

**STRATEGI KOMUNIKASI KANTOR PELAYANAN PAJAK MADYA
SIDOARJO DALAM PELAKSANAAN SOSIALISASI PELAPORAN SPT
TAHUNAN DI MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI



Disusun oleh :

CHRISTINA OCTAVIANI PUTRI

NPM. 17043010035

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA
TIMUR**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2022

**Strategi Komunikasi Kantor Pelayanan Pajak Madya Sidoarjo Dalam Pelaksanaan
Sosialisasi Pelaporan SPT Tahunan di masa Pandemi Covid-19**

Disusun oleh:

Christina OctaviantiPutri
NPM. 17043010035

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



DRA. DIANA AMALIA, M.SI
NIP. 19630907 199103 2001

Mengetahui,

DEKAN FISIP



DR. DRS. E.C GENDUT SUKARNO,MS,CHRA
NIP. 19590701 198703 1001

**STRATEGI KOMUNIKASI KANTOR PELAYANAN PAJAK MADYA SIDOARJO
DALAM PELAKSANAAN SOSIALISASI PELAPORAN SPT TAHUNAN DI MASA
PANDEMI COVID-19**

Oleh:


Christina Octavianti Putri
NPM. 17043010035

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Pada tanggal 8 Juni 2022

Pembimbing,

Tim Penguji,
1. Ketua


Dra. Diana Amalia, M.Si
NIP. 19630907 199103 2001



Dra. Sumardijjati, M.Si
NIP. 19620323 199309 2001
2. Sekretaris


Dra. Diana Amalia, M.Si
NIP. 19630907 199103 2001

3. Anggota


Dr. Yuli Candrasari, MSi
NPT. 3 7107 94 0027 1

**Mengetahui,
DEKAN FISIP**


DR. DRS. EC. GENDU SUKARNO, M.S., CHRA.
NIP. 195907011987031001

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI KANTOR PELAYANAN PAJAK MADYA SIDOARJO DALAM PELAKSANAAN SOSIALISASI PELAPORAN SPT TAHUNAN DI MASA PANDEMI COVID-19”** dengan lancar.

Dalam menyelesaikan proposal ini tentu penulis menemui beragam hambatan serta tantangan yang harus dihadapi dan dijalani, sehingga dalam penulisan proposal ini masih terdapat beberapa kekurangan yang disadari oleh penulis. Tidak lupa pula penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang sudah membantu, mengarahkan, dan membimbing penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyusun proposal skripsi ini.

Dengan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberikan kekuatan, perlindungan, kesabaran, serta selalu menuntun penulis menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jatim.

3. DR. Yuli Candrasari, M. Si selaku Koordinator Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Dra. Diana Amalia, MSi selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan waktunya selama proses bimbingan proposal ini.
5. Dosen Ilmu Komunikasi UPN "Veteran" Jawa Timur yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Bapak, Mama, Mas Deni, Mbak Lia, Mita, Bunda, Nia dan seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan secara penuh kepada penulis.
7. Roland Kalvin Matulatuwa terimakasih atas dukungan, bantuan selama menjalani perkuliahan dan membuat hari-hari dalam perkuliahan menjadi berwarna.
8. Jihan Pricillia yang selalu menjadi teman seperjuangan diperkuliahan ini, serta selalu memberikan dukungan, doa dan semangat.
9. Wina, Yumna, Bram, Daddy, Eka, There, Retno, Sinta, Reza, dan semua teman-teman yang mewarnai hari-hari perkuliahan, berbagi segala canda tawa bersama.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi yang telah selesai ini jauh dari sempurna karena itu, penulis mengucapkan permohonan maaf sebesar-besarnya serta mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun agar proposal ini bisa menjadi lebih baik lagi. Akhir kata, penulis berharap agar

proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Sidoarjo, 1 Juli 2021

Penulis

Christina Octavianti Putri

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	8i
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Secara Teoritis	11
1.4.2 Secara Praktis.....	11
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Strategi komunikasi	14
2.2.2 Komunikasi.....	22
2.2.3 Sosialisasi.....	31
2.2.4 Pengertian Pajak	33
2.2.5 New Media.....	39
2.2.6 Media Sosial	40
2.3 Kerangka Berpikir	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Metodologi Penelitian.....	44
3.3 Definisi Konseptual	45
3.3.1 Strategi Komunikasi	46
3.3.2 Sosialisasi.....	51
3.4 Prosedur Penelitian.....	52

3.5 Fokus Penelitian	54
3.6 Lokasi Penelitian	54
3.7 Informan Penelitian	55
3.8 Metode Pengumpulan Data	55
3.8.1 Wawancara Mendalam.....	55
3.8.2 Dokumentasi	56
3.8.3 Studi Kepustakaan	56
3.9 Teknik Analisis Data Penelitian Kualitatif.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	58
4.1.1 Profil KPP Madya Sidoarjo	58
4.1.2 Lokasi KPP Madya Sidoarjo.....	59
4.1.3 Visi dan Misi KPP Madya Sidoarjo.....	59
4.1.4 Susunan Organisasi KPP Madya Sidoarjo.....	62
4.1.5 Tugas dan Fungsi Jabatan Penyuluh KPP Madya Sidoarjo.....	62
4.2 Identitas Informan	63
4.3 Penyajian dan Analisis Data.....	65
4.3.1 Sosialisasi	66
4.3.1.1 Sosialisai KPP Madya Sidoarjo Secara Online	67
4.3.1.2 Ciri Khas Kegiatan Sosialisasi KPP Madya Sidoarjo.....	68
4.3.1.3 Program Kelas Pajak Online.....	69
4.3.1.4 Target Capaian Dari Pelaksanaan Sosialisasi 100%.....	70
4.3.2 Mengenal Khalayak	71
4.3.2.1 Sasaran Wajib Pajak KPP Madya Sidoarjo	72
4.3.2.2 Membangun Relasi Dengan Sarana Helpdesk.....	73
4.3.3 Penyusunan Pesan	75
4.3.3.1 Proses Penyusunan Materi Sosialisasi	76
4.3.4 Menetapkan Metode.....	77
4.3.4.1 Kegiatan Sosialisasi Minimal Dua Belas Kali Dalam Satu Tahun.....	77
4.3.4.2 Pemberian Materi Edukasi Kepada Wajib Pajak.....	78
4.3.4.3 Slogan Sebagai Penyemangat	79

