

**STRATEGI KOMUNIKASI KANTOR DIREKTORAT JENDERAL PAJAK
(DJP) NUSA TENGGARA TERHADAP PROGRAM INKLUSI KESADARAN
PAJAK TAHUN 2018/2019 DI KOTA MATARAM**



Oleh :

BAIQ WIDAD NEKTARIA

NIM 160301082

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM
MATARAM
2020**



**STRATEGI KOMUNIKASI KANTOR DIREKTORAT JENDERAL PAJAK
(DJP) NUSA TENGGARA TERHADAP PROGRAM INKLUSI KESADARAN
PAJAK TAHUN 2018/2019 DI KOTA MATARAM**

Skripsi

**diajukan kepada Universitas Islam Negeri Mataram untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Sosial**



Oleh :

BAIQ WIDAD NEKTARIA

NIM 160301082

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM**



PERSETUJUAN PEMBIMBING

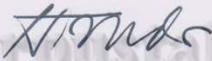
Skripsi oleh: Baiq Widad Nektaria, NIM: 160301082 dengan judul "Strategi Komunikasi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara Terhadap Program Inklusi Kesadaran Pajak di Kota Mataram Tahun 2018/2019" telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji.

Disetujui pada tanggal: 20 Agustus - 2020

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. H. Ms. Udin, M. Ag

NIP. 196012311982031060



Muhtar Tavib, M. Si

NIDN. 20 13 12 87 01

NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 22 Juli 2020

Hal : Ujian Skripsi

Yang Yehormat

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
di Mataram

Assalamu 'alaikum, Wr. Wb.

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama Mahasiswa : Baiq Widad Nektaria

NIM : 160301082

Jurusan/Prodi : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Judul : Strategi Komunikasi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara Terhadap Program Inklusi Kesadaran Pajak di Kota Mataram Tahun 2018/2019.

telah memenuhi syarat untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-*munaqasyah*-kan.

Wassalammu 'alaikum, Wr. Wb.

Pembimbing I,

Dr. H. Ms. Udin, M.Ag

NIP. 196012311982031060

Pembimbing II,

Muhtar Fayib, M.Si

NIDN. 20 13 12 87 01

iv

Perpustakaan UIN Mataram

PENGESAHAN

Skripsi oleh: Baiq Widad Nektaria, NIM: 160301082 dengan judul "Strategi Komunikasi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara Terhadap Program Inklusi Kesadaran Pajak Tahun 2018/2019 Di Kota Mataram", telah dipertahankan di depan dewan penguji Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Mataram pada tanggal 20 Agustus 2020

Dewan Penguji

Dr. H. Ms. Udin M.Ag
196012311982031060
(Ketua Sidang/Pemb.I)

Muhtar Tayib, M.Si
20 13 12 87 01
(Sekretaris Sidang/Pemb.II)

Prof. Dr. H. Fahrurrozi, M.A
197512312005011010
(Penguji I)

Dr. Abdul Malik, M.Ag., M.Pd
197909232011011004
(Penguji II)

Perpustakaan UIN Mataram

Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Dr. H. Subhan Abdullah, M.A.
NIP. 197107102001121002

MOTTO



Artinya, "Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul(Nya), dan ulil amri di antara kamu".
(QS. An-Nisaa'[4]:59).¹

Perpustakaan UIN Mataram

vii

¹ Anggota Ikatan Penerbit Indonesia, *Terjemahan Al-Qur'an Al Karim: Edisi Ilmu Pengetahuan*, (Bandung: PT. Alma'arif, 1987), hlm.79.

PERSEMBAHAN



"Skripsi ini ku persembahkan kepada kedua orang tua, diri sendiri, semua guru dan dosen, almamaterku, Handai Taulan terkasih dan kepada seseorang yang telah, sedang, dan akan mencurahkan segenap perhatian dan kasih sayangnya kepada penulis".

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji hanya bagi Allah, Tuhan semesta alam dan shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, juga kepada keluarga, sahabat dan semua pengikutnya. Aamiin.

Skripsi ini semoga nantinya dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi peneliti sendiri. Namun demikian, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, peneliti menulis sebatas pengetahuan dan kemampuan. Untuk itu, peneliti dengan rendah hati mengharapkan adanya masukan berupa saran dan kritik yang membangun dari pembaca, baik mahasiswa maupun dosen-dosen guna menunjang penulisan berikutnya.

Penulis menyadari bahwa proses penyelesaian skripsi ini tidak akan sukses tanpa bantuan dan keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu sebagai berikut:

1. Bapak Dr. H. Ms. Udin, M.Ag sebagai pembimbing I dan Bapak Muhtar Tayib, M.Si sebagai pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi dan koreksi mendetail secara terus-menerus, meluangkan waktu dan bersedia untuk melakukan proses bimbingan ditengah pandemi virus covid-19 sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Najamudin, M.Si sebagai Ketua Jurusan dan Dr. Abdul Malik, M.Ag. M.Pd sebagai Sekertaris Jurusan.
3. Bapak Dr. H. Subhan Abdullah Acim, MA sebagai Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, serta seluruh dosen Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan staf pengajar serta pegawai Universitas Islam Negeri Mataram yang telah membagi ilmunya kepada penulis selama berada di UIN Mataram, terimakasih.
4. Bapak Prof. Dr. H. Mutawali, M.Ag sebagai Rektor Universitas

Islam Negeri Mataram yang telah memberikan tempat bagi penulis untuk menuntut ilmu dan memberi bimbingan dan peringatan untuk tidak berlama-lama di kampus tanpa pernah selesai.

5. Ibunda Enni Susanti dan Ayahanda Lalu Sari yang selalu memberikan do'a serta semangat dan dukungan baik berupa moril maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai target. Serta saudari-saudariku tercinta, Baiq Amanda dan Baiq Alya yang terus bertanya kapan penulis diwisuda, sehingga menjadi motivasi.
6. Seluruh keluarga besar Juangga di Penujak, Lombok Tengah dan keluarga Mbah Sobirindi Kalimantan Selatan yang turut serta memberikan do'a dan dukungan kepada penulis. Alhamdulillah.
7. Saudara-saudara seperjuangan KPI C 2016 khususnya, yang sudah berbagi rasa suka, sedih, bahagia, kebersamaan dan persahabatan selama empat tahun terakhir. Semoga semua sukses dan bisa menjaga silaturahmi.
8. Orang-orang terkasih disekitarku, Dita, Nilna, Eni, Kak Cdev, Toni Ahmad, Tri, dan teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu, terimakasih banyak atas do'a, dukungan, saran dan motivasi kepada penulis. Sehat selalu.
9. Staf dan pegawai Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara yang sudah memberikan informasi serta arahan kepada penulis mengenai masalah yang penulis teliti, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dan mohon maaf apabila terhadap hal-hal yang kurang berkenan dari penulis.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah swt, dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi semesta. Aamiin.

Mataram, _____

Penulis,

DAFTAR ISI

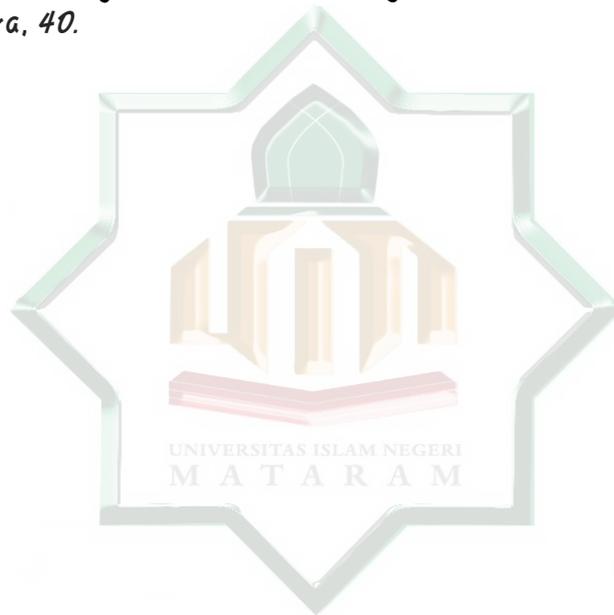
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat	5
D. Telaah Pustaka	5
E. Kerangka Teori	12
F. Metode Penelitian	24
BAB II	
PAPARAN DATA DAN TEMUAN	33
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	33
1. Sejarah Berdirinya Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara	33

	2. Visi dan Misi	35
	3. Logo Sadar Pajak	35
	4. Struktur Organisasi Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara	36
	5. Sasaran Program Inklusi Kesadaran Pajak	37
	6. Inklusi Kesadaran Pajak Dalam Dunia Pendidikan	38
	B. Strategi Komunikasi Terhadap Program Inklusi .	41
	C. Hambatan Terhadap Program Inklusi	49
BAB III	STRATEGI KOMUNIKASI KANTOR WILAYAH DIREKTORAT JENDERAL PAJAK NUSA TENGGARA TERHADAP PROGRAM INKLUSI KESADARAN PAJAK TAHUN 2018/2019 DI KOTA MATARAM	54
	A. Analisis Strategi Komunikasi Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara Terhadap Program Inklusi	55
	B. Analisis Hambatan Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara Terhadap Program Inklusi	67
BAB IV	PENUTUP	71
	A. Kesimpulan	71
	B. Saran	72
	C. Rekomendasi	73
	DAFTAR PUSTAKA	75
	LAMPIRAN	
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Simpulan Telaah Pustaka, 10

Tabel 2.2 Struktur Organisasi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak
Nusa Tenggara, 40.



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Sadar Pajak, 39.

Gambar 2.2 Skema inklusi Kesadaran Pajak dalam Kurikulum Dikti, 47.



Perpustakaan UIN Mataram

STRATEGI KOMUNIKASI KANTOR WILAYAH DIREKTORAT JENDERAL PAJAK NUSA TENGGARA TERHADAP PROGRAM INKLUSI KESADARAN PAJAK DI KOTA MATARAM TAHUN 2018/2019

Oleh:

Baiq Widad Nektaria
NIM 160301082

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi lembaga keuangan yaitu Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (Kanwil DJP Nusra) terhadap Program Inklusi Kesadaran Pajak dalam Dunia Pendidikan di Kota Mataram. DJP Nusra sudah menjalankan program ini mulai tahun 2018. Untuk mengetahui strategi komunikasi DJP Nusra terhadap inklusi kesadaran pajak maka peneliti memfokuskan kajian ini pada rumusan pokok yaitu [1] bagaimana strategi komunikasi DJP Nusra terhadap program inklusi [2] apa saja hambatan yang dilalui DJP Nusra dalam menjalankan program inklusi?.

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti mencatat seluruh data yang didapatkan di lapangan kemudian memilah data yang dibutuhkan.

Berdasarkan hasil temuan dan analisis menunjukkan [1] program inklusi dimulai dengan kegiatan *sharing session* atau sosialisasi, saat ini dua Perguruan Tinggi di Mataram sudah berkerja sama, yaitu Universitas Mataram dan STIE AMM Mataram. Program ini bersifat komunikasi verbal (komunikasi langsung) dan membentuk efek komunikasi seperti pengaruh kognitif, afektif dan konatif. [2] faktor utama yang disebutkan oleh DJP Nusra yaitu ketidaksadaran seseorang akan pentingnya membayar pajak. Peneliti menuliskan faktor-faktor lain seperti adanya hambatan teknis, kepentingan, prasangka, adanya kesalahan persepsi komunikasi terhadap komunikator (kesalahan atribusi dan stereotip).

Dengan adanya program ini, DJP Nusra mengharapkan keberhasilan program ini akan membentuk perubahan sikap seseorang tentang kesadaran pajak, termasuk penanaman kesadaran pajak di dunia pendidikan kepada tenaga pendidik dan mahasiswa khususnya di

Kota Mataram.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, DJP Nusra, Inklusi, Kesadaran Pajak.*



Perpustakaan UIN Mataram

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Direktorat Jenderal Pajak merupakan unit kerja di bawah koordinasi Kementerian Keuangan Republik Indonesia yang mempunyai tugas merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis di bidang perpajakan. Dalam melaksanakan tugasnya, Direktorat Jenderal Pajak menyelenggarakan fungsi perumusan kebijakan di bidang perpajakan, pelaksanaan kebijakan di bidang perpajakan, penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang perpajakan, pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang perpajakan dan pelaksanaan administrasi Direktorat Jenderal Pajak.

Direktorat Jenderal Pajak memiliki posisi krusial dalam pemerintahan Republik Indonesia karena memiliki tugas dalam menghimpun penerimaan negara melalui pajak. Dalam satu dasawarsa ini, kurang lebih 75% penerimaan negara berasal dari pajak. Dalam perspektif anggaran, penerimaan pajak merupakan faktor penentu besarnya APBN. Mayoritas pembiayaan APBN berasal dari penerimaan pajak.¹

¹<http://edukasi.pajak.go.id/direktorat-jenderal-pajak.html> diakses tanggal 05



Perpustakaan UIN Mataram

Januari 2020.

Pajak merupakan pungutan paksa yang dilakukan oleh pemerintah terhadap wajib pajak. Pajak merupakan iuran wajib pajak kepada Negara berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapat balas jasa secara langsung. Kenapa pajak merupakan pungutan wajib atau pungutan paksa dan apabila wajib pajak tidak membayar pajak maka akan mendapatkan sanksi pidana? Hal tersebut dikarenakan kelangsungan hidup negara memerlukan biaya yang sangat besar. Biaya hidup negara di antaranya adalah untuk kelangsungan alat-alat negara, lembaga negara dan gaji pegawai negeri yang semuanya itu harus dibiayai dari penghasilan negara. Penghasilan tersebut untuk membiayai kepentingan umum yang akhirnya juga mencakup kepentingan pribadi individu seperti kesehatan rakyat, pendidikan dan kesejahteraan rakyat. Jadi, nyata di sini bahwa kepentingan masyarakat dibiayai dengan pajak.²

Inklusi, sebuah kata benda dari kata sifat inklusif, dapat diartikan sebagai keadaan dimana suatu objek tertentu tidak terbatas untuk diketahui dan dipahami pihak tertentu saja, melainkan seluruh pihak tanpa batas apapun. Inklusi kesadaran pajak yang hendak dibangun dalam konteks perpajakan ini adalah inklusi yang berbasis pada kesadaran pajak sebagai unsur yang harus disisipkan secara sistemik dan berkelanjutan di bidang pendidikan.

