhan sosial. Secara umum, tujuan komunikasi publik adalah untuk memberi pencerahan kepada khalayak luas tentang suatu organisasi—misalnya, operasi dan hasil keluarannya. Lebih jauh, tujuan komunikasi publik adalah untuk membangun hubungan antara perusahaan dan masyarakat luas (Gunawan, 2022).

Komunikasi publik merupakan proses komunikasi yang dilakukan oleh pembicara yang menyampaikan pesan secara langsung kepada khalayak yang lebih luas (Cangara, 2014). Pandangan ini menjelaskan bahwa komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang komunikator dengan sejumlah khalayak. Karena khalayak yang dimaksud biasanya berjumlah banyak, maka mereka disebut sebagai publik. Komunikasi publik dalam proses ini dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung (media). Oleh karena itu, dengan kemajuan teknologi saat ini, interaksi tatap muka dalam komunikasi publik dapat terjadi melalui media (Mucharam, 2022).

#### **b. Strategi Komunikasi Publik**

Strategi komunikasi publik adalah rencana yang dirancang untuk mengelola informasi dan interaksi antara organisasi (seperti perusahaan, lembaga pemerintah, atau organisasi non-profit) dan publik. Tujuannya adalah untuk membangun dan memelihara citra positif, meningkatkan hubungan dengan masyarakat, serta mengelola isu-isu yang mungkin muncul.

Beberapa komponen utama dari strategi komunikasi publik meliputi:

1. Analisis Situasi: Mengidentifikasi konteks dan tantangan yang dihadapi, termasuk isu-isu yang relevan dan persepsi publik.
2. Audiens Target: Menentukan siapa yang menjadi target komunikasi, seperti pelanggan, pemangku kepentingan, atau komunitas lokal.
3. Pesan Kunci: Merumuskan pesan inti yang ingin disampaikan, dengan mempertimbangkan nilai-nilai dan kepentingan audiens.
4. Saluran Komunikasi: Memilih metode dan media yang tepat untuk menyampaikan pesan, seperti konferensi pers, media sosial, buletin, atau acara komunitas.
5. Taktik dan Aktivitas: Merencanakan langkah-langkah konkret untuk mengimplementasikan strategi, termasuk kampanye, acara, atau kegiatan *outreach*.
6. Evaluasi dan Umpan Balik: Menentukan cara untuk mengukur keberhasilan strategi komunikasi dan mendapatkan umpan balik dari audiens untuk perbaikan di masa mendatang.

Dengan strategi yang tepat, komunikasi publik dapat membantu membangun kepercayaan, meningkatkan transparansi, dan mempengaruhi opini serta perilaku publik secara positif. Strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh instansi pemerintahan dapat dilakukan dengan berbagai cara. Menurut Soeriawidjaja kegiatan mengendalikan informasi publik meliputi perencanaan, penyiapan, dan pelaksanaan komunikasi publik dalam

implementasi kebijakan dan program pemerintah (Gliselda Aurelia & Ema Jumiati, 2023). Strategi komunikasi publik yang efektif dapat memiliki pengaruh besar terhadap persepsi dan tindakan publik. Berikut adalah beberapa cara di mana strategi komunikasi publik dapat berpengaruh:

1. **Membangun Citra Positif:** Melalui pesan yang konsisten dan jelas, organisasi dapat menciptakan citra yang baik di mata publik, meningkatkan reputasi dan kepercayaan.
2. **Meningkatkan Kesadaran:** Kampanye komunikasi yang strategis dapat meningkatkan kesadaran tentang isu-isu penting, produk, atau layanan yang ditawarkan, mendorong audiens untuk lebih peduli dan terlibat.
3. **Mengelola Krisis:** Dalam situasi krisis, strategi komunikasi yang baik dapat membantu mengurangi dampak negatif, menjaga transparansi, dan memberikan informasi yang diperlukan kepada publik.
4. **Mempengaruhi Opini Publik:** Dengan menyampaikan pesan yang kuat dan persuasif, organisasi dapat mempengaruhi pandangan dan sikap publik terhadap isu tertentu.
5. **Meningkatkan Keterlibatan:** Strategi yang melibatkan audiens, seperti dialog terbuka atau partisipasi komunitas, dapat meningkatkan keterlibatan dan menciptakan rasa kepemilikan di antara anggota masyarakat.
6. **Mendorong Tindakan:** Dengan menggunakan panggilan untuk bertindak yang jelas, strategi komunikasi dapat memotivasi publik untuk mengambil langkah tertentu, seperti berpartisipasi dalam kampanye atau menggunakan layanan yang ditawarkan.

7. Mengembangkan Hubungan: Komunikasi yang transparan dan berkelanjutan dapat membangun hubungan jangka panjang antara organisasi dan publik, meningkatkan loyalitas dan dukungan.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi publik yang baik tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk hubungan yang kuat dan positif antara organisasi dan masyarakat.

### **2.1.5 Teori perencanaan (*Theory of Planning*)**

Wilbur schramm juga mengemukakan konsep "komunikasi sebagai proses pengalihan informasi" yang menekankan bahwa komunikasi tidak hanya terjadi saat pesan disampaikan, tetapi juga saat pesan diterima dan dipahami oleh audiens. Hal ini menekankan pentingnya mempertimbangkan bagaimana pesan akan diterima oleh audiens saat merencanakan komunikasi. Dalam konteks strategi komunikasi publik Bapenda untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat pajak, prinsip-prinsip yang dikemukakan oleh Schramm, seperti fokus pada audiens dan pemahaman tentang bagaimana pesan akan diterima oleh mereka, dapat menjadi panduan yang berharga dalam merancang program komunikasi yang efektif. Wilbur schramm juga mengemukakan konsep "komunikasi sebagai proses pengalihan informasi" yang menekankan bahwa komunikasi tidak hanya terjadi saat pesan disampaikan, tetapi juga saat pesan diterima dan dipahami oleh audiens. Hal ini menekankan pentingnya bagaimana pesan akan diterima oleh audiens saat merencanakan komunikasi (Ii & Teori, 2013).

Teori komunikasi yang digunakan peneliti Teori perencanaan (*Theory Of Planning*) teori ini mencakup langkah-langkah sistematis dalam perencanaan dan pelaksanaan program komunikasi, termasuk dalam konteks strategi komunikasi publik Bapenda. Beberapa komponen yang relevan dari teori ini adalah:

1. Analisis Situasi: Memahami kondisi dan konteks komunikasi saat ini, termasuk masalah, peluang, dan tantangan yang dihadapi oleh Bapenda dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak di Kabupaten Serdang Bedagai.
2. Penetapan Tujuan: Menetapkan tujuan yang jelas dan terukur untuk program komunikasi publik, seperti meningkatkan kesadaran akan kewajiban pajak atau meningkatkan tingkat kepatuhan pajak di wilayah tersebut.
3. Segmentasi Audiens: Mengidentifikasi dan memahami audiens yang menjadi target program komunikasi, termasuk karakteristik, kebutuhan, dan preferensi komunikasi mereka.
4. Pemilihan Media: Memilih media atau saluran komunikasi yang sesuai untuk menjangkau audiens target dengan efektif, seperti media sosial, surat kabar lokal, radio, atau kegiatan komunitas.
5. Pengembangan Pesan: Merancang pesan-pesan yang relevan, persuasif, dan dapat dipahami oleh audiens target, yang memotivasi mereka untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak.

6. Implementasi dan Evaluasi: Melaksanakan program komunikasi sesuai dengan rencana yang telah dibuat, dan melakukan evaluasi untuk mengukur efektivitasnya dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Dengan memperhatikan teori perencanaan komunikasi ini, dapat merancang strategi komunikasi publik Bapenda yang lebih terarah dan terukur dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat pajak di Kabupaten Serdang Bedagai.

## **2.2 Pajak**

### **2.2.1 Pengertian Pajak**

Menurut Andriani dalam (Waluyo, 2016), pajak merupakan kewajiban yang terutang kepada negara (yang dapat dipaksakan) oleh orang pribadi yang wajib membayarnya menurut undang-undang. Tujuan utama pajak adalah untuk membiayai pengeluaran umum yang berkaitan dengan fungsi negara dalam menyelenggarakan pemerintahan. Menurut Soemitro dalam (Resmi, 2014), pajak adalah iuran yang diberikan oleh masyarakat kepada kas negara menurut undang-undang (yang dapat dipaksakan) tanpa memperoleh imbalan barang atau jasa secara langsung (kontra-prestasi), dan digunakan untuk menutupi pengeluaran umum. Djajadiningrat dalam (Resmi, 2014) mendefinisikan pajak sebagai kewajiban untuk menyetorkan sebagian kekayaan seseorang kepada kas negara sebagai akibat suatu keadaan, peristiwa, atau perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai denda, menurut peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah dan dapat dipaksakan; akan

tetapi, negara tidak memberikan jasa timbal balik secara langsung untuk menegakkan kesejahteraan umum.

Feldamn dalam (Resmi, 2014) menulis bahwa pajak merupakan suatu prestasi yang dipaksakan secara sepihak oleh penguasa, yang menjadi kewajibannya (sesuai dengan norma yang berlaku umum), dan hanya dimanfaatkan untuk biaya umum. Dinyatakan pula bahwa tidak ada imbalan.

Berdasarkan berbagai definisi yang dikemukakan, penulis menyimpulkan bahwa pajak merupakan pembayaran wajib yang dilakukan oleh warga negara kepada pemerintah, yang tidak memperoleh imbalan apa pun, dan dimanfaatkan untuk membiayai pengeluaran negara secara langsung.

### **2.2.1 Fungsi Pajak**

Terdapat dua fungsi pajak menurut (Resmi, 2014) yaitu sebagai berikut :

#### 1) Fungsi *Budgetair* (Sumber Keuangan Negara)

Pajak memiliki tujuan fiskal, yang berarti bahwa pajak merupakan salah satu cara pemerintah untuk menghimpun dana, baik untuk proyek yang sedang berjalan maupun proyek modal. Pemerintah ingin memasukkan dana sebanyak-banyaknya ke kas negara sebagai sumber pendanaan. Upaya tersebut dilakukan dengan menyempurnakan peraturan perundang-undangan tentang berbagai jenis pajak, termasuk Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan

(PBB), dan lain-lain, dalam rangka memperluas dan mengintensifkan pemungutan pajak.

## 2) Fungsi *Regularend* (Pengatur)

Pajak memiliki tujuan pengaturan, yang berarti bahwa pajak dapat digunakan untuk mencapai tujuan di luar sektor keuangan serta untuk mengatur atau menegakkan kebijakan sosial dan ekonomi pemerintah.

### **2.2.2 Jenis Pajak**

Menurut (Resmi, 2014) mencantumkan tiga kategori yang dapat digunakan untuk menggolongkan berbagai jenis pajak, yaitu golongan, sifat, dan lembaga pemungut. Kategori-kategori tersebut akan dibahas sebagai berikut:

#### 1) Menurut Golongan, Pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

##### a) Pajak Langsung

Pajak langsung adalah pajak yang tidak dapat dibebankan atau dialihkan kepada orang atau badan lain; melainkan harus dibayar langsung oleh wajib pajak. Pajak, seperti pajak penghasilan, harus memberatkan wajib pajak yang bersangkutan (PPh).

##### b) Pajak Tidak Langsung

pajak yang berpotensi untuk dinilai atau dibebankan kepada pihak ketiga atau individu lain. Ketika ada tindakan, peristiwa, atau kegiatan yang mengakibatkan kewajiban membayar pajak, seperti ketika barang atau jasa diserahkan, pajak tidak langsung berlaku, seperti Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

2) Menurut Sifat, Pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

a) Pajak Subjektif

Pajak subjektif adalah pajak yang pengenaannya mempertimbangkan keadaan khusus wajib pajak atau pajak yang pengenaannya mempertimbangkan kondisi subjek, seperti pajak penghasilan (PPh).

b) Pajak Objektiv

Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), dan pajak lainnya merupakan contoh pajak objektif. Pajak ini dikenakan tanpa mempertimbangkan keadaan pribadi wajib pajak atau tempat tinggalnya. Sebaliknya, pajak ini mempertimbangkan objeknya, baik itu objek, keadaan, perbuatan, atau peristiwa yang mengakibatkan kewajiban membayar pajak.

3) Menurut Lembaga Pemungut Pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

a) Pajak Negara (Pajak Pusat)

Pajak negara bagian, juga dikenal sebagai pajak pusat, dikumpulkan oleh pemerintah federal dan digunakan untuk mendanai rumah tangga negara bagian secara umum, termasuk PPh, PPN, dan PPnBM.

b) Pajak Daerah

Pajak daerah, seperti pajak air tanah, pajak hotel dan restoran, pajak kendaraan bermotor, dan bea perolehan hak atas tanah dan

bangunan, dipungut oleh pemerintah daerah pada tingkat 1 (pajak provinsi) dan tingkat 2 (pajak kabupaten/kota). Pajak-pajak ini digunakan untuk membiayai rumah tangga di setiap daerah.

### **2.2.3 Sistem Pemungutan Pajak**

Menurut (Resmi, 2014) mengemukakan dalam memungut pajak dikenal 3 sistem pemungutan pajak yaitu:

#### *1) Official Assessment System*

Sistem pemungutan pajak yang memberikan kewenangan kepada pejabat pajak untuk menghitung kewajiban pajak tahunan sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Dalam sistem ini, pejabat pajak bertanggung jawab penuh atas inisiatif dan tugas yang terlibat dalam penghitungan dan pemungutan pajak. Oleh karena itu, pejabat pajak memegang peranan penting dalam menentukan berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak.

#### *2) Self Assessment System*

Sistem pemungutan pajak yang memungkinkan wajib pajak menghitung kewajiban pajak tahunannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Dengan sistem ini, wajib pajak bertanggung jawab penuh atas inisiatif dan tindakan yang terlibat dalam penghitungan dan pemungutan pajak. Wajib pajak dianggap kompeten dalam menghitung pajak, memahami peraturan perpajakan yang berlaku, memiliki tingkat kejujuran yang tinggi, dan

menyadari pentingnya pelaporan pajak. Dengan demikian, wajib pajak dipercaya untuk

- a) Tentukan sendiri berapa banyak pajak yang harus Anda bayar;
- b) Tentukan sendiri berapa banyak pajak yang harus Anda bayar; dan
- c) Bayar sendiri jumlah pajak yang harus Anda bayar.
- d) Nyatakan sendiri kewajiban pajak Anda.
- e) Ambil alih kepemilikan pajak yang terutang.

Dengan demikian, berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak banyak tergantung pada Wajib Pajak sendiri (peranan dominan ada pada Wajib Pajak).

### 3) *With Holding System*

Sistem pemungutan pajak yang memberikan izin kepada pihak ketiga tertentu untuk menghitung utang pajak wajib pajak sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Penunjukan pihak ketiga ini untuk memotong dan memungut pajak, menyetorkan dan mempertanggungjawabkan melalui fasilitas perpajakan yang mudah diakses dilakukan sesuai dengan undang-undang perpajakan, keputusan presiden, dan peraturan lainnya. Pihak ketiga yang dipilih memiliki peran utama dalam menentukan apakah pemungutan pajak dilaksanakan dengan berhasil atau tidak.

## **2.3 Kepatuhan Wajib Pajak**

### **2.3.1 Pengertian Kepatuhan Wajib Pajak**

Menurut Gunadi (2013), kepatuhan wajib pajak diartikan sebagai kesediaan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku tanpa perlu adanya pemeriksaan, penyidikan, peringatan, atau ancaman, atau pengenaan sanksi administratif dan/atau sanksi hukum. Kurnia (2013) mendefinisikan kepatuhan pajak sebagai keadaan wajib pajak memenuhi seluruh kewajiban perpajakannya dan memanfaatkan hak perpajakannya. Widodo (2013) menyatakan bahwa kepatuhan pajak diteliti dengan cara meneliti proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh seseorang ketika memutuskan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya atau benar-benar menghindari pembayaran pajak. Pendapat para ahli menyimpulkan bahwa kepatuhan wajib pajak adalah kesediaan wajib pajak untuk mematuhi ketentuan yang berlaku dan membayar pajaknya, tanpa adanya paksaan baik berupa pemeriksaan, penyidikan, peringatan, maupun sanksi. Apabila wajib pajak menggunakan hak perpajakannya dan memenuhi seluruh kewajiban perpajakannya, maka wajib pajak telah memenuhi kepatuhan pajak.

Chaizi Nasucha mendefinisikan kepatuhan wajib pajak sebagai berikut: kepatuhan wajib pajak dalam mendaftarkan, kepatuhan wajib pajak dalam menyampaikan kembali SPT, kepatuhan wajib pajak dalam menghitung dan membayar pajak yang terutang, dan kepatuhan wajib

pajak dalam membayar tunggakan (Kurnia, 2013). Kurnia (2013) menyatakan bahwa kepatuhan pajak adalah keadaan wajib pajak melaksanakan hak perpajakannya dan memenuhi semua kewajiban perpajakannya (Resmi, 2014). berpendapat bahwa pemenuhan semua hak dan kewajiban perpajakan menuntut kepatuhan pajak. Apabila wajib pajak melaporkan penghasilannya sesuai dengan yang seharusnya, maka wajib pajak dikatakan telah taat pada peraturan perpajakan. Pendapat ahli mengarah pada kesimpulan bahwa penyampaian dan pelaporan data yang diperlukan tepat waktu, penghitungan pajak yang terutang secara akurat, dan pembayaran pajak tepat waktu tanpa menggunakan paksaan merupakan contoh kepatuhan wajib pajak.

