

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang terus berusaha menjadi negara yang maju melalui upaya pembangunan nasional, yang dimana upaya tersebut sudah tercantum dalam Konsitusi UUD 1945. Pembangunan nasional tersebut memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat mulai dari segi materiil sampai segi spiritual. Untuk menggapai tujuan tersebut, pemerintah Indonesia memerlukan biaya yang harus memadai, salah satunya dari pengumpulan dana dari berbagai sumber yang ada dalam negeri, seperti pajak.

Dalam Definisi pajak sudah tertulis dengan sangat jelas dalam UU Nomor 1 tahun 2009. Undang-Undang tersebut membahas terkait perubahan keempat atas Undang-Undang Nomor 6 tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada pasal 1 ayat 1. Di dalamnya menjelaskan bahwa pajak adalah kontribusi wajib kepada Negara yang terutang oleh orang 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 adalah keterlibatan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan keuangan negara guna memastikan pemerintah bisa berjalan dengan baik

dalam mengatur kepentingan umum. Membayar pajak merupakan salah satu kewajiban yang wajib dipenuhi oleh masyarakat Indonesia dan menjadi peran yang sangat penting untuk mendukung pembiayaan negara seperti pembangunan nasional secara langsung dan secara bersama-sama. Pajak menjadi salah satu sumber pendapatan yang paling penting untuk negara dan menjadi salah satu peran dalam merubah pembangunan ekonomi suatu negara, seperti contohnya negara Indonesia.

Di Indonesia jumlah orang yang memiliki kewajiban membayar pajak terus meningkat dari tahun ke tahun, akan tetapi pada tingkat kepatuhan dalam melaporkan pajak masih sangat rendah. Masih banyak orang yang bermalas-malasan untuk melaporkan pajak dengan tepat waktu. Masalah ini menjadi probabilitas yang disebabkan oleh kurangnya pengetahuan masyarakat tentang peraturan perpajakan yang ada di Indonesia.

Wajib Pajak yang sudah memenuhi syarat untuk membayar pajak maka memiliki kewajiban untuk membayar pajak. Sedangkan tingkat pengetahuan Wajib Pajak akan peraturan perpajakan yang masih sangat kurang dapat menjadi penghalang untuk pendapatan negara. (Yuana & Witarti, 2018)

Karena tingkat kesadaran Wajib Pajak menjadi sangat penting dalam pengumpulan pajak, maka pemerintah di Indonesia memiliki tanggung jawab penuh untuk mencari solusi dari masalah tersebut. Hambatan atau

masalah tersebut yang perlu dihadapi dalam bidang perpajakan saat ini adalah rendahnya tingkat kesadaran dan kepatuhan masyarakat sebagai Wajib Pajak.

Tabel 1. 1 Pencapaian Target sampai dengan 30 april 2023

Kanwil/KPP	Target	Tahun 2022	Tahun 2023	Pencapaian	Growth
		NETTO			NETTO
Pratama Yogyakarta	1,203,571,544,000	531,515,476,317	647,208,853,934	38.0%	21.8%
Pratama Sleman	2,420,723,701,000	731,643,137,656	887,740,012,747	36.7%	21.3%
Pratama Bantul	923,674,3425,000	294,430,575,683	301,254,622,542	32.6%	2.3%
Pratama Wates	185,955,722,000	66,319,977,031	44,673,963,261	24.0%	-32.6%
Pratama Wonosari	210,163,537,000	53,362,282,250	51,498,756,527	24.5%	-3.5%
Total Kanwil/KPP	5,444,088,829,000	1,677,271,447,937	1,932,376,182,001	35.5%	15.2%

Sumber: website resmi www.pajak.go.id

Pada table diatas menunjukkan bahwa aktifitas perpajakan di Yogyakarta dari tahun 2022 ke ketahun 2023 terjadi peningkatan pada jumlah pelapor SPT Tahunan yang tidak merata atau signifikan. Di tahun 2023 KPP Pratama Yogyakarta terjadi peningkatan sebesar 21.8% , KPP Pratama Sleman terjadi peningkatan sebesar 21.3% dan KPP Pratama Bantul terjadi peningkatan sebesar 2.3%. Sedangkan di KPP Pratama Wates terjadi penurunan sebesar -32.6%, KPP Pratama Wonosari terjadi penurunan sebesar -3.5%. Jadi kesimpulan yang dapat diambil adalah tingkat kesadaran untuk membayar pajak paling rendah di Yogyakarta terletak di daerah Wates. Pada tabel diatas, selain pencapaian taerget dan pertumbuhan, terdapat juga segementasi wajib pajak yang dibagi menjadi tiga kategori, yaitu Wajib Pajak Orang Pribadi, Wajib Pajak Badan, dan

wajib Pajak Karyawan. Ini akan memberikan pandangan yang lebih terperinci mengenai bagaimana kontribusi dari setiap segmen terhadap total penerimaan pajak di KPP Pratama Wates.

KPP Pratama Wates merupakan salah satu unit kerja dari Direktorat Jenderal Pajak (DJP) di Yogyakarta yang memiliki peran penting dalam mengumpulkan pajak di wilayah Wates Yogyakarta. KPP Pratama Wates memiliki kewajiban tugas untuk melakukan pelayanan, penyuluhan, dan pengawasan kepada Wajib Pajak.



Gambar 1. 1 Konten Video Penggunaan *e-billing*

Sumber: Akun Instagram @pajakwates

KPP Pratama Wates tentunya terdapat adanya layanan pembayaran pajak secara online yang dibuat oleh pemerintah, yaitu *e-billing*. KPP Pratama Wates juga telah memberikan informasi terkait tata cara penggunaan *e-billing* dengan meng-*upload* video tutorial di akun Instagram @pajakwates. Di dalam video tersebut memberikan informasi bahwa membayar pajak bukanlah menggunakan *e-filling* tetapi menggunakan *e-billing*. Kemudian terdapat arahan untuk masuk ke laman website pajak.go.id menggunakan NIK atau NPWP, selanjutnya klik bagian bayar.

