

**ANALISIS PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA
INSTAGRAM SAMSAT MEDAN SELATAN SEBAGAI
MEDIA DISEMINASI INFORMASI LAYANAN
PEMBAYARAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR**

PROPOSAL SKRIPSI

Oleh:

ADAM RAGA
2003110257

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2024**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

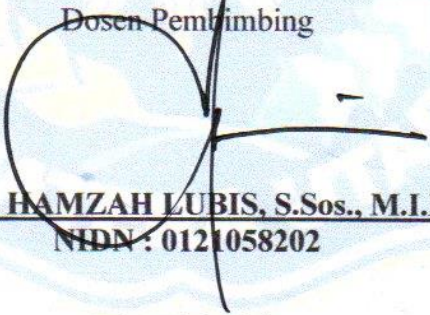
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : **ADAM RAGA**
N.P.M : 2003110257
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **ANALISIS PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DISEMINSASI INFORMASI LAYANAN PEMBAYARAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR**

Medan, 04 MEI 2024

Dosen Pembimbing


FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0121058202

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi


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

Medan,


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

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : **ADAM RAGA**
N P M : 2003110257
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Rabu, 22 Mei 2024
W a k t u : Pukul 08.15 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos, M.I.Kom**
PENGUJI II : **Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom**
PENGUJI III : **FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom**


(.....)

(.....)

(.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP


Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom

PERNYATAAN

Bismilahirrohmaniirrohim

Dengan ini saya, Adam Raga, NPM 2003110257, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

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

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang saya terima.

Medan, 04 Mei 2024

Yang menyatakan,



Adam Raga

ANALISIS PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM SAMSAT MEDAN SELATAN SEBAGAI MEDIA DISEMINASI INFORMASI LAYANAN PEMBAYARAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR

ADAM RAGA
2003110257

ABSTRAK

Dalam upaya meningkatkan penerimaan pajak kendaraan bermotor mengimplementasikan strategi menggunakan Instagram sebagai alat untuk diseminasi informasi terkait layanan pembayaran pajak kendaraan. Tujuan penulisan adalah untuk mengetahui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh SAMSAT Medan Selatan Sebagai Media Diseminasi Informasi Layanan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teori strategi manajemen dengan metode penelitian menggunakan metode kualitatif. dengan pengumpulan data dengan wawancara dan observasi media sosial instagram Samsat Medan Selatan. teknik analisis data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah Pemanfaatan Instagram adalah untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak akan pentingnya membayar pajak tepat waktu dan menghindari sanksi pajak. Strategi Konten dan Interaksi adalah secara aktif mengelola konten yang menarik dan informatif di Instagram dan memposting dengan waktu yang telah ditentukan yaitu, pada jam-jam traffic media sosial yang tinggi yaitu jam 1 siang, dan 5-8 malam. dan adapun waktu postingan untuk pemanfaatan instagram oleh Medan selatan adalah sekurangnya 2 kali seminggu. Konten yang diproduksi dan diupload adalah konten yang mengikuti tren sedang viral, dan memastikan konten mudah dipahami oleh pengguna.

Kata Kunci: Diseminasi. Komunikasi Massa, Samsat Medan Selatan

BAB 2 KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah Rabbil'alamin, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan karunia-Nya, serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini tepat waktu dengan judul “*Analisis Pemanfaatan Sosial Media Instagram Samsat Medan Selatan Sebagai Media Diseminasi Informasi Layanan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor*”. Disusun dengan tujuan memenuhi salah satu mata kuliah di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis mengucapkan ribuan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta penulis Ayahanda **Alm. Ismed Adlin** dan Ibunda **Syahreni Siregar** yang selalu ada setiap saat dari kecil hingga dewasa. Mereka yang selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tiada hentinya memberikan kasih sayang, doa, nasehat, dan dukungan baik moral maupun materil selama proses penyelesaian skripsi ini.

Saat menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan doa dari berbagai pihak, penulis tidak akan bisa mencapai titik ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin secara khusus menyebutkan beberapa pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan yang sangat berarti selama penelitian:

1. Kepada Bapak Prof. Dr. Agussani, M.A.P, selaku
Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Kepada Bapak Dr. Arifin Shaleh, S.Sos., MSP, selaku Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera
Utara.
3. Bapak Dr. Abrar Adhani M.I.Kom selaku Wakil dekan I Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dra. Yurisna Tanjung M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial
Dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing penulis
yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran maupun dukungan kepada
penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan penulis Ilmu
dan Pengalaman serta informasi terkait perkuliahan
9. Seluruh Staff pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah
membantu saya dalam menyelesaikan administrasi perkuliahan sampai
penyelesaian Skripsi.

10. Revi Azhari, Muhammad Fathurrachman, Abdillah Ramadhan, Muhammad Zidan Zaky, Muhammad Yudha Audryan, Muhammad Ari Agung, Galih Wahyu, Akmal Farrid, Muhammad Reza Nugraha Harahap, serta teman teman seperjuangan lainnya yang telah memberikan semangat dan saling memingatkan dalam mengerjakan skripsi ini, penulis ucapkan Terima Kasih
11. Kepada sahabat saya Fikri Haikal Rahmad, Terima Kasih atas dukungan yang penuh dan semangat untuk memotivasi saya dalam penulisan skripsi ini.
12. Kepada rekan saya dengan pemilik NPM 2003110221, Terima Kasih sudah menyemangati serta memberikan dukungan penuh yang sangat berharga kepada saya dan memotivasi pada penulisan skripsi ini.
13. Terima Kasih kepada narasumber yang telah membantu menyelesaikan penelitian ini.
14. Dan yang terakhir. Kepada saya sendiri Adam Raga terima kasih atas kerja keras dan semangat yang tak pernah putus untuk mengerjakan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi kita semua kiranya Allah SWT yang dapat membalas kebaikan dan dukungan serta bantuan yang diberikan oleh semua pihak.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penulisan	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II URAIAN TEORITIS	7
2.1 Analisis Pemanfaatan Sosial Media	7
2.1.1 Pengertian Analisis	7
2.1.2 Pemanfaatan Sosial Media	9
2.1.3 Pemanfaatan Sosial Media Instagram Samsat Medan Selatan.....	12
2.2 Diseminasi Informasi.....	14
2.2.1 Pengertian Diseminasi.....	14
2.2.2 Pengertian Informasi	14
2.2.3 Teori New Media	17
2.3 Profil Samsat Medan Selatan.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Kerangka Konsep	26
3.3 Definisi Konsep	27
3.4 Kategorisasi Penelitian	28
3.5 Informan/Narasumber.....	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data	29

3.7	Teknik Analisis Data	31
3.8	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		34
4.1	Hasil.....	34
4.2	Pembahasan	40
BAB V PENUTUP.....		47
5.1	Simpulan.....	47
5.2	Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....		49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Postingan Instagram Samsat Medan Selatan	4
Gambar 2.1 Hubungan Elemen Kunci Diseminasi Mengarah Pada Pemanfaatan Pengetahuan	16
Gambar 4.1 Story Akun Instagram Samsat Medan Selatan	43
Gambar 4.2 Akun Instagram Samsat	44

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi pada abad ke-21 telah mengalami kemajuan yang signifikan salah satunya adalah perkembangan teknologi digital. Teknologi digital memiliki peran yang sangat penting bagi masyarakat secara luas, terutama di Indonesia, yaitu sebagai sarana untuk mencari informasi atau berita. Saat ini, hampir tidak ada kehidupan sosial dan budaya yang tidak terhubung dengan teknologi. Penggunaan teknologi tersebut erat kaitannya dengan media komunikasi, yang memainkan peran penting dalam kehidupan modern (Disperkimta, 2018).

Teknologi informasi merujuk pada suatu teknologi yang digunakan untuk mengelola data, termasuk proses seperti memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, dan memanipulasi data dalam berbagai cara guna menghasilkan informasi yang memiliki kualitas, yakni informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu. Informasi tersebut nantinya akan digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan (Saleh & Pitriani, 2018).

Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi digital di Indonesia, ditambah dengan peningkatan jumlah pengguna internet yang semakin meluas dan signifikan, pola komunikasi individu mengalami transformasi sejalan dengan penetrasi internet di masyarakat.

Fitriani dalam Hidayat et al. (2022) menjelaskan sosial media adalah media yang terhubung ke jaringan atau internet yang memungkinkan pengguna untuk berekspresi, berbagi informasi, berkomunikasi, dan sebagainya dalam suatu ikatan

sosial virtual. Ini memungkinkan individu atau kelompok untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terlibat dalam aktivitas komunikasi dalam format yang berbeda seperti teks, gambar, video, dan lainnya. Melalui platform ini, pengguna dapat membangun jejaring sosial, mengikuti berita dan tren terbaru, serta terlibat dalam diskusi dan interaksi dengan pengguna lain dari berbagai belahan dunia. Media sosial menjadi alat, media, wadah, atau sarana dalam menyampaikan pesan (Anshori, 2019).

Beberapa di antaranya termasuk jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, Friendster, dan LinkedIn, platform microblogging seperti Twitter, dan Plurk, serta jejaring berbagi foto dan video seperti Flickr, Youtube, dan lainnya. Selain itu, terdapat pula Podcast, Chat rooms, Message board, Forum, Mailing list, dan berbagai platform lainnya (Furqon et al., 2018).

Salah satu media sosial yang umum digunakan adalah Instagram dan telah berhasil menarik perhatian pengguna dari berbagai kalangan sejak kehadirannya (Syahreza & Tanjung, 2018). Mudahnya cara penggunaan aplikasi Instagram membuat pengguna menjadikan Instagram sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhannya (Furqon et al., 2018). Sesuai laporan dari platform manajemen media sosial We Are Social hootsuite mengenai platform media sosial yang banyak digunakan di Indonesia tahun 2022, Instagram menempati tiga teratas media sosial yang banyak digunakan diantara Whatsapp di urutan pertama dan facebook di urutan ketiga, (Hootsuite, 2023). Saat ini pengguna instagram di Indonesia mencapai 45 juta pengguna aktif serta tercatat sebagai pembuat konten instagram story terbanyak di dunia. Dengan jumlah pengguna yang masif, Indonesia menjadi komunitas Instagram terbesar di Asia Pasifik, serta salah satu

pasar terbesar di dunia dari total 700 juta pengguna aktif setiap bulan (Hidayat & Ginting, 2018).

Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang mempermudah penggunanya dalam mendapatkan, memakai filter digital, serta mempublikasikan kontennya kepada sesama pengguna Instagram dan platform media sosial lainnya. Saat ini, Instagram menjadi salah satu media sosial yang sangat populer di kalangan pengguna media sosial dari berbagai kelompok usia dan dengan beragam kepentingan (Irfan Fauzi & Yuliati, 2022).

Salah satu kepentingan pengguna media sosial Instagram oleh individu dan kelompok adalah digunakan untuk menyebarluaskan informasi, salah satunya adalah Samsat Medan Selatan untuk menjadikan Instagram sebagai media penyebar informasi mengenai pajak kendaraan bermotor. Pemanfaatan media sosial dengan strategi yang baik dan terencana dapat memberikan dampak optimal, mendukung suatu lembaga dalam mencapai visi dan misinya. karena media sosial adalah sarana utama sebagai media diseminasi (Furqon et al., 2018).

Pembayaran pajak kendaraan bermotor merupakan salah satu kewajiban yang harus dipenuhi oleh pemilik kendaraan. Penerimaan pajak kendaraan bermotor merupakan tulang punggung penerimaan daerah (Bapenda Sumut, 2023). Namun, kesadaran masyarakat terkait informasi dan prosedur pembayaran pajak kendaraan sangat rendah. lebih 7 juta kendaraan yang terdaftar, tetapi hanya dalam persentase 30% yang patuh membayar pajak (pajakku.com, 2023).

Oleh karena itu, SAMSAT Medan Selatan dalam upaya meningkatkan penerimaan pajak kendaraan bermotor mengimplementasikan strategi

menggunakan Instagram sebagai alat untuk diseminasi informasi terkait layanan pembayaran pajak kendaraan.

Gambar 1.1 Postingan Instagram Samsat Medan Selatan



Sumber: Akun Instagram [samsatmedanselatan](#)

Namun, belum ada penelitian yang secara khusus menganalisis pemanfaatan media sosial instagram oleh SAMSAT Medan Selatan, terutama dalam konteks diseminasi informasi layanan pembayaran pajak kendaraan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pemanfaatan media sosial Instagram SAMSAT Medan Selatan dalam menyampaikan informasi terkait layanan pembayaran pajak kendaraan bermotor.