Modernisasi perpajakan yang dimulai sejak tahun 1983 adalah

² Adrian Sutedi, *Hukum Pajak*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), hlm. 1.

salah satu wujud keseriusan Pemerintah dalam meningkatkan penerimaan pajak dan meningkatkan kesadaran serta menumbuhkan antusiasme Wajib Pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya.³

Namun, faktanya sampai saat ini pemungutan pajak masih belum optimal, masih banyak masyarakat yang tidak peduli dengan pembayaran pajak. Untuk meminimalisir hal-hal seperti itu, tentunya diperlukan usaha oleh lembaga untuk meningkatkan kesadaran pajak. Banyak program yang sudah dirancang oleh DJP, salah satunya adalah program Inklusi Kesadaran Pajak dalam Dunia Pendidikan.

Program ini harus didukung oleh wajib pajak yang memiliki karakter sadar pajak. Oleh sebab itu, program inklusi kesadaran pajak menempatkan pendidikan sebagai pintu masuk utama pelaksanaannya. Karena di Perguruan Tinggi terdapat mahasiswa dan dosen dengan jumlah yang tidak sedikit, yang merupakan calon wajib pajak potensial, bahkan sudah banyak mahasiswa yang sudah memiliki syarat subyektif dan obyektif untuk menjadi wajib pajak. Diharapkan, program ini dapat membentuk karakter generasi *Millennial* akan pentingnya sadar pajak.

Program inklusi kesadaran pajak melalui pendidikan dilakukan

³Santoso Brotodiharjo, *Pengantar Ilmu Pajak*, (Bandung: Eresco, 2003), hlm. 23.

dengan kegiatan pembelajaran dan kegiatan kemahasiswaan. Dalam penyusunan kurikulum dalam kegiatan pembelajaran, inklusi kesadaran pajak dilakukan dengan cara mengintegrasikan kesadaran pajak dalam Mata Kuliah Wajib Umum (MKWU) di Perguruan Tinggi, yaitu Pendidikan Pancasila, Pendidikan Kewarganegaraan, Bahasa Indonesia, dan Pendidikan Agama. Muatan mengenai kesadaran pajak diintegrasikan dalam mata kuliah tersebut dalam berbagai bentuk sesuai dengan topik bahasan, antara lain berupa : narasi, soal ujian, gambar, ilustrasi cerita, atau proyek belajar mahasiswa. Sementara dalam kegiatan kemahasiswaan, inklusi kesadaran pajak dapat dilakukan dengan memberikan bimbingan dan materi kesadaran pajak pada mahasiswa peserta Kuliah Kerja Nyata (KKN).⁴

Terhitung sejak tahun 2017 Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara sudah merintis program tersebut, khususnya di Kota Mataram. Namun, tentunya disetiap program memiliki kekurangan maupun hambatan yang dihadapi, sehingga diperlukannya strategi perencanaan yang matang untuk mencapai tujuan yang optimal.⁵

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka permasalahan tersebut dapat difokuskan sebagai berikut :

⁴<http://punditax.com/mengenal-program-inklusi-kesadaran-pajak-dalam-pendidikan/> diakses tanggal 02 Maret 2019.

⁵<http://www.pajak.go.id> diakses tanggal 09 Januari 2019.

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara Terhadap Program Inklusi Kesadaran Pajak Tahun 2018/2019 di Kota Mataram ?
2. Apa Hambatan Strategi Komunikasi Yang Dihadapi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara Terhadap Program Inklusi Kesadaran Pajak Dalam Dunia Pendidikan Tahun 2018/2019 di Kota Mataram ?

C. Tujuan dan Manfaat

Dari fokus penelitian di atas, maka tujuan yang peneliti capai dalam hal penelitian ini, antara lain :

1. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara dalam melaksanakan Program Inklusi Kesadaran Pajak dalam Dunia Pendidikan Tahun 2018/2019 di Kota Mataram.
2. Untuk mengetahui apa saja Hambatan Komunikasi Kantor Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara dalam melaksanakan Program Inklusi Kesadaran Pajak dalam Dunia Pendidikan Tahun 2018/2019 di Kota Mataram.

D. Telaah Pustaka

Setelah peneliti mencari dan membaca skripsi, peneliti menemukan beberapa skripsi yang ada kaitannya dengan strategi dan program pajak. Karena adanya kemiripan judul, hal ini menjadi pertimbangan untuk dijadikan telaah pustaka.

Namun yang diteliti dari peneliti sebelumnya berbeda dengan isi atau konten permasalahan dari peneliti sekarang. Oleh karena itu untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan seperti menjiplak karya orang lain, maka peneliti mempertegas perbedaan antara masing-masing fokus masalah yang dibahas pada skripsi-skripsi sebelumnya dengan fokus masalah yang diteliti.

1. Skripsi Irvan Iswaraputra judul *Strategi Komunikasi Humas Kanwil DJP Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Mensosialisasikan Program Tax Amnesty di Kota Yogyakarta*. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret 2017. Fokus masalah yang diteliti pada skripsi ini adalah bagaimana strategi komunikasi humas Kanwil DJP Daerah Istimewa Yogyakarta dalam mensosialisasikan program tax amnesty kepada masyarakat Yogyakarta dengan penjabaran lebih terfokus kepada beberapa komponen strategi komunikasi yang diterapkan Humas Kanwil DJP Yogyakarta.⁶

⁶ Irvan Iswaraputra, "Strategi Komunikasi Humas Kanwil DJP Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Mensosialisasikan Program tax Amnesty di Kota Yogyakarta",

2. Skripsi Rhindu Pelangi Arhastio dengan judul *Strategi Komunikasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cibeunying dalam Mensosialisasikan Program E-filing Kepada Wajib Pajak Kota Bandung*. Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia 2016. Fokus masalah yang diteliti adalah bagaimana Strategi Komunikasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cibeunying dalam Mensosialisasikan Program E-filing Kepada Wajib Pajak Kota Bandung dengan penetapan rencana awal tanpa melupakan tujuan untuk menetapkan pesan dengan menggunakan media yang tepat.⁷
3. Skripsi Kurnia Romi dengan judul *Strategi Komunikasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pekanbaru Tampan dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak di Pekanbaru Melalui Sistem Layanan Pajak Online E-billing*. Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsenterasi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Kampus Bina Widya Pekanbaru 2017. Fokus masalah yang diteliti adalah mengetahui Strategi Pemilihan Komunikator, Pengolahan Pesan Komunikasi, Pemilihan Media, serta mengetahui Strategi dalam menentukan Sasaran

(Skripsi, FISDP Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2017), hlm. 16.

⁷ Ridhu Pelangi Arhastio, "Strategi Komunikasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cibeunying dalam Mensosialisasikan Program E-filling Kepada Wajib Pajak Kota Bandung". (Skripsi, FISDP Universitas Komputer Indonesia, Bandung, 2016), hlm. 11.

Komunikasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pekanbaru Tampan melalui sistem layanan pajak *E-billing*.⁸

Dari ketiga penelitian di atas, permasalahan yang sedang dibahas peneliti saat ini memiliki perbedaan, seperti subjek penelitian merupakan Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara berteptan di Jalan Jend. Sudirman No.36, Rembiga, Selaparang, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat dengan objek penelitian Strategi Komunikasi Terhadap Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Terhadap Program Inklusi Kesadaran Pajak dalam Dunia Pendidikan Tahun 2018/2019 di Kota Mataram. Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak memiliki program sosialisasi, yaitu "inklusi kesadaran pajak dalam dunia pendidikan" yang sudah disosialisasikan di Kota Mataram. Peneliti ingin menjabarkan bagaimana strategi komunikasi yang digunakan serta hambatan apa saja yang ditemukan.

Berdasarkan masalah yang diteliti, peneliti hanya berfokus bagaimana strategi komunikasi yang digunakan Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak dalam melaksanakan program inklusi kesadaran pajak serta hambatan- hambatan dalam pelaksanaan di Kota Mataram.

⁸ Kurnia Romi, "Strategi Komunikasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pekanbaru Tampan dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak di Pekanbaru Melalui Sistem Layanan Pajak Online E-Billing", (Skripsi, FISDIP Kampus Bina Widya, Pekanbaru, 2016), hlm. 5.

Tabel 1.1

Simpulan Telaah Pustaka

No	Penulis/Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	Skripsi Irvan Iswaraputra/ Strategi Komunikasi Humas Kanwil DJP Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Mensosialisasik an Program Tax Amnesty di Kota Yogyakarta.	Persamaan skripsi Irvan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu, sama sama meneliti bagaimana strategi komunikasi kantor Direktorat Jenderal Pajak dalam mentosialisasik an salah satu program.	Sedangkan perbedaannya yaitu, skripsi Irvan dengan lokus tempat di DJP Yogyakarta dan fokus pada sosialisasi Program Tax Amnesty. Sedangkan penelitian ini, lokus tempat DJP Nusa Tenggara dengan fokus sosialisasi Program Inklusi Kesadaran	Irvan Iswaraputra mendapatkan hasil dari penelitiannya yaitu mengetahui beberapa komponen strategi komunikasi yang di terapkan Humas Kanwil DJP Yogyakarta.

			Wajib Pajak.	
2.	Skripsi Rhindu Pelangi/ Strategi Komunikasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cibeuyung dalam Mensosialisasikan Program E-filling Kepada Wajib Pajak Kota Bandung.	Persamaan skripsi Rindhu dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu, sama sama Meneliti bagaimana strategi komunikasi dalam Mensosialisasikan program dalam lingkup Pelayanan Pajak.	Sedangkan perbedaannya yaitu, skripsi Rindu dengan lokus tempat KPP Pratama Bandung dan fokus pada sosialisasi Program E-Filling kepada Wajib Pajak Kota Bandung Sedangkan penelitian ini, lokus tempat DJP Nusa Tenggara dengan fokus sosialisasi Program Inklusi	Rhindu Pelangi mendapatkan hasil dari penelitiannya yaitu, Mengetahui media apa yang digunakan oleh KPP Pratama Bandung dalam melakukan strategi komunikasi, dan konsisten terhadap media tersebut.

			Kesadaran Wajib Pajak.	
3.	Skripsi Kurnia Romi/ Strategi Komunikasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pekanbaru Tampan dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak di Pekanbaru Melalui Sistem Layanan Pajak Online E-billing.	Persamaan skripsi Kurnia dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu, sama sama meneliti bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan KPP Pratama Pekanbaru Tampan dalam mensosialisasikan salah satu program.	Sedangkan perbedaannya yaitu, skripsi Kurnia dengan lokus tempat di KPP Pratama Tampan Pekanbaru dan fokus pada sosialisasi Program Pajak Online E-billing. Sedangkan penelitian ini, lokus tempat DJP Nusa Tenggara dengan fokus sosialisasi Program Inklusi	Kurnia Romi mendapatkan hasil dari penelitiannya, yaitu mengetahui strategi pemilihan komunikator, pengolahan pesan komunikasi, pemilihan media, serta mengetahui strategi dalam menentukan sasaran komunikasi KPP Pratama

			Kesadaran Wajib Pajak.	Pekanbaru Tampam Melalui layanan pajak E-billing.
4.	Skripsi Baik Widad Nektaria/ Strategi Komunikasi Kantor Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara Terhadap Program Inklusi Kesadaran Wajib Pajak di Kota Mataram.	Dari ketiga telaah pustaka diatas, persamaan penelitian yang peneliti lakukan yaitu sama- sama meneliti salah satu program yang dilaksanakan kantor DJP atau KPP yang merupakan kantor operasional pelayanan	Perbedaan penelitian yang peneliti lakukan dengan ketiga penelitian di atas adalah lokus tempat penelitian berada di daerah peneliti tinggal, yaitu Kantor Wilayah DJP Nusa Tenggara yang berlokasi di Rembiga, Mataram.	Penelitian ini memberikan hasil mengenai bagaimana strategi komunikasi Kantor DJP Nusra dalam mensosialisasi kan program inklusi kesadaran pajak serta hambatan apa saja yang dilalui.

		pajak.	Dengan fokus permasalahan pada program inklusi kesadaran pajak.	
--	--	--------	---	--

E. Kerangka Teori

Bagian ini berisi kerangka konseptual yang dibuat oleh penulis tentang permasalahan yang akan dikaji. Dalam hal ini, peneliti tidak menginventarisasi teori-teori, tetapi dituntut membuat dan menentukan teori atau kerangka konseptual yang akan dipakai menganalisis permasalahan yang dikaji dilengkapi dengan penjelasan logis operasionalnya. Kerangka teori dalam pengertian ini sama dengan landasan/dekskripsi teori.⁹

1. Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu "stratos"

⁹ Kamarudin Amin, *Pedoman Penulisan Skripsi UIN Mataram*, (Mataram: UIN Mataram, 2018), hlm. 23.

yang artinya tentara dan kata "agein" yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni "Tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya".

Karl Von Clausewitz seorang pensiunan jenderal Prusia dalam bukunya *On War* merumuskan strategi ialah "suatu seni menggunakan sarana pertempuran untuk mencapai tujuan perang". Marthin-Anderson untuk merumuskan "strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien".¹⁰

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus

¹⁰ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 61.

menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹¹

Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitan dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Rogers memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton membuat definisi dengan menyatakan "strategi komunikasi dalam kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal".

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *COMMUNIS* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata *COMMUNICO* yang artinya membagi.

Lawrence D. Kincaid mengungkapkan definisi komunikasi, yakni "komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian

¹¹ Onong Uchjana Efendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 300.

yang mendalam".¹²

Komunikasi Menurut Carl I. Hovlan, ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta membentuk pendapat dan sikap.

Demikianlah pula strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi.

Jika kita sudah tau sifat-sifat komunikasi, dan tahu pula efek apa yang kita kehendaki dari mereka, memilih cara mana yang kita ambil untuk berkomunikasi sangatlah penting, karena ini ada kaitannya dengan media yang harus kita gunakan. Cara bagaimana kita berkomunikasi (*how to communication*).

Komunikasi tatap muka dipergunakan apabila kita mengharapkan efek perubahan tingkah laku (*behavior change*) dari komunikasi. Mengapa, demikian karena kita sewaktu berkomunikasi memerlukan umpan balik langsung (*immediate feedback*). Dengan saling melihat, kita sebagai komunikator bisa mengetahui pada saat

¹² Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi ...*, hlm. 33.

kita berkomunikasi apakah komunikasi memperhatikan kita dan mengerti apa yang kita komunikasikan. Jika umpan baliknya positif, kita akan mempertahankan cara komunikasi yang kita gunakan dan memeliharanya supaya umpan balik tetap menyenangkan kita. Bila sebaliknya, kita akan mengubah teknik komunikasi kita sehingga komunikasi kita berhasil.¹³

Dilihat dari dimensi komunikasi, penelitian ini dapat dilihat dari dimensi komunikasi sebagai proses. Jika komunikasi dipandang sebagai proses, maka komunikasi yang dimaksud adalah suatu kegiatan yang berlangsung secara dinamis. Sesuatu yang didefinisikan sebagai proses, berarti ada titik awal di mana suatu kegiatan dimulai dan bergerak ke titik akhir yang menjadi tujuan yang ingin dicapai, seperti formula yang dibuat oleh Harold D. Laswell bahwa *who says what, through what channel to whom, and what effects?*. Siapa yang berkata apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa akibatnya.¹⁴

2. Sosialisasi Program

Sosialisasi merupakan langkah awal dalam pelaksanaan program. Meskipun terlihat sepele dan ringan, namun proses sosialisasi sangat berpengaruh terhadap keberlanjutan program. Sehingga seorang fasilitator harus sangat berhati-hati dalam proses

¹³ Onong Uchjana Efendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi ...*, hlm. 303.

