

**ANALISIS STRATEGI SOSIALISASI KEPADA WAJIB PAJAK PEMILIK  
KENDARAAN BERMOTOR DI UPT SISTEM ADMINISTRASI  
MANUNGGAL SATU ATAP (SAMSAT) MEDAN SELATAN**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Muhammad Hamdani**

**178530153**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

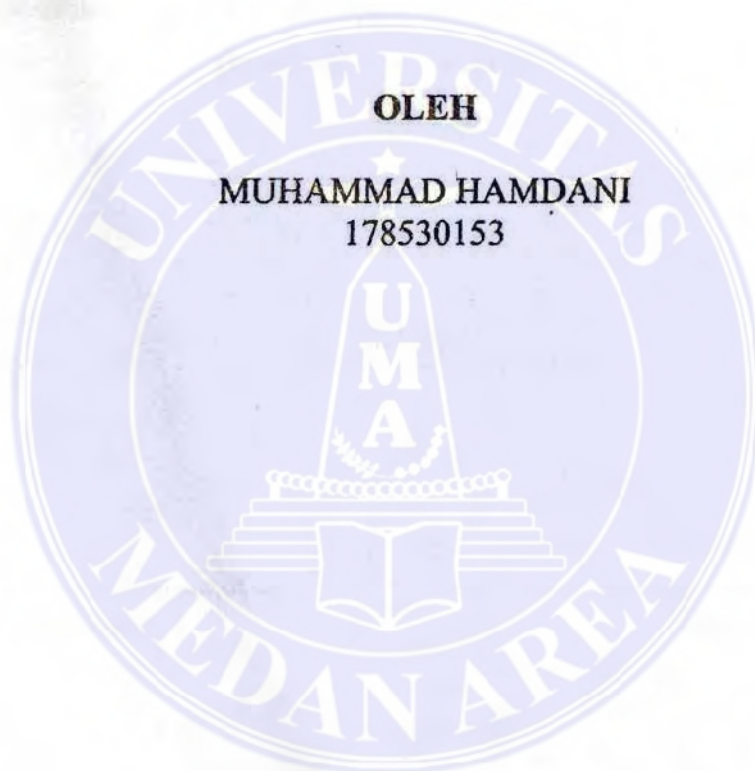
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/25

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/25

**ANALISIS STRATEGI SOSIALISASI KEPADA WAJIB PAJAK PEMILIK  
KENDARAAN BERMOTOR DI UPT SISTEM ADMINISTRASI  
MANUNGGAL SATU ATAP (SAMSAT) MEDAN SELATAN**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Medan Area**



**OLEH  
MUHAMMAD HAMDANI  
178530153**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

**Judul** : Analisis Strategi Sosialisasi Kepada Wajib Pajak  
Kendaraan Bermotor Di UPT Sistem Administrasi  
Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Medan Selatan


**Nama** : MUHAMMAD HAMDANI


**N P M** : 178530153

**Program Studi** : Ilmu Komunikasi

**Fakultas** : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui Oleh  
Komisi Pembimbing

  
Dr. H. Syafruddin Ritonga, MAP  
Pembimbing I

  
Dr. Nadra Idayani Vita, M.si  
Pembimbing II

Mengetahui

  
Dr. Walid M Sembiring, S.Sos. M.Si  
Dekan

  
Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP  
Ka. Prodi

Tanggal Lulus : 15 Juli 2024



## LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun ini adalah untuk syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari berbagai sumber telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan karya ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan 15 Juli 2024



Muhammad hamdani

178530083

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan  
dibawah ini:

Nama : MUHAMMAD HAMDANI

Npm : 178530153

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Analisis Strategi Sosialisasi Kepada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di UPT Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Medan Selatan Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif** ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan  
Pada tanggal: 15 Juli 2024  
Yang menyatakan



( MUHAMMAD HAMDANI )



## ABSTRAK

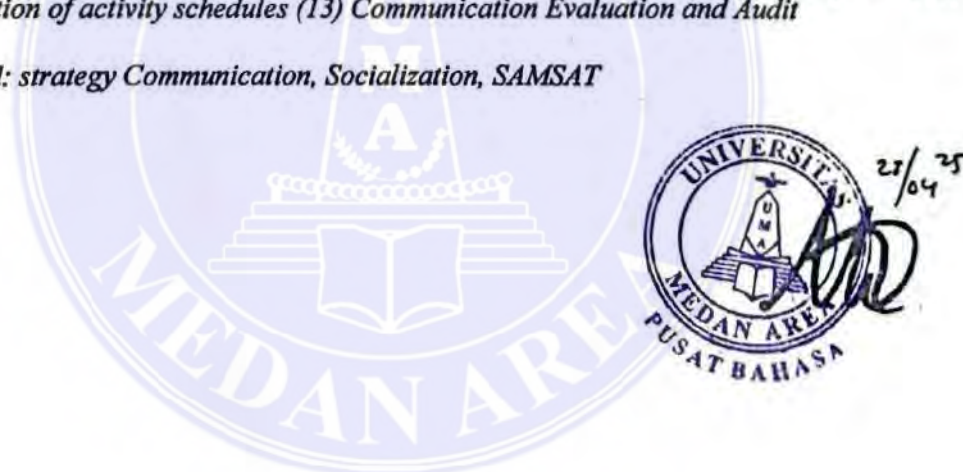
Penelitian ini yang dilakukan di SAMSAT Medan Selatan bertujuan untuk menganalisis strategi sosialisasi kepada wajib pajak pemilik kendaraan bermotor di UPT Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Medan Selatan dan untuk menganalisis faktor penghambat sosialisasi kepada wajib pajak pemilik kendaraan bermotor di UPT Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Medan Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam dan observasi untuk mengumpulkan data. Peneliti menggunakan metode *purposive sampling* untuk menentukan responden berdasarkan kepentingan penelitian. Hasil penelitian dapat diketahui bahwa SAMSAT Medan Selatan menyusun pesan yang bersifat *persuasive, informative* dan edukatif. Persuasif karena SAMSAT Medan Selatan ingin mengajak masyarakat agar sadar dan taat dalam membayar pajak kendaraan bermotor. Informatif karena SAMSAT Medan Selatan menginformasikan berbagai program kemudahan dalam membayar. Hasil penelitian juga menemukan strategi komunikasi yang dilakukan oleh SAMSAT Medan Selatan dalam kegiatan sosialisasi adalah sebagai berikut: (1) Menentukan Komunikator, (2) Menentukan target sasaran (3) Teknik Menyusun Pesan (4) Menentukan Media dan saluran Komunikasi (5) Melakukan Uji awal Komunikasi (6) Penyebarluasan Media Komunikasi (7) Menganalisis efek komunikasi (8) Memobilisasi Kelompok Berpengaruh (8) Penetapan Tim Kerja (9) Menganalisis efek komunikasi (10) Memobilisasi kelompok berpengaruh (11) Penetapan rencana anggaran (12) Penyusunan jadwal kegiatan (13) Evaluasi dan Audit Komunikasi

**Kata Kunci:** Samsat, Strategi komunikasi, sosialisasi

## ABSTRACT

*The research conducted at SAMSAT Medan Selatan aims to analyze outreach strategies to taxpayers who own motorized vehicles at the Manunggal One Roof Administrative System UPT (SAMSAT) South Medan and to analyze the inhibiting factors for socialization to taxpayers who own motorized vehicles at the Manunggal One Roof Administrative System UPT (UPT Manunggal One Roof). SAMSAT) South Medan. This study used a qualitative approach with a qualitative descriptive method. This study used in-depth interviews and observation to collect data. Researchers used purposive sampling method to determine respondents based on research interests. The results of the study can be seen that the South Medan SAMSAT composes messages that are persuasive, informative and educative. Persuasive because SAMSAT Medan Selatan wants to invite the public to be aware and obedient in paying motor vehicle taxes. Informative because SAMSAT Medan Selatan informs various programs for the ease of paying. The results of the study also found that the communication strategies carried out by SAMSAT Medan Selatan in socialization activities were as follows: (1) Determining communicators, (2) Determining targets (3) Messaging techniques (4) Determining Media and Communication channels (5) Conducting Tests Initial Communication (6) Dissemination of Communication Media (7) Analyzing the effects of communication (8) Mobilizing Influential Groups (8) Establishing Work Teams (9) Analyzing the effects of communication (10) Mobilizing influential groups (11) Determining budget plans (12) Preparation of activity schedules (13) Communication Evaluation and Audit*

**Keyword:** *strategy Communication, Socialization, SAMSAT*





## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Medan pada Tanggal 30 Mei 1998 dari Ayah Samanik dan Ibu Tengku Herima Julita Penulis merupakan anak ke 3 dari 3 bersaudara. Tahun 2017 Penulis Lulus dari SMA Swasta Kemala Bhayangkari Medan dan pada tahun 2017 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Pada tahun 2022 Penulis melaksanakan kuliah kerja lapangan (KKL) di Badan Pengelolaan Pajak Dan Retribusi Daerah UPT PPD MEDAN SELATAN.





## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan kuasa-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan dan melengkapi tugas akhir yang diberikan oleh Universitas Medan Area yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

Pada penelitian ini terdapat banyak kesulitan. Seperti keterbatasan waktu, kurangnya literatur dan keterbatasan kemampuan menulis. Namun, dengan adanya kemauan dan rasa tanggung-jawab yang dilandasi itikad baik, akhirnya kesulitan tersebut dapat teratasi dengan maksimal. Adapun judul penelitian ini adalah **“Analisis Strategi Sosialisasi Kepada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di UPT Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Medan Selatan”**.