Melalui pemahaman mendalam terhadap strategi dan interaksi yang terjadi di Instagram SAMSAT Medan Selatan, maka penelitian ini berjudul **“Analisis Pemanfaatan Sosial Media Instagram Samsat Medan Selatan Sebagai Media Diseminasi Informasi Layanan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas maka penelitian ini memiliki rumusan masalah adalah **Bagaimana Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh SAMSAT Medan Selatan Sebagai Media Diseminasi Informasi Layanan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor?**

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh SAMSAT Medan Selatan Sebagai Media Diseminasi Informasi Layanan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan informasi, memperkaya khazanah keilmuan dan kajian ilmu sosial politik, khususnya hal-hal yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media penyebarluasan informasi

1.4.2 Manfaat Praktis

a) Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan, serta sebagai sarana aktualisasi diri untuk mentransformasikan ilmu pengetahuan dan teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan dengan membandingkan fakta di lapangan.

b) Bagi Samsat Medan Selatan

Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada SAMSAT Medan Selatan tentang sejauh mana Instagram dapat dioptimalkan sebagai sarana efektif dalam menyebarkan informasi layanan pembayaran pajak kendaraan bermotor. Hal ini dapat membantu meningkatkan visibilitas dan *reach* informasi di kalangan pengguna potensial.

c) Bagi Civitas Akademika

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai masukan, pertimbangan dan perbandingan bagi kalangan akademisi, wacana keilmuan mengenai efek media sosial dan permasalahan yang ada di dalamnya serta bahan acuan pada penelitian sejenis.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara garis besar untuk memberikan gambaran secara menyeluruh dan sistematis dalam proposal ini, penulis membaginya dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan Pada bab ini penulis menguraikan mengenai latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II : Uraian Teoritis Pada bab ini menjelaskan tentang pengertian media social, diseminasi informasi, teori media baru, dan profil UPT Medan Selatan.

BAB III : Metode Penelitian Bab ini menguraikan jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV : Ini berisikan hasil dari penelitian dan pembahasan.

BAB V : Bab penutup terdiri dari simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Analisis Pemanfaatan Sosial Media

2.1.1 Pengertian Analisis

Menurut kamus besar bahasa Indonesia “Analisis adalah penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antara bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan “. Menurut Sudjana (2016, p. 27) “ Analisis adalah usaha memilah suatu integritas menjadi unsur-unsur atau bagian-bagian sehingga jelas hirarkinya dan atau susunannya “. Menurut Majid (2013, p. 54) “ Analisis adalah (kemampuan menguraikan) adalah menguraikan satuan menjadi unit-unit terpisah, membagi satuan menjadi sub-sub atau bagian, membedakan antara dua yang sama, memilih dan mengenai perbedaan (diantara beberapa yang dalam satu kesatuan)”.

Ada beberapa jenis penelitian, antara lain adalah:

a) Analisis Konten

Penjelasan tentang jenis-jenis analisis mencakup Analisis Isi (Content Analysis). Berelson dan Kerlinger menggambarkan Analisis Isi sebagai metode yang digunakan untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kualitatif pada pesan yang sudah ada. Sementara menurut Budd, analisis isi merupakan teknik sistematis untuk menganalisis pesan dan mengolahnya dalam penelitian, dengan tujuan meneliti dan menimbang isi melalui komunikasi terbuka antar komunikator (Kriyanto, 2020, pp. 232–233).

b) Analisis Naratif

Menurut Webster dan Metrova, Analisis Naratif adalah sebuah metode yang digunakan dalam penelitian ilmu-ilmu sosial. Fokus utama dalam metode ini adalah kemampuannya dalam memaknai dan memahami pandangan serta identitas seseorang dengan merujuk pada cerita-cerita yang diucapkan atau didengarkan. Penelitian naratif melibatkan pengkajian tentang cerita-cerita, karena dalam berbagai konteks, cerita sering kali muncul sebagai catatan penting, termasuk dalam sejarah, novel fiksi, autobiografi, dongeng, dan genre lainnya. Cerita-cerita tersebut dapat dihasilkan baik dari proses mendengarkan maupun dari interaksi langsung dengan individu melalui wawancara. Para ahli antropologi, psikologi, dan pendidikan sering mempelajari analisis naratif untuk memahami aspek-aspek sosialnya (Kriyanto, 2020).

c) Analisis Semiotik

Analisis Semiotik adalah cabang ilmu yang mempelajari tanda-tanda dan sistem simbolik. Ini melibatkan serangkaian asumsi dan konsep yang memungkinkan peneliti untuk menganalisis sistem simbolik secara sistematis. Semiotika berasal dari bahasa Yunani "semeion", yang berarti tanda, atau "seme", yang mengacu pada penafsiran tanda. Secara umum, semiotika dipahami sebagai suatu tanda yang memungkinkan sesuatu dapat dikenal. Akar semiotika berasal dari studi klasik, skolastik, serta seni logika, retorika, dan puisi. Ini mengarah pada pemahaman tentang bagaimana tanda-tanda digunakan untuk menyampaikan makna dalam konteks budaya dan komunikasi manusia (ASFAR, 2019).

2.1.2 Pemanfaatan Sosial Media

Kata pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang mengacu pada kegunaan atau faedah. Menurut Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer, pemanfaatan dapat dijelaskan sebagai proses, metode, atau tindakan yang membawa manfaat atau kegunaan (Salim & Salim, 2002, p. 928). Sehingga pemanfaatan adalah merupakan proses atau cara perbuatan yang dapat bermanfaat dalam konteks penelitian ini adalah pemanfaatan sosial media oleh samsat medan selatan untuk menyebar luaskan informasi.

Pemanfaatan sosial media oleh Samsat Medan Selatan adalah suatu proses yang melibatkan strategi dan tindakan yang bertujuan untuk memberikan manfaat dalam hal menyebarluaskan informasi kepada masyarakat. Dengan memanfaatkan platform sosial media Samsat Medan Selatan dapat secara efektif memperluas jangkauan pesan-pesan penting terkait layanan dan informasi terkini kepada para pemilik kendaraan di Medan Selatan.

Media sosial atau jejaring sosial adalah bagian integral dari media baru. Media sosial didefinisikan sebagai media online yang memungkinkan penggunaanya berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi secara mudah. Ini mencakup berbagai platform seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Beberapa bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia melibatkan platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, dan Wikipedia (Watie, 2016).

Media sosial merupakan kumpulan aplikasi berbasis internet yang dikembangkan berdasarkan ideologi dan teknologi web versi 2.0, yang memungkinkan pembuatan situs web yang interaktif, sebagaimana dijelaskan oleh Wikipedia. Proses interaksi sosial antara individu dalam konteks media sosial

melibatkan kegiatan produksi, distribusi, dan pertukaran informasi. Ini mencakup pula konsep ide dan beragam konten yang disampaikan melalui komunikasi visual. Definisi ini merangkum aspek penting media sosial, yaitu kemampuannya untuk mendukung situs web interaktif dan menjadi wadah bagi interaksi manusia yang melibatkan ide, informasi, dan konten visual (Sulianta, 2015, p. 5).

Menurut Kotler dan Keller dalam Ramadhan (2017: hal 6), ada tiga platform utama untuk media sosial: 1. *Online Communities And Forums* 2. *Blogs* 3. *Social Networks*. Instagram memiliki sejumlah fitur yang mencakup berbagai fungsi dan tujuan penggunaan. Berdasarkan penjelasan yang diberikan oleh Mufiddah (2019: 37-41), berikut adalah beberapa fitur utama Instagram:

a. Unggah Foto dan Video:

1. Memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video.
2. Filter tersedia untuk mempercantik tampilan foto dan video.
3. Pengguna dapat memilih dari galeri atau menggunakan kamera pada fitur tersebut.
4. Bisa mengunggah hingga 10 foto atau video dalam satu upload.

b. Fitur Instagram Insight:

Membantu pengguna bisnis melihat informasi seperti usia, demografi, dan minat konsumen yang melihat profil bisnis.

c. Fitur Instagram Stories:

Menjadi fitur favorit untuk promosi dengan banyak pengguna yang mengunggah Instagram Stories.

d. Fitur Siaran Langsung (Live):

1. Instagram Live memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran langsung.

2. Bisnis yang menggunakan live streaming cenderung mendapatkan lebih banyak like.

e. Caption:

1. Tulisan atau keterangan yang menyertainya foto atau video yang diunggah.
2. Keterangan menarik dapat menarik minat pengikut untuk membaca lebih lanjut.

f. Komentar:

Fungsinya untuk mengomentari postingan dan berinteraksi dengan pengguna lainnya.

g. Hashtags:

Tanda pagar yang memudahkan pengguna untuk mengelompokkan dan menemukan foto atau video sesuai tema.

h. Like:

Fitur untuk memberikan tanda suka atau like jika pengguna tertarik dengan unggahan foto atau video.

i. Direct Message (DM):

Memungkinkan pengguna mengirim pesan, foto, atau video kepada satu orang atau lebih secara pribadi.

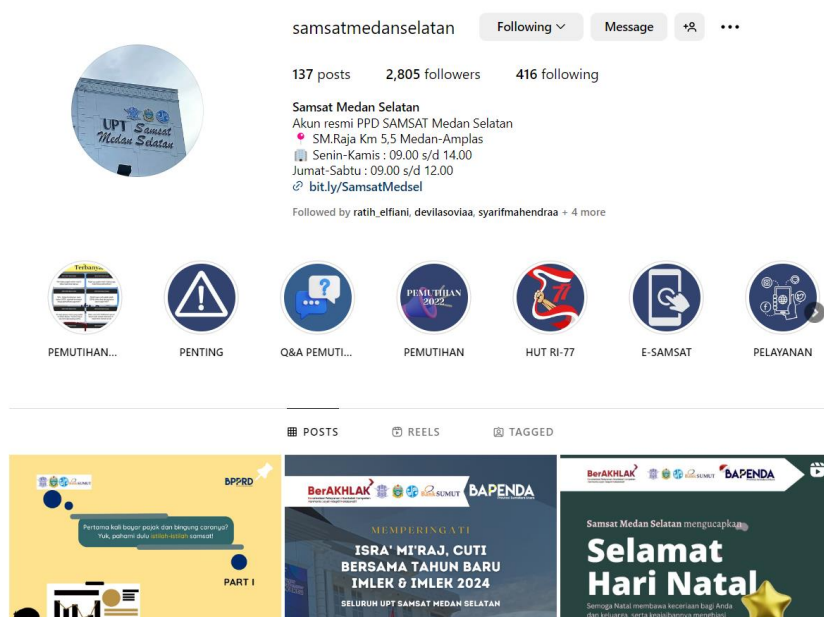
j. Profil Bisnis:

1. Alat atau fitur yang membuat toko online lebih terjangkau dan terpercaya.
2. Membuat profil bisnis lebih terpercaya dan memperluas jangkauan calon konsumen atau pelanggan.

2.1.3 Pemanfaatan Sosial Media Instagram Samsat Medan Selatan

UPT Medan Selatan menggunakan akun Instagram dengan nama akun @samsatmedanselatan yang telah berhasil menarik perhatian sebanyak 2.805 pengikut. Melalui akun ini, mereka secara aktif memberikan informasi penting seputar operasional Samsat Medan Selatan kepada masyarakat. Dari jadwal layanan hingga informasi terkait kebijakan terbaru, akun tersebut menjadi sumber yang dapat diandalkan bagi pemilik kendaraan di wilayah tersebut untuk mendapatkan pembaruan terkini tentang layanan yang disediakan oleh Samsat Medan Selatan.

Gambar 2.1 Akun Sosial Media Samsat Medan Selatan



Sumber: akun Instagram samsatmedanselatan, 2024

Pemanfaatan media sosial Instagram oleh Samsat Selatan melibatkan berbagai kegiatan yang bertujuan untuk menyampaikan informasi penting tentang seluruh kegiatan UPT Samsat Selatan kepada masyarakat. Dengan menggunakan platform Instagram, Samsat Selatan dapat secara efektif mengkomunikasikan jadwal operasional, layanan terbaru, dan berbagai informasi penting lainnya kepada

pemilik kendaraan di wilayah tersebut. Melalui postingan rutin, story, dan highlight, Samsat Selatan memastikan bahwa masyarakat selalu mendapatkan informasi terkini tentang segala hal yang berkaitan dengan layanan Samsat.