### **2.3.1 Manfaat Kepatuhan Wajib Pajak**

Baik otoritas pajak maupun wajib pajak sendiri, yang memegang peran krusial ini, akan memperoleh banyak keuntungan dari kepatuhan pajak. Otoritas pajak akan memperoleh keuntungan dari kepatuhan pajak dengan cara-cara berikut: kepatuhan pajak dapat mengurangi beban kerja petugas pajak, sehingga mereka dapat melakukan lebih sedikit pemeriksaan pajak dan, tentu saja, memaksimalkan penerimaan pajak; di sisi lain, wajib pajak dapat memperoleh manfaat berikut dari kepatuhan pajak (Kurnia, 2013):

- 1) Pajak diterima untuk PPh dan PPN, dan tidak dikenakan pemeriksaan dan pengujian oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP).

- 2) Surat Keputusan Pendahuluan Pengembalian Pajak (SKPPKP) akan dikirimkan lebih cepat, dengan jangka waktu maksimal dua bulan untuk PPh dan tujuh hari untuk PPN.

Sementara itu menurut (Pandiangan, 2014) manfaat yang dapat diperoleh Wajib Pajak patuh adalah sebagai berikut :

- 1) Mudah mendapatkan Surat Keterangan Fiskal (SKF), Surat Keterangan Domisili (SKD), atau surat terkait perpajakan lainnya dari KPP tempat terdaftar.
- 2) Wajib pajak dapat memperoleh pengembalian kelebihan pembayaran pajak lebih cepat sesuai dengan Pasal 17C UU KUP. Secara spesifik, jangka waktu pengembalian dibatasi tiga bulan untuk permohonan pajak penghasilan dan satu bulan untuk permohonan pajak pertambahan nilai setelah permohonan diterima secara lengkap.

### **2.3.2 Kepatuhan Wajib Pajak**

Merujuk kepada kriteria Wajib Pajak patuh menurut Keputusan Menteri Keuangan No. 544/KMK.04/2000 dalam (Kurnia, 2013) bahwa kriteria Kepatuhan Wajib Pajak adalah:

#### **a. Kepatuhan Wajib Pajak**

Merujuk kepada kriteria Wajib Pajak patuh menurut Keputusan Menteri Keuangan No. 544/KMK.04/2000 dalam (Kurnia, 2013) bahwa kriteria Kepatuhan Wajib Pajak adalah:

- 1) menyampaikan Surat Pemberitahuan Pajak (SPT) tepat waktu yang mencakup semua jenis pajak selama dua tahun terakhir;
- 2) Tidak memiliki tunggakan pajak dalam bentuk apa pun, kecuali yang memiliki kewenangan untuk mengatur atau menunda pembayaran.
- 3) Tidak pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindak pidana perpajakan dalam sepuluh tahun terakhir;
  - a) Pembukuan telah dilakukan dalam waktu 2 tahun terakhir, dan apabila Wajib Pajak telah dilakukan pemeriksaan, maka pembetulan yang dilakukan pada pemeriksaan terakhir untuk setiap jenis pajak yang terutang dibatasi paling tinggi 5%;
  - b) Wajib Pajak yang laporan keuangannya telah diaudit oleh akuntan publik dalam waktu 2 tahun terakhir dan telah memperoleh pendapat wajar tanpa pengecualian (atau pendapat wajar dengan pengecualian sepanjang tidak mempengaruhi laba rugi fiskal).
- 4) Tidak memiliki tunggakan pajak untuk semua jenis pajak dalam dua tahun terakhir;
- 5) Tidak memiliki tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali telah memperoleh izin untuk mengatur atau menunda pembayaran pajak.
- 6) Tidak pernah dihukum penjara karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan dalam 10 tahun terakhir;

- a) Telah dilakukan pembukuan dalam waktu 2 tahun terakhir dan apabila Wajib Pajak telah dilakukan pemeriksaan, maka pembedaan yang dilakukan pada pemeriksaan terakhir untuk setiap jenis pajak yang terutang dibatasi paling tinggi 5%;
- b) Wajib Pajak yang laporan keuangannya telah diaudit oleh akuntan publik dalam waktu 2 tahun terakhir dan telah memperoleh pendapat wajar tanpa pengecualian atau pendapat dengan pengecualian sepanjang tidak mempengaruhi laba atau rugi fiskal.

## **2.4 Kualitas Pelayanan**

### **2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut ISO 9000, kualitas adalah sekumpulan atribut yang menentukan seberapa baik suatu keluaran memenuhi tuntutan dan harapan klien. Konsumen memutuskan dan mengevaluasi seberapa baik fitur dan atribut sesuai dengan tuntutan mereka. Berry (2014) berpendapat bahwa kualitas layanan adalah kondisi dinamis yang terkait erat dengan sumber daya manusia, produk, layanan, proses, dan lingkungan yang memiliki kapasitas untuk mencapai atau melampaui tingkat kualitas layanan yang dibutuhkan. Sebaliknya, Kotler dkk. (2016) mendefinisikan kualitas layanan sebagai keseluruhan atribut produk atau layanan yang memungkinkannya memenuhi kebutuhan eksplisit atau implisit. Lupiyoadi (2014) menawarkan definisi alternatif kualitas layanan yang mencakup semua upaya yang bertujuan untuk

mengintegrasikan pentingnya pemesanan, pemrosesan, dan penyampaian hasil layanan melalui komunikasi untuk mempercepat kolaborasi langsung dengan pelanggan. Pendapat ahli menunjukkan bahwa kualitas layanan adalah bentuk kemampuan keseluruhan produk untuk memuaskan pelanggan dan menciptakan lingkungan dan prosedur yang setidaknya dapat memenuhi sebagian kebutuhan mereka.

#### **2.4.2 Karakteristik Kualitas Pelayanan**

(Fandy Tjiptono, 2015) mengemukakan bahwa jasa memiliki empat karakteristik utama yaitu:

1) Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jasa tidak sama dengan barang material; jasa tidak berwujud. Sebelum diperoleh, jasa tidak dapat dirasakan, didengar, dilihat, atau dicium. Untuk meminimalkan ambiguitas, konsumen yang mencari jasa akan mencari indikasi penawaran berkualitas tinggi, seperti dari lingkungan, personel, peralatan, perangkat komunikasi, papan nama, dan biaya. Untuk mewujudkan yang tidak berwujud, tugas penyedia jasa adalah mengelola bukti tersebut.

2) Tidak terpisahkan (*Inseparability*)

Jasa pada umumnya dihasilkan dan dirasakan secara bersamaan, dan bahkan jika seseorang ingin mentransfernya ke pihak lain, mereka akan tetap menjadi bagian dari jasa tersebut.

### 3) Bervariasi (*Variability*)

Jasa sangat bervariasi karena tergantung pada siapa, kapan dan di mana jasa tersebut disediakan.

### 4) Mudah lenyap (*Perishability*)

Tidak mungkin untuk menyimpan layanan. Jika permintaan stabil dan dapat diprediksi, layanan dapat diproduksi terlebih dahulu, sehingga daya tahannya tidak menjadi masalah. Masalah yang menantang muncul jika permintaan tidak menentu.

## **2.4.3 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan**

Menurut (Fandy Tjiptono, 2015), terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam meningkatkan kualitas layanan:

### 1) Mengidentifikasi determinan utama kualitas layanan

Penting bagi semua penyedia layanan untuk menawarkan layanan dengan mutu terbaik kepada klien mereka. Konsumen menilai sejumlah variabel, termasuk ketepatan waktu, keamanan, dan keamanan transaksi (pembayaran dengan kartu kredit atau debit). Tujuan dari upaya ini adalah untuk mengembangkan opini pelanggan mengenai mutu layanan yang telah mereka terima. Jika salah satu dari faktor ini kurang, faktor tersebut harus diperhitungkan dan diperkuat, untuk meningkatkan penilaian di mata klien.

### 2) Mengelola ekspektasi pelanggan

Banyak bisnis menggunakan berbagai strategi untuk menarik perhatian klien, dan salah satunya adalah membuat klaim yang

keterlaluhan yang akan "berdampak buruk" bagi mereka jika mereka tidak dapat memenuhinya. Karena harapan pelanggan meningkat seiring dengan banyaknya janji yang diberikan. Ada baiknya untuk lebih bijak dalam membuat 'janji' kepada pelanggan.

### 3) Mengelola bukti kualitas layanan

Tujuan dari manajemen ini adalah untuk meningkatkan evaluasi klien baik selama maupun setelah layanan diberikan. Pelanggan biasanya berfokus pada "jenis layanan apa yang akan diberikan" dan "jenis layanan apa yang telah diterima" dalam hal layanan, bukan pada hal-hal fisik, agar pelanggan memperoleh kesan tertentu tentang penyedia layanan.

### 4) Mendidik konsumen tentang layanan

Tujuan edukasi konsumen adalah untuk membuat proses penyediaan dan penggunaan layanan menjadi lebih efektif dan efisien. Konsumen akan lebih siap untuk memutuskan apa yang akan dibeli dan memahami bagaimana mereka berperan dalam proses penyediaan layanan, misalnya:

- a) Penyedia layanan memberikan petunjuk kepada pelanggan tentang cara melakukan layanan tertentu sendiri. Misalnya, melengkapi formulir pendaftaran, memanfaatkan teknologi (seperti ATM dan perbankan internet), mengisi bensin sendiri (layanan mandiri), dll.

- b) Penyedia layanan membantu pelanggan memutuskan kapan akan menggunakan layanan dengan lebih mudah dan terjangkau, yaitu memanfaatkan waktu saat layanan tidak terlalu sibuk dan menghindari jam sibuk.
- c) Penyedia layanan memanfaatkan pamflet, iklan, atau anggota staf yang bekerja sama dengan pelanggan untuk menjelaskan prosedur atau cara menggunakan layanan.
- d) Penyedia layanan meningkatkan standar layanan dengan memberi tahu pelanggan tentang sejumlah masalah kebijakan yang dapat membuat mereka tidak puas, seperti kenaikan harga.

#### 5) Menumbuhkan budaya kualitas

Suatu perusahaan dapat menumbuhkan budaya mutu jika semua karyawan, dari atas hingga bawah, berkomitmen penuh terhadap proyek tersebut. Filosofi, keyakinan, sikap, konvensi, nilai, adat istiadat, praktik, dan harapan yang berkaitan dengan peningkatan standar membentuk budaya mutu. Ada sejumlah variabel yang mendukung dan menghambat pertumbuhan mutu layanan, termasuk:

- a) Sumber daya manusia, termasuk praktik perekrutan, program pelatihan, deskripsi pekerjaan, dan aspek lainnya.
- b) Organisasi dan struktur, termasuk bagaimana struktur dan fungsi pelaporan diintegrasikan atau dikoordinasikan.
- c) Pengukuran, yang meliputi penilaian kepuasan pelanggan, keluhan, dan kinerja.

- d) Dukungan sistem, yaitu komponen teknologi seperti komputer, sistem, basis data, dan teknis.
- e) Layanan, seperti penanganan keluhan pelanggan, perangkat untuk manajemen, dan perangkat untuk pemasaran dan penjualan.
- f) Komunikasi internal, yang terdiri dari kebijakan dan prosedur operasional.
- g) Komunikasi eksternal, yang meliputi membangun citra perusahaan yang positif, mengelola harapan konsumen, dan mendidik masyarakat.

#### 6) Menciptakan *automating quality*

Kekurangan sumber daya manusia dalam organisasi dapat diatasi melalui otomatisasi. Di sisi lain, komponen sentuhan manusia (*high touch*) dan teknologi tinggi (otomatisasi) perlu mendapat perhatian. Agar dapat menjalankan layanan dengan sukses dan efisien, keduanya harus seimbang. Misalnya, *phone banking*, *online banking*, dan layanan serupa.

#### 7) Menindaklanjuti layanan

Untuk mempertahankan fitur layanan yang sudah baik dan meningkatkan fitur yang kurang baik, diperlukan tindak lanjut layanan. Dalam situasi ini, bisnis harus melakukan jajak pendapat kepada sebagian atau semua pelanggannya tentang layanan yang telah

mereka dapatkan, agar bisnis dapat memastikan seberapa baik layanannya dinilai oleh pelanggan.

#### 8) Mengembangkan sistem informasi kualitas layanan

Sistem informasi kualitas layanan merupakan sistem yang digunakan oleh perusahaan dengan melakukan riset data. Data dapat berupa beberapa bentuk, seperti kinerja historis, baik kuantitatif maupun kualitatif, internal maupun eksternal, dan rincian tentang bisnis, klien, dan pesaing. Sistem informasi kualitas layanan berusaha memahami harapan dan kesan pelanggan terhadap penawaran perusahaan dari sudut pandang pelanggan. Agar bisnis dapat memastikan kelebihan dan kekurangannya dari sudut pandang pelanggan.

### **2.2.4 Orientasi Kualitas Layanan**

Secara umum, ada tiga orientasi mutu—proses, produk (layanan), dan persepsi pelanggan—yang seharusnya selaras satu sama lain. Ketiga orientasi ini hampir selalu mudah dikenali untuk barang berwujud, tetapi tidak untuk layanan. Mungkin tidak selalu mungkin untuk membedakan antara layanan, barang, dan proses; pada kenyataannya, proses itu sendiri adalah produk. Harapan konsumen dan jenis layanan yang harus ditawarkan bisnis kepada kliennya hampir identik. Dari mulut ke mulut, kebutuhan individu, pengalaman sebelumnya, dan komunikasi eksternal (iklan dan promosi perusahaan lainnya) semuanya berkontribusi pada pembentukan harapan klien ini. Lupiyoadi (2014) mengidentifikasi lima faktor berikut sebagai ukuran kualitas layanan:

- 1) Wujud, yaitu kemampuan suatu badan usaha untuk melaporkan keberadaannya kepada pihak luar. Bukti nyata dari layanan yang diberikan oleh pemberi layanan adalah penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan pada keadaan lingkungan sekitar. Ini termasuk fasilitas fisik (seperti tempat tidur, sofa, dan sebagainya), peralatan dan sistem berbasis teknologi, dan dukungan pengasuh.
- 2) Keandalan, atau kemampuan suatu organisasi untuk memberikan layanan sesuai dengan hukum secara akurat dan dapat dipercaya. Lingkungan kerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, yang meliputi ketepatan waktu, layanan bersama untuk semua pelanggan tanpa keluhan, ramah dan memiliki harapan tingkat tinggi.
- 3) Ketanggapan adalah jenis kebijakan yang dirancang untuk membantu dan memberikan informasi yang tepat waktu (responsif) dan akurat kepada pelanggan dengan memberikan umpan balik yang jelas dan ringkas. Buat profil konsumen yang berdampak negatif pada kualitas produk.
- 4) Jaminan dan kepastian, yang mengacu pada pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan perusahaan untuk menyampaikan kepada pelanggan rasa pengkhianatan mereka terhadap perusahaan. Hal ini memiliki beberapa komponen, seperti komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan.

- 5) Empati, yaitu memberikan perhatian yang bijaksana, individual, dan pribadi kepada setiap peserta untuk memahami kebutuhan dan keinginan mereka.

## **2.5 Kesadaran**

### **2.5.1 Pengertian Kesadaran**

Menurut (Goleman, 2013) kesadaran diri adalah mengetahui apa yang kita rasakan pada saat tertentu, dan menggunakannya untuk memengaruhi pengambilan keputusan kita sendiri; memiliki tolok ukur yang realistis untuk bakat kita sendiri dan kepercayaan diri yang tinggi. Individu dengan kesadaran diri yang tinggi memiliki kapasitas untuk mengenal diri sendiri sebaik mungkin. Mereka telah menunjukkan pengendalian diri dengan mengelola emosi dan dorongan lainnya, misalnya. Mereka dapat membaca niat dan keinginan orang lain karena mereka memiliki pemahaman yang mendalam tentang diri mereka sendiri. kesadaran diri didefinisikan sebagai memberikan perhatian berkelanjutan pada kondisi batin seseorang. Pikiran mengamati dan menyelidiki pengalaman, termasuk emosi, dalam keadaan kesadaran reflektif diri ini.

Di sisi lain, (Stein, 2014) mendefinisikan kesadaran diri sebagai kapasitas untuk mengidentifikasi emosi, alasan di baliknya, dan dampak tindakan seseorang terhadap orang lain. Kemampuan ini meliputi: kapasitas untuk mengekspresikan pikiran dan perasaan seseorang dengan

cara yang jelas dan ringkas; kemampuan untuk membela diri sendiri dan mempertahankan pendapat seseorang; kapasitas untuk mengarahkan dan mengendalikan diri sendiri dan berdiri di atas kedua kakinya sendiri; kapasitas untuk mengenali kekuatan dan kelemahan orang lain dan menyukai diri sendiri meskipun memiliki kekurangan sendiri; dan kapasitas untuk menyadari potensi seseorang dan merasa puas dengan potensi yang dicapai dalam kehidupan pribadi dan profesionalnya (aktualisasi).

Berdasarkan pendapat ahli dapat disimpulkan bahwa kesadaran diri merupakan kemampuan seseorang untuk mengenali dan memahami perasaannya sendiri, serta kemampuan untuk mengendalikan diri dan memahami pengaruh perilaku terhadap orang lain. Orang yang memiliki kesadaran diri tinggi dapat mengenali kekuatan dan kelemahan dirinya sendiri, dan mampu mewujudkan potensi diri dengan merasa puas dan senang. Menurut (Puspita, 2014) mengatakan kesadaran membayar pajak dapat diukur dengan beberapa kategorisasi yaitu:

- 1) Mengetahui adanya undang-undang dan peraturan perpajakan  
Wajib pajak mengetahui bahwa pajak mereka dipungut sesuai dengan undang-undang perpajakan yang relevan.
- 2) Mengetahui bagaimana pajak berkontribusi terhadap pendanaan negara  
Semua pengeluaran rutin dan biaya pembangunan negara didanai oleh pajak.

- 3) Mengetahui bahwa kewajiban perpajakan harus dipenuhi sesuai dengan undang-undang yang berlaku Undang-undang perpajakan dipatuhi untuk memenuhi tanggung jawab perpajakan.
- 4) Mengetahui bagaimana pajak mendukung tata kelola Wajib pajak mengetahui bahwa pajak menyediakan sebagian pendanaan untuk tata kelola. Tingkat kesadaran pajak yang tinggi akan meningkatkan penerimaan pajak negara.