Ketentuan mengenai *e-billing* ini diatur dalam Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-26/PJ/2014 tentang Sistem Pembayaran Pajak Secara Elektronik Direktur Jenderal Pajak. *E-Billing System* adalah metode pembayaran elektronik dengan menggunakan Kode *Billing*, wajib pajak dapat melakukan pembayaran atau penyetoran pajak dengan sistem pembayaran pajak secara elektronik, tanpa memerlukan pembuatan Surat Setoran Pajak (SSP) secara manual. Kode *Billing* adalah kode identifikasi yang dikeluarkan melalui sistem penagihan untuk jenis pembayaran tertentu yang harus dilakukan oleh wajib pajak guna memenuhi kewajiban perpajakannya.(Saputri et al., 2021)

Adanya perubahan pada penerapan tata cara pembayaran pajak dari pembayaran pajak secara manual ke pembayaran pajak secara otomatis ini memiliki tujuan untuk memberikan layanan pembayaran pajak secara *realtime* dan *online* kepada wajib pajak, sehingga memudahkan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Selain itu, terdapat juga manfaat

dan kelebihan menggunakan *e-billing* yaitu, tidak terjadinya kesalahan dalam pengisian data oleh petugas loket dan lebih akurat, menghemat waktu dan efisien karena wajib pajak tidak perlu antre, serta ramah lingkungan karena mengurangi penggunaan kertas. Harapannya dengan adanya penerapan sistem *e-billing* ini dapat semakin meningkat dalam penerimaan negara dari pajak.

Oleh karena itu, di era serba menggunakan digital seperti saat ini tentunya diharapkan kepada seluruh khalayak atau masyarakat untuk dapat mengikuti dan memahami perkembangan teknologi informasi agar dapat bersaing secara kompetitif dalam era globalisasi, baik saat ini maupun di masa depan. Salah satu sektor yang terpengaruh secara positif oleh perkembangan teknologi informasi adalah sektor perpajakan di Indonesia. Dampaknya sangat signifikan, dengan tujuan utamanya adalah memberikan kenyamanan kepada warga dalam urusan perpajakan, seperti pendaftaran, pembayaran angsuran, dan pengumuman. Dalam upaya untuk mendigitalisasi proses pengumpulan pajak pada saat ini telah digunakan dengan istilah *e-billing*.



Gambar 1. 2 Akun Instagram KPP Pratama Wates

Sumber: Akun Instagram @pajakwates

Namun fakta di lapangan, meskipun telah dipermudah untuk melakukan pembayaran pajak dengan adanya layanan *online e-billing* dan telah diberikan edukasi tata cara pembayaran secara online seperti video yang ada di Instagram @pajakwates, penduduk atau masyarakat di Wates tetap masih banyak yang awam dengan pemahaman di dunia digital, terutama bagi kalangan masyarakat di Wates yang sudah berusia tua karena tidak langsung mudah paham terkait pembayaran secara *online*. Hal ini menjadi salah satu faktor penurunan pada kepatuhan dan kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak.

Maka dari itu, diperlukan adanya usaha dengan dilakukannya strategi agar masyarakat mau dan mudah paham untuk membayar pajak, KPP Pratama Wates akan terus memberikan sosialisasi dan edukasi kepada khalayak atau masyarakat di Wates tentang tata cara penggunaan layanan *e-Billing*.

Dalam menjalankan suatu perencanaan kegiatan strategi tentunya akan melibatkan komunikasi didalamnya. Sebab, komunikasi telah menjadi elemen atau bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam perencanaan suatu strategi. KPP Pratama Wates sangat memerlukan adanya strategi komunikasi dalam upaya mewujudkan dan mempersiapkan informasi atau pesan yang akan disampaikan, serta memberikan efek atau hasil dari tujuan yang telah dirancang secara efektif. Dengan adanya strategi komunikasi dalam melakukan sosialisasi dan atau edukasi terkait layanan pajak *online e-billing*, diharapkan dapat meningkatkan jumlah wajib pajak dalam kesadaran membayar pajak, khususnya di Daerah Wates.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti merasa tertarik untuk meneliti terkait permasalahan perpajakan yang ada di Wates, khususnya pada tingkat kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak melalui sistem layanan pajak online *e-billing*, dan memberikan pengertian atau pemahaman bahwa modernisasi dan reformasi pada perpajakan ini akan memberikan pelayanan yang lebih baik, nyaman, ramah, dan efisien, serta tidak rumit, sehingga wajib pajak tidak beranggapan jika membayar pajak itu merupakan hal yang memberatkan atau yang harus dihindari.

KPP Pratama Wates tentunya memiliki strategi komunikasi yang dilakukan untuk perencanaan dalam upaya meningkatkan kesadaran wajib pajak, maka dari itu peneliti akan melakukan penelitian mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wates dengan judul “Strategi Komunikasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wates Dalam Upaya Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak Di Wates Melalui Sistem Layanan Pajak Online *E-Billing*”

B. Rumusan Masalah

Setelah melakukan identifikasi dan fokus pada masalah yang relevan, rumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimana strategi komunikasi Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Wates dalam meningkatkan kesadaran Wajib Pajak melalui sistem layanan pajak *online e-billing*?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wates dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak di Wates melalui sistem layanan pajak online *e-billing*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dari segi teori, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa pemikiran baru dan memperkaya pengetahuan dalam ilmu komunikasi terutama dalam strategi komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Dari segi praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai strategi komunikasi Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Wates dalam upaya meningkatkan kesadaran Wajib Pajak.

E. Limitasi Penelitian

Limitasi pada penelitian ini terletak pada keterbatasan sumber data terkait laporan SPT Tahunan di KPP Pratama Wates dan informasi terkait strategi komunikasi yang digunakan, sehingga tidak dapat memberikan gambaran yang lengkap dan terperinci mengenai strategi yang sudah dilakukan.