Selain menyampaikan informasi tentang kegiatan Samsat Selatan, pemanfaatan Instagram juga melibatkan edukasi mengenai pentingnya membayar pajak kendaraan. Melalui postingan carousels yang informatif dan video edukatif, Samsat Selatan menyampaikan pesan-pesan yang memotivasi masyarakat untuk memenuhi kewajiban mereka dalam membayar pajak. Dengan pendekatan yang kreatif dan informatif, mereka berhasil menyampaikan informasi tentang manfaat pembayaran pajak dalam mendukung pembangunan infrastruktur dan layanan publik.

Tidak hanya sebagai media informasi dan edukasi, pemanfaatan Instagram oleh Samsat Selatan juga bertujuan untuk menghibur. Mereka menciptakan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik dan menghibur bagi pengikutnya. Melalui penggunaan caption yang kreatif, meme yang relevan, atau bahkan kolaborasi dengan influencer lokal, Samsat Selatan mampu menjaga keterlibatan dan minat masyarakat terhadap konten-konten yang mereka bagikan.

Dengan pemanfaatan Instagram oleh Samsat Selatan menjadi lebih dari sekadar sebuah alat untuk menyebarkan informasi. Ini adalah bagian dari upaya mereka untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat, meningkatkan kesadaran akan pentingnya membayar pajak, dan menciptakan konten yang bermanfaat dan menghibur bagi pengikut mereka.

2.2 Diseminasi Informasi

2.2.1 Pengertian Diseminasi

Diseminasi merupakan padanan kata dari penyebaran. Oleh karena itu, makna diseminasi informasi dapat diartikan sebagai upaya menyebarkan informasi kepada kelompok atau individu dengan tujuan agar mereka memperoleh informasi, meningkatkan kesadaran, menerima informasi tersebut, dan pada akhirnya memanfaatkannya (Priliantini et al., 2018). Penjelasan ini diperkuat oleh interpretasi harfiah mengenai pengertian diseminasi, seperti yang diungkapkan oleh Roger dalam Setyanto & Winduwati (2018) yang menyebutkan bahwa diseminasi adalah tindakan menyebarkan atau menyebarluaskan dengan luas.

Welch-Ross dan Fasig menjelaskan tentang pengertian diseminasi yaitu *“dissemination of behavioral science refers to the spreading innovations from science to promote widespread awareness, understanding and use”*(Setyanto & Winduwati, 2018). Dengan kata lain, diseminasi merupakan upaya untuk menyebarkan inovasi atau pengetahuan dari dunia ilmiah ke masyarakat secara luas, dengan tujuan agar pengetahuan tersebut dapat diakses, dipahami, dan digunakan oleh banyak orang.

2.2.2 Pengertian Informasi

Informasi adalah sumber daya. Informasi mempunyai nilai, dan informasi memungkinkan orang untuk melakukan hal hal yang tidak dapat mereka laksanakan tanpa adanya informasi tersebut. Pepatah lama menyatakan bahwa pengetahuan memberi orang kemampuan untuk melakukan hal-hal dan memanfaatkan peluang-peluang Dalam proses penerimaan informasi, ada tiga unsur utama yang terlibat

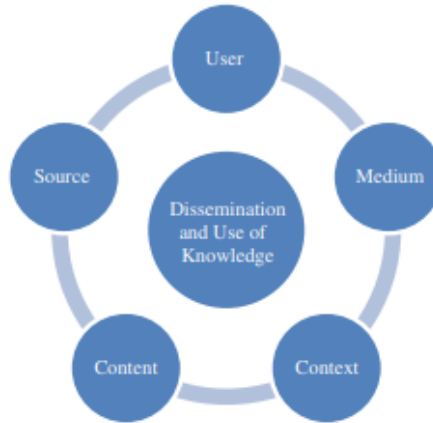
(Severin & Tankard, 2011, p. 239). seleksi, interpretasi, dan retensi. Berikut adalah penjelasan singkat tentang masing-masing unsur:

- a. Seleksi: Ini mengacu pada proses memilih sumber-sumber informasi tertentu dari berbagai elemen lingkungan yang ada, seperti orang, benda, dan keadaan. Meskipun kita dikelilingi oleh banyak pesan, kita secara tidak sadar membuat keputusan rumit untuk memilih informasi yang relevan dan mengabaikan yang lain.
- b. Interpretasi: Proses ini terjadi ketika kita memberikan makna pada isyarat-isyarat dalam lingkungan kita. Reaksi dan tanggapan kita terhadap informasi tersebut bergantung pada bagaimana kita menafsirkannya, termasuk apakah kita menganggapnya penting atau sepele, lama atau bertentangan, lucu atau mengkhawatirkan. Interpretasi juga dipengaruhi oleh faktor seperti jenis kelamin, hubungan dengan individu tersebut, dan konteks situasional.
- c. Retensi-memori: Bagian ini menyoroti peran memori dalam proses interpretasi. Informasi yang diterima dapat disimpan dalam memori jangka pendek atau jangka panjang. Memori jangka pendek memiliki kapasitas terbatas dan informasi hanya tersedia untuk jangka waktu yang singkat, mungkin hanya beberapa detik saja. Namun, informasi yang dianggap penting dapat dipindahkan ke memori jangka panjang dan tersedia untuk digunakan dalam jangka waktu yang lebih lama.

Dalam konteks komunikasi, diseminasi informasi dapat dianggap sebagai suatu kegiatan komunikasi itu sendiri. Pandangan serupa juga dinyatakan oleh dan Serrat (2017), yang menjelaskan bahwa diseminasi adalah suatu proses interaksi dalam mengomunikasikan pengetahuan kepada audiens tertentu, dengan tujuan

agar pengetahuan tersebut dapat digunakan untuk mencapai perubahan atau kemajuan pada hal yang diinginkan.

Gambar 2 Hubungan Elemen Kunci Diseminasi Mengarah Pada Pemanfaatan Pengetahuan



Sumber: (Serrat, 2017)

Proses diseminasi informasi melibatkan pengaruh yang saling terkait dari lima elemen kunci, yaitu source (komunikator), content (pesan), context (konteks), medium (media), dan user (penerima). Pertama, source atau sumber komunikasi memiliki peran penting dalam membentuk kepercayaan dan kredibilitas informasi yang disampaikan. Kemudian, konten pesan menjadi aspek esensial, yang harus disusun secara jelas dan relevan agar dapat dipahami dan diterima dengan baik oleh audiens.

Kedua, konteks atau situasi tempat diseminasi informasi berlangsung juga memainkan peran krusial. Pesan harus disesuaikan dengan konteksnya agar dapat efektif dalam lingkungan tertentu. Sementara itu, pemilihan medium atau media komunikasi juga memiliki dampak signifikan dalam proses diseminasi. Pemilihan media yang tepat dapat mempercepat penyebaran informasi dan mencapai target audiens dengan efisien. Secara keseluruhan, memahami dan memanfaatkan

hubungan antara kelima elemen tersebut adalah kunci untuk merancang strategi diseminasi informasi yang sukses.

2.2.3 Teori New Media

Menurut Flew dalam Watie (2016) *New media* adalah bentuk media yang menonjolkan aspek digitalisasi, konvergensi, interaktivitas, dan pengembangan jaringan dalam proses pembuatan dan penyampaian pesan. Kemampuannya dalam menyediakan interaktivitas memungkinkan pengguna *new media* untuk memiliki kendali atas informasi yang mereka konsumsi. Mereka tidak hanya dapat memilih jenis informasi yang ingin mereka terima, tetapi juga memiliki kontrol terhadap produksi informasi serta memiliki kebebasan untuk membuat pilihan-pilihan sesuai keinginan mereka. Konsep inti dari pemahaman *new media* adalah kemampuannya untuk menciptakan pengalaman interaktif yang memberikan kekuasaan kepada pengguna dalam mengelola informasi.

Pengistilahan "media baru" atau "*new media*" digunakan untuk menggambarkan karakteristik media yang berbeda dari media tradisional atau "old media" yang sudah ada sebelumnya. Media konvensional seperti televisi, radio, majalah, dan koran termasuk dalam kategori media lama, sementara media internet yang menawarkan interaktivitas dianggap sebagai media baru. Penting untuk dicatat bahwa istilah ini tidak bermakna bahwa media lama sepenuhnya digantikan oleh media baru. Sebaliknya, pengistilahan ini mencerminkan munculnya karakteristik baru dalam bentuk media yang memanfaatkan teknologi digital dan interaktif (Watie, 2016).

Menurut Roseler dalam Mc Quail (2011, hal. 152) pada umumnya, media baru telah diterima dengan antusiasme, ketertarikan positif, dan bahkan harapan

yang tinggi, termasuk oleh pihak media lama. Respons terhadap media baru sering kali mencerminkan antusiasme yang berlebihan dan penuh euforia, dengan beberapa perkiraan yang mungkin terlalu optimis mengenai signifikansi dan dampaknya. Fenomena ini mencerminkan optimisme yang kuat terhadap potensi inovasi dan transformasi yang dibawa oleh media baru dalam lingkungan media dan komunikasi.

Sementara Menurut Mc Quail (2011, hal. 152) media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi dan ketersediaanya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. dengan indikator (*Selectivity, Intentionally, Utilitarianism, involvement*). Tahap tersebut yang pertama yaitu kemampuan memilih (*Selectivity*), kesengajaan (*Intentionally*), pemanfaatan (*Utilitarianism*), selanjutnya keterlibatan (*involvement*).

Secara sederhana, media baru dapat dijelaskan sebagai media yang terbentuk melalui interaksi antara manusia dengan komputer dan internet, dengan fokus khusus pada peran teknologi tersebut. Contohnya mencakup segala hal yang terkait dengan komputer dan internet, seperti jejaring sosial, situs web penyedia video dan audio, dan bahkan perangkat ponsel cerdas (handphone) pada era saat ini, yang mirip dengan fungsi komputer. Media baru menjadi wadah penting bagi interaksi, distribusi informasi, dan konsumsi konten digital dalam konteks modern (Aji, 2016).

McQuail (2011, hal. 156–157) mengidentifikasi lima kategori utama media baru sebagai berikut:

- 1) Media Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication Media*):
 - Contoh termasuk telepon, yang semakin mobile, dan surat elektronik.

- Kontennya umumnya bersifat pribadi dan mudah dihapus.
- 2) Media Permainan Interaktif (*Interactive Play Media*):
- Melibatkan media berbasis komputer dan video game, termasuk peralatan realitas virtual.
 - Inovasi utamanya terletak pada interaktivitas, dengan fokus pada kepuasan dalam proses penggunaannya.
- 3) Media Pencarian Informasi (*Information Search Media*):
- Dibentuk sebagai perpustakaan dan sumber data dengan ukuran, aktualitas, dan aksesibilitas yang belum pernah ada sebelumnya.
 - Memiliki posisi penting bagi pengguna dan menjadi sumber pendapatan utama untuk internet.
- 4) Media Partisipasi Kolektif (*Collective Participatory Media*):
- Melibatkan penggunaan internet untuk berbagi, bertukar informasi, gagasan, dan pengalaman, serta mengembangkan hubungan pribadi aktif melalui perantara komputer.
 - Termasuk situs jejaring sosial sebagai bagian dari kelompok ini.
- 5) Substitusi Media Penyiaran (*Substitution of Broadcasting Media*):
- Terkait dengan penggunaan media untuk menerima atau mengunduh konten yang disiarkan.
 - Menyoroti tren penggantian media penyiaran tradisional dengan media baru dalam hal distribusi dan konsumsi konten.

2.1 Strategi Manajemen

Strategi manajemen merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang dihasilkan dari proses formulasi dan implementasi rencana dengan

tujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Bila definisi ini dikaitkan dengan terminologi, maka manajemen strategis dapat pula didefinisikan sebagai proses perencanaan, pengarahan, pengorganisasian dan pengendalian berbagai keputusan dan tindakan strategis sekolah dengan tujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif.³⁰ Manajemen Strategis adalah suatu cara untuk mengendalikan organisasi secara efektif dan efisien, sampai kepada implementasi garis terdepan, sedemikian rupa sehingga tujuan dan sasarannya tercapai (Kholis, 2014, p. 6).