¹⁴ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi ...*, hlm. 36.

sosialisasi, mengingat kondisi masyarakat yang heterogen, baik tingkat pendidikan, karakter, daya terima dan pemahaman masyarakat.

Dalam proses sosialisasi seorang fasilitator setidaknya melakukan sosialisasi terkait personal dirinya, seperti nama, asal, maksud dan tujuan datang ke wilayah tersebut, kemudian melakukan sosialisasi tentang lembaga atau program. Dalam sosialisasi lembaga, setidaknya fasilitator menginformasikan tentang profil lembaga, visi dan misi lembaga, bidang kerja lembaga dan bisa juga prestasi yang dicapai oleh lembaga. Selain profil lembaga, yang tidak kalah pentingnya adalah sosialisasi program seperti nama program, tujuan program, konsep program, jangka waktu pelaksanaan, sasaran dan target program.

Seorang fasilitator juga harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik atau harus komunikatif. Artinya harus memiliki kemampuan dalam menyampaikan informasi yang mungkin baru kepada masyarakat dan semaksimal mungkin masyarakat memahami dan bisa menerima sesuatu yang baru tersebut.¹⁵

Komunikatif tidak harus yang banyak bicara namun lebih kepada bagaimana bisa menyampaikan dengan tepat, bisa difahami dan diterima. Ada kalanya masyarakat masih belum memahami konsep

¹⁵ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), hlm. 75.

program yang akan dilakukan atau salah menerjemahkan informasi terkait program sehingga menimbulkan persepsi yang berbeda, padahal mereka telah mengikuti program.

Komunikasi memberi informasi, membentuk citra, mempersuasi, dan mendidik masyarakat melalui program-program yang dirancang dengan baik untuk memenuhi kebutuhan khalayak dan keinginan masyarakat.

Untuk menghindari hal-hal tersebut proses sosialisasi harus dilakukan menggunakan bahasa yang mudah difahami masyarakat dan harus dilakukan secara kontinu baik kepada komunitas sebagai sasaran program, kepada instansi pemerintah untuk mendapatkan dukungan dan kepada stakeholder terkait.¹⁶

Sosialisasi harus dilakukan dengan tepat dan benar karena hal tersebut merupakan langkah awal yang sangat menentukan pelaksanaan program berikutnya, dan tercapainya sasaran dari program tersebut.¹⁷

Dengan adanya sosialisasi program berikut diharapkan mampu mencapai tujuan yang diinginkan oleh lembaga, khususnya Kantor DJP Nusa Tenggara yang mensosialisasikan programnya guna kesadaran dalam membayar pajak.

3. Pengertian Pajak

¹⁶ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi ...*, hlm. 76.

¹⁷ <https://www.masyarakatmandiri.co.id/memulai-program-sosialisasi-awal-yang-tepat-menentukan-langkah-selanjutnya> diakses tanggal 09 Januari 2019.

Sebagaimana Undang-Undang Pasal 1 Nomor 6 Tahun 1983 diubah terakhir dengan Undang-Undang nomor 28 Tahun 2007 menyatakan Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Pajak mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan bernegara, khususnya didalam pelaksanaan pembangunan karena pajak merupakan sumber pendapatan negara untuk membiayai semua pengeluaran termasuk pengeluaran pembangunan.¹⁸

Pajak sendiri dinaungi lembaga Kementerian Keuangan yang memusatkan beberapa kantor pajak di Indonesia. Dibawah naungan Direktorat Jenderal Pajak. Kantor pajak merupakan pusat informasi terkait pajak yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga dalam hal ini kantor pajak dapat menjadi tempat yang bisa diwadahi segala informasi yang dibutuhkan demi meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait perpajakan. Pelayanan yang baik menjadi hal yang sangat berpengaruh dan mempengaruhi masyarakat secara kontinuitas berkunjung ke kantor pajak untuk mendapatkan informasi.¹⁹

¹⁸Brotodiharjo, *Pengantar Ilmu Pajak*, (Bandung: Eresco, 2003), hlm. 15.

¹⁹Rochmat Soemitro, *Asas-asas Hukum Perpajakan*, (Bandung: Binacipta,

4. Teori Persuasi

Salah satu bentuk komunikasi paling mendasar adalah persuasi. Menurut Olson dan Zanna, persuasi didefinisikan sebagai "perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain". Banyak riset yang telah dilakukan berkenaan dengan komunikasi yang ditujukan pada perubahan sikap.²⁰

Sikap pada dasarnya adalah tendensi kita terhadap sesuatu. Sikap adalah rasa suka atau tidak suka kita terhadap sesuatu, misalnya seorang pria lebih menyukai satu di antara beberapa kandidat presiden atau seorang wanita menentang aborsi.

Sikap sangat penting sekali karena ia mempengaruhi tindakan. Perilaku orang sering ditentukan oleh sikap mereka. Seorang pria yang bersikap mendukung salah satu kandidat presiden mungkin akan memilih kandidat tersebut. Seorang wanita yang menentang aborsi tidak mungkin melakukan aborsi.

Konsep lain yang terkait erat dengan sikap adalah keyakinan, atau pernyataan-pernyataan yang dianggap benar oleh seseorang. Seorang pria yang yakin bahwa rokok bisa menyebabkan kanker paru-paru mungkin akan menolak untuk merokok. Seseorang yang yakin bahwa anggota kelompok ras tertentu kurang cerdas mungkin akan

2000), hlm. 27.

²⁰ Werner J. Severin, *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 177.

Memperlakukan orang-orang tersebut dengan cara yang berbeda.

Sikap sering dianggap memiliki tiga komponen: komponen afektif

– kesukaan atau perasaan terhadap sebuah objek; komponen kognitif – keyakinan terhadap sebuah objek; dan komponen perilaku – tindakan terhadap objek. Intinya, sikap adalah rangkuman evaluasi terhadap objek sikap kita. Evaluasi rangkuman rasa suka atau tidak suka terhadap objek sikap adalah inti dari sikap. Ketiga komponen sikap tersebut adalah manifestasi yang berbeda atas evaluasi inti itu.

Banyak sikap yang sulit untuk berubah. Sikap biasanya memiliki nilai dan manfaat bagi orang yang memegang sikap itu, dan biasanya sikap tersebut melekat erat pada ego atau jati diri seseorang. Sering usaha-usaha untuk mengubah sikap seseorang dipandang sebuah anacaman dan ditolak.

Menurut Gordon Allport pada tahun 1954, beberapa definisi penting sikap adalah sebagai berikut :

- Sikap pada dasarnya adalah suatu cara "pandang" terhadap sesuatu
- Kesiapan mental dan sistem syaraf, yang diorganisasikan melalui pengalaman, menimbulkan pengaruh langsung atau dinamis pada respon-respon seseorang terhadap semua objek dan situasi terkait.
- Sebuah kecenderungan yang bertahan lama, dibandingkan

untuk berperilaku dengan konsisten terhadap sekelompok objek.

- Sebuah sistem evaluasi positif atau negatif yang awet, perasaan-perasaan emosional, dan tendensi tindakan pro atau kontra terhadap sebuah objek sosial.²¹

5. Hambatan Komunikasi

Tidaklah mudah untuk melakukan komunikasi secara efektif. Ada banyak hambatan yang dapat merusak komunikasi. Berikut ini adalah beberapa hal yang merupakan hambatan komunikasi yang harus menjadi perhatian bagi komunikator jika ingin komunikasinya sukses.²²

1) Gangguan

a. Gangguan mekanik (*Mechanical, channel noise*)

Yang dimaksud dengan gangguan mekanik adalah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik.

b. Gangguan semantik (*semantic noise*)

Gangguan jenis ini bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantik tersaring kedalam pesan melalui penggunaan

²¹ *Ibid.*, hlm. 179.

²² Onong U Efendy, *Ilmu Komunikasi, Teori...*, hlm. 47.

bahasa. Lebih banyak kekacauan mengenai pengertian suatu istilah atau konsep yang terdapat pada komunikator, akan lebih banyak gangguan semantik dalam pesannya. Gangguan semantik terjadi dalam salah pengertian.

Semantik adalah pengetahuan mengenai pengertian kata-kata yang sebenarnya atau perubahan pengertian kata-kata. Lambang kata yang sama mempunyai pengertian yang berbeda untuk orang-orang yang berlainan.

2) Kepentingan

Interest atau kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Orang akan hanya memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan kepentingannya. Kepentingan bukan hanya mempengaruhi perhatian kita saja tetapi juga menentukan daya tanggap, perasaan, pikiran dan tingkah laku kita akan merupakan sifat reaktif bertentangan dengan suatu kepentingan.

3) Motivasi Terpendam

Motivation atau motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya. Keinginan, kebutuhan dan

kekurangan dengan motivasi seseorang berbeda dengan orang lainnya, dari waktu ke waktu dan dari tempat ke tempat, sehingga karenanya motivasi itu berbeda dalam intensitasnya. Demikianlah pada intensitas tanggapan seseorang terhadap suatu komunikasi.²³

4) Prasangka

Prejudice atau prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang mempunyai prasangka belum apa-apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi. Dalam prasangka, emosi memaksa kita untuk menarik kesimpulan atas dasar syakwasangka tanpa menggunakan pikiran yang rasional. Emosi seringkali membutakan pikiran dan pandangan kita terhadap fakta yang nyata bagaimanapun, oleh karena sekali prasangka itu sudah mencekam, maka seseorang tak akan dapat berfikir secara objektif dan segala apa yang dilihatnya selalu akan dimulai secara negatif. Sesuatu yang objektif pun akan di nilai negatif. Prasangka bukan saja dapat terjadi terhadap suatu ras, seperti sering kita dengar, melainkan juga terhadap agama, pendirian politik, kelompok, pendek kata suatu prasangka yang dalam pengalaman pernah

²³ *Ibid.*, hlm. 48.

memberi kesan yang tidak enak.

Hambatan komunikasi pada umumnya mempunyai dua sifat : objektif dan subjektif. Hambatan yang sifatnya objektif adalah gangguan dan halangan terhadap jalannya komunikasi, yang tidak disengaja dibuat oleh pihak lain, tapi mungkin disebabkan oleh keadaan yang tidak menguntungkan. Rintangan atau hambatan yang bersifat objektif ini mungkin pula disebabkan oleh kurangnya kemampuan berkomunikasi.

Hambatan yang bersifat subjektif ialah yang sengaja dibuat oleh orang lain, sehingga merupakan gangguan, penentangan terhadap suatu usaha komunikasi.²⁴

F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.²⁵ Metodologi pada akhirnya akan memberikan pedoman tentang cara-cara seorang mempelajari, menganalisis, dan memahami lingkungan yang diteliti. Pendekatan kualitatif menekankan pada deksripsi naratif atau deksripsi tekstual atas fenomena yang diteliti.²⁶

1. Pendekatan penelitian

²⁴ *Ibid*: hlm. 49.

²⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 2.

²⁶ Kamarudin Amin, *Pedoman Penulisan...*, hlm. 31.

Salah satu metode penelitian kualitatif adalah berupa penelitian dengan metode atau pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian lapangan yang sumbernya didapatkan berupa uraian kata-kata dari pendapat informan apa adanya sesuai dengan pertanyaan penelitian, kemudian di analisis dengan kata-kata yang melatarbelakangi informan berperilaku.²⁷

2. Kehadiran peneliti

Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen sekaligus sebagai pengumpul data sehingga keberadaannya di lokasi penelitian mutlak diperlukan. Kehadiran peneliti di lokasi penelitian perlu digambarkan secara eksplisit dalam laporan penelitian. Perlu juga dijelaskan apakah kehadiran peneliti sebagai partisipan penuh, pengamat partisipan, atau pengamat penuh. Demikian pula, perlu dijelaskan apakah subjek atau informan mengetahui kehadiran peneliti dalam statusnya sebagai peneliti.²⁸

Kehadiran peneliti sebagai orang yang melakukan observasi mengamati dengan cermat terhadap obyek penelitian. Kehadiran peneliti ini berperan sebagai instrumen kunci yang langsung melibatkan diri dalam kehidupan subyek dalam waktu penelitian yang sudah ditetapkan peneliti untuk memperoleh data sesuai

²⁷ Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian Hukum*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2003), hlm. 180.

²⁸ Kamarudin Amin, *Pedoman Penulisan Skripsi ...*, hlm. 28.

dengan ciri penelitian kualitatif. Kemudian peneliti dapat mengolah data lapangan yang didapat melalui wawancara dan observasi.

3. Sumber data

Menurut Lofland dan Lofland dalam Moleong, sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen data lain-lain. Berkaitan dengan hal itu pada bagian jenis datanya dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto dan statistik.²⁹

Ada dua macam sumber data dalam penelitian ini yaitu menggunakan sumber primer dan sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.³⁰

Peneliti menggunakan sumber primer dan sekunder untuk memperoleh data melalui beberapa karyawan yang ada di DJP Nusra seperti, staf humas, kepala atau direktur kanwil DJP Nusra, dan pegawai.

²⁹ Sugiono, *Metode Penelitian ...*, hlm. 157

³⁰ *ibid.*, hlm. 225.

4. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data mengungkapkan (a) pilihan metode yang digunakan dalam mengumpulkan data, misalnya dengan test atau angket yang dibantu dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi, (b) kualifikasi dan petugas yang terlibat dalam proses pengumpulan data, dan (c) jadwal waktu pelaksanaan pengumpulan data.