F. Kajian Pustaka

1. Penelitian Sebelumnya

Dalam rangka membandingkan dengan penelitian sebelumnya, peneliti telah memilih beberapa penelitian sebelumnya yang serupa dengan topik yang sedang diteliti, yang berguna sebagai acuan dan referensi ilmiah untuk mengarahkan dan menjelaskan tujuan penelitian ini. Dari beberapa penelitian sebelumnya yang tersebar di berbagai sumber, peneliti hanya memilih dua penelitian yang dianggap relevan dengan penelitian yang ingin dilakukan, yaitu:

Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	<p>Judul: Strategi Komunikasi Humas Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Terhadap Pajak</p> <p>Peneliti: Desi Irmayani</p> <p>Metode Penelitian: Pendekatan Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi humas untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pajak pada kantor wilayah direktorat jenderal pajak Sumatera Utara I ialah melakukan sosialisasi perpajakan dan mengadakan program perpajakan, sebelum melakukan sosialisasi perpajakan dan program</p>	<p>Peneliti ini sama-sama meneliti tentang strategi untuk meningkatkan kesadaran masyarakata terhadap pajak</p>	<p>Subjek penelitian ini terfokus pada strategi komunikasi humas dan tidak meneliti E-Billing</p>

		<p>perpajakan strategi utama yang dilakukan oleh humas kantor wilayah direktorat jenderal pajak sumatera utara I ialah terlebih dahulu mengenal khalayak, kemudian mulai menyusun pesan, dan menetapkan metode. Selanjutnya menentukan media yang akan digunakan</p>		
2.	<p>Judul: Pengaruh Penerapan E-Billing Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Peneliti: Firi Zulfa Maulida</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Penerapan e-Billing terhadap</p>	<p>Penelitian ini sama-sama tentang kepatuhan wajib pajak orang pribadi melalui E-Billing</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif</p>

	<p>Metode Penelitian: Kuantitatif</p>	<p>Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi sebesar 16,8%. (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi sebesar 11,7%. (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Penerapan e- Billing dan Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Koefisien determinasi (R²) penerapan e-Billing dan</p>		
--	---	--	--	--

		Pengetahuan perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi berpengaruh sebesar 0,337 atau 33,7%.		
3.	Judul: Tata cara Pembayaran Pajak Melalui Sistem Online Atau E-Billing Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Binjai Peneliti: Kirana Puspita Sari Hasibuan	Sebagai WP OP maupun WP badan atau PKP yang setiap masa dan setiap tahun melakukan pembayaran dan penyetoran pajak sangat perlu melakukan manajemen pembayaran dan penyetoran pajak sangat perlu melakukan manajemen waktu yang baik dalam hal pemenuhan	Penelitian ini sama-sama membahas tentang pembayaran pajak melalui sistem layanan online E-Billing	Penelitian ini lebih fokus membahas tata cara atau tutorial membayar pajak online melalui E-Billing

		<p>kewajiban pembayaran dan penyetoran pajak setiap masa maupun tahunan. Upaya yang dilakukan pegawai WP adalah membuka kelas pajak pada hari senin sampai jum'at serta memberi undangan kepada WP yang terdaftar di KPP Pratama Binjai untuk membantu WP dalam mengatasi kendala yang dihadapi dan melakukan sosialisasi dengan cara mengunjungi WP ataupun PKP.</p>		
--	--	---	--	--

4.	<p>Judul: Strategi Komunikasi Kantor Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Nusa Tenggara Terhadap Program Inklusi Kesadaran Pajak Tahun 2018/2019 Di Kota Mataram</p>	<p>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</p>	<p>Persamaan pada penelitian ini sama-sama tentang bagaimana strategi komunikasi terhadap kesadaran pajak</p>	<p>Penelitian ini dilakukan di DJP Nusa Tenggara dengan fokus sosialisasi program inklusi</p>
----	---	--	---	---

		<p>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 streatip).</p>	
--	--	--	--

Pertama dengan judul “*Strategi Komunikasi Humas Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Terhadap Pajak*” oleh penulis Desi Irmayani. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi humas untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pajak pada kantor wilayah direktorat jenderal pajak Sumatera Utara I ialah melakukan sosialisasi perpajakan dan mengadakan program perpajakan, sebelum melakukan sosialisasi perpajakan dan program perpajakan strategi utama yang dilakukan oleh humas kantor wilayah direktorat jenderal pajak Sumatera Utara I ialah terlebih dahulu mengenal khalayak, kemudian mulai menyusun pesan, dan menetapkan metode. Selanjutnya menentukan media yang akan digunakan (Irmayani, 2019)

Kedua dengan judul “*Pengaruh Penerapan E-Billing Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*” oleh penulis Fitri Zulfa Mam, qAAulida. Dari penelitian ini mendapat kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan penerapan *E-Billing* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi sebesar 16,8%, terdapat pengaruh positif dan signifikan Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wjaib Pajak Orang pribadi sebesar 11,7%, terdapat pengaruh positif dan signifikan Penerapan E-Billing dan Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Orang Pribadi, koefisien determinasi (R_2) penerapan E-Billing dan Pengetahuan perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

berpengaruh sebesar 0,337 atau 33,7%. (Maulida, 2020). Ketiga dengan judul “*Tata cara Pembayaran Pajak Melalui Sistem Online Atau E-Billing Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Binjai*” peneliti Kirana Puspita Sari Hasibuan. Dari penelitian ini mendapat kesimpulan bahwa sebagai WP OP maupun WP badan atau PKP yang setiap masa dan setiap tahun melakukan pembayaran dan penyetoran pajak sangat perlu melakukan manajemen pembayaran dan penyetoran pajak sangat perlu melakukan manajemen waktu yang baik dalam hal pemenuhan kewajiban pembayaran dan penyetoran pajak setiap masa maupun tahunan. Upaya yang dilakukan pegawai WP adalah membuka kelas pajak pada hari senin sampai jum’at serta memberi undangan kepada WP yang terdaftar di KPP Pratama Binjai untuk membantu WP dalam mengatasi kendala yang dihadapi dan melakukan sosialisasi dengan cara mengunjungi WP ataupun PKP. (Irsan & Hasibuan, 2020)