Dalam pelaksanaannya, manajemen strategis disusun melalui beberapa proses yang harus dilalui untuk menghasilkan keterpaduan manajemen yang strategis. Proses manajemen strategis merupakan suatu cara yang dilakukan oleh para penyusun strategi dalam menentukan tujuan-tujuannya dan membuat rumusan keputusan-keputusan strategis. Proses ini dapat digambarkan sebagai pendekatan yang objektif, logis, dan sistematis untuk membuat keputusan besar dalam organisasi. Proses ini berusaha untuk mengelola informasi kuantitatif dan kualitatif dalam bentuk yang memungkinkan keputusan efektif dapat diambil dalam kondisi yang tidak menentu (Kholis, 2014, p. 14).

Proses manajemen strategi dimulai dengan tahapan-tahapan yaitu adanya formulasi strategi (*strategy formulation*) yang mencerminkan keinginan dan tujuan organisasi, implementasi strategi (*strategy implementation*) yang menggambarkan cara mencapai tujuan, dan evaluasi strategi (*strategy evaluation*) yang dimaksudkan untuk mengevaluasi dan memberikan umpan balik kinerja organisasi. Sejalan dengan hal tersebut, Wheelen dan Hunger dalam Solihin menyebutkan bahwa model manajemen strategis yang digunakan dalam sebuah lembaga sekolah terdiri dari tiga elemen yang meliputi:

1. Formulasi Strategi:

- a) Tahap ini melibatkan pengembangan visi dan misi organisasi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal, serta kekuatan dan kelemahan internal.
- b) Tujuan dan sasaran strategis dirumuskan berdasarkan analisis ini, yang kemudian menghasilkan strategi yang dapat diadopsi untuk mencapai tujuan tersebut.

2. Implementasi Strategi:

- a) Pada tahap ini, strategi yang telah dirumuskan diterapkan melalui penetapan kebijakan, alokasi sumber daya, dan penetapan struktur organisasi yang mendukung pelaksanaan strategi.
- b) Implementasi mencakup pengembangan budaya organisasi yang mendukung, pelatihan karyawan, serta penyesuaian sistem dan proses yang ada untuk mendukung strategi yang dipilih.

3. Evaluasi Strategi:

- a) Tahap evaluasi melibatkan pemantauan dan pengukuran kinerja terhadap tujuan yang telah ditetapkan.
- b) Proses ini mencakup penilaian efektivitas strategi, identifikasi area yang memerlukan perbaikan, dan penyesuaian strategi berdasarkan umpan balik dan hasil evaluasi.

- c) Evaluasi strategi juga penting untuk memastikan bahwa organisasi tetap responsif terhadap perubahan lingkungan internal dan eksternal.

2.3 Profil Samsat Medan Selatan

Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Sumatera Utara awalnya bertanggung jawab atas pengelolaan pajak dan pendapatan daerah di bawah Biro Keuangan Sekretariat Wilayah Tingkat I Sumatera Utara. Dalam perkembangannya, Biro Keuangan ditingkatkan menjadi Direktorat Keuangan berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Sumatera Utara. Bagian Pajak Pendapatan Daerah kemudian menjadi Sub Direktorat Keuangan Pendapatan Daerah pada Direktorat Keuangan. Pembentukan Dinas Pendapatan Daerah Tingkat I Sumatera Utara dilakukan pada tanggal 31 Maret 1976 berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Sumatera Utara No. 137/II/GSU.

Dalam upaya meningkatkan tugas dan pelayanan, Dinas Pendapatan Daerah Tingkat I Sumatera Utara mengalami perkembangan dengan membentuk cabang-cabang dinas di Kabupaten/Kotamadya Tingkat II. Namun, berdasarkan Surat Menteri Dalam Negeri No. 061/2743/S pada tanggal 22 November 1999, nama Dinas Pendapatan Daerah Tingkat I Sumatera Utara diubah menjadi "Dinas Pendapatan Provinsi," dan cabangnya diubah menjadi "Cabang Dinas Pendapatan Provinsi Sumatera Utara."

Selanjutnya, untuk meningkatkan pelayanan kepada pemilik kendaraan bermotor, Pemerintah membentuk Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT). SAMSAT melibatkan tiga instansi, yaitu Dinas Pendapatan Provinsi

Sumatera Utara, DITLANTAS POLDASU, dan PT. Jasa Raharja Cabang Utama Medan, dengan tujuan meningkatkan pendapatan daerah melalui pemungutan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBN-KB), serta meningkatkan asuransi kecelakaan Jasa Raharja. SAMSAT juga bertujuan untuk menyederhanakan tindakan, menegakkan ketertiban, dan meningkatkan kelancaran serta pengadaan administrasi kendaraan bermotor.

Tabel 1 Pelayanan UPT. SAMSAT Medan Selatan

No	Nama Pelayanan	Jenis Pelayanan
1	Gerai Samsat Deli Tua	Samsat Gerai
2	Gerai Samsat Tuntungan	Samsat Gerai
3	Gerai Samsat Mandala	Samsat Gerai
4	Gerai Samsat Medan Selatan	Samsat Induk
5	Gerai Samsat Medan Selatan (1)	Bus Samsat Keliling
6	Gerai Samsat Medan Selatan (2)	Bus Samsat Keliling
7	Gerai Samsat Medan Selatan (3)	Bus Samsat Keliling
8	Sun Plaza	Samsat Corner

Sumber: (Bapenda Sumut, 2023)

Samsat Medan Selatan merupakan cabang Samsat yang berpusat di di Jl. Sisingamangaraja Km.5 No.5, Harjosari I, Kec. Medan Amplas, Kota Medan, Sumatera Utara 20217. Samsat Medan Selatan menyelenggarakan sistem administrasi satu atap untuk Pembayaran Pajak di wilayah Medan bagian selatan. Layanan ini mencakup beberapa titik pelayanan, seperti Gerai Samsat Delitua, Gerai Samsat Tuntungan, Gerai Samsat Mandala, dan Samsat Medan Selatan sebagai induk pelayanan. Selain itu, terdapat juga pelayanan keliling dengan tiga

bus Samsat di wilayah Medan Selatan (1), (2), dan (3). Samsat Medan Selatan juga memiliki layanan di Sun Plaza dalam bentuk Samsat Corner, yang memberikan kemudahan akses untuk pembayaran pajak kepada masyarakat.

Pelayan pembayaran pajak bermotor adalah lembaga yang bertugas untuk membantu pemilik kendaraan dalam proses pembayaran pajak kendaraan bermotor, baik itu melalui pengumpulan dokumen yang diperlukan, pengisian formulir, atau mengarahkan pemilik kendaraan ke tempat pembayaran yang sesuai.

SAMSAT Medan Selatan memiliki maklumat “Kami menyatakan sanggup menyelenggarakan dan melaksanakan pelayanan sesuai dengan Kode Etik dan Standar Pelayanan yang telah ditetapkan dalam Keputusan Tim Pembina SAMSAT Provinsi Sumatera Utara dan apabila tidak menepati, maka kami bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.”. hal ini memberikan penegasan atas kesiapan mereka untuk menyelenggarakan layanan dengan mematuhi Kode Etik dan Standar. Dalam maklumat tersebut, mereka menyatakan kewajiban untuk melaksanakan pelayanan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Selain itu, SAMSAT Medan Selatan juga menegaskan keterbukaan mereka terhadap sanksi yang mungkin diberlakukan jika tidak mematuhi ketentuan dan peraturan yang berlaku (Bapenda Sumut, 2020).

Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) adalah pajak yang dikenakan atas kepemilikan dan/atau penguasaan kendaraan bermotor. Kendaraan bermotor mencakup semua kendaraan dengan dua roda atau lebih beserta gandengannya yang digunakan di semua jenis jalan darat, dan ditenagai oleh peralatan teknik seperti motor atau peralatan lain yang mengubah sumber daya energi tertentu menjadi

tenaga gerak kendaraan. Ini juga mencakup alat-alat berat yang dapat bergerak, tidak melekat secara permanen, dan dapat dipindahkan ke tempat lain.

Pemungutan PKB didasarkan pada Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang pajak daerah dan retribusi daerah, yang telah mengalami perubahan dengan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000, serta diatur lebih lanjut oleh Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang pajak daerah. Di samping itu, penerapan PKB di suatu provinsi didasarkan pada peraturan daerah provinsi yang bersangkutan, yang menjadi dasar hukum untuk pelaksanaan teknis pengenaan dan pemungutan PKB di wilayah provinsi tersebut.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

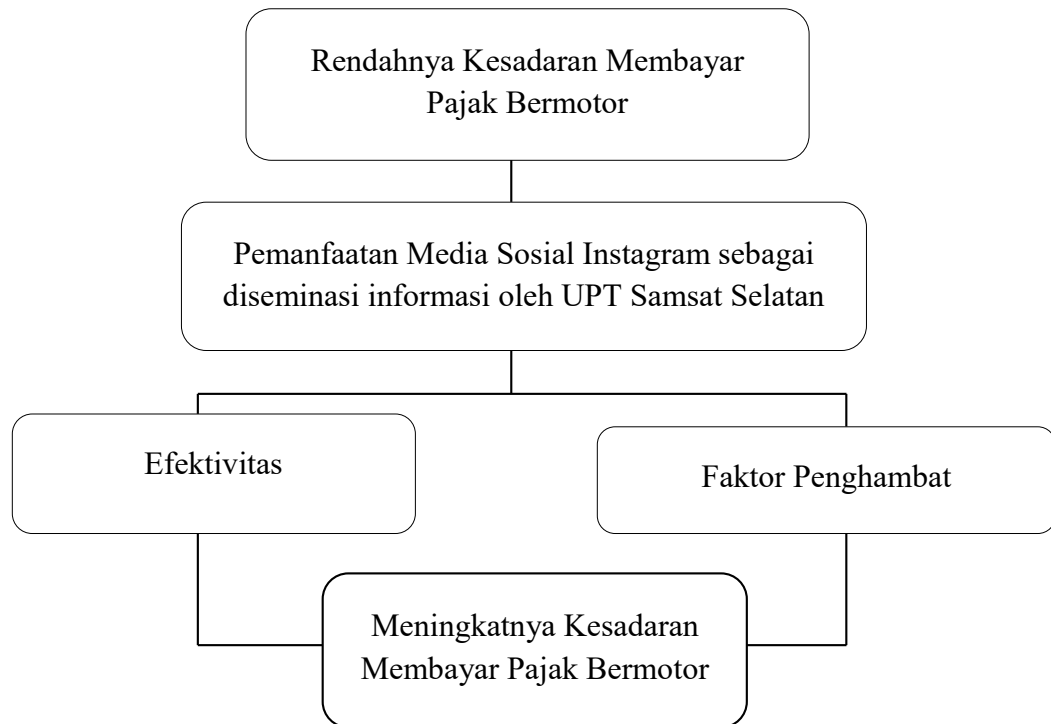
Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti kali ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk memahami pengalaman individu, kehidupan kelompok, dinamika masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, serta aktivitas sosial. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan wawasan mendalam dan pemahaman kontekstual mengenai suatu fenomena atau masalah melalui perspektif subjek penelitian (Rustanto, 2015, p. 56).

Menurut Sugiyono (2018, hal. 26–27) Metode penelitian deskriptif kualitatif, instrumennya adalah peneliti itu sendiri untuk menjadi sebuah instrumen, penelitian harus memiliki bekal teori dan wawasan luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret dan mengkonstruksi objek yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak berpedoman pada teori, tetapi berpedoman pada fakta ditemukan selama penelitian lapangan.

Metode penelitian deskriptif kualitatif yang diterapkan dalam penelitian ini bertujuan untuk memaparkan dan menjelaskan objek masalah, yaitu media diseminasi informasi UPT Samsat Medan Selatan sebagai upaya meningkatkan kesadaran membayar pajak di wilayah tersebut.

3.2 Kerangka Konsep

Gambar 3 Kerangka Konsep



Sumber: Olahan Peneliti, 2024

3.3 Definisi Konsep

Menurut Gusniwati (2015, hal. 30) pemahaman konsep adalah sesuatu kemampuan untuk menemukan ide-ide abstrak untuk mengklasifikasikan benda-benda yang ada dinyatakan dalam suatu istilah kemudian dituangkan ke dalam suatu contoh, sehingga seseorang dapat memahami suatu konsep dengan jelas.