Prosedur penelitian mencakup langkah-langkah atau cara kerja pada saat pelaksanaan penelitian.³¹ Dari beberapa macam teknik di atas peneliti akan menggunakan tiga teknik pengumpulan data dalam melengkapi penelitian yakni; observasi/pengamatan, wawancara dan dokumentasi.

a. Observasi/pengamatan

Observasi adalah melihat dan mengamati dalam rangka memahami dan mencari jawaban terhadap gejala sosial (perilaku, kejadian-kejadian dan keadaan) dalam beberapa waktu tanpa mempengaruhi kejadian tersebut, guna menemukan dan menganalisis data secara obyektif.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi tidak terstruktur. Observasi tidak terstruktur disebut juga observasi eksperimental. Pada jenis observasi ini, peneliti tidak membatasi

³¹ Kamarudin Amin, *Pedoman Penulisan Skripsi ...*, hlm. 33.

pengamatannya pada hal-hal tertentu. Peneliti mencatat seluruh informasi yang didapatkan pada saat pelaksanaan observasi, mengenai bagaimana strategi sosialisasi. Kemudian, setelah memperoleh data, peneliti akan memilah data yang sesuai dengan yang dibutuhkan peneliti.³²

b. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.³³

Secara garis besar, wawancara dapat dibedakan atas wawancara terstruktur (*structured interview*) dan wawancara tidak terstruktur (*unstructured interview*) dan pelaksanaannya dapat dilakukan dalam wawancara tatap muka (*face to face interview*) dan wawancara melalui telepon (*interview by telephone*).³⁴

1) Wawancara terstruktur kadang-kadang disebut wawancara distandarisasi, memerlukan administrasi dari suatu jadwal oleh seorang pewawancara.

2) Wawancara tidak terstruktur, disebut wawancara tidak

³²<https://kinibisa.com/artikel/detail/research/subdetai/observasi/read/jenis-jenis-observasi-dalam-sebuah-penelitian> diakses pada tanggal 12 Desember 2019.

³³ Sugiono, *Metode Penelitian ...*, hlm.231.

³⁴ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2010), hlm, 313

terstruktur sebab pewawancara tidak memiliki *setting* wawancara dengan pertanyaan yang direncang yang akan tanyakan kepada responden namun memiliki daftar tentang topik atau isu.

- 3) Wawancara semi terstruktur, pelaksanaan wawancara ini lebih bebas jika dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan wawancara jenis ini adalah untuk menentukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diwawancarai diminta pendapat dan idenya. Melakukan wawancara ini pendengar secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh narasumber.³⁵

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur, peneliti sudah menyiapkan pedoman wawancara sebagai acuan wawancara, namun peneliti juga menanyakan hal-hal yang tidak tertulis di pedoman atau pertanyaan lanjutan kepada informan setelah mendapatkan informasi, dengan catatan pertanyaan yang diberikan tidak keluar dari konteks permasalahan. Dengan menggunakan jenis wawancara ini, informan dapat memberikan informasi secara luas dan bebas kepada peneliti. Adapun, yang akan peneliti wawancarai adalah Kepala Seksi Penyuluhan, Bimbingan dan

³⁵ <https://www.konsistensi.com/2013/04/wawancara-sebagai-metode-pengumpulan.html>?M diakses tanggal 12 Desember 2019.

Pengelolaan Dokumentasi dan beberapa staf di Kanwil DJP Nusra.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya.³⁶

Dalam penelitian kualitatif, teknik dokumentasi ini merupakan alat pengumpul data yang utama karena pembuktian hipotesisnya yang diajukan secara logis dan rasional melalui pendapat, teori, atau hukum-hukum yang diterima, baik mendukung maupun yang menolong hipotesis tersebut.³⁷

Dokumentasi yang digunakan berupa foto-foto dari hasil wawancara, sosialisasi, arsip berupa dokumen, pamflet atau brosur tentang pengadaan sosialisasi.

5. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan

³⁶ Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 106.

³⁷ Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 191

data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Peneliti sudah melaksanakan analisis data mengenai yang akan diteliti. Analisis telah peneliti mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah sebelum terjun ke lapangan dan akan terus berlangsung sampai penulisan hasil penelitian.

Adapun tahap analisis data dalam penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:³⁸

a. Reduksi Data

Reduksi Data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan dalam hal-hal yang penting, dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data. Dalam penelitian ini peneliti mereduksi data dengan memilih data-data hasil observasi, wawancara dan mengelompokkan berdasarkan pokok-pokok permasalahan yang diungkap.

b. Penyajian data

³⁸ Sugiono, *Metode Penelitian...*, hlm. 247.

Setelah direduksi maka langkah selanjutnya adalah menyajikan dan mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penyajian data yang bersifat naratif.

c. Penarikan kesimpulan/*verification*

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.³⁹

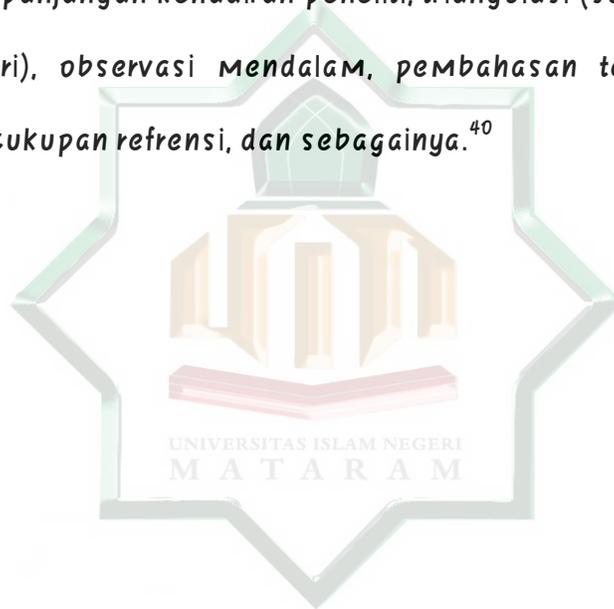
Sebelum melakukan penelitian, peneliti belum mengetahui secara menyeluruh mengenai permasalahan yang tersebut. Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat

³⁹*ibid.*, hlm. 226.

memberikan gambaran yang jelas setelah dilakukan penelitian.

d. Uji keabsahan data

Peneliti pada bagian ini perlu menjelaskan usaha-usaha yang dilakukan untuk lebih menjamin keabsahan data dan temuan. Misalnya, dapat dilakukan dengan teknik perpanjangan kehadiran peneliti, triangulasi (sumber, metode, teori), observasi mendalam, pembahasan teman sejawat, kecukupan referensi, dan sebagainya.⁴⁰



Perpustakaan UIN Mataram

⁴⁰ Kamarudin Amin, *Pedoman Penulisan ...*, hlm. 30.

BAB II

PAPARAN DATA DAN TEMUAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Nusa

Tenggara

Terbentuknya Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara berawal dari pemecahan Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Bali, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur menjadi dua Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak, yaitu Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Bali dan Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan RI Nomor 473/KMK.01/2004 tanggal 13 Oktober 2004.

Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan tersebut, Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara membawahi lima Kantor Pelayanan Pajak (KPP), enam Kantor Pelayanan Pajak Bumi dan Bangunan (KPPBB), dan dua Kantor Pemeriksaan dan Penyidikan (Karipka), yaitu KPP Mataram, KPP Raba Bima, KPP Maumere, KPP Kupang, KPP Sumbawa Besar,



Perpustakaan UIN Mataram

KPPBB Mataram, KPPBB Raba Bima, KPPBB Sumbawa Besar, KPPBB Kupang, KPPBB Waingapu, KPPBB Maumere, Karikpa Mataram dan Karikpa Kupang.⁴¹

Saat ini Kantor Wilayah DJP Nusa Tenggara membawahi sebelas Kantor Pelayanan Pajak Pratama (KPP Pratama), lima KPP Pratama di Provinsi Nusa Tenggara Barat dan enam KPP Pratama di Provinsi Nusa Tenggara Timur. KPP Pratama yang berada di Provinsi Nusa Tenggara terdiri dari KPP Pratama Mataram Barat, KPP Pratama Mataram Timur, KPP Pratama Praya, KPP Pratama Sumbawa Besar, KPP Pratama Raba Bima. Sedangkan yang berada di Provinsi Nusa Tenggara Timur terdiri dari KPP Pratama Ruteng, KPP Pratama Ende, KPP Pratama Maumere, KPP Pratama Waingapu, KPP Pratama Kupang, KPP Pratama Atambua.

Untuk memberikan pelayanan kepada Wajib Pajak yang berada jauh dari Kantor Pelayanan Pajak Pratama dibentuk pula sebelas Kantor Pelayanan, Penyuluhan dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP) yaitu KP2KP Gerung, KP2KP Selong, KP2KP Taliwang, KP2KP Dompu, KP2KP Ba'a, KP2KP So'e, KP2KP Kalabahi, KP2KP Larantuka, KP2KP Bajawa, KP2KP Labuan Bajo, KP2KP Waikabubak.⁴²

⁴¹ Sumber Data Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara, *Dokumentasi*, 15 Februari 2020.

⁴² Sumber Data Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara, *Dokumentasi*, 15 Februari 2020.



Perpustakaan UIN Mataram

2. Visi dan Misi DJP Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara

VISI DJP

Menjadi Institusi Penghimpun Penerimaan Negara yang Terbaik demi Menjamin Kedaulatan dan Kemandirian Negara.

MISI DJP

Menjamin penyelenggaraan negara yang berdaulat dan mandiri dengan:

1. Mengumpulkan penerimaan berdasarkan kepatuhan pajak sukarela yang tinggi dan penegakan hukum yang adil;
2. Pelayanan berbasis teknologi modern untuk kemudahan pemenuhan kewajiban perpajakan;
3. Aparatur pajak yang berintegritas, kompeten dan profesional; dan
4. Kompensasi yang kompetitif berbasis sistem manajemen kinerja.⁴³

3. Logo Sadar Pajak

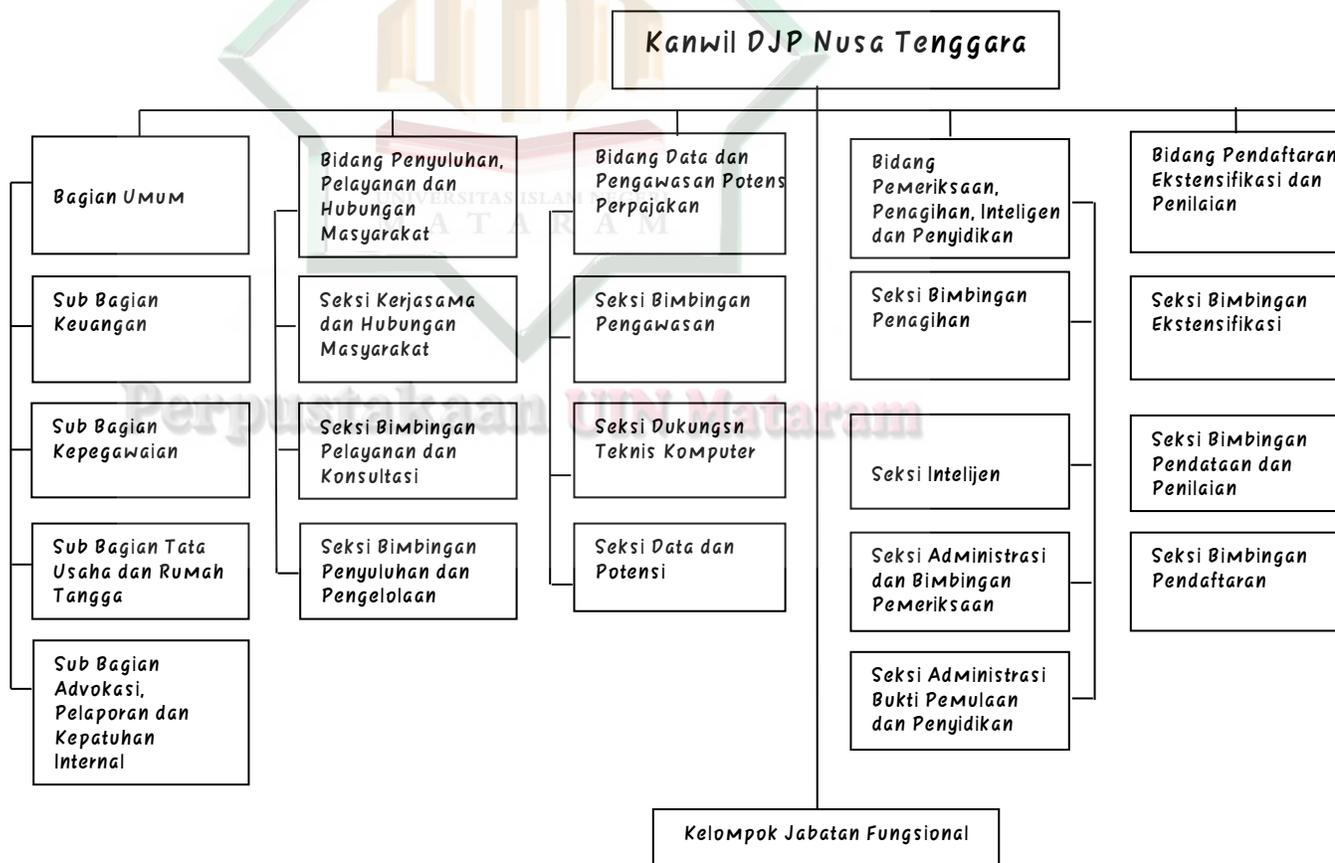
⁴³ Sumber Data Direktorat Jenderal Pajak, *Dokumentasi*, 15 Februari 2020.



Gambar 2.1 Logo Sadar Pajak

4. Struktur Organisasi Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara

Tabel : 2.2 Struktur Organisasi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara



5. Sasaran Program Inklusi Kesadaran Pajak

Pelaksanaan sosialisasi program tentunya sudah menentukan

kepada siapa sosialisasi tersebut dituju, sehingga sosialisasi program tepat sasaran dan dapat diterima oleh penerima informasi sesuai materi yang sudah dipersiapkan fasilitator. Hal ini juga dapat mempengaruhi keberlanjutan program sosialisasi salah satunya dilihat dari tingkat pendidikan. Kanwil DJP Nusra menentukan sasaran program Inklusi Kesadaran Pajak, yaitu mahasiswa dan dosen perguruan tinggi.⁴⁴

Mengapa perguruan tinggi ?

Perguruan Tinggi adalah satuan pendidikan yang menyelenggarakan Pendidikan Tinggi. Pendidikan Tinggi adalah jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program diploma, program sarjana, program magister, program doktor, dan program profesi, serta program spesialis, yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia. Sesuai dengan Undang-undang nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, pendidikan tinggi diselenggarakan dengan sistem terbuka dan dapat dapat berbentuk akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut, atau universitas. Perguruan tinggi berkewajiban menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Perguruan tinggi dapat menyelenggarakan program akademik, profesi, dan/atau vokasi.