Selama penulisan skripsi ini telah banyak pihak yang turut membantu, maka penulis ingin mengucapkan terima-kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan motivasi juga bantuan, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Walid M Sembiring, S.Sos. M.Si , selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
3. Bapak Dr. Selamat Riadi. M.Ikom selaku Wakil Bidang penjamin Mutu Akademik dan Gugus Kendali Mutu Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

4. Ibu **Ria Wuri Andary, S.Sos. M.Ikom**, selaku Kepala Bidang Pembelajaran dan Informasi Akademik Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
5. Bapak **Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP**, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area
6. Ibu **Dr. H. Syafruddin Ritonga, MAP**, selaku Pembimbing I yang penuh kesabaran dan pengertian telah membimbing hingga selesainya penelitian ini.
7. Bapak **Dr. Nadra Ideyani Vita, M.Si** selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing penulis dengan ketulusan dan kesabaran.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta semua staf administrasi Universitas Medan Area.

Penulis juga mengucapkan terima-kasih sedalam-dalamnya kepada orang tua dan keluarga tercinta atas doa dan dukungannya, juga kepada teman-teman khususnya angkatan tahun 2017 yang telah memberikan semangat kepada penulis.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga penelitian ini dapat digunakan kembali dan bermanfaat bagi semua kalangan.

Medan, 15 Juli 2024

Penulis

**MUHAMMAD HAMDANI**  
**1785 30 153**



**ANALISIS STRATEGI SOSIALISASI KEPADA WAJIB PAJAK PEMILIK  
KENDARAAN BERMOTOR DI UPT SISTEM ADMINISTRASI  
MANUNGAL SATU ATAP (SAMSAT) MEDAN SELATAN**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Medan Area



**OLEH**  
**MUHAMMAD HAMDANI**  
**178530153**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

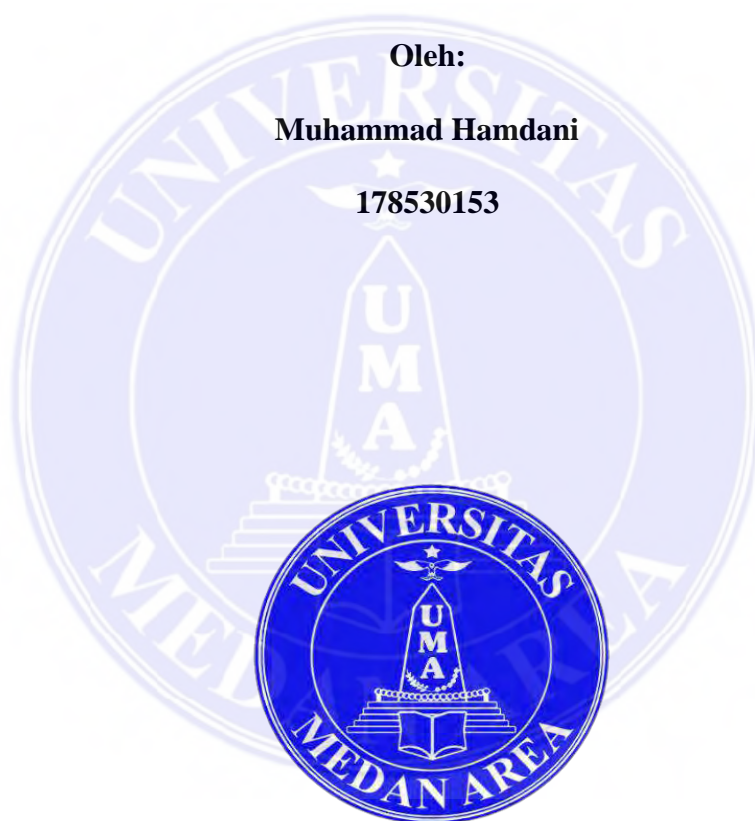
**ANALISIS STRATEGI SOSIALISASI KEPADA WAJIB PAJAK PEMILIK  
KENDARAAN BERMOTOR DI UPT SISTEM ADMINISTRASI  
MANUNGGAL SATU ATAP (SAMSAT)MEDAN SELATAN**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Muhammad Hamdani**

**178530153**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/25

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/25



## LEMBAR PENGESAHAN

**Judul** : Analisis Strategi Sosialisasi Kepada Wajib Pajak  
Kendaraan Bermotor Di UPT Sistem Administrasi  
Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Medan Selatan

**Nama** : MUHAMMAD HAMDANI

**N P M** : 178530153

**Program Studi** : Ilmu Komunikasi

**Fakultas** : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui Oleh  
Komisi Pembimbing

Dr. H. Syafruddin Ritonga, MAP  
Pembimbing I

Dr. Nadra Ideyani Vita, M.si  
Pembimbing II

Mengetahui

Dr. Walid M Sembiring, S.Sos. M.Si  
Dekan

Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP  
Ka. Prodi

Tanggal Lulus : 15 Juli 2024

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan  
dibawah ini:

Nama : MUHAMMAD HAMDANI

Npm : 178530153

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Analisis Strategi Sosialisasi Kepada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di UPT Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Medan Selatan** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan  
Pada tanggal: 15 Juli 2024  
Yang menyatakan

Materai

10.0000

( MUHAMMAD HAMDANI )



## ABSTRAK

Penelitian ini yang dilakukan di SAMSAT Medan Selatan bertujuan untuk menganalisis strategi sosialisasi kepada wajib pajak pemilik kendaraan bermotor di UPT Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Medan Selatan dan untuk menganalisis faktor penghambat sosialisasi kepada wajib pajak pemilik kendaraan bermotor di UPT Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Medan Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam dan observasi untuk mengumpulkan data. Peneliti menggunakan metode *purposive sampling* untuk menentukan responden berdasarkan kepentingan penelitian. Hasil penelitian dapat diketahui bahwa SAMSAT Medan Selatan menyusun pesan yang bersifat *persuasive*, *informative* dan edukatif. Persuasif karena SAMSAT Medan Selatan ingin mengajak masyarakat agar sadar dan taat dalam membayar pajak kendaraan bermotor. Informatif karena SAMSAT Medan Selatan menginformasikan berbagai program kemudahan dalam membayar. Hasil penelitian juga menemukan strategi komunikasi yang dilakukan oleh SAMSAT Medan Selatan dalam kegiatan sosialisasi adalah sebagai berikut: (1) Menentukan Komunikator, (2) Menentukan target sasaran (3) Teknik Menyusun Pesan (4) Menentukan Media dan saluran Komunikasi (5) Melakukan Uji awal Komunikasi (6) Penyebarluasan Media Komunikasi (7) Menganalisis efek komunikasi (8) Memobilisasi Kelompok Berpengaruh (8) Penetapan Tim Kerja (9) Menganalisis efek komunikasi (10) Memobilisasi kelompok berpengaruh (11) Penetapan rencana anggaran (12) Penyusunan jadwal kegiatan (13) Evaluasi dan Audit Komunikasi

Kata Kunci: Samsat, Strategi komunikasi, sosialisasi

## ABSTRAC

*The research conducted at SAMSAT Medan Selatan aims to analyze outreach strategies to taxpayers who own motorized vehicles at the Manunggal One Roof Administrative System UPT (SAMSAT) South Medan and to analyze the inhibiting factors for socialization to taxpayers who own motorized vehicles at the Manunggal One Roof Administrative System UPT (UPT Manunggal One Roof). SAMSAT) South Medan. This study uses a qualitative approach with a qualitative descriptive method. This study used in-depth interviews and observation to collect data. Researchers used purposive sampling method to determine respondents based on research interests. The results of the study can be seen that the South Medan SAMSAT composes messages that are persuasive, informative and educative. Persuasive because SAMSAT Medan Selatan wants to invite the public to be aware and obedient in paying motor vehicle taxes. Informative because SAMSAT Medan Selatan informs various programs for the ease of paying. The results of the study also found that the communication strategies carried out by SAMSAT Medan Selatan in socialization activities were as follows: (1) Determining communicators, (2) Determining targets (3) Messaging techniques (4) Determining Media and Communication channels (5) Conducting Tests Initial Communication (6) Dissemination of Communication Media (7) Analyzing the effects of communication (8) Mobilizing Influential Groups (8) Establishing Work Teams (9) Analyzing the effects of communication (10) Mobilizing influential groups (11) Determining budget plans (12) Preparation of activity schedules (13) Communication Evaluation and Audit*

**Keyword:** strategy communication, socialization, SAMSAT

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Medan pada Tanggal 30 Mei 1998 dari Ayah Samanik dan Ibu Tengku Herima Julita Penulis merupakan anak ke 3 dari 3 bersaudara. Tahun 2017 Penulis Lulus dari SMA Swasta Kemala Bhayangkari Medan dan pada tahun 2017 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Pada tahun 2022 Penulis melaksanakan kuliah kerja lapangan (KKL) di Badan Pengelolaan Pajak Dan Retribusi Daerah UPT PPD MEDAN SELATAN.





## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan kuasa-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan dan melengkapi tugas akhir yang diberikan oleh Universitas Medan Area yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

Pada penelitian ini terdapat banyak kesulitan. Seperti keterbatasan waktu, kurangnya literatur dan keterbatasan kemampuan menulis. Namun, dengan adanya kemauan dan rasa tanggung-jawab yang dilandasi itikad baik, akhirnya kesulitan tersebut dapat teratasi dengan maksimal. Adapun judul penelitian ini adalah **“Analisis Strategi Sosialisasi Kepada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di UPT Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Medan Selatan”**.