Kerangka konsep tersebut menunjukkan arah penelitian yang dilakukan penulis pada pemanfaata media sosial UPT samsat medan Selatan sebagai media desiminasi informasi yang dikarenakan oleh rendahnya Kesadaran Membayar Pajak Bermotor. Hal ini merupakan masalah serius yang dihadapi oleh pemasukan daerah saat ini. Fenomena ini merujuk pada tingkat kurangnya pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap kewajiban membayar pajak untuk kendaraan bermotor yang mereka miliki.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menyelidiki sejauh mana pemanfaatan media sosial Instagram oleh UPT Samsat Selatan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak bermotor. Penelitian ini menganalisis interaksi dan respons masyarakat terhadap konten informasi yang diposting di Instagram. Disamping itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi faktor penghambat yang mungkin mempengaruhi kesuksesan kampanye, seperti tingkat partisipasi masyarakat dan potensi kolaborasi dengan pihak eksternal.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Berdasarkan kerangka konsep, maka dapat di bentuk kategorisasi penelitian sebagai berikut :

Tabel 2 Kategorisasi Penelitian

No	Uraian teoritis	Kategorisasi
1.	Pemanfatatan media sosial oleh UPT Samsat Medan Selatan	• Pemanfaatan (<i>Utilitarianism</i>),
2.	Diseminasi Informasi	• <i>Content</i> (pesan) • <i>User</i> (penerima)
3	Efektivitas	• Pencapaian Tujuan • Tepat sasaran • Tepat waktu

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

3.5 Informan/Narasumber

Sugiyono (2017, hal. 85) menjelaskan bahwa "purposive sampling" merupakan metode pemilihan sampel yang didasarkan pada pertimbangan tertentu. Alasan penggunaan metode ini adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Adapun kriteria informan yang peneliti maksud adalah pertama, Pimpinan yang mengatur semua manajemen Samsat Medan Selatan, Ahli Media Sosial, dan ketiga adalah Masyarakat pengikut Instagram Samsat Medan Selatan.

Sehingga penelitian ini melibatkan tiga informan kunci yang memiliki peran penting dalam konteks "Rendahnya Kesadaran Membayar Pajak Bermotor" dan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai solusi. Kepala UPT Samsat Selatan, Bapak Rafifisen Siregar, S.Sos, MSP, Kasubag Tata Usaha, Tengku Erni Zahara, SH, pengelola media sosial Instagram UPT Samsat Medan Selatan

Selanjutnya informan penelitian ini yang berasal dari Masyarakat adalah 10 masyarakat Medan Selatan sebagai pengikut Instagram Samsat Medan Selatan yang akan memberikan perspektif yang lebih luas dan representatif terkait tanggapan dan pemahaman masyarakat terhadap kampanye kesadaran pajak yang dilakukan oleh UPT Samsat Selatan melalui media sosial Instagram.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan pendekatan yang diterapkan dalam suatu penelitian untuk mengakses atau memperoleh informasi yang relevan dengan konteks penelitian. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang diterapkan adalah:

a) Wawancara

Menurut Asmani dalam Sujarweni, 2014 (hal. 74) wawancara merupakan suatu instrumen yang digunakan untuk memperoleh data secara lisan. wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data yang melibatkan proses mengajukan sejumlah pertanyaan kepada subjek penelitian atau narasumber secara langsung, dengan tujuan terkait dengan topik penelitian yang sedang

diangkat. Proses wawancara ini dilakukan secara tatap muka, di mana peneliti berinteraksi langsung dengan narasumber untuk menggali informasi yang lebih mendalam dan komprehensif.

b) Observasi

Metode observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data di mana penelitian dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung atau daring terhadap objek penelitian untuk mengamati dan mencatat kegiatan yang terjadi. Pengumpulan data dengan observasi langsung atau dengan pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standart lain untuk keperluan tersebut. Dalam kegiatan sehari-hari, kita selalu menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standart lain untuk keperluan tersebut (Lexy J. Moleong, 2018, p. 167)

Observasi akan dilakukan baik secara langsung, di mana peneliti mengamati kegiatan secara fisik, maupun secara tidak langsung melalui media Instagram. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data observasi dari dua versi pengamatan, yang mencakup pengamatan langsung pada situasi tertentu dan pengamatan melalui interaksi online di platform Instagram.

c) Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya (Akhmad, 2015)

3.7 Teknik Analisis Data

Proses analisis data dilaksanakan oleh peneliti secara simultan dengan pengumpulan data dan berlangsung secara kontinu. Peneliti menjalankan analisis data melalui empat tahapan, yang melibatkan:

a. Pengumpulan Data

Pada tahap ini, peneliti mencatat data dengan cara yang objektif dan sesuai dengan fakta yang ditemukan selama proses wawancara, observasi, dan pengumpulan dokumen di lapangan.

b. Reduksi Data

Reduksi data merupakan langkah dimana peneliti memilih, mengabstraksi, dan mengubah data kasar yang diperoleh dari catatan-catatan lapangan. Proses reduksi data merupakan bentuk analisis yang menyaring, mengelompokkan, mengarahkan, serta mengeliminasi elemen yang tidak diperlukan, sehingga data dapat diorganisir dengan baik dan menghasilkan simpulan yang relevan.

c. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan untuk mengaudit, mengorganisir, dan mengelompokkan data dengan tujuan menghasilkan gambaran yang bersifat deskriptif.

d. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi Hasil Akhir

Tahap ini melibatkan peninjauan ulang terhadap catatan di lapangan atau hasil kesimpulan yang muncul dari data. Kesimpulan tersebut diuji untuk menilai kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokannya, sehingga memastikan validitasnya.

Triangulasi merupakan teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Moleong triangulasi adalah teknik pemeriksaan

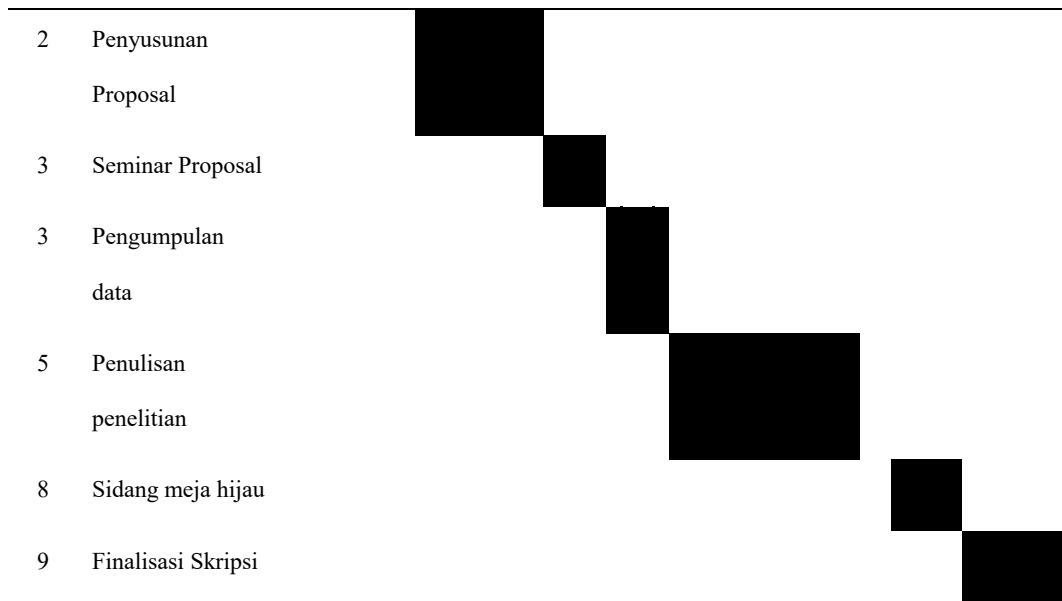
keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain (Moleong, 2012, hal 332). Denzin dalam moleong membedakan empat macam triangulasi data sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori. (Moleong, 2012, hal 333). Peneliti dalam peneltitian ini menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini difokuskan di UPT Samsat Medan Selatan yang beralamat di Jl. Sisingamangaraja No.Km.5.5, Harjosari I, Kec. Medan Amplas, Kota Medan, Sumatera Utara 20217, di mana peneliti melakukan pengumpulan data dan analisis terkait dengan media diseminasi informasi sebagai strategi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak. Lokasi UPT Samsat Medan Selatan dipilih karena menjadi pusat pelayanan yang strategis, memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan yang mendalam mengenai implementasi media tersebut dalam konteks peningkatan kesadaran pajak di wilayah tersebut. Dengan berfokus pada lokasi ini, diharapkan penelitian dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemahaman efektivitas media diseminasi informasi di lingkungan UPT Samsat Medan Selatan.

Tabel 3 Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Desember 2023				Januari 2024				Ferbruari 2024				Maret 2024				April 2024				Mei 2024			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																								



Sumber: Data Penelitian.2024

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Hasil penelitian ini merupakan hasil dari serangkaian proses yang mencakup wawancara dengan Kepala UPT Samsat Selatan, Bapak Rafifisen Siregar, S.Sos, MSP, serta Kasubag Tata Usaha yang saat ini diisi oleh PLT Aulia Ayumi. S.Stp., MM, mengingat Tengku Erni Zahara, SH, telah memasuki masa pensiun. berikut hasil penjelasa hasil wawancara dengan informan kunci.

Menurut Kasubbag Tata Usaha Ibu Aulia Ayumi. S.Stp., MM, Samsat Medan Selatan Tujuan utama penggunaan Instagram oleh Samsat Medan Selatan adalah untuk mengatasi pandangan negatif yang mungkin ada di masyarakat terhadap lembaga tersebut, terutama terkait dengan keberadaan oknum pungli. Seperti yang diungkapkan oleh Kasubbag Tata Usaha Ibu Aulia Ayumi. S.Stp., MM, Samsat Medan Selatan memgusahkaan untuk memotivasi wajib pajak agar membayar pajak tepat waktu dengan menyajikan informasi yang jelas dan terpercaya.

Melalui konten-konten yang edukatif dan menghibur, Samsat Medan Selatan berharap dapat membantu masyarakat untuk memahami bahwa proses pembayaran pajak di Samsat Medan Selatan tidak melibatkan praktik-praktik yang merugikan atau tidak baik.

Selanjutnya, Kepala UPT Samsat Selatan menekankan pentingnya Instagram sebagai sarana untuk memberikan edukasi kepada masyarakat tentang cara-cara membayar pajak yang mudah dan tidak membingungkan.

“Ini adalah rangkaian untuk mempermudah masyarakat, satu sisi agar mereka mengerti dan jelas akan sistem Samsat Medan Selatan untuk membayar pajak, dan tidak lagi datang ke kantor, asalkan mereka punya data yang jelas... (wawancara dengan Kepala UPT Samsat Selatan)

Tantangan besar yang dihadapi oleh Samsat Medan Selatan adalah banyaknya oknum yang terlibat dalam praktik penipuan, yang telah merusak citra lembaga tersebut di mata masyarakat. Dalam wawancara tersebut, narasumber tim media sosial menyoroti pentingnya mengatasi pandangan negatif ini untuk memulihkan kepercayaan masyarakat.

“tidak takut sama kita, kamu kalau misalnya itu banyak sisi negatif yang disebabkan oleh beberapa hal, yang biasanya jadi maksud dari akun itu juga mengedukasi, memberikan informasi supaya masyarakat lebih banyak membaca dan mereka tidak ditipu lagi oleh orang. (wawancara dengan tim media sosial Samsat Medan Selatan)

Sebagaimana juga diungkapkan oleh Kasubbag Tata Usaha Ibu Aulia Ayumi, tujuan utama tim media sosial Samsat adalah untuk membersihkan nama baik lembaga dan mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap Samsat Medan Selatan.

Tim Media Sosial Instagram UPT Samsat Medan Selatan juga menggarisbawahi pentingnya Instagram sebagai alat untuk mengdukasi masyarakat tentang pentingnya membayar pajak secara benar dan tepat. Mereka menciptakan konten-konten yang informatif dan menarik untuk menjelaskan prosedur-prosedur pembayaran pajak secara sederhana dan mudah dipahami. Dengan demikian, tujuan utama mereka adalah untuk meningkatkan tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya ketaatan terhadap peraturan perpajakan dan kontribusi mereka terhadap pembangunan daerah.