Berdasarkan data tahun 2016 dari Kemenristekdikti, saat ini

⁴⁴ Observasi, 10 Februari 2020.

terdapat 4.513 Perguruan Tinggi di Indonesia dengan Jumlah Dosen sebanyak 270.231. Dalam jenjang pendidikan tinggi terdapat 2.503.566 mahasiswa dan 2.880.134 mahasiswi dengan jumlah total 5.383.700 orang mahasiswa aktif Mahasiswa merupakan calon wajib pajak potensial, bahkan sudah cukup banyak mahasiswa yang sudah memenuhi syarat subyektif dan obyektif untuk menjadi wajib pajak. Inklusi kesadaran pajak dalam pendidikan tinggi diharapkan dapat menciptakan generasi muda yang cinta tanah air dan mewujudkan bela negara dengan turut serta memenuhi kewajiban perpajakannya.⁴⁵

6. Inklusi Kesadaran Pajak Dalam Dunia Pendidikan

Pengertian Inklusi Kesadaran Pajak adalah usaha yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak bersama dengan kementerian yang membidangi pendidikan untuk meningkatkan kesadaran perpajakan peserta didik, guru dan dosen yang dilakukan untuk melakukan integrasi materi kesadaran pajak dalam kurikulum, pembelajaran dan perbukuan. **Mengapa inklusi melalui pendidikan?** Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak

⁴⁵ Sumber Data Direktorat Jenderal Pajak, *Dokumentasi Edukasi Pajak*, 13 Februari 2020.

mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya dan masyarakat. Pendidikan meliputi pengajaran keahlian khusus, dan juga sesuatu yang tidak dapat dilihat tetapi lebih mendalam yaitu pemberian pengetahuan, pertimbangan dan kebijaksanaan. Salah satu dasar utama pendidikan adalah untuk mengajar kebudayaan melewati generasi.

Direktorat Jenderal Pajak ingin mendidik generasi muda sebagai generasi calon-calon pelaku ekonomi masa depan menjadi warganegara yang mempunyai kesadaran dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Generasi mendatang harus memiliki budaya dan karakter berwawasan kebangsaan; cinta tanah air, bela negara, termasuk kesadaran membayar pajak. Generasi-generasi tersebut harus dipersiapkan dengan merekrut perilaku mereka sehingga dalam gelombang besar akan menjadi budaya. Perubahan perilaku tersebut salah satunya dilakukan melalui pendidikan.⁴⁶

Hal serupa juga diungkapkan oleh Kepala Seksi Bimbingan, Penyuluhan dan Pengelolaan Dokumen saat ditemui di Kantor Wilayah DJP Nusra, awal mula program ini berjalan ketika diketahui hasil survei patuh pajak adalah kaum millenial. Sehingga, kantor pusat DJP mengambil kebijakan perlu diadakannya inklusi kepada mahasiswa dan dosen atau guru sekaligus sebagai sasaran. Dan masih sangat disayangkan, apabila generasi milenial masih banyak

⁴⁶ Sumber Data Direktorat Jenderal Pajak, *Dokumentasi*, 12 Februari 2020.

yang belum memahami manfaat serta fungsi pajak dalam kehidupan sehari-hari, padahal pajak bisa dikatakan melekat dalam setiap aktivitas.⁴⁷ " jadi dengan adanya inklusi atau edukasi itu dijadikan masalah perpajakan, terutama kepada dosen dan mahasiswa, kalau di KPP itu biasanya SMA, SMP bahkan mulai SD, anak-anak kecil itu harus mengenal pajak lah, pajak itu apa, cuman tingkat edukasinya beda-beda yaaa, mungkin dalam SD itu gambar-gambar ooo ini orang pajak ini, kalau yang mahasiswa itu lebih intenslah", jelasnya.⁴⁸

Inklusi sendiri memiliki arti sederhana "Menyisipkan Materi", inklusi kesadaran pajak sudah berlangsung tahun 2016 di Kota Mataram dengan menetapkan apa itu pajak pada Mata Kuliah Wajib Umum di Perguruan Tinggi, seperti Pendidikan Bahasa Indonesia, Kewarganegaraan dan Agama. "Inklusi sudah berjalan sekitar tahun 2016 atau 2017, dan tahun 2018 DJP mengadakan *sharing session* di NTB dan NTT dengan mengumpulkan dosen dan mengadakan bimtek, jadi sosialisasinya ya berupa *sharing session* tadi, menyisipkan materi di MKWU dan nggak langsung point fulll tentang pajak".⁴⁹

Pendapat lain juga disampaikan oleh staf perempuan seksi

⁴⁷ Observasi, 10 Februari 2020.

⁴⁸ Zuhdi Arifin, Kepala Seksi Bimbingan, Penyuluhan dan Pengelolaan Dokumen, wawancara, 10 Februari 2020.

⁴⁹ N Agus Adyatma Narwadi, Staf seksi Bimbingan, Penyuluhan dan Pengelolaan Dokumen, wawancara, 10 Februari 2020.

Bimbingan Penyuluhan dan Dokumentasi Mengenai inklusi,

dari tenaga pendidik juga belum paham secara menyeluruh, ada juga yang belum teredukasi, belum mengerti tentang pajak, gimana mahasiswanya bisa ngerti, kalau pendidiknya juga belum ngerti, memang dengan adanya inklusi ini kita nyisip dulu, dari dosen baru bisa ke mahasiswa. Kita kanada koordinasi shering session sama pihak Perguruan Tinggi, gemanya paling gede yaaa guru atau tenaga pendidik, tuturnya.⁵⁰

B. Strategi Komunikasi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara Terhadap Program Inklusi Kesadaran Pajak Tahun 2018/2019 Di Kota Mataram

Melaksanakan sosialisasi program tentunya harus memiliki strategi yang matang agar penyampaian pesan atau informasi mudah dipahami oleh penerima pesan sehingga diharapkan dapat memberikan perubahan sikap. Inklusi kesadaran pajak dengan sasaran kepada mahasiswa dan dosen diharapkan mampu memberikan kesadaran betapa pentingnya patuh pajak serta memberikan pengaruh positif dengan orang sekitar untuk mengajak membayar pajak.

Pada tahun 2018, kanwil DJP Nusra mengadakan sosialisasi atau *sharing session* di Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur, khususnya di Kota Mataram, dengan mengumpulkan dosen di Universitas Mataram untuk berkerja sama mensukseskan program inklusi, melalui penandatanganan MOU serta diiringi kegiatan bimtek.

⁵⁰ Khansa' Aulia Muslimah, Pelaksana Seksi Bimbingan Penyuluhan dan Dokumentasi, wawancara, 24 Februari 2020.

Kegiatan ini pula dibantu oleh Relawan Pajak dan *Tax Center* membantu memfasilitasi keberlangsungan selama program berjalan.

sejauh ini kita sudah melaksanakan program Inklusi Kesadaran khususnya di Kota Mataram itu ada dua Perguruan Tinggi, itu ada Unram dan STIE AMM,⁵¹ ungkap salah satu staf pelaksana bimbingan penyuluhan dan pengelolaan dokumen.

Disamping itu, Kepala Seksi Bimbingan, Penyuluhan dan Pengelolaan Dokumen juga mengungkapkan "semua Universitas atau Perguruan Tinggi di bawah wilayah DJP Nusra harus tersentuh Inklusi".⁵² Hal tersebut merupakan target dan kinerja utama kedepan DJP dalam mensosialisasikan program.

Dalam melakukan inklusi kesadaran pajak dalam kurikulum, hal yang perlu dilakukan adalah menetapkan kompetensi minimal lulusan yang berkaitan dengan kesadaran pajak. Kemudian dibuatlah kompetensi inti dan kompetensi dasar (KI/KD). Dari kompetensi inti dan kompetensi dasar tersebut dijabarkan dalam silabus yang didalamnya memuat materi yang diajarkan dan model pembelajarannya. Untuk tahapan implementasi dalam pembelajaran, dibuatlah rencana program pembelajaran yang berisi *rundown* pengajaran materi-materi tersebut.

Kurikulum di perguruan tinggi bersifat otonom dan diserahkan

⁵¹ Khansa' Aulia Muslimah, Pelaksana Seksi Bimbingan Penyuluhan dan Pengelolaan Dokumen, wawancara, 6 Februari 2020.

⁵² Zuhdi Arifin, Kepala Seksi Bimbingan, Penyuluhan dan Pengelolaan Dokumen, wawancara, 10 Februari 2020.

kepada masing-masing perguruan tinggi. Strategi inklusi dilakukan melalui kebijakan Kemenristek Dikti kepada Perguruan Tinggi di seluruh Indonesia untuk meintegrasikan materi kesadaran pajak dalam proses pendidikan di perguruan tinggi.



Gambar 2.2 Skema Inklusi Kesadaran Pajak dalam Kurikulum Dikti

Pendidikan sadar pajak harus dibuatkan terlebih dahulu Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI). KKNI adalah kerangka penjenjangan kualifikasi sumber daya manusia Indonesia yang menyandingkan, menyetarakan, dan mengintegrasikan sektor pendidikan dengan sektor pelatihan dan pengalaman kerja dalam suatu skema pengakuan kemampuan kerja yang disesuaikan dengan struktur di berbagai sektor pekerjaan.

Setelah KKNl disusun, selanjutnya ditetapkan capaian pembelajaran kesadaran pajak yang diharapkan dari setiap lulusan perguruan tinggi. Capaian pembelajaran digunakan sebagai tolok ukur keberhasilan pembelajaran. Capaian pembelajaran selanjutnya dijabarkan dalam silabus yang memuat materi dan metode pembelajaran untuk kemudian dituangkan dalam Rencana Pembelajaran Semester (RPS) sebagai implementasi pembelajarannya.⁵³

Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara memiliki tahapan dalam melaksanakan program sosialisasi atau *sharing session* maupun penyuluhan. Dengan adanya Manajemen Pelaksanaan Kegiatan Penyuluhan (MPKP) yang artinya dapat menejemen langkah-langkah apa saja yang harus dipersiapkan atau adanya perencanaan (*planning*). Inklusi kesadaran pajak dalam dunia pendidikan ternyata memiliki tahapan tersendiri, yaitu :

- a. Koordinasi dan *sharing session* kepada pihak Pendidikan Tinggi. Pada tahapan ini kanwil menyampaikan gambaran umum mengenai program inklusi kepada pihak Pendidikan Tinggi, yang terdiri dari pimpinan, tenaga pendidik, lembaga penjamin mutu. Tujuannya adalah terbangunnya pemahaman pihak Pendidikan Tinggi mengenai urgensi inklusi kesadaran

⁵³ Sumber Data Direktorat Jenderal Pajak, *Dokumentasi*, 13 Februari 2020.

pajak dan diikuti oleh kesepakatan diantara kedua belah pihak untuk mengimplementasikan inklusi di masing-masing Perguruan Tinggi.

- b. Kegiatan bimbingan teknis inklusi kesadaran pajak kepada tenaga pendidik di Perguruan Tinggi. Tujuannya adalah untuk mengintegrasikan nilai-nilai kesadaran pajak kedalam mata kuliah, diperlukan bimbingan dari pihak DJP terkait konten yang akan diinklusi ke dalam masing-masing mata kuliah, konten yang disepakati tersebut akan dituangkan kedalam Rancangan Pembelajaran Semester (RPS) yang kemudian dijadikan acuan untuk pelaksanaan pembelajaran dikelas.
- c. Implementasi merupakan pengimplementasian program inklusi kesadaran pajak melalui RPS, kegiatan ini diperoleh dari RPS yang sudah disahkan oleh Perguruan Tinggi.
- d. Monitoring diadakan guna menjamin bahwa pengimplementasian program inklusi kesadaran pajak sudah dijalankan dan sesuai dengan tujuan, dan mengukur keberhasilan inklusi sekaligus menjaga keberlanjutan program inklusi, maka dilakukan kegiatan *monev*, salah satunya dilakukan dengan *sig-in* kedalam pembelajaran.
- e. Evaluasi untuk menjamin bahwa pengimplementasian program inklusi kesadaran pajak dapat dijalankan dengan lebih optimal sekaligus menjaga keberlanjutan program

inklusi, maka dilakukan kegiatan evaluasi. Salah satunya dapat berupa pengimplentasian inklusi pada soal ujian di Perguruan Tinggi, dan soal ini diperoleh dan disahkan oleh Perguruan Tinggi.⁵⁴

Melalui MOU dan bimtek yang sudah diselenggarakan membentuk kerja sama, DJP Nusra melanjutkan keberlangsungan program di Perguruan Tinggi dengan adanya monitoring dan evaluasi yang dituangkan dalam Rencana Pembelajaran Semester (RPS) sebagai implementasi pembelajarannya, "kita berusaha sampai RPS, tapi kalo emang nggak bisa gpp, kita berusaha menggiring ke RPS", ungkap staf perempuan seksi bimbingan penyuluhan dan dokumentasi.⁵⁵ Kepala Seksi Bimbingan dan Penyuluhan Dokumentasi Menambahkan,

misalnya pelajaran pendidikan pancasila, kita diminta untuk meningkatkan persatuan dan kesatuan, hal itu butuh biaya, yaa biayanya dari pajak. Atau pendidikan agama, kita yang muslim kan diminta untuk taat kepada Allah, rasul, dan pemimpin. Dari pemimpin mengeluarkan kebijakan bayar pajak, yaa bayar pajak. Atau misalnya di pelajaran kewarganegaraan, kita bela negara, dulu perangnya pake bambu runcing, sekarang nggak perlu, cukup dengan bayar pajak".⁵⁶

Dalam melaksanakan startegi tentunya dibutuhkan kerja sama serta faktor pendukung demi keberlangsungan program, baik secara

⁵⁴ Sumber Data Direktorat Jenderal Pajak, *Dokumentasi*, 24 Februari 2020.

⁵⁵ Khansa' Aulia Muslimah, Pelaksana Seksi Bimbingan Penyuluhan dan Pengelolaan Dokumen, *wawancara*, 24 Februari 2020.