Selama penulisan skripsi ini telah banyak pihak yang turut membantu, maka penulis ingin mengucapkan terima-kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan motivasi juga bantuan, terutama kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc**, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak **Dr. Walid M Sembiring, S.Sos. M.Si** , selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
3. Bapak **Dr. Selamat Riadi. M.Ikom** selaku Wakil Bidang penjamin Mutu Akademik dan Gugus Kendali Mutu Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

4. Ibu **Ria Wuri Andary. S.Sos. M.Ikom**, selaku Kepala Bidang Pembelajaran dan Informasi Akademik Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
5. Bapak **Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP**, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area
6. Ibu **Dr. H. Syafruddin Ritonga, MAP**. selaku Pembimbing I yang penuh kesabaran dan pengertian telah membimbing hingga selesainya penelitian ini.
7. Bapak **Dr. Nadra Ideyani Vita, M.Si** selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing penulis dengan ketulusan dan kesabaran.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta semua staf administrasi Universitas Medan Area.

Penulis juga mengucapkan terima-kasih sedalam-dalamnya kepada orang tua dan keluarga tercinta atas doa dan dukungannya, juga kepada teman-teman khususnya angkatan tahun 2017 yang telah memberikan semangat kepada penulis.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga penelitian ini dapat digunakan kembali dan bermanfaat bagi semua kalangan.

Medan, 15 Juli 2024

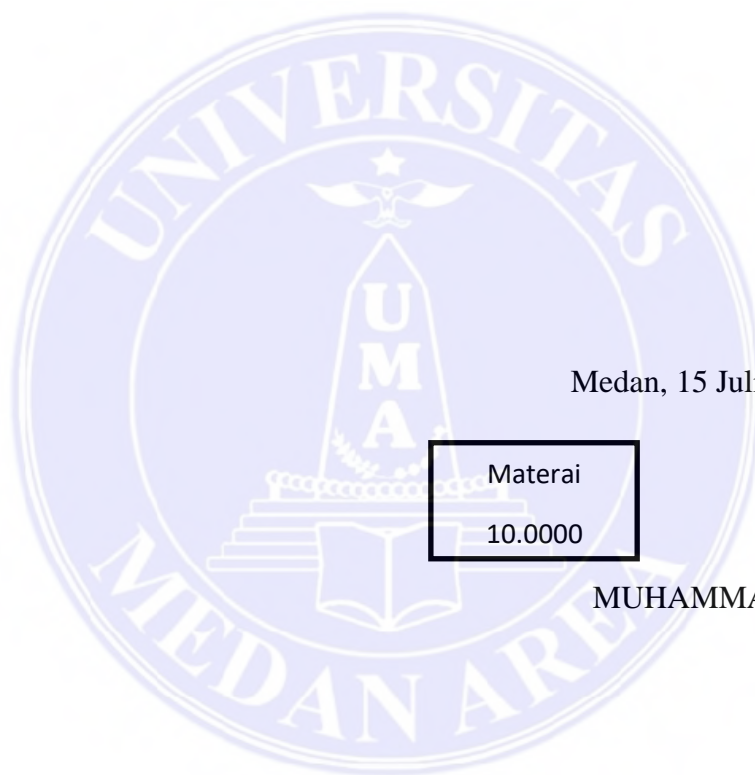
Penulis

**MUHAMMAD HAMDANI**  
**1785 30 153**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 15 Juli 2024

Materai

10.0000

**MUHAMMAD HAMDANI**  
**1785 30 153**



## DAFTAR ISI

	HALAMAN
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .. ..</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>5</b>
<b>1.1. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>5</b>
<b>1.2. Perumusan Masalah.....</b>	<b>15</b>
<b>1.3. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>15</b>
<b>1.4. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>15</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1 Strategi Komunikasi.....</b>	<b>17</b>
<b>2.2 Sosialisasi .....</b>	<b>18</b>
<b>2.3. Pajak Daerah .....</b>	<b>25</b>
<b>2.4. Hambatan Komunikasi.....</b>	<b>36</b>
<b>2.5. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>42</b>
<b>2.6. Kerangka Berpikir .....</b>	<b>48</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
<b>3.1. Metode Penelitian.....</b>	<b>49</b>
<b>3.2. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>50</b>
<b>3.3. Teknik Analisis Data.....</b>	<b>52</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
<b>4.1. Gambaran Umum SAMSAT Medan Selatan .....</b>	<b>56</b>
<b>4.2. Hasil Penelitian.....</b>	<b>58</b>
<b>4.3. Pembahasan .....</b>	<b>70</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>83</b>
<b>5.1. Kesimpulan .....</b>	<b>83</b>
<b>5.2. Saran.....</b>	<b>84</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>

## DAFTAR TABEL

1	Tabel	1.1.	pelayan masyarakat ( <i>public service function</i> ), pengelola pembangunan ( <i>development fuction</i> ) dan memberikan perlindungan ( <i>protection fuction</i> ).	3
2	Tabel	3.1.	Metode Penelitian	47
3	Tabel	3.2	Teknik Pengumpulan Data	48



## DAFTAR GAMBAR

1	Gambar	2.1. Jenis Sosialisasi	22
---	--------	------------------------	----





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1	Surat Riset	101
Lampiran	2	Surat Balasan	102
Lampiran	3	Panduan Wawancara	103
Lampiran	4	Dokumentasi	106



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Salah satu bentuk pengabdian rakyat terhadap negara adalah dengan melakukan kewajiban membayar pajak. Pajak yang dibebankan kepada masyarakat adalah bentuk kontribusi rakyat kepada negara dalam bentuk iuran yang bersifat wajib. Proses pembayaran pajak dilakukan melalui pelayanan publik yang disediakan oleh pemerintah. Pelayanan publik yang diberikan oleh pemerintah pada dasarnya memiliki hubungan timbal balik dengan masyarakat, dimana pelayanan publik dijadikan sebagai sarana bagi pemerintah untuk mendapatkan dana dari masyarakat kemudian dana tersebut akan dipergunakan kembali sebagai biaya dari program-program yang dibuat oleh pemerintah dalam menjalankan ketiga fungsi pemerintah yaitu sebagai pelayan masyarakat (*public service function*), pengelola pembangunan (*development fuction*) dan memberikan perlindungan (*protection fuction*).

Pengelolaan Pendapatan Daerah secara konstitusional berada dalam koordinasi Biro Keuangan (Sekretariat) sebagai Bagian Pajak dan Pendapatan. Berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Sumatera Utara Nomor 102/II/GSU tanggal 6 Maret 1973 tentang Susunan Organisasi Tata Kerja Setwilda Tingkat I Sumatera Utara, menyatakan bahwa sejak 16 Mei 1973 Biro Keuangan berubah nomenklatur menjadi Direktorat Keuangan. Perubahan tersebut berdampak pada bagian Pajak dan Pendapatan mengalami perubahan struktur, menjadi Sub Direktorat Pendapatan Daerah pada Direktorat Keuangan.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia (PP R.I) Nomor 84 Tahun 2000 tentang Pedoman Organisasi Perangkat Daerah, mendorong Pemerintah Propinsi Sumatera Utara mengeluarkan Peraturan Daerah (Perda) Nomor 3 tanggal 31 Juli 2001 tentang Dinas-Dinas sebagai Institusi teknis. Dinas ini bertugas membantu Pemerintah Provinsi (Gubernur) dalam melaksanakan tugas desentralisasi, dekonsentrasi dan tugas pembantuan (medebewind). Salah satu Dinas tersebut adalah Dinas Pendapatan Daerah Sumatera Utara (DIPENDASU). Mengingat luasnya wilayah kerja dari Dinas Pendapatan yang meliputi seluruh wilayah Sumatera Utara, maka dibentuklah UPTD/Unit Pelaksana Teknis Dinas (sebelumnya disebut cabang dinas) agar lebih efektif dan efisien. Tugas Dinas Pendapatan Daerah sangat terkait erat dengan masalah pajak.

Pajak merupakan salah satu instrumen bagi penerimaan Negara. Pajak merupakan alat bagi pemerintah dalam mencapai tujuan untuk mendapatkan penerimaan baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung dan digunakan untuk membiayai pengeluaran rutin serta pembangunan nasional dan ekonomi masyarakat. Menurut Undang-undang No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pajak adalah iuran rakyat kepada negara dimana imbalan yang di dapatkan tidak secara langsung, namun digunakan untuk keperluan Negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Undang-undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak dan Retribusi Daerah mengatur dua jenis pajak. Adapun dua jenis pajak yang berlaku di Indonesia yakni Pajak Pusat dan Pajak Daerah. Pajak yang dipungut oleh Pemerintah Pusat disebut dengan Pajak Pusat sedangkan pajak yang dipungut Pemerintah Daerah disebut



Pajak Daerah. Pajak Daerah terbagi menjadi dua yaitu Pajak Provinsi yang dipungut oleh Pemerintah Daerah tingkat provinsi dan Pajak Kabupaten/Kota yang dipungut oleh Pemerintah Daerah tingkat kabupaten/kota. Pemungutan pajak daerah oleh pemerintah daerah provinsi maupun kabupaten/kota diatur oleh Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah . Jenis pajak daerah sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009<sup>1</sup> dibagi menjadi 2 bagian, yaitu pajak provinsi dan pajak kabupaten/kota.

1. Jenis Pajak Provinsi, yaitu :
  - a. Pajak Kendaraan Bermotor
  - b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor
  - c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor
  - d. Pajak Air Permukaan
  - e. Pajak Rokok
2. Jenis Pajak Kabupaten/Kota, yaitu :
  - a. Pajak Hotel
  - b. Pajak Restoran
  - c. Pajak Hiburan
  - d. Pajak Reklame
  - e. Pajak Penerangan Jalan
  - f. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan
  - g. Pajak Parkir
  - h. Pajak Air Tanah

---

<sup>1</sup> Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009

- i. Pajak Sarang Burung Walet
- j. Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan
- k. Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan.