Narasumber dari Tim Media Sosial Instagram UPT Samsat Medan Selatan menekankan upaya UPT Samsat Medan Selatan dalam menjadikan Instagram sebagai platform yang mempermudah proses pembayaran pajak dan memberikan solusi atas pertanyaan serta keluhan pengguna. Dengan menyediakan informasi yang jelas dan terpercaya, serta merespons pertanyaan dan keluhan pengguna dengan cepat, mereka percaya dapat memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengikut wajib pajak yang ada di Kota Medan, terkhusus pada wilayah kerja UPT Samsat Medan Selatan.

Melalui konten-konten yang informatif dan edukatif, Samsat Medan Selatan berupaya menjelaskan prosedur pembayaran pajak secara detail kepada masyarakat. Narasumber menegaskan bahwa tujuan utama mereka adalah untuk menyediakan informasi yang mudah dipahami sehingga masyarakat dapat melaksanakan kewajibannya dengan tepat dan tanpa kebingungan. Dengan demikian, mereka berharap dapat membantu mempermudah proses pembayaran pajak bagi wajib pajak di wilayah Medan Selatan.

Selain itu, dengan merespons pertanyaan dan keluhan pengguna melalui Instagram, Samsat Medan Selatan menunjukkan komitmen mereka dalam memberikan layanan yang responsif dan proaktif kepada masyarakat. Hal ini membantu membangun hubungan yang lebih erat antara lembaga dan pengikut Instagram mereka, serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap Samsat Medan Selatan sebagai lembaga pelayanan publik.

Dalam proses menjadikan Instagram sebagai platform yang mempermudah pembayaran pajak, Samsat Medan Selatan juga berupaya untuk memberikan solusi

atas berbagai kendala atau pertanyaan yang mungkin timbul dari pengguna. Dengan memberikan respons yang tepat dan solutif, mereka berharap dapat menghilangkan hambatan-hambatan yang mungkin dihadapi oleh masyarakat dalam proses pembayaran pajak.

Strategi konten dan interaksi di akun Instagram Samsat Medan Selatan adalah kunci dalam membangun hubungan yang erat dengan masyarakat serta memperbaiki citra lembaga. Sebagaimana disampaikan oleh Kasubbag Tata Usaha Ibu Aulia Ayumi,

"Kami terus melakukan inovasi baru, baik berupa TikTok maupun penayangan humoris yang mudah diterima dari wajib pajak."
(Wawancara dengan Kepala UPT Samsat Medan Selatan)

Selain menghasilkan konten yang menarik, tim media sosial Samsat Medan Selatan juga aktif dalam berinteraksi dengan pengikutnya. Tim media sosial memberikan respons yang cepat dan tanggap terhadap pertanyaan serta keluhan yang disampaikan melalui Instagram. Seperti yang diungkapkan oleh salah seorang anggota tim media sosial,

"Kami selalu berusaha untuk merespons setiap pertanyaan dan keluhan dengan cepat, dan memberikan solusi yang memuaskan kepada pengguna." Hal ini mencerminkan kesungguhan mereka dalam menjaga keterlibatan dan kepuasan pengguna. (wawancara dengan tim media sosial samsat medan Selatan)

Dalam konteks meningkatkan interaksi, Samsat Medan Selatan juga melakukan strategi interaktif dengan mengajak pengguna untuk berpartisipasi melalui konten-konten seperti kuis, polling, atau tanya jawab. Tim media sosial ini berusaha untuk menciptakan lingkungan yang ramah dan mendukung bagi

pengikutnya. Seperti yang diungkapkan oleh narasumber dari Tim Media Sosial Instagram UPT Samsat Medan Selatan,

"Kami membuat konten-konten kece yang mereka bisa komen, like, dan share untuk mendorong interaksi yang lebih aktif dari pengguna." (wawancara dengan tim media sosial samsat medan Selatan)

Dalam merencanakan strategi konten, Samsat Medan Selatan juga mempertimbangkan pentingnya transparansi dan akurasi informasi yang disampaikan kepada masyarakat. tim media sosial samsat medan selatan berusaha untuk menyajikan konten yang benar dan terpercaya, seperti yang disampaikan oleh Kasubag Tata Usaha,

"Konten yang kami bagikan telah melalui proses validasi dan persetujuan dari atasan, sehingga tidak menimbulkan kebingungan atau kesalahpahaman di kalangan wajib pajak." (Wawancara dengan Kepala UPT Samsat Medan Selatan)

Dalam memaksimalkan interaksi, Samsat Medan Selatan juga mengadopsi strategi pemanfaatan fitur-fitur interaktif yang disediakan oleh Instagram, seperti stories,. Instagram samsat medan selatan menjadi sarana untuk memberikan informasi secara langsung dan interaktif kepada pengikutnya.

Dalam mengetahui efektivitas Instagram samsat medan selatan, efektivitas Instagram Samsat Medan Selatan diukur melalui berbagai indikator, seperti jumlah pertanyaan dan interaksi pengguna, serta kesadaran masyarakat tentang kewajiban membayar pajak, penerangan dari narasumber dari Tim Media Sosial Instagram UPT Samsat Medan Selatan.

Dengan memperhatikan pertanyaan dan interaksi pengguna, Samsat Medan Selatan dapat mengevaluasi sejauh mana masyarakat terlibat dalam konten yang

mereka bagikan. Indikator ini membantu mereka memahami tingkat minat dan respons masyarakat terhadap informasi yang disampaikan tentang pembayaran pajak.

Selain itu, meningkatnya kesadaran masyarakat tentang kewajiban membayar pajak juga menjadi tolok ukur keberhasilan Instagram Samsat Medan Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan telah berhasil mencapai target audiensnya dan memberikan dampak positif dalam meningkatkan kesadaran perpajakan di masyarakat.

Selanjutnya, Pengguna Instagram dari masyarakat Medan Selatan memilih untuk mengikuti akun Instagram Samsat Medan Selatan karena menemukannya melalui pencarian di web. Pertimbangan mereka dalam mengikuti akun tersebut adalah keaktifan akun tersebut, terutama melalui story yang dianggap cukup aktif,

“saya memfollow akun instagram karena melihat ada akun instagram nya pas mencari di web, dan apakah akun ig nya aktif atau enggak, rupanya ada story yang aku rasa ini cukup aktif, dan postingany banyak informasi untuk bayar pajak gitu (Wawancara dengan pengikut akun Instagram Samsat medan Selatan)

Pengguna Instagram dari masyarakat Medan Selatan menyatakan bahwa informasi yang diperoleh dari akun Instagram Samsat Medan Selatan sangat membantu dalam memahami proses pembayaran pajak kendaraan bermotor. Mereka mengakui bahwa konten-konten yang disajikan melalui platform tersebut memberikan pemahaman yang cukup baik tentang prosedur pembayaran pajak. Namun demikian, pengguna juga menyoroti bahwa beberapa aspek mungkin lebih jelas jika langsung ditanyakan atau diperoleh melalui kunjungan langsung ke tempat pembayaran pajak.

"Ada beberapa hal yang bisa saya tahu dari Instagram Samsat Medan Selatan, tapi kadang juga harus datang langsung baru tahu pasti dan jelasnya." (Wawancara dengan pengikut akun Instagram Samsat medan Selatan).

Pernyataan ini menggambarkan bahwa meskipun informasi yang disediakan cukup membantu dalam memahami proses pembayaran pajak, namun ada beberapa aspek yang masih dirasa perlu untuk dipastikan atau ditanyakan secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa sementara Instagram dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat, namun masih ada kebutuhan untuk klarifikasi atau penjelasan lebih lanjut terutama dalam hal-hal yang mungkin memerlukan pemahaman yang lebih mendalam atau rinci.

4.2 Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram oleh UPT Samsat Medan Selatan adalah strategi efektif untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak tentang pentingnya membayar pajak tepat waktu dan menghindari sanksi. Berdasarkan teori manajemen strategi, pendekatan ini dapat dianalisis melalui tiga tahap utama: formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi.

1. Formulasi Strategi

Formulasi strategi dimulai dengan tujuan yang jelas, yaitu meningkatkan kesadaran wajib pajak dan mengatasi pandangan negatif masyarakat terhadap UPT Samsat Medan Selatan. Tim media sosial spesialis mengembangkan rencana konten dengan mempertimbangkan audiens utama mereka, yaitu generasi milenial yang aktif di media sosial. Proses ini melibatkan riset audiens yang mendalam dan

analisis preferensi konten berdasarkan trial and error. Konten yang direncanakan mencakup informasi edukatif dan menghibur tentang pembayaran pajak, yang diharapkan dapat menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan (engagement) pengguna.

2. Implementasi Strategi

Implementasi strategi dilakukan oleh tim media sosial yang bertanggung jawab atas semua aspek teknis. Ini mencakup ide konten, desain, editing, dan penentuan jenis konten. Konten diposting pada jam-jam traffic tinggi di media sosial, yaitu sekitar jam 1 siang dan antara jam 5-8 malam, dengan frekuensi minimal dua kali seminggu. Langkah ini memastikan bahwa konten mencapai audiens yang lebih luas pada saat mereka paling aktif.

Tim media sosial berperan sebagai eksekutor utama dalam produksi konten setelah mendapatkan persetujuan dari Kabag Umum. Proses ini memastikan bahwa semua konten yang dipublikasikan telah divalidasi dan disesuaikan dengan standar lembaga. Tim ini juga mengandalkan feedback dari audiens dan hasil evaluasi berkala untuk menyesuaikan strategi konten mereka secara berkelanjutan.

3. Evaluasi Strategi

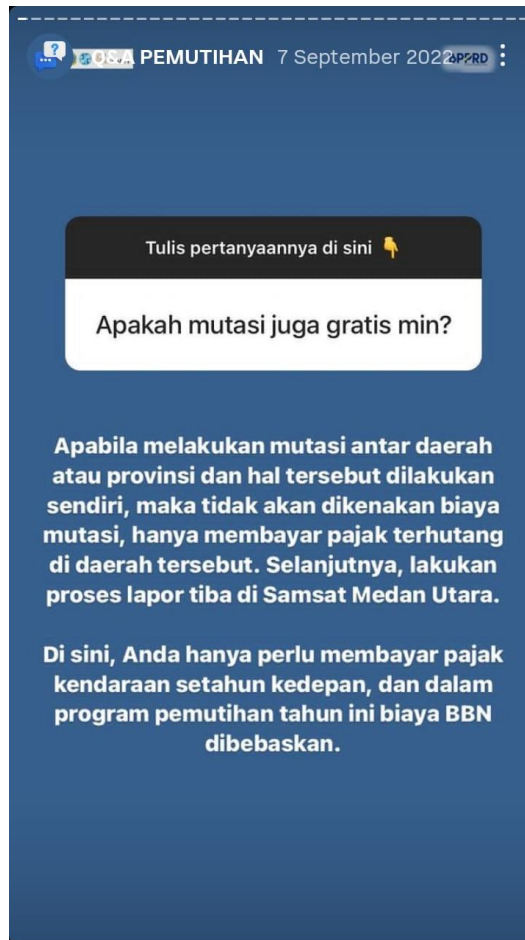
Evaluasi strategi dilakukan berdasarkan engagement dan highlight yang diperoleh dari dashboard Instagram. Evaluasi ini mencakup analisis metrik seperti jumlah like, komentar, share, dan peningkatan jumlah pengikut. Evaluasi bulanan dilakukan bersama antara Kabag Umum dan tim media sosial untuk meninjau kinerja, memberikan masukan, dan menetapkan target baru. Evaluasi yang

sistematis ini membantu UPT Samsat Medan Selatan untuk terus meningkatkan strategi mereka dan memastikan bahwa tujuan utama mereka tercapai.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi konten dan interaksi yang aktif di Instagram berhasil dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap Samsat Medan Selatan. Transparansi dan akurasi informasi yang disampaikan melalui konten juga memainkan peran penting dalam mengatasi pandangan negatif dan meningkatkan kepuasan pengguna.