⁵⁶ Zuhdi Arifin, Kepala Seksi Bimbingan Penyuluhan dan Dokumen, *wawancara*, 24 Februari 2020

finansial ataupun tim. Hal ini pula terjadi pada DJP Nusra dengan adanya relawan pajak, *tax centers* serta banyak Perguruan Tinggi yang terbuka dengan program Inklusi untuk berkerja sama. Relawan pajak merupakan program yang dibuat untuk mencoba mengajak masyarakat untuk sadar akan pentingnya membayar pajak sekaligus untuk memberikan edukasi kepada masyarakat, dan anggotanya merupakan mahasiswa yang bergabung dalam relawan pajak dan sudah diberikan pelatihan.

kalo relawan pajak pasti ngebantu banget, karena emang kondisi KPP rame wp membludak, misalnya dikasih waktu cuma 3 bulan buat wp op untuk laporan spt tahunan, terus buat relawan pajaknya mereka juga bisa belajar tentang spt, tata cara lapor, bahkan mereka bisa ngajarin orang lain bahkan ngajak sekelilingnya entah dosen atau keluarga yang udah punya npwp untuk sadar dan lapor spt. Relawan juga belajar gimana rasanya jadi pelayan publik, dapet ilmu komunikasi juga secara ngga langsung dan itu bakal berguna banget buat mereka ke depannya,⁵⁷ ungkap pelaksana seksi penyuluhan bimbingan dan pengelolaan dokumen Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara.

Sedangkan, *tax center* merupakan fasilitas yang menghubungkan antara Perguruan Tinggi dengan DJP yang dibentuk setelah penandatanganan MOU. *Tax center* dibuat berdasarkan prosedur kampus sendiri dengan ketentuan yang berlaku di Perguruan Tinggi tersebut. Di kota Mataram hanya Universitas Mataram dan STIE AMM Mataram yang sudah berkerjasama dengan DJP Nusra melaksanakan program inklusi. jadi, hanya kedua Perguruan Tinggi tersebut yang memiliki *tax center*.

⁵⁷ *Ibid.*, 18 Februari 2020.

Dalam pelaksanaannya, inklusi kesadaran pajak dimasukkan kedalam Mata Kuliah Wajib UMUM, seperti : Pendidikan Pancasila, Bahasa Indonesia, Pendidikan Agama, yang nantinya selama proses belajar mengajar terhadap inklusi pajak akan direkam oleh pendidik sebagai bukti bahwa inklusi sudah diberikan, hal ini juga menjadi salah satu tahapan monitoring yang disiapkan oleh DJP Nusra dalam pelaksanaan *sharing session*. Materi yang disampaikan dalam *sharing session* pun tidak secara teknis, hanya sebatas gambaran pajak secara umum, sesuai dengan nama program yaitu "inklusi" berarti hanya menyisipkan. Bukti arsip berupa foto dan video terlaksananya program inklusi biasanya diupload pada laman resmi Direktorat Jenderal Pajak yaitu www.pajak.go.id serta media sosial seperti instagram DJP Nusra yaitu @pajaknusra.⁵⁸

Sementara itu, kedekatan interpersonal diperlukan dalam membangun komunikasi yang efektif. Namun, Kanwil DJP Nusra tidak memiliki wewenang penuh dalam membangun kedekatan interpersonal. Hal ini, diungkapkan serta digunakan oleh Kepala Seksi Penyuluhan Bimbingan dan Penyuluhan Dokumen,

kita itu di kanwil yaa mba, jadi jarang bersentuhan dengan wajib pajak, yang sering bersentuhan dengan wp adalah KPP, kita nggak punya wp jadi nggak bisa kedekatan secara person.⁵⁹

Selama program *sharing session* inklusi berlangsung

⁵⁸. Sumber Data Direktorat Jenderal Pajak, *Dokumentasi*, 10 Februari 2020.

⁵⁹ Zuhdi Arifin, Kepala Seksi Penyuluhan Bimbingan dan Pengelolaan Dokumen, *wawancara*, 10 Februari 2020.

jugamenggunakan bahasa yang sopan dan lugas, serta pengendalian emosi supaya dapat memberikan pengajaran tentang kesadaran pajak itu sendiri.

Masih banyak yang belum faham, maaf maaf sebelumnya, bahkan yang jenjang pendidikan tinggi, masih menanyakan apa kontribusi pajak untuk mereka. Sehingga saya mencoba dengan kedekatan pribadi sambil menjelaskan seperti yang saya jelaskan diawal tadi, oo gini lho fungsi dan manfaat pajak, tambahannya.⁶⁰

Melalui program inklusi kesadaran pajak Direktorat Jenderal Pajak mengharapkan setelah mendapatkan inklusi tercapainya target yang tidak berNPWP menjadi berNPWP, tidak laopr pajak menjadi lapor pajak, tidak bayar pajak menjadi bayar pajak, serta adanya perubah sikap kepada penerima pesan dalam bentuk sadar pajak, memahami pajak, patuh pajak, dan ikut pula memberikan edukasi pajak kepada orang-orang disekitarnya.⁶¹

C. Hambatan Komunikasi yang Dihadapi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak dalam Melaksanakan Program Inklusi Kesadaran Pajak dalam Dunia Pendidikan Tahun 2018/2019 di Kota Mataram.

Tidaklah mudah untuk melakukan komunikasi secara efektif. Ada banyak hambatan yang dapat merusak komunikasi. Terdapat beberapa faktor yang dapat menghambat keberhasilan komunikasi, baik secara internal maupun eksternal, dari dalam diri pemberi

⁶⁰ *Ibid.*,

⁶¹ Observasi, 17 Februari 2020.

pesan atau faktor lain dari penerima pesan, maupun lingkungan.

Tidak dipungkiri juga Direktorat Jenderal Pajak Nusra mendapatkan hambatan dalam melaksanakan program Inklusi Kesadaran Pajak. Kurangnya edukasi mengenai pajak diakui oleh DJP Nusra menjadi salah satu faktor penghambat patuh pajak, padahal pajak merupakan pungutan paksa yang dilakukan oleh pemerintah terhadap wajib pajak. Kurangnya edukasi pajak, menuntut DJP Nusra memulai dari awal memberitahukan secara dasar tentang pajak beserta fungsinya, sebab ketika seseorang tidak memahami betapa pentingnya pajak sampai tidak membayar iuran atau wajib pajak memiliki pengaruh akan iuran negara yang juga digunakan sebagai kepentingan umum. Pertanyaan yang sering dilontarkan orang awam adalah "apa kontribusi pajak untuk diri saya sendiri?".

Selain itu, beberapa Perguruan Tinggi enggan atau kurang terbuka jika memasukan inklusi pajak dalam Rancangan Pembelajaran Semester (RPS) sebagai bagian dari mata kuliah, hal ini disebabkan karena memang kurangnya edukasi mengenai pentingnya pajak. Oleh karena itu, diharapkan dapat memberikan edukasi kepada pendidik terlebih dahulu baru ke anak didik. Karena apabila pejabat Perguruan Tinggi sudah bersifat terbuka, maka akan menjadi pendukung dalam terlaksanannya program inklusi.

menikmati fasilitas tapi ngga mau bayar pajak, dari tenaga

pendidik juga belum paham secara menyeluruh, ada juga yang belum teredukasi, belum mengerti tentang pajak, gimana mahasiswa bisa ngerti, kalau pendidiknya juga belum ngerti, memang dengan adanya inklusi kita nyisip dulu, dari dosen baru kemahasiswa. Kita akan ada koordinasi *sharing session* sama Perguruan Tinggi, yaa gema paling gede dari guru atau tenaga pendidik, ungkap staf perempuan Seksi Penyuluhan Bimbingan dan Pengelolaan Dokumen.⁶²

Menjadikan pembelajaran pajak menjadi bagian mata kuliah wajib tidak memungkinkan terutama untuk jurusan diluar perpajakan, disebabkan butuh proses panjang menjadikan kurikulum serta persetujuan dari Kemenrisetdikti. Sehingga, Direktorat Jenderal Pajak hanya berusaha mengiring edukasi pajak sampai kepada RPS, walaupun dalam pembelajarannya hanya berupa edukasi ataupun menyisipkan.

Direktorat Jenderal Pajak Nusra dituntut oleh kantor pusat untuk setiap tahunnya harus naik target pajak dengan cara memperbanyak basis data. Basis data tersebut merupakan informasi yang disimpan secara statistik didalam komputer. Kantor pusat akan melakukan survei untuk mengetahui perkembangan wajib pajak. Target tersebut juga dapat dilihat berdasarkan jumlah penyampaian Surat Pemberitahuan (SPT) tahunan orang pribadi ataupun badan. Tercatat, tahun sebelumnya sebanyak kurang lebih 6,4 Triliun didapatkan oleh DJP Nusra, dan naik menjadi kurang lebih 7

⁶². Khansa' Aulia Muslimah, Pelaksana Seksi Penyuluhan Bimbingan dan Pengelolaan Dokumen, wawancara, 17 Februari 2020.

Triliun.⁶³

NAMUN, dengan adanya program Inklusi Kesadaran Pajak dalam Dunia Pendidikan tidak dapat dilihat langsung keberhasilannya, dengan sasaran era milenial dan pendidik, program ini dapat dilihat hasilnya dalam jangka panjang. Jangka pendek dari program ini dapat dilihat dari kesadaran dan perubahan sikap wajib pajak yang disurvei kantor pusat apakah memiliki kenaikan atau stagnan.

jadi kita nggak bisa liat langsung sekarang, mungkin 5 atau 10 tahun kedepan kita baru bisa liat dan rasain, dengan harapan makin banyak orang yang bayar pajak, ungkap staf seksi penyuluhan bimbingan dan pengelolaan dokumen.⁶⁴

Direktorat Jenderal Pajak Nusra juga mengikuti perkembangan ilmu teknologi, media sosial bersifat online ikut dikembangkan oleh DJP Nusra, seperti mengupload berita terbaru mengenai DJP dan KPP, gambar-gambar mengajak membayar pajak, update berita dan kegiatan yang diselenggarakan oleh DJP, sarana penghubung pihak DJP dengan masyarakat melalui media online. Apabila sudah online maka disempurnakan lagi dengan menambah kreatifitas lainnya guna mendorong dan hidup bersama secara sosial supaya masyarakat lebih mengetahui peran DJP serta pentingnya lapor pajak.⁶⁵ Kepala Seksi Penyuluhan Bimbingan dan Pengelolaan

⁶³ Zuhdi Arifin, Kepala Seksi Penyuluhan Bimbingan dan Pengelolaan Dokumen, wawancara, 10 Februari 2020.

⁶⁴ N Agus Adyatma Narwadi, Staf Pelaksana Seksi Penyuluhan Bimbingan dan Pengelolaan Dokumen, wawancara, 10 Februari 2020.

⁶⁵ Sumber Data Direktorat Jenderal Pajak Nusra, Dokumentasi, 10 Februari 2020.

Dokumen juga mengungkapkan bagaimana perbedaan pajak dan zakat,

apa bedanya zakat sama pajak, padahal sama-sama kewajiban? sama-sama untuk infrasturkur juga, sama-sama untuk masyarakat juga, tapi kalau zakat bersifat terbatas, kan ada pembagian kelompok penerima zakat, tetapi kalau pajak sifatnya tidak terbatas, ungkapnya.⁶⁶

Melihat sifat pajak merupakan pungutan lain yang bersifat memaksa dan untuk kepentingan dan keperluan negara yang sudah diatur dalam Undang-Undang, yang harus disesuaikan berdasarkan keadilan dan pemerataan dalam memikul beban pajak sesuai dengan kemampuan rakyat, nondiskriminasi, menjamin kepastian hukum, serta mengatur adanya hak dan kewajiban yang seimbang antara rakyat dan negara.

Artinya bahwa setiap warga negara Indonesia sama-sama wajib membayar zakat dan pajak tetapi subyek dan objek yang membedakan. Misalnya, dilihat dari segi lembaga pemungutan atau pembayaran zakat dan pajak yang berbeda, serta pembayaran wajib zakat sudah dikelompokkan berdasarkan golongan, sedangkan pajak bersifat menyeluruh.

Hal lain juga dapat dilihat dari ketidakperdulian masyarakat membayar pajak, dalam hal ini diketahui bahwa jumlah penduduk yang memiliki penghasilan di atas Penghasilan Tidak Kena Pajak

⁶⁶ Zuhdi Arifin, Kepala Seksi Penyuluhan Bimbingan dan Pengelolaan Dokumen, wawancara, 17 Februari 2020.

(PTKP) terus meningkat. Baik dari sisi pekerja formal seperti pegawai kantoran, buruh pabrik, dan sebagainya, maupun pekerja informal seperti saat ini *youtuber* yang banyak dari kalangan anak muda dan memiliki penghasilan yang banyak dari *youtube*. Sehingga, pajak dari PPh 21 maupun pajak kontibusinya masih kecil terhadap Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN), artinya masyarakat kelas menengah dan atas meningkat, tetapi kepatuhan membayar pajak sangat sedikit.⁶⁷

Dari pemaparan di atas dapat di pahami bahwa hambatan merupakan usaha yang ada dan yang memiliki sifat atau memiliki tujuan untuk melemahkan dan menghalangi usaha secara tidak konseptional. Hambatan memiliki arti yang sangat penting dalam setiap melaksanakan suatu tugas atau pekerjaan. Suatu tugas atau pekerjaan tidak akan terlaksana apabila ada suatu hambatan yang mengganggu pekerjaan tersebut. Hambatan merupakan keadaan yang dapat menyebabkan pelaksanaan terganggu dan tidak terlaksana dengan baik. Hambatan juga cenderung bersifat negatif, yaitu memperlambat laju suatu hal yang dikerjakan oleh seseorang atau kelompok.

⁶⁷ Observasi, 17 Februari 2020.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI KANTOR WILAYAH DIREKTORAT JENDERAL PAJAK NUSA TENGGARA TERHADAP PROGRAM INKLUSI KESADARAN PAJAK TAHUN 2018/2019 DI KOTA MATARAM

Pada Bab sebelumnya, peneliti telah memaparkan secara terperinci paparan data dan temuan yang peneliti temukan di tempat penelitian. Adapun hal-hal yang akan menjadi bahan kajian analisis dari peneliti pada bab ini adalah: (A) Strategi komunikasi Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara terhadap program inklusi kesadaran pajak, (B) Hambatan-hambatan yang dilalui Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara terhadap program inklusi kesadaran pajak dalam dunia pendidikan.

Berdasarkan paparan data dan temuan yang sudah diungkapkan pada bab sebelumnya, peneliti mencoba menggambarkan dan mencocokkan data yang ada, yang diperoleh sebelumnya baik melalui observasi, wawancara dan dokumentasi, maka selain itu peneliti juga akan mengemukakan mengenai strategi komunikasi Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara terhadap program inklusi kesadaran pajak yang ada pada teori-teori yang sudah peneliti siapkan sebagai bahan analisa.

Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara

menggunakan beberapa strategi komunikasi dalam menjalankan program inklusi kesadaran pajak dalam dunia pendidikan. Selain itu, Direktorat Jenderal Pajak Nusra memiliki hambatan yang dihadapi dalam menjalankan program tersebut.