Pembagian hak dan kewajiban wewenang pengutipan pajak ini tidak bisa kita lepaskan dari sistem otonomi daerah yang berlaku mulai tahun 2004. Penyelenggaraan otonomi daerah berdasarkan Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan daerah dan telah direvisi menjadi Undang-Undang no 23 tahun 2014 serta Undang-Undang No. 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah yang dititik beratkan pada daerah Kabupaten dan daerah Kota, memberikan kewenangan yang sangat luas kepada daerah Kabupaten/Kota dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan yang mencakup kewenangan semua bidang pemerintah kecuali kewenangan di bidang politik luar negeri, pertahanan keamanan, peradilan, moneter dan fiskal, agama serta kewenangan bidang lainnya yang akan ditetapkan dengan peraturan perundang-undangan.

Sumatera Utara adalah salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi besar sebagai penopang ekonomi Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), kegiatan ekonomi provinsi ini menyumbang hampir 5% produk domestik bruto (PDB) pada 2019. Sumatera Utara sebagai kontributor PDB terbesar setelah Provinsi DKI Jakarta, Jawa Timur, Jawa Barat, dan Jawa Tengah. Berdasarkan Data Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan (DPJK) Kementerian Keuangan, total pendapatan Provinsi Sumatera Utara pada 2020 menembus angka Rp. 12,70 triliun. Adapun kontributor terbesar dari perolehan penerimaan pajak di Sumatera Utara yakni diperoleh dari Pajak Kendaraan

Bermotor (PKB), yaitu sekitar Rp. 2,04 triliun. Sedangkan kontributor berikutnya di susul oleh pungutan kendaraan bermotor (BBNKB) SENILAI Rp. 1,43 triliun serta Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor (PBBKB) sekitar Rp. 879,81 miliar. Jumlah merupakan jumlah yang sangat signifikan untuk mendorong pembangunan di provinsi Sumatera Utara. Jumlah pendapatan pajak daerah Provinsi Sumatera Utara pada tahun 2020 dapat di gambarkan dalam tabel dibawah ini.

**Tabel 1.1. Jumlah Pendapatan Daerah Provinsi Sumatera Utara**

<b>Jenis Pajak</b>	<b>Jumlah Perolehan</b>
Pajak Kendaraan Bermotor (PKB)	2,04.000.000.000.000
Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB)	1,43.000.000.000.000
Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor (PBBKB)	879.081.000.000
Pajak Rokok	820.082.000.000
Pajak Air Permukaan	43.085.000.000

Sumber: BPS Provinsi Sumatera Utara Tahun 2020

Data pada tabel di atas menunjukkan penyumbang utama pajak terbesar adalah Pajak Kendaraan Bermotor. Berdasarkan Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang pajak daerah definisi PKB adalah: pajak atas kepemilikan dan/atau penguasaan kendaraan bermotor. Kendaraan bermotor adalah semua kendaraan beroda dua beserta gandengannya yang digunakan di semua jenis jalan darat, dan digerakkan oleh peralatan teknik berupa motor atau peralatan lainnya yang berfungsi untuk mengubah suatu sumber daya energi tertentu menjadi tenaga gerak kendaraan bermotor yang bersangkutan termasuk alat-alat berat dan alat-alat besar yang dalam operasinya menggunakan roda dan motor dan tidak melekat secara permanen serta kendaraan bermotor yang dioperasikan di air.



**Tabel 1.2. Target dan Realisasi Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) Provinsi Sumatera Utara**

TAHUN	TARGET	REALISASI	PERSENTASE
2015	1.487.852.149.076	1.493.759.066.260	100,40 %
2016	1.589.047.921.801	1.600.726.046.444	100,73 %
2017	1.702.482.587.800	1.835.216.475.836	107,80 %
2018	1.750.758.714.765	2.048.414.970.446	117,00 %
2019	1.986.414.422.977	2.013.876.867.448	101,38 %

Sumber: Data Bidang PKB dan BBNKB BPPRDSU

Pajak kendaraan bermotor dikumpulkan melalui organisasi terpadu yaitu SAMSAT yang merupakan suatu organisasi kerjasama terpadu antara Polisi Republik Indonesia yang berfungsi menerbitkan Surat Tanda Nomor Kendaraan bermotor (STNK), Badan Pendapatan Daerah Provinsi yang berfungsi menetapkan dan memungut Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBN-KB) dan PT. (Persero) Jasa Raharja yang berfungsi mengelola Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ). Pajak kendaraan bermotor (PKB) dipungut atas kepemilikan atau penguasaan kendaraan bermotor, dan dibayarkan dimuka dan dikenakan kembali untuk masa 12 bulan atau 1 tahun (Kautsar dan Heru, 2019).

Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) merupakan salah satu instansi Pemerintah Daerah yang bertugas memberikan pelayanan publik berupa barang dan jasa secara langsung kepada masyarakat. Pembentukan SAMSAT di Indonesia, sebagai institusi yang khusus bertugas memberikan pelayanan kepada masyarakat pada dasarnya dapat dikatakan sebagai inovasi manajemen pemerintahan daerah di Indonesia. Artinya, pembentukan organisasi ini secara empirik telah memberikan hasil berupa peningkatan efektivitas

pelayanan umum, minimal kualitas pelayanan yang diberikan lebih dekat dengan kebutuhan nyata masyarakat (Darmayanti, 2016).

Terdapat 35 (tiga puluh lima) Unit Pelayanan Teknis Daerah (UPTD) yang menyediakan layanan pajak kendaraan bermotor di Sumatera Utara, yaitu:

Tabel 1.3. Unit Pelayanan Teknis Daerah (UPTD) Sumatera Utara

NO	NAMA UPTD	ALAMAT
1	UPT. Pusat Informasi Pendapatan	Jl. Sisimangaraja Km. 5,5 Medan
2	UPT. Penyuluhan	Jl. Sisimangaraja Km. 5,5 Medan
3	UPT. SAMSAT Medan Utara	Jl. Putri Hijau No. 14 Medan
4	UPT. SAMSAT Medan Selatan	Jl. Sisimangaraja Km. 5,5 Medan
5	UPT. SAMSAT Pangkalan Berandan	Jl. Sutomo No. 26 Pangkalan Brandan
6	UPT. SAMSAT Stabat	Jl. P.Diponegoro Stabat
7	UPT. SAMSAT Binjai	Jl. T. Amir Hamzah Komplek Kores Binjai
8	UPT. SAMSAT Lubuk Pakam	Jl. Tirta Deli No.1 Lubuk Pakam
9	UPT. SAMSAT Sei Rampah	Jl. Negara Komplek DPRD
10	UPT. SAMSAT Tebing Tinggi	Jl. Meyjen Sutoyo T. Tinggi
11	UPT. SAMSAT Lima Puluh	Jl. Komplek CBS-TC 04 Lima Puluh
12	UPT. SAMSAT Perdagangan	Jl. Rajamin Purba Perdagangan
13	UPT. SAMSAT Kisaran	Jl. Jend. A. Yani By Pass No. 66 Kisaran
14	UPT. SAMSAT Tanjung Balai	Jl. Jend. Sudirman No. 62 Tj. Balai
15	UPT. SAMSAT Aek Kanopan	Jl. Angkatan 66 Wonosari Aek Kanopan
16	UPT. SAMSAT Rantau Prapat	Jl. Jend A. Yani No. 102 R Rantau Prapat
17	UPT. SAMSAT Kota Pinang	Jl. Bukit Kotapinang
18	UPT. SAMSAT Gunung Tua	Jl. Merdeka No. 12 Gunung Tua
19	UPT. SAMSAT Sibuhuan	Jl. K.H Dewantara No. 31 Sibuhuan
20	UPT. SAMSAT Padang Sidempuan	Jl. Komplek Kores 209 Padang Sidempuan
21	UPT. SAMSAT Sipirok	Jl. ....
22	UPT. SAMSAT Panyabungan	Jl. William Iskandar Panyabungan
23	UPT. SAMSAT Natal	Jl. Pahlawan No. 19 Natal
24	UPT. SAMSAT Sibolga	Jl. Sutomo No. 42 Sibolga
25	UPT. SAMSAT Pandan	Jl. ....
26	UPT. SAMSAT Tarutung	Jl. Raja Johanes Hutabarat Km. 2,5 Tarutung
27	UPT. SAMSAT Balige	Jl. Somba Debata No. 1 Balige
28	UPT. SAMSAT Pematang Siantar	Jl. H. Adam Malik No. 77 Pematang Siantar
29	UPT. SAMSAT Dolok Sanggul	Jl. Bonandolok Km. 2,5 Desa Purba Dolok Dolok Sanggul
30	UPT. SAMSAT Pangururan	Jl. Simanindo Hariara Tolu Parsaoran I
31	UPT. SAMSAT Salak	Jl. Banurea No. 8 Salak
32	UPT. SAMSAT Sidikalang	Jl. Rumah Sakit Umum Sidikalang
33	UPT. SAMSAT Kabanjahe	Jl. Letjend. Jamin Ginting No. 9 Kabanjahe
34	UPT. SAMSAT Gunung Sitoli	Jl. Ampera No. 1 Gunung Sitoli
35	UPT. SAMSAT Teluk Dalam	Jl. Saonigehe Km. 1 Teluk Dalam

Sumber: <https://bpprd.sumutprov.go.id/website/about-us/uptd/>

Salah satu UPTD yang memiliki kontribusi dari Wajib Pajak Kendaraan Bermotor terbesar di Sumatera Utara adalah UPT. Samsat Medan Selatan. Berdasarkan data 2021 jumlah kendaraan bermotor mencapai 72.292 unit dengan potensi penerimaan pajak kendaraan bermotor mencapai Rp. 421.364.365.028.