Keempat dengan judul “*Strategi Komunikasi Kantor Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Nusa Tenggara Terhadap Program Inklusi Kesadaran Pajak Tahun 2018/2019 Di Kota Mataram*”. 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). (Nektaria, 2020)

2. Kerangka Teori

A. Definisi dan Konsep Komunikasi

1) Pengertian Komunikasi

Mondry (2008) dalam mengemukakan bahwa komunikasi berasal dari kata *common* yang berarti sama dengan maksud sama makna sehingga secara sederhana dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan proses menyamakan persepsi pikiran dan rasa antara komunikator dan komunikan. (Oktarina & Abdullah, 2017)

Komunikasi atau *Communication* merupakan suatu kegiatan untuk menyampaikan informasi atau pesan yang di dalamnya memiliki sifat disengaja (*intentional*). Komunikasi menjadi aktivitas yang sangat penting untuk semua orang, baik komunikasi secara verbal maupun nonverbal. Maka dari itu, komunikasi dapat disimpulkan bahwa suatu proses komunikasi dapat berlangsung jika didukung oleh unsur-unsur didalamnya.

Menurut Pratminingsih dalam (Milyane et al., 2022) menyebutkan unsur-unsur komunikasi terdiri dari; sumber informasi (*source*), encoding, pesan (*message*), media, decoding, umpan balik (*feedback*), hambatan (*noise*).

Pertama, sumber informasi (*source*) adalah peristiwa komunikasi ketika seseorang menyampaikan pesan dengan melibatkan sumber sebagai pengirim informasi. Pada tahap ini terdiri dari timbulnya suatu stimulus yang menciptakan pemikiran dan keinginan untuk berkomunikasi, pemikiran ini di encoding menjadi pesan, kemudian pesan tersebut disampaikan melalui media kepada penerima. Kedua, pesan (*message*) adalah segala sesuatu yang memiliki makna bagi penerima. Pesan merupakan hasil akhir proses encoding. Pesan ini dapat berupa kata-kata, ekspresi wajah, tekanan suara, dan penampilan. Ketiga, media adalah cara atau perlatan yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Media tersebut dapat berupa surat, telepon atau tatap muka langsung. Keempat, *decoding* adalah proses di mana penerima pesan menginterpretasikan pesan yang diterimanya sesuai dengan pengetahuan, minat, dan kepentingannya. Kelima, umpan balik (*feedback*) adalah respon yang diberikan oleh penerima pesan kepada pengirim sebagai tanggapan atas informasi yang dikirim sumber pesan. Pesan ini dapat berupa jawaban lisan bahwa si

penerima setuju atau tidak setuju dengan informasi yang diterima. Keenam, hambatan (*noise*) adalah berbagai hal yang dapat membuat proses komunikasi tidak berjalan efektif.

2) Jenis Komunikasi

Cangara mengemukakan pembagian jenis komunikasi menurut Devito seorang professor komunikasi (Oktarina & Abdullah, 2017):

1. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intra-pribadi adalah proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang, berupa pengolahan informasi melalui panca indra dan sistem syaraf.

2. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi antar pribadi yang dimaksud di sini ialah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka. Menurut sifatnya komunikasi antar pribadi dapat dibedakan atas dua macam, yakni komunikasi diadik dan komunikasi triadik. Komunikasi diadik ialah proses komunikasi yang berlangsung antar dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi triadik ialah proses komunikasi yang berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, dimana mnggota-anggotanya atau lebih secara tatap muka, dimana anggota-anggotanya saling berinteraksi satu sama lainnya.

3. Komuniaksi Publik

Komunikasi publik bisa disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, *public speaking*, dan komunikasi khalayak (*audience communication*)

4. Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat diartikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan film. Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baliknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas.

3) Tujuan Komunikasi

Komunikasi memiliki empat tujuan, diantaranya (Oktarina & Abdullah, 2017):

1. Agar yang kita sampaikan itu dapat dimengerti.
2. Memahami orang lain.
3. Agar gagasan kita dapat diterima oleh orang lain.

Seseorang harus berusaha agar gagasannya dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak.

4. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu.

Menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam, mungkin berupa kegiatan. Kegiatan yang dimaksud di sini adalah

kegiatan yang lebih banyak mendorong, namun yang penting yang harus diingat adalah bagaimana cara yang baik untuk melakukannya.

4) Hambatan Komunikasi

Hambatan komunikasi adalah segala sesuatu yang menghalangi atau mengganggu tercapainya komunikasi yang efektif (Milyane et al., 2022).

a) Hambatan personal

Hambatan personal merupakan hambatan yang terjadi pada peserta komunikasi, baik komunikator maupun komunikan/komunikate. Hambatan personal dalam komunikasi meliputi sikap, emosi, stereotyping, prasangka, bias, dan lain-lain.

b) Hambatan kultural atau budaya

Komunikasi yang kita lakukan dengan orang yang memiliki kebudayaan dan latar belakang yang berbeda mengandung arti bahwa kita harus memahami perbedaan dalam hal nilai-nilai, kepercayaan, dan sikap yang dipegang oleh orang lain. Hambatan kultural atau budaya mencakup bahasa, kepercayaan dan keyakinan. Hambatan bahasa terjadi ketika orang yang berkomunikasi tidak menggunakan bahasa yang sama, atau tidak memiliki tingkat kemampuan berbahasa yang sama. Hambatan juga dapat terjadi ketika kita menggunakan jargon

atau bahasa “slang” atau “prokem” atau “alay” yang tidak dipahami oleh satu atau lebih orang yang diajak berkomunikasi. Hal lain yang turut memberikan kontribusi terjadinya hambatan bahasa adalah situasi di mana percakapan terjadi dan bidang pengalaman ataupun kerangka referensi yang dimiliki oleh peserta komunikasi mengenai hal yang menjadi topik pembicaraan.

c) Hambatan fisik

Beberapa gangguan fisik dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi. Hambatan fisik komunikasi mencakup panggilan telepon, jarak antara individu, dan radio. Hambatan fisik ini pada umumnya dapat diatasi.

d) Hambatan lingkungan

Tidak semua hambatan komunikasi disebabkan oleh manusia sebagai peserta komunikasi. Terdapat beberapa faktor lingkungan yang turut mempengaruhi proses komunikasi yang efektif. Pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat mengalami rintangan yang dipicu oleh faktor lingkungan yaitu latar belakang fisik atau situasi di mana komunikasi terjadi. Hambatan lingkungan ini mencakup tingkat aktifitas, tingkat kenyamanan, gangguan, serta waktu.