A. Analisis Strategi Komunikasi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Terhadap Program Inklusi Kesadaran Pajak dalam Dunia Pendidikan Tahun 2018/2019 di Kota Mataram.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.⁶⁸ Dan komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya.

Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitan dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton, membuat definisi dengan menyatakan "strategi komunikasi dalam kombinasi yang terbaik dari

⁶⁸ Onong Uchjana Efendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* ..., hlm. 300.

semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”

Dimana strategi atau rencana yang digunakan sebagai acuan dalam berkomunikasi atau berinteraksi dengan semua orang, terutama komunikasi secara sosial yang dimana penyampaianya terhadap semua orang untuk menarik perhatian serta memberikan pengaruh pada sikap seseorang setelah mendapatkan informasi.

Menurut Middleton yang mengungkapkan strategi komunikasi dalam kombinasi terbaik yang terdiri dari elemen komunikator, dalam penelitian ini yang menjadi komunikator adalah pegawai/humas/jubir dalam menyampaikan program sosialisasi berupa *sharing session* dari Kanwil DJP Nusra. Komunikator menyampaikan pesan dalam *sharing session* berupa materi mengenai kesadaran pajak dalam dunia pendidikan melalui saluran atau media secara tatap muka yang sudah terjadwalkan kepada pihak Perguruan Tinggi, supaya komunikasi atau penerima pesan sampai pada pengaruh (efek) yang sudah dirancang agar tercapainya komunikasi yang optimal dan efektif. *Sharing session* ini sangat mengharapkan keberhasilan penyampaian pesan untuk memberikan perubahan sikap kepada komunikasi mengenai kesadaran pajak.

Dalam proses *sharing session* seorang fasilitator setidaknya

melakukan perkenalan terkait personal dirinya, seperti nama, asal, maksud dan tujuan datang ke wilayah tersebut, kemudian melakukan sosialisasi tentang lembaga atau program. Dalam sosialisai lembaga, setidaknya fasilitator menginfomasikan tentang profil lembaga, visi dan misa lembaga, bidang kerja lembaga dan bisa juga prestasi yang dicapai oleh lembaga. Selain profil lembaga, yang tidak kalah pentingnya adalah sosialisasi program seperti nama program, tujuan program, konsep program, jangka waktu pelaksanaan, sasaran dan target program.

Komunikasi memberi informasi, membentuk citra, mempersuasi, dan mendidik masyarakat melalui program-program yang dirancang dengan baik untuk memenuhi kebutuhan khalayak dan keinginan masyarakat.

Untuk menghindari hal-hal tersebut proses sosialisasi harus dilakukan menggunakan bahasa yang mudah difahami masyarakat dan harus dilakukan secara kontinu baik kepada komunitas sebagai sasaran program, kepada instansi pemerintah untuk mendapatkan dukungan dan kepada stakeholder terkait.⁶⁹ Program ini berjalan dengan membangun kerja sama dengan Perguruan Tinggi terkait, supaya program inklusi tersampaikan hendaknya membangun komunikasi yang baik.

Perencanaan *sharing session* DJP Nusra dengan pihak Perguruan

⁶⁹*Ibid.*,hlm. 76.

Tinggi dimulai dari koordinasi kepada pihak terkait mengenai program inklusi yang akan diadakan, jika pihak terkait memberikan kesempatan dan peluang maka diadakannya tanda tangan perjanjian atau MOU, kemudian dilaksanakannya bimbingan teknis (bimtek) kepada pendidik di Perguruan Tinggi terkait. Adapun tahapannya dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Koordinasi dan *sharing session* kepada pihak Pendidikan Tinggi. Pada tahapan ini kanwil menyampaikan gambaran umum mengenai program inklusi kepada pihak Pendidikan Tinggi, yang terdiri dari pimpinan, tenaga pendidik, lembaga penjamin mutu. Tujuannya adalah terbangunnya pemahaman pihak Pendidikan Tinggi mengenai urgensi inklusi kesadaran pajak dan diikuti oleh kesepakatan diantara kedua belah pihak untuk mengimplementasikan inklusi di masing-masing Perguruan Tinggi. Dalam hal ini, komunikasi membentuk persepsi harus berlaku. Persepsi merupakan proses dimana individu memilih, mengorganisasi, menginterpretasi apa yang terjadi dilingkungannya, supaya pemikiran si penerima akan hal yang akan disampaikan untuk merubah persepsi.⁷⁰ Apabila

⁷⁰ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Kencana Prenada

DJP Nusra sudah mampu membentuk persepsi kepada para pendidik mengenai pentingnya pajak, maka akan memudahkan dalam mencapai tujuan yang telah disepakati.

- b. Kegiatan bimbingan teknis inklusi kesadaran pajak kepada tenaga pendidik di Perguruan Tinggi. Tujuannya adalah untuk mengintegrasikan nilai-nilai kesadaran pajak kedalam mata kuliah, diperlukan bimbingan dari pihak DJP terkait konten yang akan diinkluskan ke dalam masing-masing mata kuliah, konten yang disepakati tersebut akan dituangkan kedalam Rancangan Pembelajaran Semester (RPS) yang kemudian dijadikan acuan untuk pelaksanaan pembelajaran dikelas. Dalam psikologi komunikasi, psikologi mencoba menganalisa seluruh komponen yang terlibat dalam komunikasi. Pada diri komunikasi, psikologi memberikan karakteristik komunikasi serta faktor-faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi perilaku komunikasi. Persuasif sendiri dapat didefinisikan sebagai proses mempengaruhi dan mengendalikan perilaku orang lain melalui pendekatan psikologis. Dengan tujuan mengintegrasikan nilai-nilai sadar pajak dalam mata kuliah dapat dikaitkan dengan psikologi komunikasi supaya

terbentuknya pengendalian perilaku berupa sadar pajak.

- c. Implementasi merupakan pengimplementasian program inklusi kesadaran pajak melalui RPS, kegiatan ini diperoleh dari RPS yang sudah disahkan oleh Perguruan Tinggi. Tahapan implementasi merupakan penerapan atau tindakan berdasarkan rencana yang telah disusun atau dibuat dengan cermat dan terperinci sebelumnya, tahapan ini menjadi tahapan lanjutan pada point a dan b yang kemudian membentuk proses komunikasi langsung yang peserta komunikasinya lebih luas (pendidik ke mahasiswa).
- d. Monitoring diadakan guna menjamin bahwa pengimplementasian program inklusi kesadaran pajak sudah dijalankan dan sesuai dengan tujuan, dan mengukur keberhasilan inklusi sekaligus menjaga keberlanjutann program inklusi, maka dilakukan kegiatan *monev*, salah satunya dilakukan dengan *sig-in* kedalam pembelajaran.
- Dalam hal ini, peran komunikasi organisasi dapat dimasukkan, menurut Goldhaber komunikasi organisasi sebagai proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam dalam satu jaringan hubungan yang saling bergantung satu sama lain untuk mengatasi masalah lingkungan yang tidak pasti atau berubah-ubah. Setiap organisasi memiliki tujuan (*goal*) dan sasaran (*objektive*),

dimana perumusan masalah disusun secara resmi dan sadar.⁷¹ Pelaksanaan monitoring termasuk dalam tolak ukur keberhasilan yang sudah disiapkan atau diperhitungkan oleh DJP Nusra, dengan adanya *sign-in* ke Perguruan Tinggi akan membentuk kerja sama yang baik bagi kedua belah pihak.

- e. Evaluasi untuk menjamin bahwa pengimplementasian program inklusi kesadaran pajak dapat dijalankan dengan lebih optimal sekaligus menjaga keberlanjutan program inklusi, maka dilakukan kegiatan evaluasi. Salah satunya dapat berupa pengimplentasian inklusi pada soal ujian di Perguruan Tinggi, dan soal ini diperoleh dan disahkan oleh Perguruan Tinggi.⁷² Komunikasi sebagaimana dikemukakan oleh Onong Uchana Efendy bahwa, komunikasi meliputi masalah *how communication works (das sein)*, dan *how to communicatie (das sollen)*. *How to communications work (das sein)* adalah bagaimana komunikasi menjalankan seperangkat tugas, *how to communicate (das sollen)* adalah apa yang dicapai dalam kegiatan komunikasi, apakah terjadi perubahan sikap

⁷¹ Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki Hakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2017), hlm.60.

⁷² Sumber Data Direktorat Jenderal Pajak, *Dokumentasi*, 24 Februari 2020.

(*attitude*), pandangan (*opinion*), dan perilaku (*behavior*) pada pihak sasaran komunikasi. Hal ini termasuk dalam tujuan dan fungsi komunikasi yang tidak dapat dipisahkan. Jika komunikasi dapat menjalankan fungsi dalam interaksi maka tujuan komunikasi akan tercapai pula.⁷³

Adapun strategi komunikasi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak terhadap program inklusi kesadaran pajak :

1. Sosialisasi Program

Sosialisasi adalah proses sosial tempat seorang individu mendapatkan pembentukan sikap untuk berperilaku yang sesuai dengan perilaku orang-orang disekitarnya. Sosialisasi merupakan langkah awal dalam pelaksanaan program. Meskipun terlihat sepele dan ringan, namun proses sosialisasi sangat berpengaruh terhadap keberlanjutan program. Sehingga seorang fasilitator harus sangat berhati-hati dalam proses sosialisasi, mengingat kondisi masyarakat yang heterogen, baik tingkat pendidikan, karakter, daya terima dan pemahaman masyarakat. Sosialisasi yang dimaksud oleh Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara adalah *sharing session*.

Sharing session inklusi kesadaran pajak merupakan program yang bersifat berkesinambungan, karena melewati

⁷³ Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki Hakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi ...*, hlm.68.

beberapa tahap, seperti di mulai dengan koordinasi kepada pihak Perguruan Tinggi, kemudian menyetujui perjanjian atau MOU, selanjutnya mengadakan bimbingan teknis kepada pendidik, kemudian pendidik akan mengajarkan kepada mahasiswa melalui Mata Kuliah Wajib Umum.

Selama proses *sharing session* tentunya proses komunikasi sudah berlangsung, komunikasi dapat didefinisikan sebagai usaha penyampaian pesan antarmanusia, seperti bertukar pikiran, perasaan-perasaan, informasi, membuat seseorang paham, satu tujuan dan membentuk hubungan yang simpatik. Komunikasi juga terjalin dengan pertukaran simbol-simbol (non verbal). Berkomunikasi yang efektif selama proses sosialisasi dipercaya mampu membentuk tujuan yang sama, sebab tersampainya maksud dan tujuan serta membentuk hubungan simpatik untuk berkerjasama dan saling memahami. Terlebih, program ini harus didukung oleh pihak Perguruan Tinggi terkait dan dapat membentuk kerja sama kepada Perguruan Tinggi yang lainnya.

2. Komunikasi Langsung (Verbal)

Komunikasi verbal diartikan sebagai bicara atau lisan atau tulisan yang merupakan perwujudan bahasa sebagai medium pertukaran pesan. Kemampuan komunikasi verbal sangat dibutuhkan dan menentukan kesuksesan seseorang dalam

kehidupan baik dalam hubungan formal maupun informal. Komunikasi verbal dan non verbal sangat erat kaitannya antara perkataan dan perbuatan, karena komunikasi verbal bersifat langsung atau tatap muka dan komunikasi non verbal biasa digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi diluar kata-kata terucap dan tertulis.

Melihat kegiatan *sharing session* yang dilaksanakan Kanwil DJP Nusra termasuk dalam kegiatan komunikasi secara langsung atau tatap muka atau verbal. Bersifat langsung menyampaikan pesan kepada peserta komunikasi serta melanjutkan beberapa program lanjutan, seperti setelah memberikan inklusi kepada pihak pendidik atau dosen Perguruan Tinggi kemudian menyetujui MOU dan diteruskan kembali oleh pendidik untuk menyampaikan materi inklusi mengenai kesadaran pajak kepada peserta didik atau mahasiswa dan bersifat berkesinambungan, karena disisipkan didalam rencana pembelajaran studi. Hal ini juga merupakan bagian dari saluran komunikasi yang lebih identik dengan proses berjalannya pesan sebagai aktivitas komunikasi tatap muka.

3. Efek Komunikasi

Berbicara tentang efek komunikasi terkait dengan dampak

dan akibat yang dialami oleh penerima (*receiver*) setelah menerima pesan komunikasi. Terjadinya perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan penerima sebelum dan sesudah menerima pesan komunikasi menandakan terjadinya efek komunikasi. DeFluer, membagi efek komunikasi antara lain terjadinya perubahan dan penguatan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan.

1. Pengaruh kognitif, yaitu bahwa dengan komunikasi, seseorang menjadi tahu tentang sesuatu. Berarti, komunikasi berfungsi untuk memberikan informasi.
2. Pengaruh afektif, yaitu bahwa dengan pesan yang disampaikan terjadi perubahan perasaan dan sikap. Misalnya, karena sesuatu pidato yang bersifat persuasif, tercipta sikap untuk melakukan sesuatu atau sikap setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu); dan
3. Pengaruh konatif, yaitu pengaruh yang berupa tingkah laku dan tindakan. Karena menerima pesan dari komunikator atau penyampaian pesan, komunikan bisa bertindak untuk melakukan sesuatu. Misalnya, karena baru mendengar khotbah di masjid yang mengobarkan kebencian terhadap agama lain, umat Islam di masjid tersebut beramai-ramai

Menuju gereja dan membakarnya.⁷⁴

Tujuan dari komunikasi adalah *attainable* : bahwa tujuan komunikasi adalah penetapan terhadap apa yang seharusnya dicapai dalam suatu aktivitas komunikasi, tentukan tingkat ketercapaian tujuan komunikasi itu (dalam persentase perubahan sikap, dan lain-lain) dan *Result-orientated* yaitu berorientasi pada hasil, dimana tujuan komunikasi harus berorientasi pada hasil yang telah direncanakan (*planned communications, intenstionality communications*).⁷⁵

Efek yang dapat dirasakan pada kegiatan *sharing session* ini berupa efek kognitif yaitu pengetahuan atau informasi, dari seseorang yang belum begitu paham dan sadar akan pentingnya dalam membayar pajak mendapatkan informasi mengenai pentingnya membayar pajak untuk negara yang akan dipergunakan sebagai fasilitas publik. Efek afektif merupakan perubahan perasaan atau sikap dari komunikator setelah mendapatkan informasi, merujuk pada setuju atau ketidaksetujuannya terhadap adanya pajak dan pengelolaannya serta menunjukkan sikap dari yang tidak paham menjadi paham, dari yang paham menjadi lebih paham. Sedangkan, efek kognitif

⁷⁴ Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hlm.65.