Setiap hari, UPPD Samsat Medan Selatan melayani lebih kurang 1.011 kendaraan dari 8 (delapan) gerai SAMSAT Medan Selatan, yaitu: Medan Selatan, Sun Plaza, Samsat Keliling 1, 2 dan 3, Gerai Deli Tua, Gerai Tuntungan dan Gerai Mandala.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, Samsat Medan Selatan sudah melakukan beberapa sosialisasi guna meningkatkan kesadaran masyarakat tentang wajib pajak kepemilikan kendaraan bermotor, diantaranya melakukan operasi razia, kebijakan BBM gratis, menyediakan mobil keliling di beberapa tempat untuk memudahkan masyarakat dalam membayar pajak, menjalankan motto di Samsat Medan Selatan, dan sebagainya.

Tabel. 1.4. Data Kendaraan Berdasarkan Tahun Pembuatan 2019, 2020 Dan 2021

NO	JENIS KENDARAAN	2019	2020	2021
1	SEDAN	21	18	4
2	JEEP	690	391	137
3	MINIBUS	5.957	3.453	1.454
4	MICROBUS	72	21	4
5	BUS	78	13	0
6	PICK UP	762	514	153
7	LIGHT TRUCK	1	1	1
8	TRUCK	1.019	605	131
9	RODA 2	28.109	20.283	8.310
10	RODA 3	41	44	5
<b>JUMLAH</b>		<b>36.750</b>	<b>25.343</b>	<b>10.199</b>

Sumber: BPPRD PProvinsi Sumatera Utara (Data Per 16 Juni 2021)

Selama Pandemi Covid-19 Unit Pengelola Pendapatan Daerah (UPPD) SAMSAT Medan Selatan berupaya untuk tetap menjaga efektivitas layanan SAMSAT. Untuk memudahkan masyarakat melakukan pembayaran pajak, SAMSAT melakukan beberapa inovasi diantaranya melalui e-Samsat, Sipolin, Sembara, e-Samsat Nasional, dan aplikasi Smartphone. Selain meluncurkan beberapa inovasi pelayanan tersebut, upaya yang harus dilakukan juga tidak terlepas dari sosialisasi yang harus dilakukan kepada wajib pajak kepemilikan kendaraan bermotor agar masyarakat pemilik kendaraan bermotor mengetahui

bagaimana cara menunaikan kewajiban bayar pajak kendaraan yang sudah dipermudah oleh Dinas perpajakan dengan menghadirkan berbagai inovasi terbaru dalam pelayanan. Banyaknya masyarakat yang menggunakan kendaraan bermotor memang tidak menjadi garansi pendapatan daerah akan meningkat jika tidak didukung dengan faktor-faktor kesadaran dan kepatuhan membayar pajak. Ketika masyarakat memiliki kesadaran, maka membayar pajak akan dilakukan secara sukarela bukan karena keterpaksaan (Nugroho,2017)

Pada hari peringatan Ulang Tahun 72 Kodam I/Bukit Barisan Tahun 2022 Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Provinsi Sumatera (BPPRDSU) melakukan penyuluhan sosialisasi tentang e-SAMSAT Sumut Bermatabat dan Diskon Denda Pajak Kendaraan Kepada peserta dan pengunjung yang hadir ([bpprd.sumutprov.go.id](http://bpprd.sumutprov.go.id)). Sosialisasi pajak dilakukan untuk memberikan informasi yang baik dan benar sehingga wajib pajak akan memiliki pengetahuan tentang arti pentingnya membayar pajak dan pada akhirnya akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Meningkatkan kesadaran wajib pajak dilakukan dengan sosialisasi perpajakan, namun kegiatan sosialisasi harus dilakukan secara efektif dan dilakukan melalui media-media lain yang lebih familiar dimasyarakat (Juliantari,dkk.,2021).

Kegiatan Sosialisasi yang dilakukan SAMSAT tidak hanya berhenti dipenyuluhan saja namun juga pendekatan melalui media brosur. Selain itu SAMSAT Medan Selatan juga melakukan upaya lain dalam memberikan sosialisasi kepada masyarakat salah satunya memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini melalui sosial media instagram dengan nama akun @samsatmedanselatan dan website. SAMSAT Medan Selatan juga melakukan



sosialisasi melalui akun twitter dengan nama akun @samsatmedanselatan, melalui akun twitter SAMSAT Medan Selatan membagikan berbagai informasi terkait kegiatan dan program kerjadengan harapan agar banyak masyarakat yang dapat menghimpun informasi dari berbagai lini sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melakukan wajib pajak.

Banyaknya kegiatan sosialisasi yang dilakukan Samsat Medan Selatan untuk menyadarkan masyarakat tentang pentingnya wajib pajak kepemilikan kendaraan bermotor, namun masih banyak masyarakat yang mangkir dari kewajibannya. Berdasarkan hasil penelitan yang dilakukan oleh Ni Komang Ayu Juliartari (2021) bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor di Kantor Samsat Gianyar. Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Okky Cahya Akbar (2019) juga menunjukkan bahwa sosialisasi pajak, kualitas pelayanan pengetahuan pajak, sanksi pajak dan kesadaran pajak memiliki pengaruh positif dan spesifik terhadap kepatuhan pembayaran wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Sleman. Untuk itu peneliti tertarik menganalisis bagaimana strategi sosialisasi yang tepat untuk melakukan sosialisasi terhadap masyarakat khususnya di kota Medan guna meningkatkan kesadaran tentang wajib pajak. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Sosialisasi Kepada Wajib Pajak Pemilik Kendaraan Bermotor Di Upt Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (Samsat) Medan Selatan”**.

### 1.2. Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi sosialisasi kepadawajib pajakpemilik kendaraan bermotor di UPT Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap(SAMSAT) Medan Selatan?
2. Apa faktor penghambat sosialisasi kepada wajib pajak pemilik kendaraan bermotor di UPT Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap(SAMSAT) Medan Selatan?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisisStrategi sosialisasi kepadawajib pajakpemilik kendaraan bermotor di UPT Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap(SAMSAT) Medan Selatan.
2. Untuk menganalisis faktor penghambat sosialisasi kepada wajib pajak pemilik kendaraan bermotor di UPT Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap(SAMSAT) Medan Selatan.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Secara akademik, penelitian ini disumbangkan kepada Universitas Medan Area dalam rangka memperkaya khasanah penelitian dan sumber bacaan khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi yang dapat menambah pemahaman mengenai pendapatan daerah.

2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti dalam melakukan penelitian ke depan.
3. Bagi Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran mengenai efektivitas pelaksanaan sosialisasi wajib pajak kepemilikan kendaraan bermotor.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Strategi Komunikasi**

Effendy (2007) berpendapat strategi komunikasi sebagai kombinasi dari suatu perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen (management communication) dalam mencapai suatu tujuan. Dalam Strategi komunikasi idealnya kita melakukan perencanaan dan juga manajemen yang mencakup segala hal yang dibutuhkan untuk berkomunikasi dengan khalayak sasarannya (Simbolon, 2019). Alo liliweri dalam bukunya yang berjudul ‘Komunikasi Serba Ada dan Serba Makna’ berpendapat strategi komunikasi sebagai berikut (Liliweri, 2011):

1. Strategi yang mengartikulasikan, menjelaskan dan mempromosikan suatu visi komunikasi dan satuan tujuan komunikasi dalam suatu rumusan yang baik.
2. Strategi untuk menciptakan komunikasi yang konsisten, komunikasi yang dilakukan bersarkan satu pilihan (keputusan) dari beberapa opsi komunikasi.
3. Strategi berbeda dengan taktik, strategi komunikasi menjelaskan tahapan konkret dalam rangkaian aktivitas komunikasi berbasis pada satu teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi. Sedangkan taktik adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam merumuskan strategi komunikasi adalah pengenalan khalayak, pesan, metode, media dan komunikator.



Cangara (2014) berpendapat strategi komunikasi harus diawali dengan langkah berikut: (1) Memilih dan menetapkan komunikator; (2) Menetapkan Target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak. (3) Teknik Menyusun Pesan; (4) Memilih media atau saluran komunikasi; (5) Telepon selular dan SMS; (6) Produksi Media; (7) Uji Awal Materi Komunikasi; (8) Penyebarluasan media komunikasi; (9) Mengalisis efek komunikasi; (10) Memobilisasi kelompok berpengaruh; (11) Penetapan rencana anggaran; (12) Penyusunan Jadwal Kegiatan; (13) Penetapan tim kerja; (14) Evaluasi dan Audit Komunikasi.

## 2.2 Sosialisasi

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia sosialisasi mengandung pengertian proses belajar seseorang anggota masyarakat untuk mengenal dan menghayati kebudayaan masyarakat dilingkungannya. Selain itu dapat diartikan usaha untuk mengubah milik perseorangan menjadi milik umum (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2002). Menurut Damsar (2011) Sosialisasi adalah proses dimana individu menerima kemudian menginternalisasikan atau menghayati banyak nilai sosial, kepercayaan, pola-pola perilaku dari kebudayaan mereka. Menurut Vander Zanden (dalam Ihromi, 2019: 75) sosialisasi adalah proses interaksi sosial melalui mana kita mengenal cara-cara berpikir, berperasaan dan berperilaku, sehingga dapat berperan serta secara efektif dalam masyarakat

Tanpa mengalami proses sosialisasi yang memadai tidak mungkin seorang warga masyarakat akan dapat hidup normal tanpa menjumpai kesulitan dalam masyarakat. jelas, bahwa hanya dengan menjalani proses sosialisasi yang cukup banyak seorang individu warga masyarakat akan dapat menyesuaikan segala tingkah pekertinya dengan segala keharusan norma-norma sosial. Hanya lewat

proses-proses sosialisasi ini generasi-generasi muda akan dapat belajar bagaimana seharusnya bertingkah laku di dalam kondisi-kondisi tertentu. Bagaimanapun juga proses sosialisasi adalah suatu proses yang dilakukan secara aktif oleh dua pihak: pihak pertama adalah pihak yang mensosialisasi atau disebut dengan aktivitas melaksanakan sosialisasi dan pihak yang kedua adalah aktivitas pihak yang disosialisasi atau aktivitas internalisasi.