B. Strategi Komunikasi

Strategi merupakan salah satu faktor terpenting dalam sebuah proses perencanaan yang akan dilewati oleh suatu organisasi atau perusahaan selama waktu yang ditentukan. Terdapat cakupan bidang yang sangat luas dalam strategi, seperti ilmu komunikasi, bisnis, pemasaran dan lain sebagainya. Strategi dalam bidang ilmu komunikasi memiliki tujuan yang berfokus pada komunikasi yang akan digunakan oleh suatu organisasi atau perusahaan dan tujuan komunikasi yang telah dirancang atau dipersiapkan nantinya akan mencapai sasaran sesuai dengan yang diharapkan.

Strategi komunikasi pada dasarnya merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) guna mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi harus memperlihatkan strategi operasionalnya, tidak hanya berfungsi menjadi peta jalan yang hanya memperlihatkan arah.(Asriwati, 2021)

Menurut R. Wayne Pace, Brent D, Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam Effendy (2002) dalam bukunya *Technique for Efferctive Communication*, menjelaskan bahwa terdapat tiga tujuan utama strategi komunikasi(Tulandi, 2021):

- a. *To secure understanding*. Strategi komunikasi bertujuan untuk memastikan terciptanya saling pengertian dalam berkomunikasi dan untuk memberikan pengaruh kepada komunikan melalui pesan-pesan yang disampaikan untuk mencapai tujuan tertentu dari organisasi.
- b. *To establish acceptance*. Strategi komunikasi disusun agar saling pengertian dan penerimaan tersebut terus dibina dengan baik.
- c. *To motive action*. Strategi komunikasi memberikan dorongan, memotivasi perilaku atau aksi. Komunikasi selalu memberi pengertian yang diharapkan dapat memengaruhi atau mengubah perilaku komunikan agar sesuai dengan keinginan komunikator.

Pemilihan strategi komunikasi adalah langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah atau keliru maka hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga. Maka dari itu, strategi juga merupakan rahasia yang harus disembungkan oleh para perencana. Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi tentu saja kembali kepada elemen dari komunikasi, yaitu who say what, to whom through what channels, and what effects.(Putri, 2022)

Menurut Anwar Arifin, untuk membentuk rencana dengan baik maka membutuhkan empat langkah-langkah penting yang

harus diikuti guna Menyusun strategi komunikasi, yaitu diantaranya(Arifin, 2016):

1. Mengenal Khalayak

Langkah awal yang harus diambil komunikator yaitu dengan mengenal khalayak yang akan dihadapi. Nantinya khalayak yang berperan sebagai komunikan tidaklah pasif tetapi aktif. Pada proses komunikasi yang berlangsung dapat bertukar pesan menjadi komunikator, sehingga mereka dapat saling mempengaruhi, hal ini membuat mereka merasa memiliki kepentingan yang sama.

2. Menyusun Pesan

Setelah mengenal khalayak dan situasinya, maka selanjutnya yaitu menyusun pesan dengan menentukan tema dan materi yang diinginkan. Pesan-pesan yang disampaikan itu harus dapat mempengaruhi khalayak, sehingga mampu membangkitkan perhatian.

3. Menetapkan Metode

Berjalannya komunikasi yang efektif selain dipengaruhi oleh isi pesan yang disesuaikan dengan kondisi khalayak juga dipengaruhi oleh metode penyampaian yang digunakan pada sasaran. Metode penyampaian ini dilihat dari dua aspek, yaitu cara pelaksanaannya dan menurut isinya.

4. Seleksi dan Penggunaan Media

Tidak hanya selektif dalam Menyusun pesan yang akan disampaikan, tetapi juga harus selektif dalam penggunaan media. Dalam Menyusun strategi komunikasi situasi sosiopsikologis harus diperhitungkan dan jalinan hubungan faktor-faktor komunikasi harus difikirkan karena setiap penghubung mempunyai kelemahan-kelemahan.

C. Definisi dan Konsep Pajak

1) Pengertian Pajak

Pengertian pajak telah dijelaskan dalam UU No. 16 tahun 2009 yang merupakan perubahan keempat dari UU No. 6 tahun 1983 mengenai Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada pasal 1 ayat 1. Pajak dijelaskan sebagai kewajiban kontribusi kepada negara yang harus dibayar oleh individu atau perusahaan berdasarkan hukum yang mengikat, tanpa mendapatkan imbalan langsung, dan digunakan untuk kepentingan negara dalam mencapai kesejahteraan rakyat yang sebesar-besarnya.

Pajak merupakan salah satu pemasukan paling penting bagi suatu negara, maka banyak para ahli perekonomian mendefinisikan pengertian pajak dengan masing-masing pendapatnya. Menurut Purwoto dalam (Nelly et al., 2022), terdapat beberapa pengertian pajak menurut para ahli ekonomi:

1. Leroy Beaulieu

Pajak merupakan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung yang dapat dipaksakan oleh kekuasaan public dari penduduk atau dari barang untuk menutup belanja pemerintah.

2. Deutsche Reichs Abgaben Ordnung

Pajak merupakan bantuan uang secara incidental atau secara periodic (tanpa kontra prestasinya) yang dipungut oleh badan yang bersifat umum yaitu negara untuk memperoleh pendapatan ketika terjadi suatu *tatbestand* (sasaran pemajakan) karena Undang Undang telah menimbulkan utang pajak.