## 2.6 Kajian Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Umbu Andu Maramba, Tjahya Supriana & Hyromnimus Rowa 2021).  Jurnal Pemerintahan Daerah di Indonesia	Strategi Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Sumba Timur Dalam Meningkatkan Target Penerimaan Pajak Daerah.	Meningkatkan target penerimaan pajak daerah. Untuk mencapai tujuan tersebut penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yaitu berusaha mencari pemahaman makna berdasarkan fakta atau kenyataan yang ada di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Sumba Timur. Oleh karena itu teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara terhadap pegawai di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Sumba Timur.

2.	(Ni Komang Ayu Juliantari, I Made Sudiartana, & Ni Luh Gde Mahayu Dicriyani, 2021).  Jurnal kharisma	Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Kewajiban Moral, Sanksi Pajak, Dan Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor Samsat Gianyar.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kesadaran wajib pajak, sanksi perpajakan, dan sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan kualitas pelayanan dan kewajiban moral tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor pada saat pajak.
3.	(Kurnia Romi, 2017)  Jurnal JOM FISIP	Strategi Komunikasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pekanbaru Tampan Dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak Di Pekanbaru Melalui Sistem Layanan Pajak Online E-Billing.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa KPP Pratama Pekanbaru Tampan menggunakan sosialisasi sistem layanan pajak online E-Billing sebagai bagian dari upayanya untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak. KPP Pratama Pekanbaru Tampan merupakan KPP yang pertama kali menggunakan taktik ini untuk mengidentifikasi komunikator yang kredibel, memiliki kesadaran akan E-Billing, dan mampu berkomunikasi secara efektif.

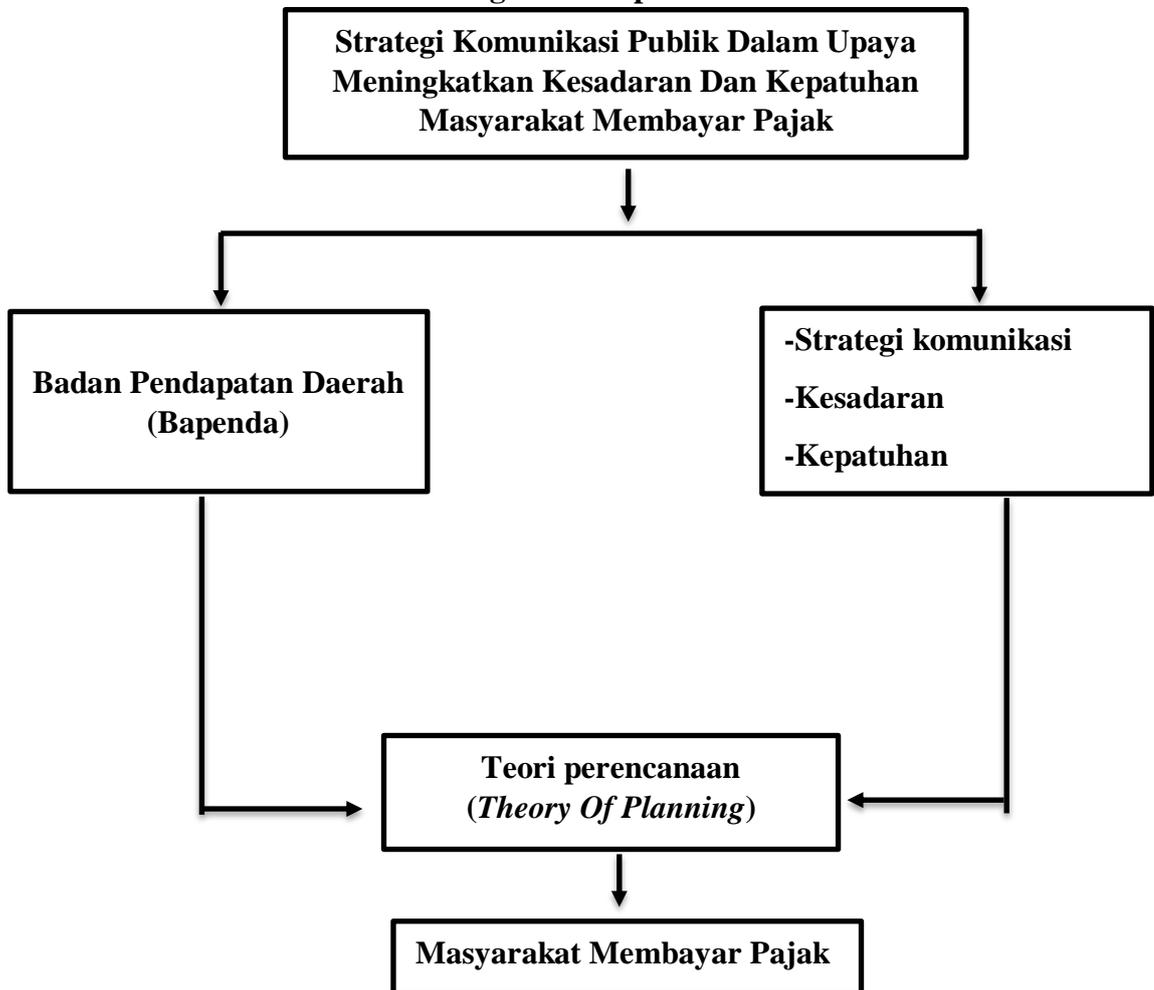
4.	(Hepi Hastuti & Rahmah Agustiani, 2022).  Jurnal Politik & Sosiologi	Strategi Komunikasi Dalam Pelayanan Informasi Pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Biak Numfor.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode yang diterapkan telah berhasil. Tindakan yang dilakukan meliputi pemasangan papan reklame, spanduk, dan satu unit mobil. Dinas Pendapatan memiliki satu unit mobil yang digunakan untuk keperluan sosialisasi, dan efektivitas media infrastrukturnya telah berjalan dengan baik dalam mendorong masyarakat untuk membayar pajak.
5.	(Lingga Pranata, Muh.Ilham & Romi Saputra 2020).  Jurnal pemerintahan Daerah di Indonesia	Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Dari Sektor Pajak Daerah (Studi Kasus Pajak Mineral bukan Logam dan Batuan di Kabupaten Bangka Provinsi Kepulauan Bangka Belitung).	Hasil yang diperoleh peraturan daerah tentang pajak Minerba, peningkatan komitmen pemerintah untuk memeberikan dukungan pelatihan atau diklat pada SDM yang ada, memeberikan kemudahan berinvestasi bagi masyarakat yang ingin mengelolaa pasir dan batuan.

Sumber : Hasil Olahan 2024

## 2.7 Kerangka Berfikir

Kerangka konseptual merupakan penjelasan tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Konseptual**



Sumber: Hasil Olahan 2024

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian kualitatif merupakan pemahaman yang komprehensif tentang fenomena sosial, budaya, dan perilaku dengan mengumpulkan dan menganalisis deskriptif, naratif, dan interpretatif. Penelitian metode kualitatif adalah pendekatan untuk memahami fenomena sosial dengan mengandalkan analisis mendalam tentang konteks, tindakan, makna, dan interpretasi subjek penelitian. Penelitian berfokus pada pemahaman yang mendalam tentang pengalaman, perspektif, dan pandangan individu atau kelompok. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah memahami dan menjelaskan fenomena yang kompleks serta mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang konteks sosial dan budaya yang melibatkan subjek penelitian (faustyna, 2023 : 31-32).

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, artinya tidak ada upaya untuk mengkuantifikasi data kualitatif yang diperoleh melalui pengumpulan dan analisis tindakan manusia dan bahasa (Afrizal, 2015: 102). Meskipun penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif, perlu diingat bahwa metodologi penelitian memegang peranan penting dalam menjaga validitas dan reliabilitas hasil penelitian. Titik tolak penelitian adalah rasa ingin tahu terhadap masalah atau fenomena sosial yang muncul akibat berbagai rangsangan, bukan metodologi penelitian itu sendiri (Bungin, 2008: 76).

Menurut Krintono (2009:67), jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan fakta,

sifat, dan objek tertentu secara teratur dengan menggunakan contoh-contoh nyata. Di sini, peneliti akan menggambarkan atau menampilkan informasi sebagaimana adanya sesuai dengan kenyataan di lapangan; penelitian ini dilakukan dengan memanfaatkan variabel-variabel bebas, sehingga tidak perlu membandingkannya dengan faktor-faktor lain.

### **3.2. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dan objek penelitian untuk tesis ini yang menggunakan metode kualitatif dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### **3.2.1. Subjek Penelitian:**

1. Badan pendapata daerah (Bapenda): Subjek utama penelitian ini adalah pegawai Bapenda yang terlibat dalam. Penelitian akan mengeksplorasi persepsi, pengalaman, dan praktik komunikasi mereka dalam konteks meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat membayar pajak.
2. Subjek penelitian juga mencakup masyarakat di Kabupaten serdang bedagai. Penelitian akan mengeksplorasi persepsi, pengetahuan, sikap, dan perilaku mereka terkait kesadaran dan kepatuhan masyarakat membayar pajak.

#### **3.2.2. Objek Penelitian:**

Staretgi Komunikasi Publik Bapenda: mengatur strategi, melaksanakan, dan meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat membayar pajak Objek utama penelitian ini staretgi komunikasi publik Bapenda kesadaran dan kepatuhan masyarakat membayar pajak. Penelitian akan mengeksplorasi strategi komunikasi

publik yang digunakan, efektivitas pesan yang disampaikan, serta dampaknya terhadap partisipasi masyarakat dan integritas kesadaran dan kepatuhan masyarakat membayar pajak. Dengan mengidentifikasi subjek dan objek penelitian secara jelas, peneliti dapat merencanakan pendekatan yang tepat dalam pengumpulan dan analisis data, serta memastikan bahwa penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang strategi komunikasi publik Badan Pendapatan Daerah dalam upaya meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat membayar pajak di Kabupaten Serdang Bedagai.

### **3.3. Informan Penelitian**

Adapun informan dalam penelitian ini terdiri atas :

1. Sekeretaris;
2. Kepala Bidang;
3. Petugas Layanan 2 orang;
4. Masyarakat Hanya 5 orang.

### **3.4. Kategorisasi**

Kategorisasi adalah suatu tumpukan dari seperangkat dan bagian pengalaman yang telah disusun berdasarkan pikiran, intuisi, pendapat kriteria tertentu. Maka kategorisasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian**

No	Konsep	Kategorisasi
1.	Strategi Komunikasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemilihan media komunikasi.</li> <li>2. Pengkajian pesan komunikasi.</li> <li>3. Peranan komunikator dalam komunikasi.</li> </ol>
2.	Kesadaran	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui fungsi pajak untuk pembiayaan negara pajak memiliki fungsi.</li> <li>2. Untuk membiayai seluruh pengeluaran rutin maupun pengeluaran pembangunan Negara.</li> <li>3. Memahami bahwa kewajiban perpajakan harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku kewajiban perpajakan dilakukan berdasarkan undang-undang perpajakan yang telah ditetapkan.</li> </ol>
3.	Kepatuhan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT), untuk semua jenis pajak dalam dua tahun terakhir.</li> <li>2. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali telah.</li> <li>3. Memperoleh izin untuk mengatur atau menunda pembayaran pajak;</li> <li>4. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali telah memperoleh izin untuk mengatur atau menunda pembayaran pajak.</li> </ol>

Sumber : Hasil Olahan 2024

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Strategi pengumpulan data merupakan pendekatan terhadap masalah yang diteliti yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dirancang untuk menangkap sebanyak mungkin kata dan perilaku manusia. Purposive sampling merupakan metode yang digunakan oleh peneliti ini untuk memilih subjek yang akan diwawancarai dengan memilih sampel

berdasarkan kriteria yang telah ditentukan (Sugiyono, 2003:96). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### **3.5.1 Observasi**

Salah satu metode pengumpulan data yang memanfaatkan kelima indera adalah observasi. (Kriyantono, 2009: 108) menyatakan bahwa observasi adalah proses melihat sesuatu secara langsung tanpa menggunakan media untuk melihat lebih dekat apa yang dilakukan oleh objek tersebut. Untuk lebih memahami strategi komunikasi yang digunakan oleh petugas Bapenda, serta reaksi dan interaksi masyarakat terhadap kepatuhan membayar pajak, peneliti akan menerapkan observasi partisipan dalam kegiatan Bapenda dan pertemuan masyarakat.

### **3.5.2 Wawancara**

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan komunikasi tatap muka antara pewawancara dan narasumber. Tujuan dari metode ini biasanya adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pendapat, pengalaman, atau pengetahuan khusus yang dimiliki narasumber. Selain itu, metode untuk membangun hubungan positif antara peneliti dan responden digunakan saat melakukan wawancara. Wawancara khusus ini bersifat semi-terstruktur. Pertanyaan tatap muka diajukan dalam wawancara dengan tujuan memperoleh data dan informasi yang dapat diandalkan tentang perilaku komunikasi antar budaya oleh subjek penelitian.

### 3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan data, penyimpanan informasi atau data dalam bentuk tertulis, visual, atau audio, dengan tujuan untuk merekam dan memudahkan akses serta pemahaman informasi peneliti. Dokumentasi digunakan pada saat proses peneliti wawancara berlangsung agar dapat menjadi bukti melakukan interaksi dengan narasumber.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif seperti tesis ini melibatkan beberapa langkah sistematis untuk mengidentifikasi pola, tema, dan makna dari data yang telah dikumpulkan. Berikut adalah beberapa langkah umum dalam analisis data kualitatif:

1. Transkripsi: Jika data berupa rekaman wawancara, langkah pertama adalah mentranskripsikan semua rekaman tersebut ke dalam *teks*. Transkripsi ini penting untuk memudahkan analisis lebih lanjut.
2. Pengkodean: Setelah transkripsi selesai, peneliti akan mulai melakukan pengkodean data. Ini melibatkan memberi label atau kode pada potongan-potongan teks yang relevan dengan topik penelitian atau pertanyaan penelitian. Pengkodean dapat dilakukan menggunakan pendekatan pengkodean terbuka (tanpa batasan) atau pengkodean terarah (berdasarkan kerangka konseptual atau teori yang relevan).

3. Kategorisasi: Setelah pengkodean, peneliti akan mengelompokkan kode-kode yang serupa menjadi kategori-kategori yang lebih luas. Proses ini membantu dalam mengidentifikasi pola dan tema yang muncul dari data.
4. Analisis Tematik: Peneliti kemudian akan melakukan analisis tematik, yaitu mengidentifikasi dan menganalisis tema-tema yang muncul dari kategori-kategori yang telah dibuat. Ini melibatkan penyusunan dan interpretasi pola-pola yang muncul dalam data, serta mengeksplorasi makna di balik temuan-temuan tersebut.
5. Pemahaman Mendalam: Selama proses analisis, peneliti akan berusaha mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang data, mengaitkan temuan-temuan dengan literatur yang relevan, dan membuat interpretasi yang berdasarkan pada konteks dan kerangka kerja teoritis.
6. Triangulasi: Untuk meningkatkan keandalan dan validitas temuan, peneliti dapat menggunakan teknik triangulasi dengan membandingkan dan mengonfirmasi temuan dari berbagai sumber data, seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen.
7. Penyajian Temuan: Akhirnya, temuan-temuan dari analisis data akan disajikan secara naratif dalam bentuk laporan penelitian atau bab hasil, sering kali disertai dengan kutipan langsung dari data untuk mendukung temuan-temuan tersebut. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti dapat menggali pemahaman yang mendalam dan kontekstual tentang dalam upaya meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat membayar pajak di Kabupaten Serdang Bedagai.

### 3.7 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan aspek krusial dalam penelitian kualitatif. Berikut adalah beberapa pertimbangan untuk menilai keabsahan data dalam konteks tesis ini:

1. Kepercayaan (*Credibility*): Kepercayaan mengacu pada tingkat keandalan dan keabsahan data. Untuk meningkatkan kepercayaan data, peneliti harus memastikan bahwa proses pengumpulan dan analisis data dilakukan secara sistematis dan akurat. Hal ini dapat dicapai dengan memilih teknik pengumpulan data yang sesuai, seperti wawancara mendalam dan observasi partisipatif, serta melaksanakan pengkodean dan analisis data dengan cermat.
2. Transferabilitas (*Transferability*): Transferabilitas berkaitan dengan sejauh mana temuan penelitian dapat diterapkan atau dipindahkan ke konteks yang berbeda. Untuk meningkatkan transferabilitas, peneliti perlu memberikan deskripsi yang rinci tentang konteks penelitian, karakteristik subjek penelitian, dan proses analisis data. Hal ini memungkinkan pembaca untuk menilai relevansi dan generalisabilitas temuan dalam konteks lain.
3. Ketergantungan (*Dependability*): Ketergantungan mengacu pada konsistensi dan stabilitas data dari waktu ke waktu. Untuk memastikan ketergantungan data, peneliti harus menjelaskan dengan jelas langkah-langkah metodologis yang diambil selama proses penelitian, serta mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat memengaruhi konsistensi

data, seperti perubahan dalam kondisi lapangan atau dalam interpretasi peneliti.

4. **Konfirmabilitas (*Confirmability*):** Konfirmabilitas mengacu pada sejauh mana temuan penelitian dapat dianggap sebagai refleksi dari realitas yang diamati, bukan hanya dari sudut pandang peneliti. Untuk memastikan konfirmabilitas data, peneliti harus menggunakan teknik analisis yang transparan dan dapat diverifikasi, serta mencatat refleksi dan keputusan peneliti selama proses analisis untuk meminimalkan bias.
5. **Triangulasi:** Penggunaan triangulasi, yaitu menggunakan berbagai sumber data dan metode untuk menguji keabsahan dan validitas temuan, juga merupakan strategi yang penting untuk memastikan kepercayaan dan keabsahan data. Dengan memperhatikan pertimbangan-pertimbangan ini, peneliti dapat memastikan bahwa data yang dikumpulkan dan temuan yang dihasilkan dalam tesis ini memiliki keabsahan yang memadai untuk mendukung interpretasi dan kesimpulan penelitian.