Berdasarkan teori sosialisasi dari para ahli sosiologi jika melihat proses sosialisasi dapat jelaskan bahwa sosialisasi adalah proses yang diikuti secara aktif oleh dua pihak. Pihak pertama adalah pihak yang memberikan sosialisasi, aktifitas itu biasanya disebut sebagai mengsosialisasi. Sedangkan mereka yang mendapat sosialisasi disebut aktivitas internalisasi. Aktivitas sosialisasi biasanya dilakukan menggunakan media. Terdapat banyak media dalam melakukan aktivitas sosialisasi seperti keluarga kelompok bermain, sekolah, lingkungan kerja dan media massa. Proses sosialisasi sangat berkaitan erat dengan komunikasi, karena untuk dapat menginternalisasikan sebuah informasi, nilai dan pemahaman kepada diri sendiri diperlukan transfer informasi dari sumber informasi kepada target sasarannya. Saat proses sosialisasi terjadi biasanya pesan yang disampaikan menggunakan media baik melalui media massa, media cetak, keluarga, sekolah maupun media sosial (Dwi Narwoko, 2005).

Saat manusia berinteraksi dengan orang lain, manusia tersebut akan belajar bagaimana berpikir, mempertimbangkan dengan nalar dan memiliki perasaan, hingga akhirnya menghasilkan sebuah perilaku. Termasuk pikiran dan emosi kita sesuai dengan budaya yang berlaku (Hanselin, 2007). Informasi yang disampaikan melalui sosialisasi oleh instansi pemerintah atau organisasi biasanya bertujuan

untuk memberikan penyuluhan atau memberikan pengetahuan kepada target sasaran sesuai dengan tujuan yang sudah direncanakan. Oleh karena itu penting bagi pihak yang memberikan sosialisasi untuk memilih media mana yang tepat digunakan dalam memberikan sosialisasi agar tepat sasaran.

Disamping itu menurut Mead, manusia yang baru lahir belum mempunyai diri. Pada dasarnya diri adalah kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai sebuah objek. Diri mensyaratkan proses sosial; komunikasi antar manusia. Diri muncul dan berkembang melalui aktivitas dan antara hubungan sosial. Menurut Mead mustahil membayangkan diri yang muncul dalam ketiadaan pengalaman sosial. Diri manusia ini berkembang secara bertahap melalui interaksi dengan anggota masyarakat lain. Adapun tahap perkembangan diri manusia ini menurut Mead (dalam Sunarto, 2018:28) adalah:

1. *Play stage*

Dalam tahap ini anak mengembangkan kemampuannya untuk melihat dirinya sendiri. Kegiatan tidak konsisten, tidak terorganisir peranan berganti-ganti karena belum ada konsepsi yang terpadu mengenai dirinya.

2. *Game stage*

Berbeda dengan play stage disini ada himpunan yang terorganisir. Anak harus sudah mengetahui posisinya dalam konteks yang lebih luas, dan memberikan tanggapan terhadap harapan-harapan orang lain; individu sudah mampu menghubungkan dirinya dengan komunitas dimana ia menjadi anggotanya.

Mead mengungkapkan gagasan bahwa *SELF* (diri) mempunyai dua komponen yaitu:

1. *I*, adalah faktor-faktor yang khas yang memasuki komunitas kita dengan orang lain.
2. *Me*, segi yang memberikan tanggapan pada konvensi-konvensi sosial. Jadi orang tua mengekspresikan dirinya kemudian diidentifikasi dan diinternalisasikan menjadi peran dan sikap oleh anak, akhirnya terbentuklah Self anak.

### 3. *Generalize other*

Kemampuan anak untuk mengabstraksikan peran-peran dan sikap-sikap dari *significant others* nya (semua orang lain yang dianggap berarti) serta menggeneralisasikannya untuk semua orang, termasuk dirinya.

Menurut Vebrianto (dalam Khairuddin, 2017: 63) menyimpulkan bahwa sosialisasi:

1. Proses sosialisasi adalah proses belajar, yaitu proses akomodasi dengan mana individu menahan, mengubah impul-impuls dalam dirinya dan mengambil cara hidup atau kebudayaan masyarakat.
2. Proses sosialisasi itu mempelajari kebiasaan, sikap, ide-ide, pola-pola, nilai dan tingkah laku, dan standar tingkah laku dalam masyarakat dimana ia hidup.
3. Semua sifat dan kecakapan yang dipelajari dalam proses sosialisasi itu disusun dan dikembangkan sebagai suatu kesatuan sistem dalam diri pribadinya.

Dalam proses sosialisasi, kegiatan-kegiatan yang dicakup adalah:

- a. Belajar (*learning*).
- b. Penyesuaian diri dengan lingkungan.



### c. Pengalaman mental.

Proses sosialisasi dalam keluarga dapat dilakukan baik secara formal maupun informal. Proses sosialisasi formal dikerjakan melalui proses pendidikan dan pengajaran, sedangkan proses sosialisasi informal dikerjakan lewat proses interaksi yang dilakukan secara tidak sengaja. Corak hubungan orang tua-anak akan menentukan proses sosialisasi serta perkembangan kepribadiannya berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *Fels Research Institute* yang dikemukakan oleh Vebrianto (dalam Suyatno, 2019: 73) terdapat tiga pola yaitu:

1. Pola menerima–menolak. Pola ini didasarkan atas taraf kemesraan orang tua terhadap anak.
2. Pola memiliki–melepaskan. Pola ini bergerak dari sikap protektif orang tua terhadap anak.
3. Pola demokrasi–otokrasi. Pola ini didasarkan atas taraf partisipasi dalam menentukan kegiatan-kegiatan dalam keluarga.

Menurut Berger dan Luckman (dalam Ihromi, 2019: 32) sosialisasi dibedakan atas dua tahap yakni:

- a. Sosialisasi primer sebagai sosialisasi pertama yang dijalani individu semasa kecil, melalui mana ia menjadi anggota masyarakat, dalam tahap ini proses sosialisasi primer membentuk kepribadian anak kedalam dunia umum dan keluargalah yang berperan sebagai agen sosialisasi.
- b. Sosialisasi sekunder, didefinisikan sebagai proses berikutnya yang memperkenalkan individu yang telah disosialisasikan ke dalam sektor baru dunia objektif masyarakat; dalam tahap ini proses sosialisasi mengarah pada terwujudnya sikap profesionalisme; dan dalam hal ini menjadi agen

sosialisasi adalah lembaga pendidikan, peer group, lembaga pekerjaan, lingkungan yang lebih luas dari keluarga

Mead (dalam Ritzer, 2017: 274) mengidentifikasi empat basis dan tahap tindakan yang saling berhubungan. Keempat tahap itu mencerminkan satu kesatuan organik. Tahapan-tahapan itu adalah; impuls tahap pertama adalah dorongan hati/impuls yang meliputi “stimulus/rangsangan spontan yang berhubungan dengan alat indera dan reaksi aktor terhadap rangsangan, kebutuhan untuk melakukan sesuatu terhadap rangsangan misal lapar. Persepsi tahap kedua yaitu aktor menyelidiki dan bereaksi terhadap rangsangan yang berhubungan dengan impuls, dalam hal ini rasa lapar dan juga berbagai alat tersedia untuk memuaskannya. Manipulasi yaitu segera setelah impuls menyatakan dirinya sendiri dan objek telah dipahami, langkah selanjutnya adalah memanipulasi objek atau mengambil tindakan berkenaan dengan objek. Konsumsi yaitu mengambil tindakan yang memuaskan dorongan hati yang sebenarnya.

Suatu keluarga sebagai kelompok juga melaksanakan berbagai kegiatan dalam berbagai bidang, dan karena itu pula mengerjakan kegiatan-kegiatan, seperti ekonomi, pendidikan, agama, rekreasi, dan politik. Kartono (2016:9) membagi pengertian politik dalam lima kategori sebagai berikut:

1. Secara institusional dan hukum kenegaraan.
2. Menekankan kegiatan memerintah suatu teritorium.
3. Pengertian kekuasaan.
4. Penekanan pada individu.
5. Bersifat teoritis

Pola sosialisasi politik dapat berlangsung dalam dua bentuk yakni sosialisasi represif yaitu sosialisasi yang menekankan pada kepatuhan anak dan penghukuman terhadap perilaku keliru. Kedua sosialisasi partisipatif yaitu sosialisasi yang menekankan pada otonomi anak dan memberikan imbalan terhadap perilaku anak yang baik. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat:

**Tabel 2.1**  
**Jenis Sosialisasi**

Sosialisasi Represif	Sosialisasi Partisipatif
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menghukum perilaku yang keliru.</li> <li>- Hukuman dan imbalan material.</li> <li>- Kepatuhan anak.</li> <li>- Komunikasi sebagai Perintah.</li> <li>- Komunikasi non verbal.</li> <li>- Sosialisasi yang berpusat pada orang tua.</li> <li>- Anak memperhatikan keinginan orang tua.</li> <li>- Keluarga merupakan <i>significant other</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memberi imbalan bagi perilaku yang baik.</li> <li>- Hukuman dan imbalan simbolis.</li> <li>- Otonomi anak.</li> <li>- Komunikasi sebagai interaksi.</li> <li>- Komunikasi verbal.</li> <li>- Sosialisasi yang berpusat pada anak.</li> <li>- Orang tua memperhatikan keperluan anak.</li> <li>- Keluarga merupakan <i>generalized other</i>.</li> </ul>

Sumber : (Damsar,2020: 155)

Tipe Sosialisasi menurut Sunarto (2004) sebagai berikut:

#### 1. Formal

Sosialisasi formal terjadi melalui lembaga yang berwenang berdasarkan ketentuan yang berlaku dalam negara, seperti pendidikan di sekolah atau pendidikan militer.