⁷⁵ Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki Hakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi ...*, hlm.60.

terjadi apabila pesan yang disampaikan tepat sasaran, sehingga komunikator memahami dan mengambil sikap.

4. Teori Persuasi

Salah satu bentuk komunikasi paling mendasar adalah persuasi. Menurut Olson dan Zanna, persuasi didefinisikan sebagai "perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain". Banyak riset yang telah dilakukan berkenaan dengan komunikasi yang ditujukan pada perubahan sikap.⁷⁶

Sikap pada dasarnya adalah tendensi kita terhadap sesuatu. Sikap adalah rasa suka atau tidak suka kita terhadap sesuatu. Konsep lain yang terkait erat dengan sikap adalah keyakinan, atau pernyataan-pernyataan yang dianggap benar oleh seseorang.

Teori persuasi ini berkaitan dengan efek komunikasi yang diterima komunikan, yaitu adanya pengaruh kognitif, pengaruh afektif dan pengaruh konatif.

Informasi yang didapatkan komunikan dari komunikator melalui proses komunikasi membentuk persepsi rasa setuju atau tidak setuju, suka atau tidak suka terhadap informasi yang didapatkan. Merubah sikap seseorang tentunya bukan hal yang mudah, karena sikap sudah erat dengan kebiasaan yang

⁷⁶ Werner J. Severin, *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 177.

menunjukkan tindakan.

Dengan strategi serta tahapan yang disusun oleh Kanwil DJP Nusra diharapkan dapat mampu membentuk persepsi komunikasi yang berkaitan dengan kesadaran pajak. Melihat tujuan sharing session ini adalah : yang tidak sadar pajak menjadi sadar, yang tidak memiliki NPWP menjadi memiliki NPWP dan yang belum membayar pajak menjadi membayar pajak.

B. Analisis Hambatan Komunikasi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak dalam Melaksanakan Program Inklusi Kesadaran Pajak dalam Dunia Pendidikan Tahun 2018/2019 di Kota Mataram.

Suatu tugas atau pekerjaan tidak akan terlaksana dengan baik apabila ada sesuatu hambatan yang mengganggu pekerjaan tersebut. Setiap manusia selalu mempunyai hambatan dalam kehidupan sehari-hari, baik dari diri manusia itu sendiri ataupun dari luar manusia. Hasil dari sebuah usaha tidak terlepas dari hambatan yang ada pada kedua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Berangkat dari hal-hal yang telah disebutkan di atas maka akan diuraikan tentang hambatan yang dihadapi Kanwil DJP Nusra terhadap program inklusi kesadaran pajak, yang dimana program ini berupa *sharing session* kemudian dilanjutkan dalam inklusi atau penyisipan materi mengenai pajak dalam mata kuliah wajib umum di Perguruan Tinggi.

Adapun hambatan utama yang disampaikan oleh pihak Kanwil DJP Nusra terkait program inklusi adalah kurangnya edukasi kepada masyarakat mengenai sadar pajak. Serta adanya hambatan lain yang peneliti uraikan mengenai strategi komunikasi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara terhadap program Inklusi Kesadaran Pajak:

1. Hambatan Teknis

Hambatan teknis yang termasuk disini adalah keterbatasan ruang dan waktu yang singkat untuk memberikan informasi, ruang berupa keterbatasan tatap muka atau berekspresi dan keterbatasan waktu mengenai informasi yang diberikan. Informasi edukasi yang pointnya merupakan inklusi atau penyisipan tentunya tidak dapat diberikan secara mendalam. Walaupun sudah berhasil masuk melalui mata kuliah wajib umum namun hasilnya tetap belum maksimal dan tingkat efektif atau tersampainya pesan tidak dapat diprediksi. Terlebih program ini tidak dapat dirasakan langsung keberhasilannya karena sifatnya yang berkesinambungan.

2. Kepentingan

Interest atau kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Orang akan hanya memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan kepentingannya.

Karena penerima pesan baik dari kalangan pendidik maupun mahasiswa merasa bahwa membayar pajak tidak memberikan kontribusi apa-apa terhadap diri pribadi, tidak memberikan efek terhadap kepentingannya, sehingga beranggapan bahwa membayar pajak tidaklah penting.

3. Kesalahan persepsi komunikasi terhadap komunikator

Persepsi merupakan suatu proses penginderaan, stimulus yang diterima oleh suatu individu dapat memahami dan mengerti tentang stimulus yang diterima tersebut. Persepsi kita sering tidak cermat, salah satu penyebabnya adalah asumsi dan penghargaan kita. Beberapa bentuk kegagalan persepsi:

- a. Kesalahan atribusi adalah proses internal diri kita untuk memahami penyebab perilaku orang lain. Kesalahan atribusi bisa terjadi ketika kita salah menafsirkan makna pesan atau maksud perilaku si pembicara. Salah satu sumber kesalahan atribusi lainnya adalah pesan-pesan yang dipersepsikan tidak utuh atau tidak lengkap, sehingga kita berusaha menafsirkan pesan tersebut dengan menafsirkan

sendiri kekurangannya.⁷⁷

b. Stereotip

Kesulitan komunikasi akan muncul penstereotip, yakni penggeneralisasikan orang-orang berdasarkan sedikit informasi dan membentuk asumsi mengenai mereka berdasarkan keanggotaan mereka dalam suatu kelompok. Dengan kata lain, penstereotipan adalah proses menempatkan orang-orang dan objek-objek kedalam kategori-kategori yang mapan, atau penilaian mengenai orang-orang atau objek-objek berdasarkan kategori-kategori yang dianggap sesuai, ketimbang dengan karakteristik individual mereka.⁷⁸

Dalam melaksanakan program inklusi kesadaran pajak Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara yang menjadi hambatannya yaitu persepsi masyarakat atau peserta komunikasi yang beranggapan bahwa membayar pajak tidaklah penting, adanya timbul rasa ketidakpercayaan sehingga mengabaikan kewajiban pajak atau beranggapan bahwa fasilitas umum yang tersedia masih dianggap kurang oleh masyarakat. Dari persepsi yang mereka pikirkan

⁷⁷ Dedi Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), hlm.230.

⁷⁸ *Ibid.*, hlm.273.

membentuk kesimpulan pada diri mereka tanpa mencari tahu informasi lebih banyak.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti mengenai "Strategi Komunikasi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara Terhadap Program Inklusi Kesadaran Pajak", sehingga peneliti menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi terhadap program inklusi kesadaran pajak yang diunakan yaitu:
 - a. Berlangsung dalam kegiatan *sharing session* yang diselenggarakan oleh Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara terhadap Perguruan Tinggi terkait. Tercatat dua perguruan tinggi yang sudah berkerja sama dengan DJP Nusra di Kota Mataram, yaitu Universitas Mataram dan STIE AMM.
 - b. Kegiatan ini bersifat komunikasi langsung (komunikasi verbal) secara tatap muka serta program ini bersifat lanjutan yaitu dimulai dari bimbingan teknis kepada pendidik atau dosen, penandatanganan MOU, kemudian pendidik memberikan inklusi di mata kuliah wajib umum kepada mahasiswa.
 - c. Perencanaan program ini sudah tersusun dari koordinasi, bimtek, implementasi, monitoring sampai evaluasi.

2. Hambatan Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Nusa Tenggara terhadap program Inklusi Kesadaran Pajak yang dihadapi yaitu:
 - a. Hambatan teknis, yaitu keterbatasan ruang dan waktu yang tersedia dalam penyampaian informasi serta kondisi yang ada, melihat program ini merupakan sisipan materi.
 - b. Kepentingan, yaitu dimana kepentingan menjadikan seseorang lebih selektif dalam menerima sebuah pesan sehingga dapat memberikan umpan balik.
 - c. Prasangka, yaitu emosi yang dapat menimbulkan prasangka negatif terhadap suatu hal, walaupun hal tersebut bersifat objektif. Prasangka dapat timbul sebab ketidakpercayaan seseorang terhadap sesuatu.

B. Saran

1. Untuk Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Nusra

Sebagai lembaga pelayanan publik yang memiliki kontribusi besar terhadap keuangan negara diharapkan dapat meningkatkan rasa kepercayaan yang kurang dari masyarakat, disamping bahwa kurangnya edukasi menjadi salah satu faktor penghambat meningkatnya kesadaran pajak. Dalam segi promosi baik dalam sosial media serta spanduk juga diharapkan dapat membantu dalam usaha-usaha untuk mencapai keberhasilan dan tujuan.

Memperkuat kerja sama terhadap perguruan tinggi yang

sudah terikat supaya kami para generasi muda bisa menjadi generasi sadar pajak, serta memperluas kerja sama kepada perguruan tinggi lainnya guna membangun kerjasama untuk kepentingan yang dapat kami rasakan bersama-sama melalui pembayaran pajak.

2. Kalangan Akademis

Bahwa tingkat kebenaran tingkat kebenaran dari hasil penelitian ini masih bersifat tentatif, diperlukan kajian-kajian berikutnya dalam topik yang sama. Oleh karena itu, masukan konstruktif bagi penyempurnaan karya ilmiah ini sangat mutlak dibutuhkan. Terlebih dalam penelitian ini tentunya banyak memiliki kekurangan.

C. Rekomendasi

- a. Alhamdulillah, Puji Syukur nikmat Allah SWT sudah diberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi serta diberikan kesabaran terhadap halangan dan ujian, sampai akhirnya dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
- b. Bimbingan dari dosen pembimbing, dukungan dari orang tua dan orang sekitar dalam penyelesaian skripsi.
- c. Mengingat pandemi virus covid-19 (corona) yang masuk ke Indonesia tidak menjadi halangan penulisan skripsi.

- d. Dalam penyusunan skripsi ini dengan obyek penelitian adalah Kanwil DJP Nusa Tenggara, peneliti dapat mengetahui bagaimana proses atau tahapan yang direncanakan DJP Nusra guna membentuk generasi muda yang sadar pajak.
- e. Penelitian ini terfokus pada pandangan dari Kanwil DJP Nusra saja dan tidak menjadikan masyarakat sebagai narasumber lain atau hanya satu sudut pandang.
- f. Penelitian ini tentunya masih memiliki banyak kekurangan, sekiranya pembaca atau adik-adik tingkat yang nantinya akan melakukan penelitian pula, apabila akan meneliti hal serupa, semoga penelitian ini dapat dijadikan referensi dan perbandingan penelitian selanjutnya.

Perpustakaan UIN Mataram



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR PUSTAKA

- Irvan Iswaraputra. "Strategi Komunikasi Humas Kanwil DJP Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Mensosialisasikan Program tax Amnesty di Kota Yogyakarta". *Skripsi.FISDP Universitas Sebelas Maret.Surakarta.2017.*
- Kurnia Romi."Strategi Komunikasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pekanbaru Tampan dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak di Pekanbaru Melalui Sitem Layanan Pajak Online E-Billing". *Skripsi.FISDIP Kampus Bina Widya.Pekanbaru. 2016.*
- Ridhu Pelangi Arhastio. " Strategi Komunikasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cibeunying dalam Mensosialisasikan Program E-filling Kepada Wajib Pajak Kota Bandung". *Skripsi.FISDIP Universitas Komputer Indonesia.Bandung.2016.*
- Adrian Sutedi. *Hukum Pajak*.Jakarta; Sinar Grafika. 2016.
- Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki Hakki.*Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: CV.Budi Utama. 2017.
- Brotodiharjo. *Pengantar Ilmu Pajak*. Bandung: Eresco.2003.
- Burhan Bungin.*Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group. 2009.
- Dedi Mulyana. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosakarya. 2008.
- Hafied Cangara. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*.Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2013.
- Kamarudin Amin. *Pedoman Penulisan Skripsi UIN Mataram*.Mataram: UIN Mataram. 2018.
- Nasution. *Metode Research Penelitian Ilmiah*.Jakarta: Bumi Aksara. 2004.
- Nurul Zuriah. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2009.

- Nurani Soyomukti. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jojakarta: Ar-Ruzz Media. 2012.
- Onong Uchjana Efendy. *Ilmu komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Citra Aditya Bakti. 2007.
- Onong Uchjana Efendy. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti. 2003.
- Rochmat Soemitro. *Asas-asas Hukum Perpajakan*. Bandung: Binacipta. 2000.
- Santoso Brotodiharjo. *Pengantar Ilmu Pajak*. Bandung: Eresco. 2003.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2010.
- Waluyo. *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat. 2007.
- Werner J. Severin. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana. 2009.
- <http://edukasi.pajak.go.id/direktorat-jenderal-pajak.html> diakses tanggal 05 Januari 2020.
- <http://punditax.com/mengenal-program-inklusi-kesadaran-pajak-dalam-pendidikan/> diakses tanggal 02 Maret 2019.
- <http://www.pajak.go.id> diakses tanggal 09 Januari 2019.
- <https://www.masyarakatmandiri.co.id/memulai-program-sosialisasi-awal-yang-tepat-menentukan-langkah-selanjutnya> diakses tanggal 09 Januari 2019.
- <https://kinibisa.com/artikel/detail/research/subdetai/observasi/read/jenis-jenis-observasi-dalam-sebuah-penelitian> diakses pada tanggal 12 Desember 2019.
- <https://www.konsistensi.com/2013/04/wawancara-sebagai-metode-pengumpulan.html> diakses tanggal 12 Desember 2019.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Baiq Widad Nektaria
NIM : 160301082
Jurusan : Komunikasi Pengiaran Islam
Tempat Lahir : Kotabaru, Kalimantan Selatan
Tanggal Lahir : 12 September 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jalan Kerebet No.18 Perumnas Tsmpr-Ampar,
Kel.Jontlak, Kec.Praya Tengah, Kan. Loteng NTB.
No.Hp : 082340283877
Anak ke : 1 dari 3 bersaudara

B. Riwayat Keluarga

Nama Ayah : Lalu Sari
Nama Ibu : Enni Susanti

C. Riwayat Pendidikan

Pendidikan formal

1. SD/MI : SDN Tampar-Ampar, 2010
2. SMP/MTs : MTs.N Model Praya, 2013
3. SMA/SMK : SMKN 1 Praya Tengah, 2016.

Mataram, Agustus 2020



Baiq Widad Nektaria



Perpustakaan **UIN Mataram**

Foto Wawancara Staf DJP Nusra dengan Peneliti



Perpustakaan UIN Mataram



Foto Kegiatan Inklusi Kesadaran Pajak di Universitas Mataram dan STIE AMM Mataram
(sumber: ig djpnusra)



Inklusi Kesadaran Pajak dalam Dunia Pendidikan oleh Kanwil DJP Nusa Tenggara



Perpustakaan UIN Mataram