### **3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi Penulisan ini dilakukan di Kantor Badan Pendaptan Daerah Kabupaten Serdang Bedagai Jalan Negara No 300 Kecamatan Sei Rampah, di sesuaikan dengan waktu yang telah disepakati oleh subjek dan peneliti, dan Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari s/d bulan Agustus 2024 saat data yang dikumpulkan oleh peneliti sudah sesuai dengan yang diinginkan oleh peneliti.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran umum Bapenda Kab. Serdang Bedagai**

Sejarah tentang Bapenda Kabupaten Serdang Bedagai melalui Dasar Hukum Pembentukan, yaitu :

a. Dinas

1. Keputusan Bupati Serdang Bedagai Nomor :5 Tahun 2004 tentang Organisasi Dinas-Dinas Daerah Kabupaten Serdang Bedagai (Dinas Pelayanan Pajak dan Retribusi Daerah).
2. Peraturan Daerah Kabupaten Serdang Bedagai Nomor :3 Tahun 2005 tentang Organissi Dinas-Dinas Kabupaten Serdang Bedagai (Dinas Pendapatan Daerah).
3. Peraturan Daerah Kabupaten Serdang Bedagai Nomor :30 Tahun 2007 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah di lingkungan Pemerintah Kabupaten Serdang Bedagai (Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset).
4. Peraturan Daerah Kabupaten Serdang Bedagai Nomor : 24 Tahun 2008 tentang Perubahan atas Pertauran Daerah Kabupaten Serdang Bedagai Nomor 30 Tahun 2007 tentang Organisasi dan Tata Kerja Perangkat

Daerah di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Serdang Bedagai (Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset).

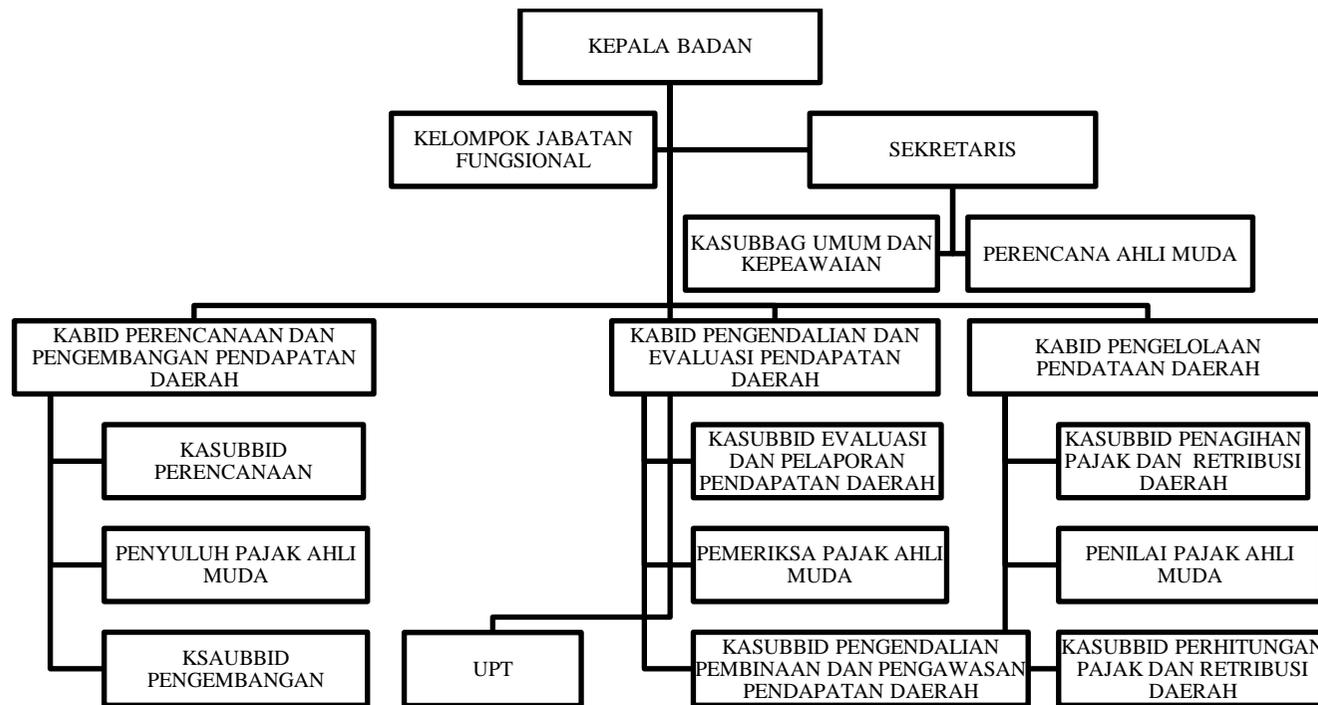
5. Peraturan Daerah Kabupaten Serdang Bedagai Nomor 5 Tahun 2009 tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Daerah Kabupaten Serdang Bedagai Nomor 30 Tahun 2007 tentang Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Serdang Bedagai (Pendapatan, Pengelolaan Keuangan, dan Pelayanan Aset - Salah satu bidang diubah strukturnya dari Bidang Pengendalian dan Operasional menjadi Bidang Aset).
6. Peraturan Daerah Kabupaten Serdang Bedagai Nomor 3 Tahun 2010 tentang Struktur dan Pedoman Operasional Perangkat Daerah di Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Serdang Bedagai (Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset).

b. Badan

1. Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2016 tentang Pembentukan Perangkat Daerah Kabupaten Serdang Bedagai sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2016 tentang Pembentukan Perangkat Daerah Kabupaten Serdang Bedagai.
2. Kabupaten Serdang Bedagai. Peraturan Daerah Nomor 36 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah yang diterbitkan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Serdang Bedagai.

## Struktur Organisasi Perusahaan

### STRUKTUR ORAGNISASI BADAN PENDAPATAN DAERAH KABUPATEN SERDANG BEDAGAI



Gambar 4.1. Struktur Organisasi Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Serdang Bedagai

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Serdang Bedagai

### 4.1.3 Sistem Pemungutan Pajak di Bapenda

Berdasarkan wawancara dengan Sekretaris Bapenda Kabupaten Serdang Bedagai Bapak Riadi Putra Sinuraya, SE diketahui bahwa sistem pemungutan pajak di Kabupaten Serdang Bedagai menerapkan dua sistem pemungutan pajak.

Hasil wawancaranya adalah sebagai berikut :

“Untuk Pemungutan Pajak sendiri menggunakan penerapan sistem *Self Assesment* dan *Official Assesment* atau pajak yang ditetapkan berdasarkan laporan omset dari pengusaha, masyarakat ataupun pajak yang ditetapkan berdasarkan penetapan dari Badan Pendapatan Daerah.”

Dari hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa untuk pemungutan Pajak pada Badan Pendapatan Daerah menerapkan dua sistem yaitu *Self Assesment* dan *Official Assesment*. Akan tetapi peneliti hanya mengambil data penelitian penerapan dengan sistem *Official Assesment* saja. Dalam sistem ini memberikan wewenang kepada pemerintah untuk menghitung besaran pajak terutang yang akan dibayar oleh wajib pajak.

### 4.1.4 Upaya Badan Pendapatan Daerah untuk Meningkatkan Kesadaran dan Kepatuhan Masyarakat Membayar Pajak

Pada kesempatan kali ini, disini penulis juga mewawancarai Sekretaris Bapenda Kabupaten Serdang Bedagai Bapak Riadi Putra Sinuraya, SE terkait Bagaimana upaya yang telah dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah dalam mengoptimalkan realisasi pajak daerah. Berikut hasil wawancara penulis dengan Bapak Riadi Putra Sinuraya, SE:

“Upaya intensifikasi dan ekstensifikasi pajak daerah. Upaya intensifikasi pajak daerah yang dilakukan yaitu pembentukan kelompok kegiatan berdasarkan wilayah, penerapan sistem online

pajak daerah, penagihan piutang aktif, sosialisasi, kerjasama dengan pihak ketiga, dan penerapan sanksi pajak. Pembentukan kelompok kegiatan yang dimaksud adalah pembentukan kelompok pendataan, pemeriksaan, dan penagihan pajak daerah berdasarkan wilayah agar kegiatan yang dijalankan lebih spesifik sehingga hasilnya.”

Selain itu penulis juga mewawancarai Kepala Bidang Pengelolaan Pendapatan Daerah Bapak Ferry Indrawan, SE yang menyampaikan bahwa:

“Bapenda sering memperbarui sistem informasi dan teknologi untuk mempermudah proses administrasi pajak, pelaporan, dan pembayaran. Ini termasuk penggunaan aplikasi online dan sistem e-filing untuk mempermudah wajib pajak dalam melaporkan dan membayar pajak mereka.”

Upaya Badan Pendapatan Daerah dalam rangka perluasan pajak daerah antara lain pemutakhiran data wajib pajak, pengumpulan data usaha, penyesuaian tarif pajak, penyempurnaan nilai NJOP PBB-P2, serta pengumpulan dan pemetaan data objek PBB-P2. Agar data wajib pajak daerah dapat mencerminkan penerimaan pajak prospektif secara akurat, maka data tersebut harus dimutakhirkan secara berkala.

#### **4.1.5 Strategi Komunikasi Publik Bapenda**

Peraturan daerah yang berkaitan dengan pemungutan pajak, kerja sama dengan instansi dan lembaga lain, pendaftaran wajib pajak, dan sistem pembayaran pajak daerah sudah tertanam dalam benak wajib pajak dan perangkat daerah melalui upaya Badan Pendapatan Daerah. Strategi komunikasi yang sering digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan kepatuhan pajak. Bapak Riadi Putra Sinuraya, SE, Sekretaris Bapenda, dalam sebuah wawancara menyatakan bahwa:

“Sosialisasi kepada wajib pajak di Kabupaten Serdang Bedagai dilaksanakan melalui pertemuan secara langsung dengan wajib pajak dan aparat pemerintah desa. Bapenda juga mendekati diri dengan masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai melalui media soisal dan media suara yaitu radio sergai fm dalam rangka memberikan wawasan akan pentingnya pajak khususnya PBB-P2 dan BPHTB untuk pembangunan dan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai yang terus berkelanjutan, tidak hanya melalui radio dan media sosial bapenda juga berupaya melakukan kerjasama dengan perangkat daerah atau instansi terkait dalam rangka mengoptimalkan pendapatan pajak daerah melalui pemasangan spanduk dan baliho.”

Setelah itu untuk mendapatkan informasi lebih dalam, penulis juga mewawancarai Kepala Bidang Pengelolaan Pendapatan Daerah Bapak Ferry Indrawan, SE yang mengatakan bahwa;

“untuk metode sendiri yang efektif itu sosialisasi ke desa untuk memberikan informasi secara langsung. Metode ini memungkinkan interaksi tatap muka dan memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk bertanya dan mendapatkan klarifikasi langsung”.



Gambar 4.2 Pemberitahuan melalui spanduk oleh Bapenda

Meskipun beberapa upaya telah dilakukan oleh Bapenda Kabupaten Serdang Bedagai, tidak dapat kita pungkiri bahwasanya ada beberapa masyarakat yang masih tidak patuh membayar kewajiban pajak ini terbukti yang terjadi dilapangan. Akan tetapi meskipun masih adanya terjadi beberapa masyarakat tidak patuh membayar kewajiban pajak dengan adanya strategi komunikasi yang dilakukan oleh Bapenda dengan mengadakan kegiatan Sosialisasi, Koordinasi, hingga himbauan melalui Radio, Media Sosial, Spanduk dan Baliho yang diberikan setidaknya dapat meminimalisir jumlah masyarakat yang masih rendah memiliki tingkat kesadaran dan kewajiban membayar pajak.

#### **4.1.6 Hambatan-hambatan terhadap pelayanan pajak**

Komunikasi yang efektif merupakan alat untuk mencapai tujuan profesional dan pribadi jangka pendek maupun jangka panjang. Kendala komunikasi biasanya disebabkan oleh hambatan atau hambatan terhadap implementasi kebijakan, yang dapat terjadi karena sejumlah alasan. Untuk mempelajari tantangan yang dihadapi Bapenda dalam layanan pajak. Peneliti berbicara dengan pihak-pihak terkait melalui wawancara.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Kepala Bidang Pengelolaan Pendapatan Daerah Bapak Ferry Indrawan, SE yang mengatakan bahwa:

“Kondisi ekonomi yang buruk menjadi faktor utama dan banyak masyarakat yang belum sepenuhnya memahami kewajiban perpajakan mereka, termasuk batas waktu pembayaran, prosedur, dan konsekuensi dari keterlambatan. Kurangnya pengetahuan ini sering

kali menyebabkan mereka terlambat dalam memenuhi kewajiban pajak.”

Setelah itu untuk mendapatkan informasi lebih dalam, penulis juga mewawancarai Petugas Layanan Bapenda Kabupaten Serdang Bedagai, berikut tanggapan Petugas Layanan Bapenda Bapak Suandi S.E kendala-kendala yang dihadapi oleh Bapenda dalam pelayanan pajak:

“Proses pembayaran pajak yang dianggap rumit atau tidak jelas dapat menghambat masyarakat untuk membayar tepat waktu. Hal ini termasuk kebingungan tentang dokumen yang diperlukan, formulir yang harus diisi, dan tempat pembayaran dan ketidak pastian pendapatan masyarakat karena tidak semua Masyarakat memiliki pendapatan yang tinggi.”

Hal ini juga didukung oleh masyarakat ibu Maisyarah Apani Tanjung yg mengatakan bahwa:

“Saya pernah mengalami kesulitan ekonomi yang membuat saya sulit untuk membayar pajak tepat waktu.”

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa tidak semua wajib pajak memiliki penghasilan yang sama atau bekerja di sektor ekonomi yang sama. Hal ini merupakan penjelasan yang sah atas situasi keuangan mereka, terutama jika hal tersebut menghalangi mereka untuk membayar PBB. Mereka berupaya untuk membayar pajak dengan menyisihkan uang secara bertahap dari penghasilan mereka, meskipun hal tersebut merupakan beban. Karena mereka menyadari kewajiban negara dan takut akan sanksi jika melaporkan pajak melewati batas waktu, wajib pajak berupaya untuk membayar PBB yang terutang. Seperti di lapangan, pengetahuan masyarakat tentang pembayaran pajak masih rendah. Dalam

upaya untuk mengingatkan wajib pajak untuk membayar pajak, telah dilakukan pemasangan iklan, MMT, umbul-umbul, dan surat yang disampaikan ke setiap kecamatan; namun, cara ini masih belum ideal karena tidak semua orang di Kabupaten Serdang Bedagai mengetahuinya. Banyak wajib pajak yang ingin membayar PBB tepat waktu dan tidak terlambat karena tidak semua wajib pajak memiliki kemampuan keuangan yang sama. Namun, kenyataan ini menghambat keinginan mereka. Keadaan individu (kekurangan uang).

#### **4.1.7 Kewajiban Pajak**

Menurut Gunadi (2013), kepatuhan pajak terjadi ketika wajib pajak bersedia membayar pajaknya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku tanpa perlu adanya pemeriksaan, penyelidikan mendalam, ancaman, peringatan, atau penerapan sanksi administratif atau hukum. Kurnia (2013) mendefinisikan kepatuhan pajak sebagai keadaan di mana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakannya dan memanfaatkan hak perpajakannya. Widodo (2013) menyatakan bahwa kepatuhan pajak diteliti dengan cara meneliti proses pengambilan keputusan yang digunakan seseorang ketika memutuskan apakah akan memenuhi kewajiban perpajakannya atau benar-benar menghindari pembayaran pajak. Selaku Kepala Bidang Pengelolaan Pendapatan Daerah, Bapak Ferry Indrawan, SE memberikan informasi tentang bagaimana Bapenda memastikan tidak ada tunggakan pajak untuk jenis pajak apa pun dan apa taktik yang mereka

gunakan untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat dalam membayar pajak tepat waktu.

“Kami mengevaluasi kecukupan penyampaian SPT dengan membandingkan jumlah SPT yang dikirim dengan jumlah yang harus dikirim sesuai dengan data administrasi. Ini membantu kami memastikan bahwa semua wajib pajak menerima pemberitahuan mereka tanpa kekurangan.”

Selain itu juga Petugas Layanan Bapak Lukman S.E, juga menyampaikan salah satu hal yang menjadi langkah konkret apa yang dilakukan Bapenda untuk mendorong masyarakat agar membayar pajak tepat waktu:

“Kami melakukan perbaikan pada proses pengelolaan tunggakan dan strategi komunikasi. Perbaikan ini dapat meliputi pembaruan dalam sistem administrasi, peningkatan prosedur pengingat, atau penyesuaian dalam strategi edukasi.”

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kepatuhan wajib pajak adalah kesediaan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan aturan yang berlaku tanpa perlu dipaksa dengan pemeriksaan, investigasi, peringatan, atau sanksi. Kepatuhan perpajakan merupakan keadaan di mana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya.