#### 2. Informal

Sosialisasi informal biasanya terjadi di masyarakat atau dalam pergaulan yang bersifat kekeluargaan, seperti antar teman, sahabat, dan kelompok-kelompok sosial yang ada di dalam masyarakat.

### 2.3. Pajak Daerah

UU NO. 28 Tahun 2009 tentang PDRD, sebagai pengganti dari UU No. 18 Tahun 1997 sebagaimana telah diubah dengan UU No. 34 Tahun 2000 mempertegas pengertian pajak dalam tataran pemerintahan yang lebih rendah (daerah), yaitu: “Pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Pajak Daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan pemerintah daerah dan pembangunan daerah (Mardiasmo, 2002). Sedangkan menurut Marihot (2013) Pajak Daerah merupakan iuran wajib yang dilakukan oleh daerah kepada orang pribadi atau badan tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah. Pajak daerah juga merupakan salah satu sumber Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) yang digunakan pemerintah untuk menjalankan program-programnya. Pemungutan pajak dapat bersifat dipaksakan karena sudah diatur dan sesuai dengan peraturan Perundang-undangan yang berlaku.

Saat anda mengunjungi restoran lalu melakukan pembayaran, dan terlihat dalam struk/nota pembayaran terdapat tambahan pengenaan Pajak Restoran sebesar 10%, maka anda telah berkontribusi dalam pembayaran Pajak Daerah untuk Kabupaten/Kota di mana restoran itu menjalankan usahanya. Pembayaran



yang anda lakukan akan dihimpun oleh pengusaha restoran sebagai Wajib Pajak, lalu pengusaha restoran tersebut akan menyetor pajak restoran yang telah dikutip dari pelanggan restoran ke rekening Kas Daerah Pemerintah Daerah. Pelanggan restoran sebagai pihak yang telah dikutip pembayaran pajak daerah tidak akan mendapat jasa atau kontraprestasi secara langsung dari Pemerintah Daerah. Nominal pembayaran yang disetor ke Kas Daerah akan dihimpun dan selanjutnya digunakan untuk membiayai kegiatan pembangunan daerah.

Selanjutnya, ketika anda melakukan pembayaran Retribusi Daerah, maka pembayaran yang dilakukan merupakan kompensasi atas sebuah jasa/layanan yang diberikan oleh Pemerintah Daerah. Apabila terdapat pungutan yang dinamakan Retribusi namun tidak terdapat jasa/layanan yang diberikan kepada pembayar Retribusi, maka pada hakikatnya pembayaran tersebut tidak dapat dikategorikan sebagai Retribusi. Pajak daerah memiliki beberapa fungsi, antara lain:

1. Fungsi Anggaran : Pajak daerah digunakan untuk pendanaan rutin seperti belanja pegawai, belanja barang, pemeliharaan, pembangunan, dan juga sebagai tabungan pemerintah daerah.
2. Fungsi Mengatur : Pemerintah daerah mengatur pertumbuhan ekonomi melalui kebijaksanaan pajak daerah. Melalui fungsi ini, dana dari pajak daerah dapat digunakan sebagai salah satu alat untuk mencapai tujuan ekonomi pemerintahan dan mengurangi masalah ekonomi.
3. Fungsi Stabilitas : Pajak daerah berfungsi membantu pemerintah untuk menstabilkan harga barang dan jasa sehingga dapat mengurangi inflasi.

Tetapi untuk dapat memenuhi fungsi ini pemungutan dan penggunaan pajak harus dilakukan secara efektif dan efisien.

4. Fungsi Restribusi Pendapatan : Pajak daerah yang ada digunakan untuk mebiayai semua kepentingan umum termasuk untuk membuka lapangan kerja baru sehingga terjadi pemerataan pendapatan serta mencegah kesenjangan ekonomi antara yang kaya dan miskin.

Adapun unsur – unsur Pajak Daerah, adalah sebagai berikut:

1. Subjek Pajak Daerah: Subjek Pajak adalah individu atau badan yang mempunyai kewajiban untuk membayar atau terlibat dalam aktivitas perpajakan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Objek Pajak Daerah: Objek pajak daerah adalah segala sesuatu yang dikenakan pajak daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Contohnya hotel, restoran, kendaraan bermotor, dll.
3. Tarif Pajak Daerah: Tarif pajak adalah besar kecilnya jumlah pajak yang harus dibayarkan sesuai dengan kepemilikan terhadap objek pajak.

Pajak daerah dibagi menjadi dua golongan sesuai dengan pasal 2 Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak dan Retribusi Daerah dijelaskan sebagai berikut:

1. Jenis Pajak Provinsi :
  - a. Pajak kendaraan bermotor
  - b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor
  - c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor
  - d. Pajak Air Permukaan dan

- e. Pajak Rokok
- 2. Jenis Pajak Kabupaten/Kota:
  - a. Pajak Hotel
  - b. Pajak Restoran
  - c. Pajak Hiburan
  - d. Pajak Reklame
  - e. Pajak Penerangan Jalan
  - f. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan
  - g. Pajak Parkir
  - h. Pajak Air Tanah
  - i. Pajak Sarang burung wallet
  - j. Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan dan Bea Perolehan Ha katas Tanah dan Bangunan.

### **Tata Cara Pemungutan Pajak Daerah**

Pelaksanaan pemungutan pajak daerah tidak dapat diborongkan dalam artian seluruh proses kegiatan pemungutan pajak tidak dapat diserahkan kepada pihak ketiga (Marihot, 2013). Meski begitu dalam pelaksanaannya tidak menutup kemungkinan adanya kerjasama dengan pihak ketiga dalam proses pemungutan pajak, antara lain pencetakan formulir perpajakan, pengiriman surat-surat kepada wajib pajak, atau penghimpunan data subjek dan objek pajak. Kegiatan yang tidak dapat dikerjakamkan dengan pihak ketiga adalah kegiatan perhitungan besarnya pajak yang terutang, pengawasan penyetoran pajak dan penagihan pajak.

Wajib pajak yang memenuhi kewajiban pembayaran pajak dengan cara dibayar sendiri wajib menghitung, memperhitungkan, membayar dan melaporkan sendiri pajak yang terutang menggunakan surat pemberitahuan pajak daerah (Marihot, 2013). Berdasarkan ketentuan ini wajib pajak melaporkan kepada kepala daerah tentang perhitungan dan pembayaran pajak dalam jangka waktu tertentu yang ditetapkan dalam peraturan daerah tentang daerah dimaksud. Surat pemberitahuan Pajak Daerah merupakan surat yang digunakan oleh wajib pajak untuk melaporkan penghitungan dan atau pembayaran pajak.

Menurut Edy Suprianto (2011:13) dalam bukunya Perpajakan di Indonesia, ada beberapa teori yang mendasari adanya pemungutan pajak, yaitu:

- a. Teori Asuransi: Negara berhak memungut pajak dari penduduk karena menurut teori ini negara melindungi semua rakyat dan rakyat membayar premi pada negara.
- b. Teori Kepentingan: Negara berhak memungut pajak karena penduduk negara tersebut mempunyai kepentingan pada negara, makin besar kepentingan penduduk kepada negara maka makin besar pula pajak yang harus dibayarkan kepada negara.
- c. Teori Bakti: Mengajarkan bahwa penduduk adalah bagian dari suatu negara oleh karena itu penduduk terikat pada negara dan wajib membayar pajak pada negara dalam arti berbakti pada negara.
- d. Teori Gaya Pikul: Teori ini mengusulkan supaya didalam hal pemungutan pajak pemerintah memperhatikan gaya pikul Wajib Pajak
- e. Teori Gaya Beli: Teori ini justifikasi pemungutan pajak terletak pada akibat pemungutan pajak. Misalnya tersedianya dana yang cukup untuk



membiayai pengeluaran umum negara, karena akibat baik dari perhatian negara kepada masyarakat maka pemungutan pajak adalah juga baik.

- f. Teori Pembangunan: Justifikasi pemungutan pajak yang paling tepat adalah pembangunan dalam arti masyarakat yang adil dan makmur.

### **Pajak Kendaraan Bermotor**

Pajak Kendaraan Bermotor menurut Peraturan Gubernur Sumatera Utara Nomor 12 Tahun 2018 (2018:6) adalah semua kendaraan beroda beserta gandengannya yang digunakan di semua jenis jalan darat dan digerakkan oleh peralatan teknik berupa motor atau peralatan lainnya, yang berfungsi untuk mengubah suatu sumber daya energi tertentu menjadi tenaga gerak kendaraan bermotor yang bersangkutan, termasuk alat-alat berat dan alat-alat besar yang dalam operasinya menggunakan roda dan motor dan tidak melekat secara permanen.

Sedangkan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) adalah pajak atas kepemilikan dan/atau penguasaan kendaraan bermotor. Menurut Djafar (2011: 51) menjelaskan bahwa pajak kendaraan bermotor merupakan pajak yang bersifat objektif, bergantung pada objek yang dikenakan pajak yang berada dalam kepemilikan atau penguasaan wajib pajak.