3. Mr. Dr. N.J. Fieldmann

Pajak merupakan prestasi yang dipaksakan sepihak oleh dan terutang kepada penguasa (menurut norma-norma yang ditetapkannya secara umum), tanpa adanya kontra-prestasi dan semata-mata digunakan untuk menutup pengeluaran-pengeluaran umum.

4. Prof. Dr. M.J.H. Smeets

Pajak merupakan prestasi kepada pemerintah yang terutang melalui norma-norma umum dan yang dapat dipaksakan tanpa adanya kontra-prestasi yang dapat ditunjukkan dalam kasus yang bersifat individual maksudnya adalah untuk membiayai pengeluaran pemerintah.

5. Dr. Soeparman Soemahamidjaja

Pajak merupakan iuran wajib berupa uang atau barang yang dipungut oleh penguasa berdasarkan norma-norma hukum, guna menutup biaya produksi barang dan jasa kolektif dalam mencapai kesejahteraan umum.

6. Prof. Dr. P.J.A. Adriani

Pajak merupakan iuran kepada negara yang dapat dipaksakan yang terutang oleh mereka yang wajib membayarnya menurut peraturan tanpa mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran umum terkait dengan tugas negara dalam menyelenggarakan pemerintahan.

7. Prof. Dr. Rochmat Soemitro, S.H

Pajak merupakan iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan Undang Undang yang dapat dipaksakan dengan tidak mendapat jasa-jasa timbal (kontra prestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

2) Fungsi dan Jenis Pajak

Di dalam pajak terdapat fungsi yang mencakup aspek penting bagi suatu negara. (Indra Mahardika Putra, 2020) menyebutkan beberapa fungsi pajak, yaitu diantaranya:

Pertama, fungsi anggaran (*budgetair*). Fungsi *budgetair* disebut sebagai fungsi utama pajak atau fungsi 2efici (*fiscal function*), yaitu suatu fungsi di mana pajak dipergunakan sebagai alat untuk memasukkan dana secara optimal ke kas berdasarkan undang-undang perpajakan yang berlaku. Fungsi ini disebut fungsi utama karena fungsi inilah yang secara historis pertama kali timbul. Di sini pajak merupakan sumber pembiayaan yang terbesar.

Kedua, sebagai alat pengatur (*regulerend*). Fungsi ini mempunyai pengertian bahwa pajak dapat dijadikan sebagai alat untuk mencapai tujuan tertentu. Sebagai contoh, ketika pemerintah berkeinginan untuk melindungi kepentingan petani dalam negeri, pemerintah dapat menetapkan pajak tambahan, seperti pajak impor atau bea masuk, atas kegiatan impor komoditas tertentu.

Ketiga, sebagai alat penjaga stabilitas; pemerintah dapat menggunakan sarana perpajakan untuk stabilitas ekonomi. Sebagian barang-barang impor dikenakan pajak agar produksi dalam negeri dapat bersaing. Untuk menjaga stabilitas nilai tukar rupiah dan menjaga agar eficit perdagangan tidak semakin melebar, pemerintah dapat menetapkan kebijakan pengenaan PPnBM terhadap impor produk tertentu yang bersifat mewah.

Upaya tersebut dilakukan untuk meredam impor barang mewah yang berkontribusi terhadap neraca perdagangan.

Keempat, fungsi redistribusi pendapatan, pemerintah membutuhkan dana untuk membiayai pembangunan infrastruktur, seperti jalan raya dan jembatan. Kebutuhan akan dana itu dapat dipenuhi melalui pajak yang hanya dibebankan kepada mereka yang mampu membayar pajak. Namun demikian, infrastruktur yang dibangun tadi, dapat juga dimanfaatkan oleh mereka yang tidak mampu membayar pajak.

Selain itu pajak juga terdapat beberapa ragam jenis pajak, mulai dari yang menanggung pajak, lembaga yang memungut dan sifatnya:(Maulida, 2020)

- a) Menurut Golongan, pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu yang pertama pajak langsung, pajak yang harus dipikul atau ditanggung sendiri oleh Wajib Pajak dan tidak dapat dilimpahkan atau dibebankan kepada orang lain atau pihak lain. Kedua, pajak tidak langsung, pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain atau pihak ketiga.
- b) Menurut Sifat, pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu yang pertama pajak subjektif, pajak yang pengenaannya memerhatikan keadaan pribadi Wajib Pajak atau pengenaan pajak yang

memerhatikan keadaan subjeknya. Kedua, pajak objektif, pajak yang pengenaanya memerhatikan objeknya baik berupa benda, keadaan, perbuatan, maupun peristiwa yang mengakibatkan timbulnya kewajiban membayar pajak, tanpa memperhatikan keadaan pribadi Subjek Pajak (wajib Pajak) dan tempat tinggal.

- c) Menurut Lembaga Pemungut; 1) Pajak Negara (Pajak Pusat), pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara pada umumnya. 2) Pajak Daerah, pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah, baik daerah tingkat I (pajak provinsi) maupun daerah tingkat II (pajak kabupaten/kota) dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah masing-masing dan diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009.

3) Syarat Pemungutan Pajak

Pemungutan pajak yang tidak akan menimbulkan hambatan harus memenuhi beberapa syarat, yaitu diantaranya (Indra Mahardika Putra, 2020):

- a) Pemungutan pajak harus adil (Syarat Keadilan). Sesuai dengan tujuan hukum, yaitu mencapai keadilan, undang-undang maupun pelaksanaan pemungutan pajak harus adil. Adil dalam perundang-undangan diantaranya mengenakan pajak secara umum dan merata, serta disesuaikan dengan kemampuan masing-masing. Sedangkan adil dalam pelaksanaannya yaitu

dengan memberikan hak bagi Wajib Pajak untuk mengajukan keberatan, penundaan dalam pembayaran dan mengajukan banding kepada pengadilan pajak

- b) Pemungutan pajak harus berdasarkan undang-undang. Di Indonesia, pajak diatur dalam UUD 1945 pasal 23 ayat 2. Hal ini memberikan jaminan hukum untuk menyatakan keadilan, baik bagi Negara maupun warganya
- c) Tidak mengganggu perekonomian. Pemungutan tidak boleh mengganggu kelancaran kegiatan produksi maupun perdagangan, sehingga tidak menimbulkan kelesuan perekonomian Masyarakat
- d) Pemungutan pajak harus efisien. Sesuai fungsi budgetair, biaya pemungutan pajak harus lebih rendah dari hasil pemungutannya.
- e) Sistem pemungutan pajak harus sederhana. Sistem pemungutan yang sederhana akan memudahkan dan mendorong masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Syarat ini telah oleh undang-undang perpajakan yang baru.