#### **4.1.8 Perkuat proses pemungutan pajak daerah**

Kabupaten Serdang Bedagai dilaksanakan dengan bekerja sama dengan berbagai pihak terkait dan melakukan sejumlah langkah strategis dalam hal regulasi. Dalam rangka mengoptimalkan dan meningkatkan basis data pajak daerah, di bidang regulasi dilakukan upaya percepatan

penyusunan Peraturan Daerah tentang Pajak dan Retribusi Daerah sesuai dengan UU HKPD, serta kemudahan regulasi untuk memperlancar dan meningkatkan keringanan pajak daerah (Mulyana, 2020). Sementara itu, Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) dalam rangka intensifikasi dan ekstensifikasi pajak daerah terus memperkuat kerja sama dengan semua pihak terkait. Penulis juga melakukan wawancara dengan Bapak Riadi Putra Sinuraya, SE, Sekretaris Bapenda untuk mengetahui apakah masyarakat mampu membayar pajak tepat waktu. Hasil wawancara sebagai berikut:

“Kami telah mengembangkan sistem pembayaran online yang memungkinkan wajib pajak untuk membayar pajak dari rumah atau kantor mereka kapan saja. Sistem ini mempermudah proses pembayaran dan mengurangi kemungkinan keterlambatan.”

Perluasan kerja sama dengan perbankan dan penyedia pembayaran daring, kerja sama dengan kejaksaan untuk penagihan pajak terutang, dan kerja sama dengan instansi terkait lainnya merupakan beberapa langkah dalam proses kerja sama ini (Anwar et.al., 2018). Bapenda bekerja sama dengan pemangku kepentingan nonpemerintah seperti masyarakat dan tokoh agama serta instansi pemerintah untuk melakukan sosialisasi dan edukasi tentang pembayaran pajak, khususnya Pajak PBB-P2 (Syamsuddin, 2017). Bapak Ferry Indrawan, SE, Kepala Bidang Pengelolaan Pendapatan Daerah, menyatakan:

“Kami bekerja sama dengan sekolah-sekolah untuk mengintegrasikan materi tentang perpajakan ke dalam kurikulum pendidikan. Ini bertujuan untuk membangun pemahaman mengenai pentingnya mematuhi kewajiban perpajakan sejak usia dini.”

Hasil dari upaya-upaya tersebut tercermin dalam perkembangan jumlah wajib pajak daerah di Kabupaten Serdang Bedagai dari tahun 2021 hingga 2023, sebagaimana terlihat pada Tabel di bawah ini;

**Tabel 4.1 Target Pencapaian Pajak Daerah Kabupaten Serdang Bedagai Tahun 2021 s.d 2023**

No	Jenis pajak	Jumlah persentase wajib pajak		
		2021	2022	2023
1.	Hotel	81,97	47,47	63,66
2.	Restoran	49,54	102,23	111,46
3.	Hiburan	38,77	39,73	69,79
4.	Reklame	86,31	70,05	75,24
5.	Pajak Penerangan Jalan	93,13	96,91	92,17
6.	Parkir	70,87	86,03	124,10
7.	Air Tanah	80,68	66,84	377,66
8.	Sarang Burung Walet	61,67	119,05	122,00
9.	Mineral Bukan Logam Dan Batuan	43,18	41,09	101,07
10.	PBB	75,58	68,62	84,01
11.	BPHTB	74,80	83,83	143,95
Jumlah Wajib Pajak		81,97	81,84	102,21

Sumber : Bapenda Serdang Bedagai, Tahun 2024

## **4.2 Pembahasan**

### **4.2.1 Strategi komunikasi Bapenda dalam memberikan pelayanan publik kepada masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai**

Dalam hal komunikator yang disampaikan oleh Bapenda Kabupaten Serdang Bedagai dalam meningkatkan kepatuhan pembayaran pajak dengan melakukan kegiatan sosialisasi bersifat Sosialisasi bersifat mengajak berarti bahwa pendekatan yang digunakan dalam menyampaikan informasi bertujuan untuk melibatkan masyarakat secara aktif. Dalam konteks ini, sosialisasi tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga mendorong partisipasi, dialog, dan interaksi. Dengan cara ini, masyarakat diajak untuk memahami pentingnya kepatuhan pembayaran pajak dan bagaimana kontribusi mereka berperan dalam pembangunan daerah. Dalam konteks ini, sosialisasi tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga mendorong partisipasi, dialog, dan interaksi. Dengan cara ini, masyarakat diajak untuk memahami pentingnya kepatuhan pembayaran pajak dan bagaimana kontribusi mereka berperan dalam pembangunan daerah.. Pesan yang dikembangkan juga mudah dipahami masyarakat dan sesuai kebutuhan informasi masyarakat.

Penawaran umum Setiap kegiatan yang memenuhi kebutuhan dasar warga negara atau penduduk akan barang, jasa, atau dukungan administratif dari penyedia layanan yang melayani kepentingan publik dianggap sebagai layanan publik. Penyedia layanan publik memiliki tugas untuk secara konsisten memberikan layanan publik sesuai dengan harapan publik yang terus berkembang

yang mengharuskan peningkatan kualitas layanan publik (Mulugol, 2020). Tujuan layanan publik adalah untuk membantu individu dari semua lapisan masyarakat dengan tuntutan fisik dan nonfisik mereka sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan mereka (Mahendra, 2022). Ini memerlukan keterlibatan proses komunikasi dalam layanan publik, khususnya yang mencakup pertemuan tatap muka antara penyedia layanan dan penerima layanan. Tujuan dari proses komunikasi adalah untuk mengubah keyakinan, sikap, perilaku, dan bahkan perubahan sosial yang diantisipasi. Ini bukan hanya pertukaran kata-kata dan informasi antara orang-orang untuk menumbuhkan pemahaman. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pelaku layanan publik, terutama ASN, harus dapat memahami dan menerapkan prinsip-prinsip komunikasi untuk mewujudkan kualitas layanan publik (Suhifatullah, 2019).

Dalam teori perpajakan, menurut Rochmad Soemitro (Mardiasmo, 2018: 3), pajak merupakan iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) tanpa mendapatkan jasa timbal balik secara langsung (kontra prestasi) yang dapat diperlihatkan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Pembinaan terhadap Bapenda terus dilakukan dalam upaya meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat dalam membayar pajak di Kabupaten Serdang Bedagai. Menurut P.J. A. Andriani (Mardiasmo, 2018), pajak merupakan iuran yang terutang kepada negara (yang bersifat memaksa) oleh yang wajib membayarnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan tanpa mendapatkan pembuktian prestasi secara langsung. Tujuan pajak adalah untuk membiayai pengeluaran umum yang berhubungan dengan penyelenggaraan

pemerintahan. Berdasarkan kedua putusan di atas, dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan iuran wajib masyarakat kepada negara sesuai amanat undang-undang, dan tidak mempunyai akibat langsung terhadap pelaksanaan (kompensasi) guna membiayai keperluan pemerintahan.

Di Kabupaten Serdang Bedagai, data lapangan, data sekunder, analisis mendalam, dan pembahasan digunakan untuk menentukan sasaran pajak daerah. (Sutedi, 2008) yang memberikan analisis mendalam tentang berbagai permasalahan seputar perpajakan dan retribusi daerah, menjelaskan beberapa taktik yang digunakan pada tahap pertama untuk meningkatkan basis pemungutan pajak daerah. Peningkatan pendapatan asli daerah memerlukan penyesuaian sasaran penerimaan pajak daerah dengan realisasi yang diharapkan, yang dapat dicapai melalui perbaikan basis data. Sesuai dengan gagasan MICE, kegiatan penilaian individual untuk berbagai item pajak, seperti PBB-P2, merupakan taktik untuk menaikkan nilai properti wajib pajak, khususnya pada hal-hal yang memiliki nilai ekonomis tinggi. Dengan melihat kewajiban perpajakan secara langsung dari subjek pajak di lapangan, Bapenda merencanakan Sensus Pajak PBB, yang merupakan langkah untuk memperluas basis pajak. Untuk memanggil objek pajak baru yang belum terdaftar secara resmi, strategi persuasif juga digunakan. Tujuan dari survei dan pemanggilan ini adalah untuk memberikan undangan kepada calon wajib pajak atau pengusaha untuk mengajukan permohonan menjadi wajib pajak daerah. Selain itu, berbagi data antarorganisasi terkait sangat penting untuk meningkatkan kualitas basis data pajak daerah dan meningkatkan efektivitas administrasi perpajakan. Strategi peningkatan kinerja

dan penerimaan pajak daerah dilaksanakan melalui kerja sama dengan berbagai entitas, termasuk Pemerintah Kabupaten Serdang Bedagai, Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil, Kejaksaan, dan Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Serdang Bedagai.

#### **4.2.2. Informasi Dari Pihak Pemerintah Kepada Rakyat/Wajib Pajak**

Kesadaran masyarakat terhadap pembayaran PBB dapat muncul dari upaya komunikasi efektif Bapenda, yang meliputi penyediaan informasi dan arahan dari pemerintah. Informasi dan penyuluhan dapat membantu setiap wajib pajak lebih menghargai manfaat membayar pajak, dan dapat berfungsi sebagai pengingat yang baik untuk selalu dapat membayar PBB tepat waktu dan tanpa terlambat. PBB dapat membangkitkan antusiasme dengan menawarkan informasi dan bimbingan karena dukungan wajib pajak terhadap program ini memerlukan dukungan inisiatif pemerintah untuk kesejahteraan masyarakat. Ada beberapa cara untuk menyebarluaskan informasi, seperti mengunjungi setiap desa dan menyelenggarakan pertemuan sosial dengan fokus pada nilai membayar pajak.

#### **4.2.3 Seleksi dan Penggunaan Media**

Pada seleksi dan penggunaan media, Bapenda menggunakan radio, media cetak dan media sosial. Media cetak yakni, Surat Teguran dan brosur, kemudian media sosial, yakni instagram, facebook, Penggunaan media sosial memungkinkan Bapenda untuk menjangkau generasi muda dan pengguna aktif internet, sementara media cetak dan elektronik menjangkau masyarakat yang mungkin lebih nyaman dengan format tradisional. Selain itu, kegiatan sosialisasi

secara langsung memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berinteraksi dan bertanya, sehingga menciptakan dialog yang lebih terbuka. Pendekatan multimedia ini tidak hanya meningkatkan jangkauan informasi, tetapi juga memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diakses oleh berbagai kalangan masyarakat. Dengan cara ini, Bapenda menunjukkan komitmen untuk mendukung dan melibatkan masyarakat dalam tanggung jawab perpajakan, serta membangun kesadaran yang lebih tinggi akan pentingnya kontribusi pajak untuk pembangunan daerah. Ini mencerminkan pemahaman mendalam akan kebutuhan dan preferensi masyarakat, sehingga upaya komunikasi dapat lebih efektif dan berdampak.

Komunikator harus berhati-hati dalam mengubah kondisi khalayak atau komunikan, seperti halnya dalam menyusun pesan untuk komunikasi yang akan dirilis. Begitu pula dalam proses pemilihan media secara langsung dan tidak langsung. Penggunaan media komunikasi untuk menyosialisasikan suatu program harus disesuaikan dengan khalayak, sebagaimana penyusunan pesan harus disesuaikan dengan komunikan atau khalayak. Kualitas, tujuan, dan isi pesan yang akan dikomunikasikan, serta jenis media yang dimiliki khalayak atau komunikan, harus diperhatikan dalam pemilihan media komunikasi. Bapenda Kabupaten Serdang Bedagai menggunakan berbagai saluran komunikasi, baik media cetak maupun media sosial, untuk menyebarluaskan program insentif tersebut. Bapenda biasanya menggunakan media cetak, seperti brosur yang dibagikan kepada khalayak atau masyarakat, terutama pada saat sosialisasi untuk menarik perhatian dalam penyampaian informasi. Bapenda juga terkadang mengunggah spanduk atau baliho pada akun media sosial yang dimilikinya. Kemudian, Bapenda tidak

memiliki jadwal tetap untuk kegiatan sosialisasi pada tahap pelaksanaan. Berdasarkan hasil penelitian penulis, bagian ini menggambarkan kontribusi signifikan yang diberikan oleh personel layanan Bapenda. Selain itu, penulis memberikan pengamatan langsung terhadap pelaksanaan rencana komunikasi Bapenda. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa keterlibatan wajib pajak Kabupaten Serdang Bedagai meningkat sebagai hasil dari pelaksanaan berbagai inisiatif komunikasi strategis.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Setelah melakukan penyajian hasil penelitian dan melakukan pembahasan maka simpulan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Dalam hal komunikator yang disampaikan oleh Bapenda Kabupaten Serdang telah mengambil langkah proaktif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya kepatuhan pembayaran pajak. Melalui kegiatan sosialisasi yang bersifat mengajak Sosialisasi bersifat mengajak khalayak yang berarti bahwa pendekatan yang digunakan dalam menyampaikan informasi bertujuan untuk melibatkan masyarakat secara aktif. Bapenda tidak hanya sekedar menyampaikan informasi, tetapi juga berupaya menciptakan keterlibatan masyarakat. Pesan yang disampaikan dirancang dengan cermat agar mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat, sehingga informasi tersebut dapat diakses dan diterima dengan baik. Pendekatan yang berfokus pada kebutuhan informasi masyarakat menunjukkan bahwa Bapenda berusaha memahami konteks dan kekhawatiran yang dihadapi oleh masyarakat terkait pajak. Dengan demikian, sosialisasi ini tidak hanya menjadi sarana edukasi, tetapi juga membangun hubungan yang lebih baik antara pemerintah dan masyarakat, meningkatkan rasa tanggung jawab bersama, serta mendorong partisipasi aktif dalam kewajiban perpajakan. Ini mencerminkan strategi komunikasi yang efektif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

2. Media yang dipilih Bapenda pemilihan media yang tepat dan strategis dalam upaya menyampaikan informasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pajak. Dengan mempertimbangkan karakteristik masyarakat setempat, Bapenda memanfaatkan berbagai saluran komunikasi yang beragam, seperti media sosial (*Facebook* dan *Instagram*), media cetak (spanduk dan brosur), media elektronik (Radio Lokal Sergai FM) agar menjangkau audiens yang lebih luas untuk memberikan informasi yang relevan kepada masyarakat. serta sosialisai dengan jajaran di tingkat Desa dan Kecamatan sangat penting untuk memberikan pemahaman maupun informasi yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Penggunaan media sosial memungkinkan Bapenda untuk menjangkau generasi muda dan pengguna aktif internet, sementara media cetak dan elektronik menjangkau masyarakat yang mungkin lebih nyaman dengan format tradisional. Selain itu, kegiatan sosialisasi secara langsung memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berinteraksi dan bertanya, sehingga menciptakan dialog yang lebih terbuka Pendekatan multi-media ini tidak hanya meningkatkan jangkauan informasi, tetapi juga memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diakses oleh berbagai kalangan masyarakat. Dengan cara ini, Bapenda menunjukkan komitmen untuk mengedukasi dan melibatkan masyarakat dalam tanggung jawab perpajakan, serta membangun kesadaran yang lebih tinggi akan pentingnya kontribusi pajak untuk pembangunan daerah. Ini mencerminkan pemahaman mendalam akan kebutuhan dan preferensi

masyarakat, sehingga upaya komunikasi dapat lebih efektif dan berdampak.

3. Kurangnya kepatuhan masyarakat terkait membayar pajak sehingga dasarnya Bapenda terus memberikan informasi mengenai cara menghindari tunggakan pajak, pentingnya menyelesaikan kewajiban pajak secara tepat waktu dan konsekuensi dari keterlambatan.

## **5.2.Saran**

Setelah melakukan analisis penelitian dan menarik kesimpulan maka saran dalam penelitian sebagai berikut:

1. Secara teoritis, teori yang disarankan adalah komunikasi interpersonal agar dapat diperbanyak lagi dan mengenai strategi komunikasi publik Bapenda dalam hal pelayanan publik lebih diperdalam sesuai dengan keadaan. Petugas pelayanan bapenda diharapkan lebih meningkatkan kepatuhan masyarakat membayar pajak.
2. Secara akademis: riset mengenai strategi komunikasi publik Badan Pendapatan Daerah dalam upaya meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat membayar pajak di strategi komunikasi publik Badan Pendapatan Daerah dalam upaya meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat membayar pajak di Kabupaten Serdang Bedagai menjadi referensi kedepannya.
3. Secara praktis: untuk Bapenda Kabupaten Serdang Bedagai lebih ditingkatkan lagi dengan cara berkomunikasi yang baik dan sopan kepada

masyarakat dan kedepannya Bapenda bisa lebih bersabar ketika menghadapi masyarakat yang datang ke loket pembayaran PBB.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atarwaman, R. J. D. (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Sanksi Pajak Dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi*, 6(1), 39–51.
- Anwar, R., et al. (2018). Strategi Peningkatan Penerimaan Pajak Daerah: Kasus Kota Pekanbaru. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 22(4), 597-609.
- Berry. (2014). Management Improvement Model. *Journal of Social and Behavioral Sciences*.
- Fandy Tjiptono, P. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4. *Yogyakarta: Andi*.
- Faustyna. (2023). Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi (Teori dan Praktek). UMSU PRESS.
- Gliselda Aurelia, D., & Ema Jumiati, I. (2023). Strategi Komunikasi Publik Dalam Menanggapi Gelombang Misinformasi Dan Disinformasi PPDB Online Di Provinsi Banten. *Sawala : Jurnal Administrasi Negara*, 11(1), 117–127. <https://doi.org/10.30656/sawala.v11i1.5975>
- Gunawan, R., & Toni, A. (2022). Strategi Komunikasi Publik Kemenkes RI Dalam Membangun Kesadaran dan Partisipasi Masyarakat Untuk Vaksinasi Covid-19 Melalui Model SOSTAC. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 52–73. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v16i1.13817>
- Goleman, D. (2013). Kecerdasan Emosi Untuk Mencapai Puncak Prestasi. *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*.
- Gunadi. (2013). Panduan Komprehensif Pajak Penghasilan. *Jakarta: Bee Media Indonesia*.
- Kotler, P., Keller, K. L., Manceau, D., & Dubois, B. (2016). Marketing Management, 15e édition. *New Jersey: Pearson Education*.
- Kurnia, R. S. (2013). Perpajakan Indonesia: Konsep & Aspek Formal. *Yogyakarta: Graha Ilmu*.
- Lingga Pranata, Muh. Ilham, & Romi Saputra. (2020). Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Dari Sektor Pajak Daerah (Studi Kasus Pajak Mineral bukan Logam dan Batuan di Kabupaten Bangka Provinsi Kepulauan Bangka Belitung). *VISIONER : Jurnal Pemerintahan Daerah Di Indonesia*, 11(3), 431–444. <https://doi.org/10.54783/jv.v11i3.216>.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2014). Manajemen Pemasaran jasa. *Salemba Empat, Jakarta*.
- Mardiasmo. 2018. Perpajakan Edisi Terbaru 2018. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Mulyana, A. (2020). Panduan Lengkap Pemetaan Perpajakan Daerah. Jakarta: Rajawali Press.