Dalam konteks kemampuan memilih, Samsat Medan Selatan menunjukkan kehandalan dalam menentukan konten yang relevan dan informatif untuk diunggah di akun Instagram mereka. Mereka mengutamakan konten-konten yang dapat memberikan pemahaman yang jelas kepada masyarakat terkait dengan proses pembayaran pajak dan peraturan yang berlaku. Sebagaimana diungkapkan oleh narasumber dari Tim Media Sosial Instagram UPT Samsat Medan Selatan, mereka mempertimbangkan berbagai faktor, seperti juknis gubernur, tren yang sedang viral, serta kebutuhan dan kepentingan pengguna dalam menentukan konten yang diunggah.

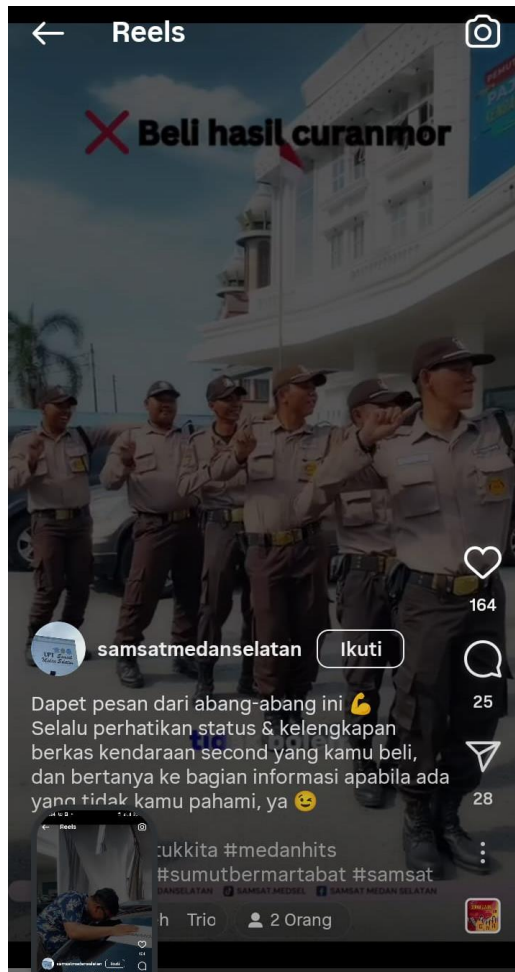
Gambar 0.1 Story Akun Instagram Samsat Medan Selatan



Sumber: Akun Instagram Medan Selatan

Selain story, Samsat Medan Selatan juga menciptakan konten video yang menghibur, yang telah ditonton oleh lebih dari 7 ribu pengguna Instagram. Konten tersebut mengikuti tren viral dan mengubahnya menjadi bentuk konten edukatif namun tetap menghibur. Salah satu contoh konten adalah video yang menampilkan seorang satpam yang sedang memperagakan cover album musik, sambil menyampaikan pesan penting tentang pentingnya memiliki kendaraan bekas dengan kelengkapan surat dan pajak yang lengkap.

Gambar 0.2 Akun Instagram Samsat



Sumber: Akun Instagram Medan Selatan

Konten video ini telah menjadi yang paling banyak ditonton, dibandingkan dengan video reels lainnya, dengan rata-rata views sebesar 2 juta. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan yang menggabungkan hiburan dengan pesan edukatif ternyata efektif dalam menarik perhatian dan minat pengguna Instagram, serta memperkuat citra Samsat Medan Selatan sebagai lembaga yang kreatif dan inovatif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Dalam aspek kesengajaan, Samsat Medan Selatan dengan sengaja menggunakan Instagram sebagai media penyebaran informasi untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Mereka dengan tegas menetapkan bahwa tujuan utama

penggunaan Instagram adalah untuk mengedukasi masyarakat tentang kewajiban membayar pajak dan menghilangkan pandangan negatif terhadap lembaga tersebut. Sebagai contoh, Kasubbag Tata Usaha, Ibu Aulia Ayumi, menegaskan bahwa mereka berusaha memotivasi wajib pajak agar membayar pajak tepat waktu melalui informasi yang jelas dan terpercaya.

Dalam hal pemanfaatan, Samsat Medan Selatan memanfaatkan Instagram sebagai sarana untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pembayaran pajak dan mempermudah proses tersebut. Mereka mengukur efektivitas Instagram mereka melalui berbagai indikator, seperti jumlah pertanyaan dan interaksi pengguna, serta kesadaran masyarakat tentang kewajiban membayar pajak. Hal ini menunjukkan bahwa lembaga tersebut tidak hanya menggunakan Instagram sebagai alat untuk menyebarkan informasi, tetapi juga untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat.

Walaupun informasi yang disediakan telah memberikan bantuan yang cukup dalam memahami proses pembayaran pajak, terdapat beberapa aspek yang dirasa perlu untuk dipastikan atau ditanyakan secara langsung. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun Instagram dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang berguna, tetapi masih diperlukan klarifikasi atau penjelasan lebih lanjut, terutama dalam hal-hal yang membutuhkan pemahaman yang lebih mendalam atau rinci.

Dalam aspek keterlibatan, Samsat Medan Selatan berusaha untuk terlibat secara aktif dengan pengikut Instagram mereka melalui interaksi yang proaktif dan responsif. Mereka merespons pertanyaan dan keluhan pengguna dengan cepat,

memberikan solusi atas berbagai kendala yang mungkin timbul, dan berusaha membangun hubungan yang erat dengan masyarakat. Melalui upaya-upaya ini, mereka berharap dapat meningkatkan keterlibatan dan partisipasi masyarakat dalam urusan perpajakan serta memperkuat citra lembaga sebagai pelayanan publik yang peduli dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

1. Tujuan Utama Penggunaan Instagram sebagai media utama untuk menyebarkan informasi terkait pembayaran pajak kendaraan bermotor. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak akan pentingnya membayar pajak tepat waktu dan menghindari sanksi pajak.
2. Strategi Konten dan Interaksi adalah secara aktif mengelola konten yang menarik dan informatif di Instagram, mengikuti tren yang sedang viral, dan memastikan konten mudah dipahami oleh pengguna. Mereka juga mendorong interaksi pengguna dengan menyediakan konten yang interaktif dan responsif terhadap pertanyaan dan keluhan.
3. Efektivitas Instagram Samsat Medan Selatan diukur melalui berbagai indikator, seperti jumlah pertanyaan dan interaksi pengguna, serta kesadaran masyarakat tentang kewajiban membayar pajak. Meskipun data insight disebutkan, fokusnya lebih kepada pengukuran organik dan partisipasi pengguna daripada penggunaan iklan atau promosi berbayar.
4. Samsat Medan Selatan berusaha membangun komunitas aktif dan positif di Instagram dengan mendorong partisipasi pengguna melalui konten yang menarik dan informatif. Mereka juga berupaya menjadikan Instagram sebagai platform yang mempermudah proses pembayaran pajak dan memberikan solusi atas pertanyaan serta keluhan pengguna.

5.2 Saran

Optimalisasi Penggunaan Instagram sebagai Saluran media diseminasi Samsat Medan Selatan yang harus perlu terus memperbarui dan meningkatkan kualitas konten yang disajikan, dari segi kualitas gambar, dan audi visualnya

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, R. (2016). DIGITALISASI, ERA TANTANGAN MEDIA (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Menyongsong Era Digital). *Islamic Communication Journal*, 1(1), 43–54. <https://doi.org/10.21580/icj.2016.1.1.1245>
- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *DutaCom Journal*, 9(1), 43–54.
- Anshori, A. (2019). Opini Masyarakat Kota Medan Terhadap Pemilihan Serentak Presiden Dan Legislatif Tahun 2019. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 142–156. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v3i2.3352>
- ASFAR, A. M. I. T. (2019). ANALISIS NARATIF, ANALISIS KONTEN, DAN ANALISIS SEMIOTIK. *Jurnal REACE (Relating, Exploring, Applying, Cooperating and Evaluaring)*, January. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21963.41767>
- Bapenda Sumut. (2020). *UPT. SAMSAT Medan Selatan - Profil*. Bapenda.Sumutprov.Go.Id.
- Bapenda Sumut. (2023). *TARGET APBD 2023 MENINGKAT, FADLY: KITA HARUS LANGSUNG TANCAP GAS BERI YANG TERBAIK BUAT WAJIB PAJAK*. Bapenda.Sumutprov.Go.Id.
- Disperkimta. (2018). *Perkembangan teknologi Informasi*. <https://Disperkimta.Bulelengkab.Go.Id/>.
- Furqon, M. A., Hermansyah, D., Sari, R., Sukma, A., Akbar, Y., & Rakhmawati, N. A. (2018). Analisis Jenis Posting Media Sosial Pemerintah Daerah Di Indonesia Berdasarkan Like Dan Analisis Sentimental Masyarakat. *Jurnal Sositologi, 17(2)*, 177. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2018.17.2.1>
- Hidayat, F. P., & Ginting, R. (2018). Literasi Media Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ke- 8 Asosiasi Program Pascasarjana Perguruan Tinggi Muhammadiyah (APPPTMA)*, 1–5. https://journal.uny.ac.id/index.php/informasi/article/view/17235/pdf_1
- Hidayat, F. P., Lubis, F. H., Hardiyanto, S., Ananda, F. R., & Anfasa, I. (2022). The impact of social media use on restaurant choice. *Atlantis Press*, 33(3), 310–322. <https://doi.org/10.1080/13032917.2021.1931379>
- Hootsuite. (2023). *Social Media Trends 2024*. Hootsuite.Com.
- Irfan Fauzi, M., & Yuliati, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Upaya Edukasi Pencegahan Penyebaran COVID-19. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(2), 148–155. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i2.500>
- Kholis, N. (2014). *Manajemen strategi pendidikan: formulasi, implementasi dan*

- pengawasan*. UIN SA Press.
- Kriyanto, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Medina.
- Lexy J. Moleong. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Majid, A. (2013). *Strategi Pembelajaran*. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- pajakku.com. (2023). *Pemprov Sumut Dorong Pemilik Kendaraan Manfaatkan Program Pemutihan Pajak*. Pajakku.Com.
- Priliantini, A., Suwanto, K., & Sari, M. P. (2018). Diseminasi Informasi Publik Oleh Humas Kementerian Kelautan Dan Perikanan Republik Indonesia Dalam Meningkatkan Public Awareness: Studi Kasus Pada Permen No. 2 Tahun 2015 Terkait Pelarangan Penggunaan Pukat Hela Dan Pukat Trawl. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 7(3), 116–126. <https://doi.org/10.31504/komunika.v7i3.1630>
- Rustanto, B. (2015). *PENELITIAN KUALITATIF PEKERJAAN SOSIAL*. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Saleh, G.-, & Pitriani, R. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram dan WhatsApp Terhadap Pembentukan Budaya “Alone Together”. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 103. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2673>
- Salim, P., & Salim, Y. (2002). *PetKamus Besar Indonesia Kontemporer,er Salim dan Yenny Salim*. Modren English Press.
- Serrat, O. (2017). Knowledge Solutions: Tools, Methods, and Approaches to Drive Organizational Performance. *Knowledge Solutions: Tools, Methods, and Approaches to Drive Organizational Performance*, 1–1140. <https://doi.org/10.1007/978-981-10-0983-9>
- Setyanto, Y., & Winduwati, S. (2018). Diseminasi Informasi Terkait Pariwisata Berwawasan Lingkungan dan Budaya Guna Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan (Studi pada Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 164. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i2.1077>
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2011). *Teori Komunikasi: Sejarah Metode, &Terapan di dalam Media Massa* (cetakan ke). Kencana Prenada Media Group.
- Sudjana, N. (2016). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kebijakan*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. penerbit Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *Metode Penelitian - Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka baru Press.

- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media Fantasi Menumbuhkan Visitor, Circle, Likes, Koneksi, Retweet, dan Follower*. Elex Media Komputindo.
- Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. (2018). Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Unimed. *Jurnal Interaksi*, 2(1), 61–84.
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>

LAMPIRAN



Dokumentasi bersama Kepala UPT Samsat Medan Selatan



Dokumentasi bersama Kasubag UPT Samsat Medan Selatan



Dokumentasi bersama pengelola media sosial Samsat Medan Selatan



**Dokumentasi bersama Masyarakat pengikut Instagram Samsat Medan
Selatan**





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. DATA PRIBADI

Nama : Adam Raga
Tempat/Tgl Lahir : Medan, 11 Oktober 2002
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia
Email : adamraga00@gmail.com
Alamat : Jl. Sei Batang Serangan No.189
Anak ke : 1 (satu)

2. DATA ORANG TUA

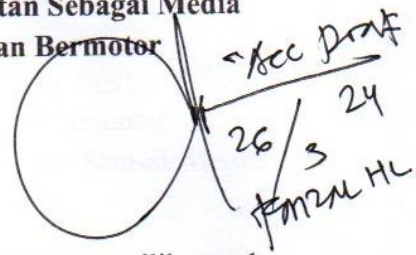
Nama Ayah : Alm. Ir. Ismed Adlin
Nama Ibu : Syahreni Siregar
Alamat : Jl. Sei Batang Serangan No.189

3. JENJANG PENDIDIKAN

2008 – 2014 : SDN 107400
2014 – 2017 : SMPS Hikmatul Fadhillah
2017 – 2020 : SMAN 11 Medan
2020 – 2024 : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA

Analisis Pemanfaatan Sosial Media Instagram Samsat Medan Selatan Sebagai Media Diseminasi Informasi Layanan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor



A. Kepala UPT Samsat Selatan

1) Kategorisasi Kemampuan Memilih

- Menurut Anda, apa saja faktor yang membuat pengguna Instagram memilih untuk mengikuti akun Samsatmedanselatan?
- Bagaimana cara akun Samsatmedanselatan dapat meningkatkan kemampuannya dalam memilih konten yang menarik dan informatif bagi pengguna?
- Seberapa efektifkah Instagram dibandingkan dengan platform media sosial lain dalam menyebarkan informasi?

2) Kesengajaan (Intentionally)

- Menurut Anda, apa saja strategi yang dapat digunakan akun Samsatmedanselatan untuk meningkatkan jumlah pengikut akun Instagramnya?
- Apa tujuan utama Samsat Medan Selatan dalam menggunakan Instagram?

3) Pemanfaatan (Utilitarianism)

- Menurut Anda, apa saja indikator yang dapat digunakan untuk mengukur efektivitas Instagram Samsat Medan Selatan dalam meningkatkan pemanfaatan instagram sebagai media penyebarluasan informasi?
- Bagaimana cara Samsat Medan Selatan dapat meningkatkan manfaat yang diperoleh pengguna dari Instagramnya?

4) Keterlibatan (involvement)

- Menurut Anda, apa saja strategi yang dapat digunakan Samsat Medan Selatan untuk meningkatkan keterlibatan pengguna di Instagramnya?
- Bagaimana cara Samsat Medan Selatan dapat membangun komunitas yang aktif dan positif di Instagramnya?

B. Petugas Samsat Medan Selatan (Kasubag Tata Usaha, pengelola media sosial Instagram UPT Samsat Medan Selatan)

1) Kategorisasi Kemampuan Memilih

- Apa saja pertimbangan dalam menentukan konten yang diunggah di akun Instagram Samsatmedanselatan?
- Bagaimana cara Anda memastikan bahwa konten Instagram Samsat Medan Selatan mudah ditemukan dan dipahami oleh pengguna?
- Bagaimana Anda mengukur efektivitas Instagram Samsat Medan Selatan dalam menarik minat pengguna?

2) Kesengajaan (Intentionally)

- Apa tujuan utama Samsat Medan Selatan dalam menggunakan Instagram sebagai media penyebaran informasi?
- Bagaimana cara Anda memastikan bahwa informasi yang dibagikan di Instagram Samsatmedanselatan akurat dan terpercaya?

- Bagaimana Anda menangani pertanyaan dan keluhan pengguna yang disampaikan melalui Instagram?

3) Pemanfaatan (Utilitarianism)

- Bagaimana Anda mengukur tingkat keberhasilan Instagram Samsat Medan Selatan dalam meningkatkan kesadaran pengguna tentang pembayaran pajak bermotor?
- Apakah Anda memiliki data yang menunjukkan pengaruh Instagram Samsat Medan Selatan, (insight media instagram)

4) Keterlibatan (involvement)

- Bagaimana cara Anda mendorong pengguna untuk terlibat dalam interaksi di akun Instagram Samsat Medan Selatan?
- Jenis interaksi apa yang Anda harapkan dari pengguna di akun Instagram Samsat Medan Selatan?

C. masyarakat Medan Selatan

1) Kategorisasi Kemampuan Memilih

- Bagaimana Anda memilih akun Instagram untuk diikuti?
- Apa yang menjadi pertimbangan Anda dalam mengikuti akun Instagram Samsat Medan Selatan?
- Seberapa sering Anda melihat konten Instagram Samsat Medan Selatan?
- Jenis konten Instagram Samsat Medan Selatan apa yang paling menarik bagi Anda?

2) Kesengajaan (Intentionally)

- Apa yang Anda harapkan ketika mengikuti akun Instagram Samsat Medan Selatan?
- Apakah Anda pernah menggunakan Instagram Samsat Medan Selatan untuk mencari informasi terkait informasi mengenai pembayaran pajak kendaraan bermotor?
- Jika ya, informasi apa yang Anda cari dan apakah Anda berhasil menemukannya?
- Apakah informasi yang Anda dapatkan dari Instagram Samsat Medan Selatan membantu Anda dalam mencari informasi mengenai pembayaran pajak kendaraan bermotor?

3) Pemanfaatan (Utilitarianism)

- Seberapa bermanfaat informasi yang Anda dapatkan dari Instagram Samsat Medan Selatan?
- Apakah informasi dari Instagram Samsat Medan Selatan membantu Anda dalam memahami bagaimana pembayaran pajak kendaraan bermotor?
- Apakah informasi dari Instagram Samsat Medan Selatan membuat Anda lebih termotivasi untuk mencari informasi mengenai pembayaran pajak kendaraan bermotor?

4) Keterlibatan (involvement)

- Seberapa aktif Anda dalam berinteraksi dengan akun Instagram Samsat Medan Selatan?
- Jenis interaksi apa yang biasanya Anda lakukan dengan akun Instagram Samsat Medan Selatan?
- Apakah Anda pernah memberikan komentar, like, atau share pada konten Instagram Samsat Medan Selatan?



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

MSU

Dasar | Terpercaya

Untuk lebih agar disetujui

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PTD/II/2022

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

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

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
 JUDUL SKRIPSI**

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


Medan, 13 Desember 2023

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama Lengkap : Adam Raga
 N P M : 200311025.7
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 SKS diperoleh : SKS, IP Kumulatif

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi Komunikasi UPT Samsat medan selatan dalam menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk membayar Pajak Kendaraan bermotor	
2	Analisis Pemanfaatan Sosial media Instagram Samsat medan selatan sebagai diseminasi Informasi layanan pembayaran Pajak Kendaraan bermotor	 21 Des 2023
3	Analisis efek Ruang Gema (Echo Chambers) pada Social media terhadap preferensi Politik Pemilihan Presiden tahun 2024 pada masyarakat Perhut Sei Tuan	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

- Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
- Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

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

020.20.311

Rekomendasi Ketua Program Studi:

Diteruskan kepada Dekan untuk
 penetapan Judul dan Pembimbing.

Pemohon,

Medan, tanggal 21 Desember



MSU
Mudhas | Terpercaya

Surat ini agar dibubuhkan
gantinya

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

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XII/2022

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

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

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 2221/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443 H/ 26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **21 Desember 2023**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **ADAM RAGA**
N P M : 2003110257
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2023/2024
Judul Skripsi : **ANALISIS PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM
SAMSAT MEDAN SELATAN SEBAGAI DISEMINASI INFORMASI
LAYANAN PEMBAYARAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR**

Pembimbing : **FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/ 26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 020.20.311 tahun 2023.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 21 Desember 2024.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 15 Djumadil Akhir 1445 H
28 Desember 2023 M

Dekan,


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN. 0030017402



ambusan :

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

FISIP UMSU di Medan;

pembimbing ybs. di Medan;

al.





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

UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
 Bila menjawab surat ini agar di sebutkan nomor dan tanggalnya

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XII/2021

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fkip.umsu.ac.id> ✉ fislip@umsu.ac.id 📍 umsumedan 📱 umsumedan 📧 umsumedan 📺 umsumedan

Sk-3

PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Medan, 22 Februari 2024

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Adam Raga
 N P M : 2003110257
 Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor 2221/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/20.23 tanggal 22 Februari dengan judul sebagai berikut :

Analisis Pemanfaatan Sosial media Instagram Samsat Medan
 Selatan Sebagai media disemasi Informasi layanan Pembayaran
 Pajak Kendaraan Bermotor

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM (Transkrip Nilai Sementara) yang telah disahkan;
4. Foto Copy Kartu Hasil Studi (KHS) Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

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

Menyetujui :

Pembimbing

(Prizka H.)

NIDN: 0121050202

Pemohon,

(ADAM RAGA)





UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 356/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 28 Februari 2024
Waktu : 08.30 WIB s.d. selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
6	DOLI MUHAYMIN SIREGAR	2003110177	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	PERAN HUMAS PERUM BULOG CABANG MEDAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM STABILITAS PASOKAN HARGA PANGAN KEPADA MASYARAKAT
7	AKBAR HANAFI NASUTION	2003110200	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS SEMIOTIKA NILAI MORAL FILM PENDEK "PINJOL" KARYA ITS DZEE DAN "PINJOL" KARYA LEARN MORE PRODUCTION
8	MUHAMMAD FATHURRACHMAN	2003110229	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI T.J.G, S.Sos., M.AP.	MODEL PERILAKU KOMUNIKASI SISWA SMK PA:ICA BUDI MEDAN DALAM PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL
9	NADYA TASYA	2003110205	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si.	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI PT. ACC KOTA MEDAN DALAM MENGATASI KELUHAN PELANGGAN
10	ADAM RAGA	2003110257	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM SAMSAT MEDAN SELATAN SEBAGAI DISEMINASI INFORMASI LAYANAN PEMBAYARAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR

Medan, 16 Syaban 1445 H
26 Februari 2024 M

Dekaf,





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

SU
 Terpercaya

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

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPS

Nama Lengkap : Adam Raga
 NIM : 2003110257
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : Analisis Pemanfaatan Sosial media Instagram Samsat medan Selatan Sebagai media diseminasi Informasi Layanan Pembayaran Perjak Kendaraan Bermotor

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
	16-01-2024	Diskusi Judul skripsi dan masalah yang ingin diteliti	
	06-02-2024	Diskusi dan revisi proposal penelitian	
	15-02-2024	Diskusi dan acc proposal penelitian	
	29-02-2024	Diskusi hasil Seminar proposal dan revisi	
	06-03-2024	Diskusi Bab 1-3	
	27-3-2024	Diskusi Draft wawancara	
	20-04-2024	Diskusi hasil wawancara	
	05-04-2024	Diskusi Bab 4-5 dan revisi	
	03-05-2024	Diskusi Skripsi	
	04-05-2024	Acc skripsi	

Medan, 4-5 2024

Ketua Program Studi,
 (Akhyar Anshari, S.Sos., Mj.I. Kom)
 NIDN: 0127048401

Pembimbing,
 (Purba Haneza Lubis)
 NIDN: 0121030202





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 790/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 22 Mei 2024
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
31	NABILLA AZZAHRA	2003110217	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL I RADIO MEDAN 98,3 FM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGIKLAN
32	LISA ADELIA PUTRI	2003110220	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	POLA KOMUNIKASI ANTAR ETNIS JAWA DAN KARO MELALUI TRADISI REWANGAN DI KELURAHAN BINJAI ESTATE
33	DEVI DAYANTI	2003110218	Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	STRATEGI HUMAS BADAN PERTANAHAN NASIONAL KOTA MEDAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM PENDAFTARAN TANAH SISTEMATIS LENGKAP
34	ADAM RAGA	2003110257	CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM SAMSAIT MEDAN SELATAN SEBAGAI DISEMINASI INFORMASI LAYANAN PEMBAYARAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR
35	GHAITZA ZAHIRA SOFA BATUBARA	2003110306	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom	PERBANDINGAN PESAN MORAL DALAM FILM MEMCRABILIA KARYA ALBERTUS NICO WICAKSONO DENGAN FILM WE KARYA ACO TENRIYAGELLI

Notulis Sidang:

Ditandatangani oleh:

Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

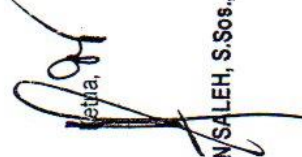


Medan, 12 Dzulqatidah 1445 H

20 Mei 2024 M



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.



Sekretaris



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