4.3.4.4 Penanganan Terhadap Keluhan Wajib Pajak.....	80
4.3.5 Pemilihan Media Komunikasi	82
4.3.5.1 Pemilihan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi.....	82
4.3.6 Penetapan Komunikator	84
4.3.6.1 Sistem Pemilihan Narasumber Dipilih Secara Acak dan Sesuai Kompetensi	84
4.4. Pembahasan.....	85
4.4.1 Sosialisasi	86
4.4.1.1 Sosialisai KPP Madya Sidoarjo Secara Online	86
4.4.1.2 Ciri Khas Kegiatan Sosialisasi KPP Madya Sidoarjo.....	87
4.4.1.3 Program Kelas Pajak Online.....	88
4.4.1.4 Target Capaian Dari Pelaksanaan Sosialisasi 100%.....	89
4.4.2 Mengenal Khalayak	89
4.4.2.1 Sasaran Wajib Pajak KPP Madya Sidoarjo	90
4.4.2.2 Membangun Relasi Dengan Sarana Helpdesk.....	90
4.4.3 Penyusunan Pesan	91
4.4.3.1 Proses Penyusunan Materi Sosialisasi	91
4.4.4 Menetapkan Metode.....	92
4.4.4.1 Kegiatan Sosialisasi Minimal Dua Belas Kali Dalam Satu Tahun.....	93
4.4.4.2 Pemberian Materi Edukasi Kepada Wajib Pajak.....	94
4.4.4.3 Slogan Sebagai Penyemangat	94
4.4.4.4 Penanganan Terhadap Keluhan Wajib Pajak.....	95
4.4.5 Pemilihan Media Komunikasi	95
4.4.5.1 Pemilihan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi.....	96
4.4.6 Penetapan Komunikator	96
4.4.6.1 Sistem Pemilihan Narasumber Dipilih Secara Acak dan Sesuai Kompetensi	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	12
Tabel 4.1Pengimplementasian Teori dengan Hasil Temuan.....	99

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir.....	43
----------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Capaian IKU	70
Gambar 4.2 Hasil Capaian IKU	70
Gambar 4.3 Twitter KPP Madya Sidoarjo	82
Gambar 4.4 Instagram KPP Madya Sidoarjo	82

ABSTRAK

**CHRISTINA OCTAVIANI PUTRI, 17043010035, STRATEGI
KOMUNIKASI KANTOR PELAYANAN PAJAK MADYA SIDOARJO
DALAM PELAKSANAAN SOSIALISASI PELAPORAN SPT TAHUNAN
DI MASA PANDEMI COVID-19**

Ada banyak perubahan kondisi di masa pandemic COVID-19 ini. Ditengah perubahan kondisi ini KPP Madya Sidoarjo sebagai tempat pelayanan perpajakan berupaya untuk tetap melakukan kegiatan sosialisasi perpajakan kepada wajib pajak dalam upaya meningkatkan masyarakat *sadar pajak*. Kegiatan sosialisasi yang semula dilakukan secara offline pada saat pandemic ini berubah menjadi sosialisasi secara online. Penelitian ini membahas bagaimana strategi komunikasi kantor pelayanan pajak madya sidoarjo dalam pelaksanaan sosialisasi pelaporan spt tahunan di masa pandemic covid-19. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan teori *strategi komunikasi O.U.Effendy*. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan *indepth interview* kepada divisi penyuluh KPP Madya Sidoarjo. Hasil dari penelitian ini terdapat strategi komunikasi yang dilakukan dilihat dari bagaimana KPP Madya Sidoarjo mengenal khalayak, penyusunan pesan, menentukan metode, pemilihan media, dan penerapan komunikator.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Sosialisasi, Sadar pajak.

ABSTRACT

**CHRISTINA OCTAVIANI PUTRI, 17043010035, COMMUNICATION
STRATEGY OF THE SIDOARJO TAX SERVICE OFFICE IN
IMPLEMENTING THE SOCIALIZATION OF ANNUAL SPT
REPORTING DURING THE COVID-19 PANDEMIC**

There have been many changes in conditions during this COVID-19 pandemic. In the midst of this changing condition, KPP Madya Sidoarjo as a place for tax services seeks to continue to carry out tax socialization activities to taxpayers in an effort to increase tax awareness. Socialization activities that were originally carried out offline during this pandemic turned into online socialization. This study discusses how the communication strategy of the Sidoarjo Intermediate Tax Service Office in implementing the socialization of annual tax returns during the COVID-19 pandemic. The research method used in this research is qualitative by using O.U.Effendy's theory of communication strategy. Data collection was carried out by conducting in-depth *interviews* with the extension division of KPP

Madya Sidoarjo. The result of this research is that there is a communication strategy carried out by looking at how KPP Madya Sidoarjo knows the audience, compiling messages, determining methods, selecting media, and applying communicators.

Keywords: Communication Strategy, Socialization, Tax Awareness.