- Mucharam, A. (2022). Membangun Komunikasi Publik Yang Efektif. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 27(1), 71–82.
- Muhammad, Arni. (2018). Komunikasi Organisasi. Bumi Aksara. Jakarta.
- Nurmantu, Safri. 2003. Pengantar Perpajakan. Jakarta: Granit
- Pandiangan. (2014). Administrasi Perpajakan. Erlangga, Jakarta.
- Puspita, R. (2014). Teori Perpajakan. Jakarta: Salemba Empat.
- Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 19 Tahun 2010 tentang Tata Cara Pelaksanaan Tugas Dan Wewenang Serta Kedudukan Keuangan Gubernur Sebagai Wakil Pemerintah Di Wilayah Provinsi .Pemerintah Pusat. Jakarta.
- Peraturan Daerah (PERDA) Kabupaten Serdang Bedagai Nomor 6 Tahun 2016 tentang Pembentukan Perangkat Daerah Kabupaten Serdang Bedagai.Otonomi Daerah Dan Pemerintah Daerah - Struktur Organisasi . Sei Rampah.
- Saputri, M. I., & Suhatmi, E. C. (2022). Pengaruh Kesadaran Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di Masa Pandemi Covid-19 Bagi Pegawai Tetap. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 2(1), 1–5.
- Stein, S. J. (2014). Prinsip Dasar Kecerdasan Emosional Meraih Sukses. Bandung: Kaifa.
- Sutedi, Adrian, 2008. Hukum Pajak dan Retribusi Daerah, Bogor: Ghalia Indonesia
- Syamsuddin, A., & Zulkifli, Z. (2017). Pajak Daerah: Konsep, Teori, dan Implementasi. Jakarta:Kencana.
- Undang-undang (UU) Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 28 Tahun 2009 & Peraturan Menteri Keuangan RI Tahun 2013 Tentang Perpajakan.”
- Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Jakarta: Republik Indonesia.
- Umbu Andu Maramba, Tjahya Supriatna, & Hyronimus Rowa. (2021). Strategi Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Sumba Timur Dalam Meningkatkan Target Penerimaan Pajak Daerah. *VISIONER : Jurnal Pemerintahan Daerah Di Indonesia*, 13(2), 129–144. <https://doi.org/10.54783/jv.v13i2.421>
- Waluyo, B. (2016). Implementasi Pembiayaan Mudharabah Pada Bank Syariah Untuk Merealisasikan Tujuan Ekonomi Islam. *JEBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)| JOURNAL OF ISLAMIC ECONOMICS AND BUSINESS*, 2(2), 185–204.
- Wicaksono, D. R. (2022). Strategi Komunikasi Unit Pasar Besar Induk Kramat

*Jati Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Komunitas Pedagang Di Pasar Induk Kramat Jati. 7–25.*

Waluyo. (2011). *Perpajakan Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta.

Widodo, W. (2013). *Moralitas, Budaya, dan Kepatuhan Pajak*. Bandung: Alfabeta.

**LAMPIRAN 1**  
**DAFTAR WAWANCARA**

**Judul Penelitian :STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK BADAN PENDAPATAN DAERAH DALAM UPAYA MENINGKATKAN KESADARAN DAN KEPATUHAN MASYARAKAT MEMBAYAR PAJAK DI KABUPATEN SERDANG BEDAGAI**

**Nama Peneliti : Cindi Aulia**

**NPM 2220040024**

**Prodi : Magister Ilmu Komunikasi**

**Tanggal/Tempat Wawancara: / Bapenda Kab. Serdang Bedagai**

**A. Identifikasi Narasumber**

- 1. Nama : Riadi Putra Sinuraya, SE**
- 2. Jenis Kelamin : Laki-laki**
- 3. Usia : 43 Tahun**
- 4. Agama : Islam**
- 5. Jabatan : Sekretaris Bapenda**

**B. Daftar Pertanyaan**

**B1. Pertanyaan untuk Sekretaris, Kabid Dan Petugas Layanan Bapenda Kab. Serdang Bedagai**

**- Strategi Komunikasi Publik**

- 1. Apakah media yang digunakan Bapenda agar masyarakat mau membayar pajak tepat waktu?**

Jawaban: Untuk tekniknya kami mengadakan Sosialisasi kepada wajib pajak di Kabupaten Serdang Bedagai dilaksanakan melalui pertemuan secara langsung dengan wajib pajak dan aparat pemerintah desa. Bapenda juga mendekatkan diri dengan wajib pajak dan masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai melalui media sosial dan media suara yaitu radio sergai fm dalam rangka memberikan wawasan akan pentingnya pajak khususnya PBB-P2 dan BPHTB untuk pembangunan dan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai yang terus berkelanjutan, tidak hanya melalui radio dan media sosial bapenda juga berupaya melakukan kerjasama dengan perangkat daerah atau instansi terkait dalam rangka mengoptimalkan pendapatan pajak daerah melalui pemasangan

spanduk dan Baliho.

2. Apa saja metode atau media komunikasi yang paling efektif yang digunakan Bapenda untuk menyampaikan informasi tentang pajak kepada masyarakat?

Jawaban: Bapenda Kabupaten Serdang Bedagai telah mengevaluasi dan mengimplementasikan berbagai metode dan media komunikasi untuk menyampaikan informasi tentang pajak kepada masyarakat. Berdasarkan pengalaman dan evaluasi kami, beberapa metode dan media komunikasi yang terbukti paling efektif seperti spanduk dan media sosial

3. Bagaimana cara Bapenda dalam menjelaskan konsep dan manfaat dari program pembebasan pajak terbaru kepada masyarakat ?

Jawaban: Bapenda menggunakan berbagai cara dan saluran komunikasi untuk menjelaskan konsep dan manfaat dari program pembebasan pajak terbaru kepada masyarakat. pendekatan utama yang kami terapkan itu melalui sosialisasi kemudian melalui platform media sosial seperti Facebook, Instagram serta postingan yang mudah dipahami untuk menjelaskan manfaat dan prosedur program tersebut dan Untuk menjangkau masyarakat yang mungkin tidak aktif di media sosial atau internet, kami meluncurkan kampanye iklan melalui radio.

4. Apa yang dilakukan Bapenda dalam menjangkau kelompok atau individu yang kurang memahami tentang adanya perubahan kebijakan pajak terbaru?

Jawaban: Bapenda berkomitmen untuk memastikan bahwa semua lapisan masyarakat, termasuk mereka yang mungkin kurang memahami perubahan kebijakan pajak terbaru, dapat mendapatkan informasi yang jelas dan akurat Kami melakukan kunjungan langsung ke lokasi-lokasi strategis seperti pasar, rumah ibadah, dan pusat komunitas untuk memberikan informasi dan bimbingan langsung. Tim Bapenda sering melakukan dialog langsung dengan

masyarakat untuk menjelaskan perubahan kebijakan dan mendengarkan umpan balik atau pertanyaan dari mereka.

5. Bagaimana sistem pemungutan Pajak yang dilakukan Bapenda untuk mendorong masyarakat untuk memahami pentingnya dan kewajiban membayar pajak?

Jawaban: Untuk Pemungutan Pajak sendiri menggunakan penerapan sistem *Self Assesment* dan *Official Assesment* atau pajak yang ditetapkan berdasarkan laporan omset dari pengusaha, masyarakat ataupun pajak yang ditetapkan berdasarkan penetapan dari Badan Pendapatan Daerah.

- **Kesadaran**

1. Bagaimana Bapenda menjelaskan kepada masyarakat mengenai pentingnya kontribusi pajak dalam membiayai semua pengeluaran rutin dan pembangunan negara?

Jawaban: Kami menjelaskan kepada masyarakat mengenai pentingnya kontribusi pajak sebagai sumber utama pembiayaan pengeluaran rutin dan pembangunan daerah. Kami menggunakan berbagai metode dan saluran untuk memastikan informasi ini dapat dipahami dengan baik oleh masyarakat.

2. Apakah strategi apa yang digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan kewajiban membayar pajak demi mendukung keberlangsungan pembiayaan negara?

Jawaban: kami menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai kewajiban membayar pajak dan pentingnya kontribusi mereka dalam mendukung pembiayaan negara seperti sosialisasi dan media sosial kami bertujuan untuk memastikan bahwa masyarakat memahami pentingnya membayar pajak dan bagaimana kontribusi mereka mendukung

keberlangsungan pembiayaan negara serta pembangunan daerah. Kami terus berkomitmen untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak melalui pendekatan yang efektif dan terintegrasi.

3. Bagaimana Bapenda menjelaskan kepada masyarakat mengenai pentingnya mematuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan undang-undang perpajakan yang berlaku?

Jawaban: Kami memanfaatkan platform media sosial dan website resmi Bapenda untuk menyebarluaskan informasi mengenai undang-undang perpajakan dan kewajiban perpajakan. Kami berupaya untuk memastikan bahwa masyarakat tidak hanya memahami kewajiban perpajakan mereka sesuai dengan undang-undang yang berlaku tetapi juga menyadari pentingnya mematuhi ketentuan tersebut untuk mendukung pembiayaan negara dan pembangunan daerah.

4. Apa upaya yang telah dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah dalam mengoptimalkan realisasi pajak daerah pentingnya mematuhi kewajiban perpajakan yang jelas kepada masyarakat?

Jawaban: upaya intensifikasi dan ekstensifikasi pajak daerah. Upaya intensifikasi pajak daerah yang dilakukan yaitu pembentukan kelompok kegiatan berdasarkan wilayah, penerapan sistem online pajak daerah, penagihan piutang aktif, sosialisasi, kerjasama dengan pihak ketiga, dan penerapan sanksi pajak. Pembentukan kelompok kegiatan yang dimaksud adalah pembentukan kelompok pendataan, pemeriksaan, dan penagihan pajak daerah berdasarkan wilayah agar kegiatan yang dijalankan lebih spesifik sehingga hasilnya optimal.

5. Apa saja hambatan-hambatan masyarakat telat membayar pajak?

Jawaban: Kesulitan finansial adalah salah satu alasan utama mengapa

masyarakat tidak dapat membayar pajak tepat waktu. terutama faktor ekonomi yang membuat masyarakat telat membayar pajak, karena kurangnya kesadaran membayar pajak, pencapaian target penerimaan pajak bumi dan bangunan tidak dapat dijadikan tolokukur atau indikator tingkat pengetahuan masyarakat secara umum. Karena kesadaran membayar pajak bumi dan bangunan timbul dari masyarakat itu sendiri, membayar PBB pada hakekatnya merupakan salah satu wujud kerjasama nasional dalam membantu pembangunan nasional.

- **Kepatuhan**

1. Bagaimana cara Bapenda dalam mengevaluasi keefektifan dan kecukupan waktu penyampaian surat pemberitahuan (SPT) untuk semua jenis pajak dalam dua tahun terakhir?

Jawaban: Kami secara rutin memantau proses pengiriman SPT, mulai dari persiapan hingga penerimaan oleh wajib pajak. Data ini mencakup waktu pengiriman, tanggal penerimaan, dan feedback dari wajib pajak mengenai proses tersebut.

2. Strategi apa yang diimplementasikan untuk memastikan bahwa masyarakat dapat membayar pajak tepat waktu setelah menerima pemberitahuan?

Jawaban: Kami telah mengembangkan sistem pembayaran online yang memungkinkan wajib pajak untuk membayar pajak dari rumah atau kantor mereka kapan saja. Sistem ini mempermudah proses pembayaran dan mengurangi kemungkinan keterlambatan.

3. Bagaimana Bapenda menilai kecukupan dan ketepatan waktu dalam penyampaian surat pemberitahuan (SPT) untuk semua jenis pajak selama dua tahun terakhir?

Jawaban: Kami mengevaluasi kecukupan penyampaian SPT dengan membandingkan jumlah SPT yang dikirim dengan jumlah yang harus dikirim

sesuai dengan data administrasi. Ini membantu kami memastikan bahwa semua wajib pajak menerima pemberitahuan mereka tanpa kekurangan.

4. Bagaimana Bapenda memastikan bahwa tidak ada tunggakan pajak untuk semua jenis pajak serta strategi apa yang mereka terapkan untuk meningkatkan kesadaran dan ketaatan masyarakat dalam membayar pajak secara tepat waktu?

Jawaban: Untuk mengelola tunggakan, kami menerapkan sistem penagihan yang terstruktur. Ini termasuk pengiriman surat peringatan resmi, penjadwalan pertemuan dengan wajib pajak yang mengalami kesulitan, dan penerapan tindakan administratif jika diperlukan, seperti denda atau penyitaan aset.

5. Apakah langkah konkret apa yang dilakukan Bapenda untuk mendorong masyarakat agar membayar pajak tepat waktu?

Jawaban: Kami memberikan insentif, seperti diskon atau pengurangan denda, bagi wajib pajak yang membayar tepat waktu. Insentif ini bertujuan untuk memotivasi wajib pajak agar memenuhi kewajiban mereka secara tepat waktu.

## **A. Identifikasi Narasumber**

- 1. Nama** : Ferry Indrawan, SE
- 2. Jenis Kelamin** : Laki-laki
- 3. Usia** : 48 Tahun
- 4. Agama** : Islam
- 5. Jabatan** : Kabid Pengelolaan Pendapatan Daerah

## **B. Daftar Pertanyaan**

### **B1. Pertanyaan untuk Sekretaris, Kabid Dan Petugas Layanan Bapenda Kab. Serdang Bedagai**

#### **- Strategi Komunikasi Publik**

- 1. Apakah media yang digunakan Bapenda agar masyarakat mau membayar pajak tepat waktu?**

Jawaban: Media yang digunakan bapenda ada banyak seperti media sosial, media cetak, media elektronik.

- 2. Apa saja metode atau media komunikasi yang paling efektif yang digunakan Bapenda untuk menyampaikan informasi tentang pajak kepada masyarakat?**

Jawaban: untuk metode sendiri yg efektif itu sosialisasi ke desa untuk memberikan informasi secara langsung. Metode ini memungkinkan interaksi tatap muka dan memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk bertanya dan mendapatkan klarifikasi langsung.

- 3. Bagaimana cara Bapenda dalam menjelaskan konsep dan manfaat dari program pembebasan pajak terbaru kepada masyarakat ?**

Jawaban: Melalui sosialisasi, radio dan melalui platform media sosial seperti Facebook, Instagram. Media sosial juga memungkinkan kami untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat dan merespons pertanyaan atau kekhawatiran mereka dengan cepat.

- 4. Apa yang dilakukan Bapenda dalam menjangkau kelompok atau individu yang kurang memahami tentang adanya perubahan kebijakan pajak terbaru?**

Jawaban: Kami mengadakan program penyuluhan yang ditargetkan khusus

kepada kelompok masyarakat yang mungkin kurang terjangkau oleh media konvensional, seperti masyarakat di daerah pedesaan atau kelompok yang memiliki tingkat pendidikan rendah. Program ini termasuk pelatihan dan seminar yang dipandu oleh petugas Bapenda untuk memberikan penjelasan langsung mengenai perubahan kebijakan pajak.

5. Bagaimana sistem pemungutan Pajak yang dilakukan Bapenda untuk mendorong masyarakat untuk memahami pentingnya dan kewajiban membayar pajak?

Jawaban: untuk sistemnya kami menggunakan sistem *Self Assesment* dan *Official Assesment* sistem pemungutan pajak yang dirancang untuk mempermudah proses pembayaran dan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang kewajiban pajak

- **Kesadaran**

1. Bagaimana Bapenda menjelaskan kepada masyarakat mengenai pentingnya kontribusi pajak dalam membiayai semua pengeluaran rutin dan pembangunan negara?

Jawaban: Kami menerbitkan laporan tahunan yang transparan mengenai penggunaan pajak dan dampaknya terhadap pembangunan daerah

2. Apakah strategi apa yang digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan kewajiban membayar pajak demi mendukung keberlangsungan pembiayaan negara?

Jawaban: Kami melakukan sosialisasi langsung di pasar, pusat perbelanjaan, dan tempat umum lainnya. Dengan pendekatan ini, kami dapat menjangkau masyarakat secara.

3. Bagaimana Bapenda menjelaskan kepada masyarakat mengenai pentingnya mematuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan undang-undang perpajakan yang berlaku?

Jawaban: Kami bekerja sama dengan sekolah-sekolah untuk mengintegrasikan materi tentang perpajakan ke dalam kurikulum pendidikan. Ini bertujuan untuk membangun pemahaman mengenai pentingnya mematuhi kewajiban perpajakan sejak usia dini.

4. Apa upaya yang telah dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah dalam mengoptimalkan realisasi pajak daerah pentingnya mematuhi kewajiban perpajakan yang jelas kepada masyarakat?

Jawaban: Bapenda sering memperbarui sistem informasi dan teknologi untuk mempermudah proses administrasi pajak, pelaporan, dan pembayaran. Ini termasuk penggunaan aplikasi online dan sistem e-filing untuk mempermudah wajib pajak dalam melaporkan dan membayar pajak mereka.