4) Tata Cara Pemungutan, Asas Pemungutan, dan Sistem Pemungutan Pajak

a. Tata Cara Pemungutan Pajak

Tata cara pemungutan pajak merujuk pada proses pengumpulan pajak dan prosedur ini biasanya ditetapkan dalam

undang-undang perpajakan suatu negara dan melibatkan berbagai Langkah untuk mengumpulkan dana dari Wajib Pajak.

Menurut (Indra Mahardika Putra, 2020) tata cara pemungutan pajak dapat dibedakan menjadi tiga acara yaitu:

- i. Stelsel Nyata (Real Stelsel). Yaitu pengenaan pajak didasarkan pada (objek penghasilan nyata) sehingga pemungutannya baru dapat dilakukan pada akhir tahun pajak, yakni setelah penghasilan yang sesungguhnya diketahui.
- ii. Stelsel Anggaran. Pengenaan pajak didasarkan pada sesuatu anggapan yang diatur oleh undang-undang.
- iii. Stelsel Campuran. Pada awal tahun, besarnya pajak dihitung berdasarkan suatu anggapan. Kemudian pada akhir tahun pembayaran didasarkan dan disesuaikan dengan keadaan yang sebenarnya.

b. Asas Pemungutan Pajak

Menurut (Purwono, 2010) dalam buku (Nelly et al., 2022), asas pemungutan pajak dibedakan menjadi tiga asas, yaitu:

- 1) Asas Domisili, yaitu pajak dibebankan pada pihak yang tinggal dan berada di wilayah suatu negara tanpa memperhatikan sumber atau asal objek pajak yang diperoleh atau diterima wajib pajak. jadi wajib pajak

yang bertempat tinggal di Indonesia dikenakan pajak baik untuk penghasilan yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri.

- 2) Asas Sumber, yaitu pembebanan pajak oleh negara hanya terhadap objek pajak yang bersumber atau berasal dari wilayah teritorialnya tanpa memperhatikan tempat tinggal wajib pajak. Jadi wajib pajak yang memperoleh penghasilan dari Indonesia wajib dikenakan pajak di Indonesia tanpa memperhatikan dimana wilayah tempat tinggal wajib pajak.
- 3) Asas Kebangsaan, yaitu status kewarganegaraan seseorang menentukan pembebanan pajak terhadapnya sehingga perlakuan antara warga negara Indonesia dengan warga negara asing itu berbeda. Jadi pengenaan pajak diberlakukan kepada setiap orang asing yang bertempat tinggal di Indonesia.

c. Sistem Pemungutan Pajak

Mahardiasmo (2019) mengemukakan dalam (Nelly et al., 2022) sistem pemungutan pajak dibedakan menjadi tiga, sebagai berikut:

- 1) *Official Assessment System* adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pemerintah (dalam hal ini disebut fiskus) untuk

menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak. dalam sistem ini wajib pajak bersifat pasif karena wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang terletak pada fiskus sehingga utang pajak baru timbul setelah dikeluarkannya surat ketetapan pajak oleh fiskus.

2) *Self Assessment System* merupakan suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada wajib pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak terutang. Dalam sistem ini wajib pajak bersifat aktif karena wajib pajak harus menghitung, menyetor dan melaporkan sendiri secara mandiri pajak terutangnya. Fiskus tidak ikut campur dan hanya mengawasi saja karena wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang terletak pada wajib pajak sendiri.

3) *Withholding System* merupakan suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga (dalam hal ini bukan fiskus dan bukan wajib pajak yang bersangkutan) untuk memotong atau memungut pajak yang terutang oleh wajib pajak. dalam sistem ini wewenang untuk memotong atau memungut pajak yang terutang terletak pada pihak ketiga dan bukan terletak pada fiskus atau wajib pajak itu sendiri.

5) Hukum Pajak

Menurut Mardiasmo (2019) dalam (Nelly et al., 2022) terdapat dua macam hukum pajak, yaitu:

- a) Hukum Pajak Materiil. Hukum pajak materiil memuat norma-norma yang menerangkan antara lain keadaan, perbuatan, peristiwa hukum yang dikenai pajak (objek pajak), siapa yang dikenakan pajak (subjek pajak), berapa besar pajak yang dikenakan (tarif pajak), segala sesuatu tentang timbul dan hapusnya utang pajak, dan hubungan hukum antara pemerintah dan wajib pajak.
- b) Hukum Pajak Formal. Hukum pajak formal membuat bentuk atau tata cara untuk mewujudkan hukum materiil menjadi kenyataan (cara melaksanakan hukum pajak materiil). Hukum ini memuat antara lain:
 1. Tata cara penyelenggaraan atau prosedur mengenai penetapan suatu utang pajak.
 2. Hak-hak fiskus untuk mengadakan pengawasan terhadap para wajib pajak mengenai suatu keadaan, perbuatan maupun peristiwa yang dapat menimbulkan utang pajak.
 3. Kewajiban wajib pajak misalnya menyelenggarakan pembukuan atau pencatatan dan hak-hak wajib pajak misalnya mengajukan keberatan maupun banding.

D. Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran adalah dimana keadaan seseorang mengetahui atau mengerti dengan sendirinya tanpa ada paksaan atau ajakan apapun. Kesadaran Wajib Pajak dalam berpajak sangat penting untuk ditingkatkan dalam diri manusia atau seseorang guna ,meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Secara empiris juga telah dibuktikan bahwa makin tinggi kesadaran perpajakan wajib pajak maka makin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak. Pajak dihitung sendiri oleh wajib pajak, kemudian membayar pajak yang terutang berdasarkan ketentuan peraturan perundangundangan perpajakan yang berlaku.(Irmayani, 2019)

E. E-Billing

E-Billing adalah metode pembayaran pajak secara elektronik menggunakan kode billing. Kode billing sendiri adalah kode identifikasi yang diterbitkan melalui sistem Billing atas suatu jenis pembayaran atau setoran pajak yang akan dilakukan Wajib Pajak. Saat ini Wajib Pajak dapat lebih mudah dalam pemenuhan kewajiban perpajakan dengan memanfaatkan fasilitas-fasilitas elektronik yang telah disediakan Direktorat Jenderal Pajak. Salah satu fasilitas tersebut adalah sistem pembayaran elektronik (Billing system). Sistem pembayaran pajak secara elektronik adalah bagian dari sistem Penerimaan Negara secara elektronik yang

diadministrasikan oleh Biller Direktorat Jenderal Pajak dan menerapkan *Billing System*. *Billing System* adalah metode pembayaran elektronik dengan menggunakan Kode Billing (Romi, 2017).

3. Kerangka Pemikiran

Bagan 1. 1 Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian lapangan yang menggunakan sumber datanya melalui uraian kata-kata dari beberapa pendapat informan sesuai dengan pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini akan melibatkan analisis terhadap strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Wates dalam upaya meningkatkan kesadaran Wajib Pajak.

2. Lokasi-Obyek Penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilaksanakan di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Wates yang merupakan bagian dari Direktorat Jenderal Pajak, Kementerian Keuangan Republik Indonesia, dan beralamatkan di Jl. Wates – Purworejo No.Km.4, Dalangan, Triharjo, Kec. Wates, Kab. Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Sedangkan yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Wates dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak melalui sistem layanan pajak online *E-Billing*.

3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan selama 6 bulan Rentang waktu penelitian ini bersifat tidak mutlak, artinya penelitian ini bisa berhenti

sewaktu waktu ketika sudah menjadapatkan data dan kesimpulan yang sudah di dapat oleh peneliti melalui pertanyaan atau masalah yang telah terjawab. Tetapi, jika semua data dan kesimpulan yang diperoleh belum cukup untuk menjawab permasalahan, maka peneliti akan memperpanjang penelitian sampai sudah sesuai.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini perlu adanya pengumpulan data, berikut beberapa Teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan :

a. Wawancara

Wawancara adalah teknik mendapatkan data atau informasi secara lisan dengan cara melakukan pertemuan antar dua orang untuk saling tanya jawab yang menghasilkan arti atau makna dalam suatu topik tertentu. Teknik ini melibatkan interaksi langsung antara peneliti dengan narasumber yang berkaitan dengan topik penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa pihak yang bekerja pada bagian Bidang Penyuluhan, Pelayanan, dan Hubungan Masyarakat KPP Pratama Wates seperti Kepala Bidang dan Staff. Dilakukannya wawancara dengan beberapa pihak tersebut bertujuan untuk memperoleh jawaban yang valid.

b. Observasi

Observasi adalah teknik mengamati dengan melihat gejala sosial, seperti perilaku, keadaan, dan kejadian-kejadian yang terjadi dalam beberapa kurun waktu tanpa mencampuri kejadian tersebut. Teknik ini digunakan untuk menemukan dan menganalisis data secara objektif.

Teknik ini akan digunakan untuk mengamati secara langsung strategi komunikasi di KPP Pratama Wates

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik memperoleh data berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, publikasi dan lain sebagainya.

5. Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman dalam (Harahap, 2020) ada beberapa langkah yang dilakukan untuk menganalisis data kualitatif yaitu :

- a. Reduksi data. Setelah data primer dan sekunder terkumpul, peneliti akan memilah data, membuat tema-tema, mengkatagorikan, memfokuskan data sesuai bidangnya, membuang, menyusun data dalam suatu cara dan membuat rangkuman-rangkuman dalam satuan analisis, setelah itu baru pemeriksaan data kembali dan mengelompokannya sesuai dengan masalah yang diteliti. Setelah direduksi maka data yang

sesuai dengan tujuan penelitian dideskripsikan dalam bentuk kalimat sehingga diperoleh gambaran yang utuh tentang masalah penelitian.

- b. Display data (penyajian data). Bentuk analisis ini, peneliti akan menyajikan data dalam bentuk narasi, di mana peneliti menggambarkan hasil temuan data dalam bentuk uraian kalimat bagan, hubungan antar kategori yang sudah berurutan dan sistematis.
- c. Penarikan kesimpulan. Meskipun pada reduksi data kesimpulan sudah digambarkan, itu sifatnya belum permanen, masih ada kemungkinan terjadi tambahan dan pengurangan, maka dari itu peneliti akan berusaha untuk dapat menjawab masalah yang dirumuskan sejak awal.

6. Teknik Validasi Data

Denzin dalam (Wibowo, 2021) mengklasifikasikan triangulasi menjadi empat jenis yang berbeda, yaitu Triangulasi Sumber, Triangulasi Metode, Triangulasi Teori, Triangulasi Peneliti. Dengan menerapkan pendekatan triangulasi, peneliti akan terarah untuk mengumpulkan data dari baragam sumber yang tersedia, karena data yang sejenis akan lebih kuat kebenarannya jika digali dari sumber yang berbeda. Dalam upaya untuk memperoleh kedalaman data dan informan yang kaya, peneliti menggunakan pendekatan triangulasi

sumber. Pendekatan ini dilakukan dengan tujuan untuk memperjelas dan menerapkan berbagai teknik pengolahan data kualitatif.