5. Apa saja hambatan-hambatan masyarakat telat membayar pajak?

Jawaban: Banyak masyarakat yang belum sepenuhnya memahami kewajiban perpajakan mereka, termasuk batas waktu pembayaran, prosedur, dan konsekuensi dari keterlambatan. Kurangnya pengetahuan ini sering kali menyebabkan mereka terlambat dalam memenuhi kewajiban pajak.

#### - **Kepatuhan**

1. Bagaimana cara Bapenda dalam mengevaluasi keefektifan dan kecukupan waktu penyampaian surat pemberitahuan (SPT) untuk semua jenis pajak dalam dua tahun terakhir?

Jawaban: Kami menggunakan sistem informasi pajak untuk melacak pengiriman SPT dan mencatat setiap kejadian keterlambatan atau masalah

teknis yang terjadi selama proses tersebut.

2. Strategi apa yang diimplementasikan untuk memastikan bahwa masyarakat dapat membayar pajak tepat waktu setelah menerima pemberitahuan?

Jawaban: Kami telah mengembangkan sistem pembayaran online yang memungkinkan wajib pajak untuk membayar pajak dari rumah atau kantor mereka kapan saja. Sistem ini mempermudah proses pembayaran dan mengurangi kemungkinan keterlambatan.

3. Bagaimana Bapenda menilai kecukupan dan ketepatan waktu dalam penyampaian surat pemberitahuan (SPT) untuk semua jenis pajak selama dua tahun terakhir?

Jawaban: Kami mengevaluasi kecukupan penyampaian SPT dengan membandingkan jumlah SPT yang dikirim dengan jumlah yang harus dikirim sesuai dengan data administrasi. Ini membantu kami memastikan bahwa semua wajib pajak menerima pemberitahuan mereka tanpa kekurangan.

4. Bagaimana Bapenda memastikan bahwa tidak ada tunggakan pajak untuk semua jenis pajak serta strategi apa yang mereka terapkan untuk meningkatkan kesadaran dan ketaatan masyarakat dalam membayar pajak secara tepat waktu?

Jawaban: Kami mengevaluasi kecukupan penyampaian SPT dengan membandingkan jumlah SPT yang dikirim dengan jumlah yang harus dikirim sesuai dengan data administrasi. Ini membantu kami memastikan bahwa semua wajib pajak menerima pemberitahuan mereka tanpa kekurangan.

5. Apakah langkah konkret apa yang dilakukan Bapenda untuk mendorong masyarakat agar membayar pajak tepat waktu?

Jawaban: Kami menawarkan program keringanan bagi wajib pajak yang menghadapi kesulitan finansial, termasuk opsi pembayaran cicilan atau penjadwalan ulang. Program ini membantu mereka yang mengalami kesulitan untuk tetap memenuhi kewajiban pajak tanpa merasa terbebani.

**A. Identifikasi Narasumber**

1. Nama : Suandi, SE
2. Jenis Kelamin : Laki-laki
3. Usia : 37 Tahun
4. Agama : Islam
5. Jabatan : Petugas Layanan

**B. Daftar Pertanyaan**

**B1. Pertanyaan untuk Sekretaris, Kabid Dan Petugas Layanan Bapenda Kab. Serdang Bedagai**

**- Strategi Komunikasi Publik**

1. Apakah media yang digunakan Bapenda agar masyarakat mau membayar pajak tepat waktu?

Jawaban: Ada banyak yang digunakan bapend spanduk, radio, facebook, instagram

2. Apa saja metode atau media komunikasi yang paling efektif yang digunakan Bapenda untuk menyampaikan informasi tentang pajak kepada masyarakat?

Jawaban: Media sosial

3. Bagaimana cara Bapenda dalam menjelaskan konsep dan manfaat dari program pembebasan pajak terbaru kepada masyarakat ?

Jawaban: Kami bekerja sama dengan perangkat desa masyarakat setempat untuk menyebarluaskan informasi mengenai perubahan kebijakan pajak.

4. Apa yang dilakukan Bapenda dalam menjangkau kelompok atau individu yang kurang memahami tentang adanya perubahan kebijakan pajak terbaru?

Jawaban: Kami menyediakan layanan konsultasi dan bantuan di kantor-kantor Bapenda dan melalui telepon. Masyarakat yang mengalami kesulitan atau kebingungan terkait kebijakan pajak terbaru dapat menghubungi kami untuk mendapatkan penjelasan lebih lanjut dan bantuan praktis.

5. Bagaimana sistem pemungutan Pajak yang dilakukan Bapenda untuk mendorong masyarakat untuk memahami pentingnya dan kewajiban membayar

pajak?

Jawaban: untuk sistemnya kami menggunakan sistem *Self Assesment* dan *Official Assesment*

- **Kesadaran**

1. Bagaimana Bapenda menjelaskan kepada masyarakat mengenai pentingnya kontribusi pajak dalam membiayai semua pengeluaran rutin dan pembangunan negara?

Jawaban: Kami menggunakan platform media sosial untuk menyebarkan informasi mengenai kontribusi pajak

2. Apakah strategi apa yang digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan kewajiban membayar pajak demi mendukung keberlangsungan pembiayaan negara?

Jawaban: Kami meluncurkan kampanye iklan melalui radio, dan spanduk untuk meningkatkan kesadaran masyarakat

3. Bagaimana Bapenda menjelaskan kepada masyarakat mengenai pentingnya mematuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan undang-undang perpajakan yang berlaku?

Jawaban: Petugas layanan melakukan penyuluhan ke kecamatan dan desa

4. Apa upaya yang telah dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah dalam mengoptimalkan realisasi pajak daerah pentingnya mematuhi kewajiban perpajakan yang jelas kepada masyarakat?

Jawaban: Upaya seperti yang saya sebutkan ya melalui spanduk, facebook dan secara langsung kedesa

5. Apa saja hambatan-hambatan masyarakat telat membayar pajak?

Jawaban: Proses pembayaran pajak yang dianggap rumit atau tidak jelas dapat

menghambat masyarakat untuk membayar tepat waktu. Hal ini termasuk kebingungan tentang dokumen yang diperlukan, formulir yang harus diisi, dan tempat pembayaran.

- **Kepatuhan**

1. Bagaimana cara Bapenda dalam mengevaluasi keefektifan dan kecukupan waktu penyampaian surat pemberitahuan (SPT) untuk semua jenis pajak dalam dua tahun terakhir?

Jawaban: Kami melakukan survei kepuasan untuk mendapatkan umpan balik dari wajib pajak mengenai kecepatan dan keefektifan penyampaian SPT.

2. Strategi apa yang diimplementasikan untuk memastikan bahwa masyarakat dapat membayar pajak tepat waktu setelah menerima pemberitahuan?

Jawaban: Kami menyediakan materi informasi yang mudah dipahami, seperti brosur,

3. Bagaimana Bapenda menilai kecukupan dan ketepatan waktu dalam penyampaian surat pemberitahuan (SPT) untuk semua jenis pajak selama dua tahun terakhir?

Jawaban: Kami mengevaluasi kecukupan penyampaian SPT dengan membandingkan jumlah SPT yang dikirim dengan jumlah yang harus dikirim sesuai dengan data administrasi. Ini membantu kami memastikan bahwa semua wajib pajak menerima pemberitahuan mereka tanpa kekurangan.

4. Bagaimana Bapenda memastikan bahwa tidak ada tunggakan pajak untuk semua jenis pajak serta strategi apa yang mereka terapkan untuk meningkatkan kesadaran dan ketaatan masyarakat dalam membayar pajak secara tepat waktu?

Jawaban Kami menganalisis ketepatan waktu pengiriman SPT dengan membandingkan tanggal pengiriman yang sebenarnya dengan tenggat waktu

yang telah ditetapkan.

5. Apakah langkah konkret apa yang dilakukan Bapenda untuk mendorong masyarakat agar membayar pajak tepat waktu?

Jawaban: Kami melakukan perbaikan pada proses pengelolaan tunggakan dan strategi komunikasi. Perbaikan ini dapat meliputi pembaruan dalam sistem administrasi, peningkatan prosedur pengingat, atau penyesuaian dalam strategi edukasi.

## **A. Identifikasi Narasumber**

- 1. Nama** : Lukman, SE
- 2. Jenis Kelamin** : Laki-laki
- 3. Usia** : 48 Tahun
- 4. Agama** : Islam
- 5. Jabatan** : Petugas Layanan

## **B. Daftar Pertanyaan**

### **B1. Pertanyaan untuk Sekretaris, Kabid Dan Petugas Layanan Bapenda Kab. Serdang Bedagai**

#### **- Strategi Komunikasi Publik**

- 1. Apakah media yang digunakan Bapenda agar masyarakat mau membayar pajak tepat waktu?**

Jawaban: yang digunakan spanduk, baliho, brosur radio, facebook, instagram

- 2. Apa saja metode atau media komunikasi yang paling efektif yang digunakan Bapenda untuk menyampaikan informasi tentang pajak kepada masyarakat?**

Jawaban: Spanduk dan brosur karena memnungkikan masyarakat mendapatkan infonya

- 3. Bagaimana cara Bapenda dalam menjelaskan konsep dan manfaat dari program pembebasan pajak terbaru kepada masyarakat ?**

Jawaban: Kami menyusun materi informasi seperti brosur, pamflet, dan panduan dalam bahasa yang sederhana dan mudah dipahami. Materi ini dirancang khusus untuk menjelaskan konsep kebijakan pajak terbaru dengan cara yang mudah dicerna, dan didistribusikan di tempat-tempat umum serta kantor layanan pajak.

- 4. Apa yang dilakukan Bapenda dalam menjangkau kelompok atau individu yang kurang memahami tentang adanya perubahan kebijakan pajak terbaru?**

Jawaban: Kami mengadakan program penyuluhan yang ditargetkan khusus kepada kelompok masyarakat yang mungkin kurang terjangkau oleh media

- 5. Bagaimana sistem pemungutan Pajak yang dilakukan Bapenda untuk mendorong masyarakat untuk memahami pentingnya dan kewajiban membayar**

pajak?

Jawaban: untuk sistemnya kami menggunakan sistem *Self Assesment* dan *Official Assesment*.

- **Kesadaran**

1. Bagaimana Bapenda menjelaskan kepada masyarakat mengenai pentingnya kontribusi pajak dalam membiayai semua pengeluaran rutin dan pembangunan negara?

Jawaban: Kami menyediakan halaman khusus yang menjelaskan peran pajak dalam membiayai pengeluaran rutin dan proyek pembangunan.

2. Apakah strategi apa yang digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan kewajiban membayar pajak demi mendukung keberlangsungan pembiayaan negara?

Jawaban: Kami menyebarkan brosur yang menjelaskan kewajiban pajak dan manfaatnya secara ringkas dan mudah dipahami.

3. Bagaimana Bapenda menjelaskan kepada masyarakat mengenai pentingnya mematuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan undang-undang perpajakan yang berlaku?

Jawaban: Petugas layanan melakukan penyuluhan ke kecamatan dan desa

4. Apa upaya yang telah dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah dalam mengoptimalkan realisasi pajak daerah pentingnya mematuhi kewajiban perpajakan yang jelas kepada masyarakat?

Jawaban: Upaya seperti yang saya sebutkan ya melalui spanduk, facebook dan secara langsung kedesa

5. Apa saja hambatan-hambatan masyarakat telat membayar pajak?

Jawaban: Beberapa masyarakat mungkin tidak merasa termotivasi untuk

membayar pajak tepat waktu atau tidak menyadari pentingnya kepatuhan pajak untuk pembangunan daerah dan negara.

- **Kepatuhan**

1. Bagaimana cara Bapenda dalam mengevaluasi keefektifan dan kecukupan waktu penyampaian surat pemberitahuan (SPT) untuk semua jenis pajak dalam dua tahun terakhir?

Jawaban: Kami menganalisis waktu pengiriman SPT berdasarkan jadwal yang telah ditetapkan dan membandingkannya dengan tenggat waktu yang diharapkan. Ini mencakup penilaian terhadap apakah SPT dikirim tepat waktu sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan..

2. Strategi apa yang diimplementasikan untuk memastikan bahwa masyarakat dapat membayar pajak tepat waktu setelah menerima pemberitahuan?

Jawaban: Kami menggunakan sistem peringatan dini untuk memantau dan mengidentifikasi wajib pajak

3. Bagaimana Bapenda menilai kecukupan dan ketepatan waktu dalam penyampaian surat pemberitahuan (SPT) untuk semua jenis pajak selama dua tahun terakhir?

Jawaban: Kami mengevaluasi kecukupan penyampaian SPT dengan membandingkan jumlah SPT yang dikirim dengan jumlah yang harus dikirim sesuai dengan data administrasi. Ini membantu kami memastikan bahwa semua wajib pajak menerima pemberitahuan mereka tanpa kekurangan.

4. Bagaimana Bapenda memastikan bahwa tidak ada tunggakan pajak untuk semua jenis pajak serta strategi apa yang mereka terapkan untuk meningkatkan kesadaran dan ketaatan masyarakat dalam membayar pajak secara tepat waktu?

Jawaban: Petugas layanan menyusun laporan kinerja yang mencakup analisis kecukupan dan ketepatan waktu penyampaian SPT selama periode yang

ditentukan.

5. Apakah langkah konkret apa yang dilakukan Bapenda untuk mendorong masyarakat agar membayar pajak tepat waktu?

Jawaban: Kami melakukan perbaikan pada proses pengelolaan tunggakan dan strategi komunikasi. Perbaikan ini dapat meliputi pembaruan dalam sistem administrasi, peningkatan prosedur pengingat, atau penyesuaian dalam strategi edukasi.

## **A1. Identifikasi Narasumber**

1. Nama : Maisyarah Apami Tanjung
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Usia : 28
4. Agama : Islam
5. Alamat : Pematang Pelintahan

## **B2. Pertanyaan untuk masyarakat Kab. Serdang Bedagai**

### **- Strategi Komunikasi Publik**

1. Bagaimana menurut Bapak/Ibu, media mana yang paling efektif untuk menyampaikan informasi tentang pentingnya membayar pajak?

Jawaban: facebook karena kami sering membuka aplikasinya

2. Apakah Bapak/Ibu lebih merespon pesan tentang pajak yang disampaikan melalui spanduk, radio, atau melalui kampanye sosial di media sosial?

Jawaban: ya, saya merespon melalui sosial media facebook

3. Apakah Bapak/Ibu merasa terdapat cukup mengakses kepada informasi-informasi terkait pajak dari Bapenda?

Jawaban: tidak terlalu karena jarak dari rumah saya cukup jauh

4. Bagaimana pendapat Anda tentang metode komunikasi yang digunakan oleh Bapenda untuk menyampaikan informasi tentang pajak kepada masyarakat?

Jawaban: menurut saya metode cukup efektif

5. Apa yang dapat dilakukan Bapenda untuk lebih mendekatkan diri kepada masyarakat dalam hal penyampaian informasi tentang pajak?

Jawaban: semoga bapenda lebih menyediakan tempat pelayanan di lokasi strategis yang mudah dijangkau karna rumah saya jauh

### **- Kesadaran**

1. Apakah Bapak/Ibu merasa informasi yang Bapak/Ibu terima tentang fungsi dan manfaat pajak sudah cukup untuk membuat termotivasi untuk membayar pajak?

Jawaban: cara penyampaian yang kurang jelas

2. Bagaimana menurut Bapak/Ibu dampak dari keterlambatan atau ketidakpatuhan dalam membayar pajak?

Jawaban: saya takut kena sanksi atau denda.

3. Bagaimana menurut Bapak/Ibu peran masyarakat dalam mendukung pembangunan dan kemajuan Kab.Serdang Bedagai melalui pembayaran pajak?

Jawaban: bagus Masyarakat mendukung karena kan untuk daerah juga

4. Apakah Bapak/Ibu mengetahui bahwa setiap masyarakat memiliki kewajiban untuk membayar pajak sesuai dengan undang-undang perpajakan yang berlaku?

Jawaban: iya saya tau

5. Apakah Bapak/Ibu menyadari bahwa ada konsekuensi jika seseorang tidak memenuhi kewajiban perpajakan yang ditetapkan?

Jawaban: iya berupa denda

#### **- Kepatuhan**

1. Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap pentingnya menyampaikan SPT tepat waktu untuk mendukung sistem perpajakan yang baik dan efisien?

Jawaban: Menyampaikan SPT tepat waktu sangat penting

2. Apakah Bapak/Ibu memiliki saran atau ide untuk membantu Bapenda meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat dalam menyampaikan SPT tepat waktu?

Jawaban: tidak ada

3. Bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dengan layanan yang disediakan oleh Bapenda terkait pembayaran pajak?

Jawaban: sangat baik mereka sabar

4. Apakah Bapak/Ibu pernah mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban pembayaran pajak ?

Jawaban: Ya, saya pernah mengalami kesulitan ekonomi yang membuat saya sulit untuk membayar pajak tepat waktu

5. Apakah Bapak/Ibu mengetahui bahwa ada opsi untuk memperoleh izin untuk mengatur atau menunda pembayaran pajak kepada Bapenda?

Jawaban: saya tidak tau

## **A1. Identifikasi Narasumber**

- |                  |                     |
|------------------|---------------------|
| 1. Nama          | : Nurhayati Saragih |
| 2. Jenis Kelamin | : Perempuan         |
| 3. Usia          | : 42 Tahun          |
| 4. Agama         | : Islam             |
| 5. Alamat        | : Tanjung Beringin  |

## **B2. Pertanyaan untuk masyarakat Kab. Serdang Bedagai**

### **- Strategi Komunikasi Publik**

1. Bagaimana menurut Bapak/Ibu, media mana yang paling efektif untuk menyampaikan informasi tentang pentingnya membayar pajak?

Jawaban: facebook

2. Apakah Bapak/Ibu lebih merespon pesan tentang pajak yang disampaikan melalui spanduk, radio, atau melalui kampanye sosial di media sosial?

Jawaban: saya pernah mendengar melalui radio

3. Apakah Bapak/Ibu merasa terdapat cukup mengakses kepada informasi-informasi terkait pajak dari Bapenda?

Jawaban: Tidak bu

4. Bagaimana pendapat Anda tentang metode komunikasi yang digunakan oleh Bapenda untuk menyampaikan informasi tentang pajak kepada masyarakat?

Jawaban: Iya saya rasa cukup lumayan

5. Apa yang dapat dilakukan Bapenda untuk lebih mendekatkan diri kepada masyarakat dalam hal penyampaian informasi tentang pajak?

Jawaban: Dengan memberikan pelayanan yg baik

### **- Kesadaran**

1. Apakah Bapak/Ibu merasa informasi yang Bapak/Ibu terima tentang fungsi dan manfaat pajak sudah cukup untuk membuat termotivasi untuk membayar pajak?

Jawaban: kadang-kadang informasi nya baik

2. Bagaimana menurut Bapak/Ibu dampak dari keterlambatan atau ketidakpatuhan dalam membayar pajak?

Jawaban: Bisa terkena denda atau sanksi. Ini tentu saja merugikan dan bisa menambah beban saya

3. Bagaimana menurut Bapak/Ibu peran masyarakat dalam mendukung pembangunan dan kemajuan Kab.Serdang Bedagai melalui pembayaran pajak?

Jawaban: Kalau bisa sih Masyarakat memang wajib mendukung

4. Apakah Bapak/Ibu mengetahui bahwa setiap masyarakat memiliki kewajiban untuk membayar pajak sesuai dengan undang-undang perpajakan yang berlaku?

Jawaban: iya saya tau

5. Apakah Bapak/Ibu menyadari bahwa ada konsekuensi jika seseorang tidak memenuhi kewajiban perpajakan yang ditetapkan?

Jawaban: iya berupa denda

#### **- Kepatuhan**

1. Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap pentingnya menyampaikan SPT tepat waktu untuk mendukung sistem perpajakan yang baik dan efisien?

Jawaban: Dengan mengirimkan SPT tepat waktu, proses administrasi pajak menjadi lebih efisien.

2. Apakah Bapak/Ibu memiliki saran atau ide untuk membantu Bapenda meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat dalam menyampaikan SPT tepat waktu?

Jawaban: Semoga masyarakat sadar

3. Bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dengan layanan yang disediakan oleh Bapenda terkait pembayaran pajak?

Jawaban: Iya saya rasa cukup lumayan

4. Apakah Bapak/Ibu pernah mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban pembayaran pajak ?

Jawaban Saya pernah menghadapi kesulitan karena proses administrasi yang rumit atau kurang jelas.

5. Apakah Bapak/Ibu mengetahui bahwa ada opsi untuk memperoleh izin untuk mengatur atau menunda pembayaran pajak kepada Bapenda?

Jawaban: Saya belum mengetahui bahwa pilihan untuk memperoleh izin menunda pembayaran pajak.

## **A1. Identifikasi Narasumber**

1. Nama : Sumartini
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Usia : 37 Tahun
4. Agama : Islam
5. Alamat : Liberia

## **B2. Pertanyaan untuk masyarakat Kab. Serdang Bedagai**

### **- Strategi Komunikasi Publik**

1. Bagaimana menurut Bapak/Ibu, media mana yang paling efektif untuk menyampaikan informasi tentang pentingnya membayar pajak?

Jawaban: Media sosial

2. Apakah Bapak/Ibu lebih merespon pesan tentang pajak yang disampaikan melalui spanduk, radio, atau melalui kampanye sosial di media sosial?

Jawaban: ya, saya sering melihatnya melalui spanduk

3. Apakah Bapak/Ibu merasa terdapat cukup mengakses kepada informasi-informasi terkait pajak dari Bapenda?

Jawaban: Tidak bu

4. Bagaimana pendapat Anda tentang metode komunikasi yang digunakan oleh Bapenda untuk menyampaikan informasi tentang pajak kepada masyarakat?

Jawaban: bagus bagus aja sih cara mereka

5. Apa yang dapat dilakukan Bapenda untuk lebih mendekatkan diri kepada masyarakat dalam hal penyampaian informasi tentang pajak?

Jawaban: bapenda lebih memberi konsumsi seperti minuman untuk disini

### **- Kesadaran**

1. Apakah Bapak/Ibu merasa informasi yang Bapak/Ibu terima tentang fungsi dan manfaat pajak sudah cukup untuk membuat termotivasi untuk membayar pajak?

Jawaban: Informasi yang saya terima memotivasi saya untuk membayar pajak karena saya melihat dengan jelas manfaatnya bagi masyarakat dan pembangunan

daerah

2. Bagaimana menurut Bapak/Ibu dampak dari keterlambatan atau ketidakpatuhan dalam membayar pajak?

Jawaban: saya takut kena denda kalau iya ada pemutihan

3. Bagaimana menurut Bapak/Ibu peran masyarakat dalam mendukung pembangunan dan kemajuan Kab.Serdang Bedagai melalui pembayaran pajak?

Jawaban: wajib lah Masyarakat mendukung

4. Apakah Bapak/Ibu mengetahui bahwa setiap masyarakat memiliki kewajiban untuk membayar pajak sesuai dengan undang-undang perpajakan yang berlaku?

Jawaban: iya saya tau

5. Apakah Bapak/Ibu menyadari bahwa ada konsekuensi jika seseorang tidak memenuhi kewajiban perpajakan yang ditetapkan?

Jawaban: iya berupa denda

#### **- Kepatuhan**

1. Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap pentingnya menyampaikan SPT tepat waktu untuk mendukung sistem perpajakan yang baik dan efisien?

Jawaban: Menyampaikan SPT tepat waktu sangat penting

2. Apakah Bapak/Ibu memiliki saran atau ide untuk membantu Bapenda meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat dalam menyampaikan SPT tepat waktu?

Jawaban : tidak

3. Bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dengan layanan yang disediakan oleh Bapenda terkait pembayaran pajak?

Jawaban: bagus bagus aja sih cara mereka

4. Apakah Bapak/Ibu pernah mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban pembayaran pajak ?

Jawaban: Sebelumnya, saya mengalami kesulitan karena kurangnya informasi mengenai cara pembayaran dan kewajiban pajak

5. Apakah Bapak/Ibu mengetahui bahwa ada opsi untuk memperoleh izin untuk mengatur atau menunda pembayaran pajak kepada Bapenda?

Jawaban: Informasi mengenai hal ini tidak pernah saya terima atau ketahui sebelumnya

## **A1. Identifikasi Narasumber**

1. Nama : Novianti
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Usia : 38
4. Agama : Islam
5. Alamat : Firdaus

## **B2. Pertanyaan untuk masyarakat Kab. Serdang Bedagai**

### **- Strategi Komunikasi Publik**

1. Bagaimana menurut Bapak/Ibu, media mana yang paling efektif untuk menyampaikan informasi tentang pentingnya membayar pajak?

Jawaban: facebook

2. Apakah Bapak/Ibu lebih merespon pesan tentang pajak yang disampaikan melalui spanduk, radio, atau melalui kampanye sosial di media sosial?

Jawaban: tidak terlalu karena saya sibuk mengurus anak

3. Apakah Bapak/Ibu merasa terdapat cukup mengakses kepada informasi-informasi terkait pajak dari Bapenda?

Jawaban: Tidak

4. Bagaimana pendapat Anda tentang metode komunikasi yang digunakan oleh Bapenda untuk menyampaikan informasi tentang pajak kepada masyarakat?

Jawaban: secara langsung sih cukup baik

5. Apa yang dapat dilakukan Bapenda untuk lebih mendekatkan diri kepada masyarakat dalam hal penyampaian informasi tentang pajak?

Jawaban: lebih ramah yaa buk itu aja

### **- Kesadaran**

1. Apakah Bapak/Ibu merasa informasi yang Bapak/Ibu terima tentang fungsi dan manfaat pajak sudah cukup untuk membuat termotivasi untuk membayar pajak?

Jawaban: saya termotivasi untuk membayar pajak

2. Bagaimana menurut Bapak/Ibu dampak dari keterlambatan atau ketidakpatuhan dalam membayar pajak?

Jawaban : biasanya dampak itu ke pembanguna daerah

3. Bagaimana menurut Bapak/Ibu peran masyarakat dalam mendukung pembangunan dan kemajuan Kab.Serdang Bedagai melalui pembayaran pajak?

Jawaban: membayar pajak kan Masyarakat

4. Apakah Bapak/Ibu mengetahui bahwa setiap masyarakat memiliki kewajiban untuk membayar pajak sesuai dengan undang-undang perpajakan yang berlaku?

Jawaban: iya saya tau

5. Apakah Bapak/Ibu menyadari bahwa ada konsekuensi jika seseorang tidak memenuhi kewajiban perpajakan yang ditetapkan?

Jawaban: denda dan sanksi

#### **- Kepatuhan**

1. Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap pentingnya menyampaikan SPT tepat waktu untuk mendukung sistem perpajakan yang baik dan efisien?

Jawaban : sangat penting karena memberikan informasi kepada Masyarakat

2. Apakah Bapak/Ibu memiliki saran atau ide untuk membantu Bapenda meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat dalam menyampaikan SPT tepat waktu?

Jawaban: kewajiban itu datang pada diri sendiri

3. Bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dengan layanan yang disediakan oleh Bapenda terkait pembayaran pajak?

Jawaban: secara langsung sih cukup baik

4. Apakah Bapak/Ibu pernah mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban pembayaran pajak ?

Jawaban : Pernah mengalami kesulitan karena masalah teknis dengan sistem online

untuk pembayaran pajak.

5. Apakah Bapak/Ibu mengetahui bahwa ada opsi untuk memperoleh izin untuk mengatur atau menunda pembayaran pajak kepada Bapenda?

Jawaban: saya tidak tau

## **A1. Identifikasi Narasumber**

1. Nama : Ayub Hasibuan
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Usia : 48
4. Agama : Kristen
5. Alamat : Bambang

## **B2. Pertanyaan untuk masyarakat Kab. Serdang Bedagai**

### **- Strategi Komunikasi Publik**

1. Bagaimana menurut Bapak/Ibu, media mana yang paling efektif untuk menyampaikan informasi tentang pentingnya membayar pajak?

Jawaban: media sosial soalnya mudah diakses

2. Apakah Bapak/Ibu lebih merespon pesan tentang pajak yang disampaikan melalui spanduk, radio, atau melalui kampanye sosial di media sosial?

Jawaban: iyaa bu, saya merespon nyaa

3. Apakah Bapak/Ibu merasa terdapat cukup mengakses kepada informasi-informasi terkait pajak dari Bapenda?

Jawaban: Tidak

4. Bagaimana pendapat Anda tentang metode komunikasi yang digunakan oleh Bapenda untuk menyampaikan informasi tentang pajak kepada masyarakat?

Jawaban: seperti yang saya ketahui baik dan mereka menjelaskan baik mudah dimengerti

5. Apa yang dapat dilakukan Bapenda untuk lebih mendekatkan diri kepada masyarakat dalam hal penyampaian informasi tentang pajak?

Jawaban: membantu orang tua yg membayar pbb karena sulit mendapatkan informasinya

## **- Kesadaran**

1. Apakah Bapak/Ibu merasa informasi yang Bapak/Ibu terima tentang fungsi dan manfaat pajak sudah cukup untuk membuat termotivasi untuk membayar pajak?

Jawaban: saya terima mengenai pajak sudah cukup memadai dan membantu saya untuk lebih memahami tanggung jawab saya sebagai masyarakat

2. Bagaimana menurut Bapak/Ibu dampak dari keterlambatan atau ketidakpatuhan dalam membayar pajak?

Jawaban: ya gak baik aja lah membayar pajak

3. Bagaimana menurut Bapak/Ibu peran masyarakat dalam mendukung pembangunan dan kemajuan Kab.Serdang Bedagai melalui pembayaran pajak?

Jawaban: wajib mendukung pemerintah

4. Apakah Bapak/Ibu mengetahui bahwa setiap masyarakat memiliki kewajiban untuk membayar pajak sesuai dengan undang-undang perpajakan yang berlaku?

Jawaban: iya saya tau

5. Apakah Bapak/Ibu menyadari bahwa ada konsekuensi jika seseorang tidak memenuhi kewajiban perpajakan yang ditetapkan?

Jawaban: iya berupa denda

## **- Kepatuhan**

1. Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap pentingnya menyampaikan SPT tepat waktu untuk mendukung sistem perpajakan yang baik dan efisien?

Jawaban: penting menyampaikan SPT tepat waktu

2. Apakah Bapak/Ibu memiliki saran atau ide untuk membantu Bapenda meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat dalam menyampaikan SPT tepat waktu?

Jawaban: tidak

3. Bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dengan layanan yang disediakan oleh Bapenda terkait pembayaran pajak?

Jawaban: seperti yang saya ketahui baik

4. Apakah Bapak/Ibu pernah mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban pembayaran pajak ?

Jawaban: Saya pernah mengalami kesulitan karena pengalaman tidak menyenangkan saat berurusan dengan petugas pajak atau layanan pelanggan

5. Apakah Bapak/Ibu mengetahui bahwa ada opsi untuk memperoleh izin untuk mengatur atau menunda pembayaran pajak kepada Bapenda?

Jawaban: saya tidak tau baru mendengar ini

**LAMPIRAN 2**  
**DOKUMENTASI**



Gambar: wawancara dengan Sekretaris Bapenda Bapak Riadi Putra Sinuraraya, SE  
Tanggal 24 Juli 2024



Gambar : wawancara dengan Kabid Pengelolaan Pendapatan Daerah  
Bapak Ferry Indrawan, SE Tanggal 24 Juli 2024



Gambar: wawancara dengan Petugas Layanan Bapenda Bapak Suandi, SE

Tanggal 24 Juli 2024



Gambar: wawancara dengan Petugas Layanan Bapenda Bapak Lukman, SE

Tanggal 22 Juli 2024



Gambar: wawancara dengan Masyarakat Tanggal 22 Juli 2024



Gambar: wawancara dengan Masyarakat Tanggal 24 Juli 2024



Gambar: wawancara dengan Masyarakat Tanggal 24 Juli 2024



Gambar: wawancara dengan Masyarakat Tanggal 24 Juli 2024



Gambar: wawancara dengan Masyarakat Tanggal 25 Juli 2024



**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**  
**PROGRAM PASCASARJANA**

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024

Jl. Denai No. 217 Medan 20226 Telp. (061) - 88811104 Fax. (061) - 88811111

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

Nomor : 990/II.3.AU/UMSU-PPs/F/2024  
Lamp. : -  
Hal : *Permohonan Izin Riset*

Medan, 14 Dzulhijjah 1445 H  
21 Juni 2024 M

Kepada Yth :  
**Badan Pendapatan Daerah**  
**Kabupaten Serdang Bedagai**  
di  
Tempat

*Bismillahirrahmanirrahim*  
*Assalaamu 'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh.*

Dengan hormat, dalam rangka penyelesaian studi dan peningkatan profesionalisme dan intelektualitas mahasiswa Program Studi Magister Ilmu Komunikasi pada Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, mohon kiranya dapat memberikan izin melakukan riset kepada mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **CINDI AULIA**  
NPM : 2220040024  
Prodi : Magister Ilmu Komunikasi  
Judul Tesis : STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK BADAN PENDAPATAN DAERAH  
DALAM UPAYA MENINGKATKAN KESADARAN DAN KEPATUHAN  
MASYARAKAT MEMBAYAR PAJAK DI KABUPATEN SERDANG  
BEDAGAI

Perlu disampaikan bahwa informasi dan data yang diperoleh akan digunakan untuk kepentingan ilmiah dan keperluan akademik.

Demikian disampaikan, atas perhatian dan bantuannya terlebih dahulu diucapkan terima kasih, akhirnya semoga selamat sejahteralah kita semua.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh.*



Direktur,

**Prof. Dr. Triono Eddy, S.H., M.Hum**  
NIDN. 1012125601



PEMERINTAH KABUPATEN SERDANG BEDAGAI  
**BADAN PENDAPATAN DAERAH**

Jl. Negara No. 300 Sei Rampah, Serdang Bedagai, Sumatera Utara 20995  
Telepon 0621 – 41009, laman [bapenda.serdangbedagaikab.go.id](http://bapenda.serdangbedagaikab.go.id)  
Pos-el [bapendaserdangbedagaikab@gmail.com](mailto:bapendaserdangbedagaikab@gmail.com)

Sei Rampah, 24 Juli 2024

Nomor : 18.34/ 071/554/2024  
Sifat : Penting  
Lampiran : -  
Hal : **Persetujuan Izin Riset**

Yth : Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
di –

Tempat.

Menindaklanjuti Surat Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor 990/II.3.AU/UMSU-PPs/F/2024 tanggal 21 Juni 2024 hal Permohonan Izin Riset.

Berkaitan hal tersebut di atas, dapat disampaikan bahwa pada prinsipnya Kami tidak keberatan untuk Izin Riset atas nama :

Nama : CINDI AULIA  
NPM : 2220040024  
Prodi : Magister Ilmu Komunikasi  
Judul Tesis : STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK BADAN PENDAPATAN DAERAH DALAM UPAYA MENINGKATKAN KESADARAN DAN KEPATUHAN MASYARAKAT MEMBAYAR PAJAK DI KABUPATEN SERDANG BEDAGAI

dengan ketentuan akan mematuhi seluruh ketentuan dan peraturan yang berlaku pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Serdang Bedagai.

Demikian disampaikan, untuk urusan selanjutnya.



KEPALA BADAN PENDAPATAN DAERAH  
KABUPATEN SERDANG BEDAGAI

SRI RAHMAYANI, S. Sos., M.Si  
PEMBINA Tk. I  
NIP. 19810727 200502 2 003

Tembusan :

1. Bupati Serdang Bedagai
2. Wakil Bupati Serdang Bedagai
3. Sekretaris Daerah Kabupaten Serdang Bedagai