Menurut Peraturan Gubernur Sumatera Utara Nomor 12 Tahun 2018 (2018:7) menjelaskan bahwa Objek PKB meliputi kepemilikan dan/atau penguasaan kendaraan bermotor yang terdaftar di Provinsi Sumatera Utara, termasuk kepemilikan dan/atau penguasaan kendaraan bermotor beserta gandengannya, alat-alat berat dan alat-alat besar di jalan darat, kecuali:

- Kereta api,

- Kendaraan bermotor yang semata-mata digunakan untuk keperluan pertahanan dan keamanan Negara,
- Kendaraan bermotor yang dimiliki dan/atau dikuasai Kedutaan, Konsulat Perwakilan Negara Asing dan Perwakilan Lembaga-lembaga Internasional, dan
- Kendaraan bermotor yang dimiliki dan/atau dikuasai pabrikan atau importir yang semata-mata tersedia untuk dipamerkan.

Sedangkan yang termasuk dalam Subjek PKB adalah orang pribadi, Badan atau instansi Pemerintah. Tarif Pajak berdasarkan Peraturan Gubernur Sumatera Utara Nomor 12 Tahun 2018 (2018:10) menetapkan Tarif PKB sebagai berikut:

- 1,75% untuk kepemilikan pertama kendaraan pribadi,
- 1% untuk kendaraan bermotor angkutan umum,
- 0,5% untuk kendaraan ambulans, pemadam kebakaran, sosial keagamaan, Pemerintah dan Pemerintah Daerah,
- 0,2% untuk kendaraan bermotor alat-alat berat dan alat-alat besar.

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa pajak kendaraan bermotor termasuk pajak langsung yang pemungutannya dilakukan setiap satu tahun sekali dan dipungut berdasarkan peraturan yang berlaku. Pajak kendaraan bermotor termasuk dalam pajak daerah lebih tepatnya pajak provinsi yang subjek pajak dan wajib pajaknya adalah orang yang memiliki kendaraan bermotor. Besar tarif pajak kendaraan bermotor dipungut berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan.

### **2.3.1 Unit Pengelolaan Pendapatan Daerah Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (UPPD) SAMSAT) Medan Selatan.**

Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap yang disingkat SAMSAT atau dalam Bahasa Inggris *One-stop Administration Services Office*, adalah suatu sistem administrasi yang dibentuk untuk memperlancar dan mempercepat pelayanan kepentingan masyarakat yang kegiatannya diselenggarakan dalam satu gedung. Samsat merupakan suatu sistem kerjasama secara terpadu antara Polri, Badan Pendapatan Provinsi, dan PT. (Persero) Jasa Raharja dalam pelayanan untuk menerbitkan STNK dan Tanda Nomor Kendaraan Bermotor yang dikaitkan dengan pemasukan uang ke kas negara baik melalui Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, dan Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJJ), dan dilaksanakan pada satu kantor yang dinamakan Kantor Bersama Samsat.

Kepolisian Republik Indonesia memiliki fungsi penerbitan STNK; Dinas Pendapatan Provinsi menetapkan besarnya Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBN-KB); sedangkan PT Jasa Raharja mengelola Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ). Samsat ada di masing-masing provinsi, serta memiliki unit pelayanan di setiap kabupaten/kota.

Peraturan Gubernur Sumatera Utara Nomor 5 Tahun 2019 menerangkan bahwa SAMSAT atau disebut juga Unit Pengelolaan Pendapatan Daerah SAMSAT Medan Selatan dengan wilayah kerja Kota Medan dan sekitarnya. Terletak di Jalan Sisingamangaraja KM. 5,5 Medan. Adapun mempunyai tugas pokok melaksanakan sebagian fungsi Badan di bidang Pajak dan Retribusi Daerah. Sementara fungsi UPPD SAMSAT mencakup:

- a. Penyelenggaraan pengkajian bahan petunjuk teknis di bidang pajak dan retribusi daerah; dan
- b. Penyelenggaraan pelayanan di bidang pajak dan retribusi daerah.

### **2.3.2 Uraian Tugas Organisasi UPPD SAMSAT Medan Selatan**

#### **1. Kepala UPPD SAMSAT, uraian tugas meliputi:**

- a. Menyelenggarakan perumusan program kerja UPT Pengelolaan Pendapatan Daerah;
- b. Menyelenggarakan koordinasi, memimpin, membina, dan mengendalikan pelaksanaan tugas pokok dan fungsi UPT Pengelolaan Pendapatan Daerah;
- c. Menyelenggarakan pengkajian bahan petunjuk teknis pelayanan pengendalian, evaluasi, pelaporan dan koordinasi pajak dan retribusi daerah;
- d. Menyelenggarakan pelayanan pajak dan retribusi daerah;
- e. Menyelenggarakan telaahan staf sebagai bahan pertimbangan pengambilan kebijakan teknis operasional;
- f. Menyelenggarakan koordinasi dengan Kabupaten/Kota serta unit kerja terkait; g.
- g. Menyelenggarakan tugas lain, sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya.

#### **2. Kepala Sub Bagian (Kasubbag) Tata Usaha, uraian tugas meliputi:**

- a. Melaksanakan penyusunan program kerja UPT Pengelolaan Pendapatan Daerah dan Sub Bagian Tata Usaha;



- b. Melaksanakan kehumasan dalam lingkup UPT Pengelolaan Pendapatan Daerah;
  - c. Melaksanakan pengelolaan administrasi kepegawaian;
  - d. Melaksanakan pengelolaan administrasi keuangan;
  - e. Melaksanakan rekonsiliasi potensi pajak dan retribusi daerah;
  - f. Melaksanakan pengelolaan umum dan perlengkapan;
  - g. Melaksanakan pengelolaan tata naskah dinas dan kearsipan;
  - h. Melaksanakan penyusunan bahan telaahan staf, sebagai bahan pertimbangan pengambilan kebijakan;
  - i. Melaksanakan koordinasi dengan unit kerja terkait;
  - j. Melaksanakan evaluasi dan pelaporan program kerja UPT Pengelolaan Pendapatan Daerah dan kegiatan Sub Bagian Tata Usaha;
  - k. Melaksanakan tugas lain, sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya.
3. Kepala Seksi Pendataan dan Penetapan, uraian tugas meliputi:
- a. Melaksanakan penyusunan program kerja Seksi Pendataan dan Penetapan;
  - b. Melaksanakan penyusunan bahan petunjuk teknis pelayanan pendataan dan pendaftaran, serta penetapan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB), Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor (PBBKB), Pajak Air Permukaan (PAP), Pajak Rokok;
  - c. Melaksanakan koordinasi, pembinaan, pengendalian, evaluasi, pembukuan dan pelaporan pendataan dan penetapan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB),

- Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor (PBBKB), Pajak Air Permukaan (PAP), Pajak Rokok;
- d. Melaksanakan pelayanan pendataan, pendaftaran, dan penetapan, serta keberatan dan banding Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB), Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor (PBBKB), Pajak Air Permukaan (PAP), Pajak Rokok;
  - e. Melaksanakan pengendalian pelaksanaan pelayanan pendataan dan pendaftaran, serta penetapan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB), Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor (PBBKB), Pajak Air Permukaan (PAP), Pajak Rokok;
  - f. Melaksanakan penyusunan bahan telaahan staf, sebagai bahan kebijakan teknis operasional;
  - g. Melaksanakan koordinasi dengan kabupaten/kota serta unit kerja terkait;
  - h. Melaksanakan tugas lain, sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya.
4. Kepala Seksi Penagihan dan Pengelolaan, uraian tugas meliputi:
- a. melaksanakan penyusunan program kerja Seksi Penagihan dan Pengelolaan Tunggal;
  - b. melaksanakan penyusunan bahan petunjuk teknis pelayanan penagihan dan pengelolaan piutang dan/atau tunggakan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB), Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor (PBBKB), Pajak Air Permukaan (PAP), Pajak Rokok;

- c. melaksanakan pelayanan penagihan dan pengelolaan piutang dan/atau tunggakan serta keberatan dan banding Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB), Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor (PBBKB), Pajak Air Permukaan (PAP), Pajak Rokok;
- d. melaksanakan koordinasi, pengendalian evaluasi pelaporan penagihan dan pengelolaan piutang dan/atau tunggakan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB), Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor (PBBKB), Pajak Air Permukaan (PAP), Pajak Rokok;
- e. melaksanakan penyuluhan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB), Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor (PBBKB), Pajak Air Permukaan (PAP), Pajak Rokok;
- f. melaksanakan penyusunan bahan telaahan staf, sebagai bahan kebijakan teknis operasional;
- g. melaksanakan koordinasi dengan kabupaten/kota serta unit kerja terkait;
- h. melaksanakan tugas lain, sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya.

#### **2.4. Hambatan Komunikasi**

Manusia pada hakikatnya merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri yang selalu membutuhkan bantuan orang lain. Untuk menjalin hubungan dengan orang lain adalah dengan komunikasi. Keefektivitasan komunikasi yang terjadi akan menjadikan hubungan yang terjalin akan berjalan

dengan baik. Menurut ilmuwan Amerika Serikat Jhon B. Watson dalam (1974) yakni mengemukakan bahwa komunikasi mencakup semua perilaku, termasuk respon (tindakan balasan) terhadap suatu stimulus (rangsangan). Artinya, bahwa ada kaitan antara stimulus dengan respon pada perilaku manusia. Jika seseorang menerima stimulus, maka dapat diprediksi bentuk respon dari orang tersebut.

Sannon dan Weaver dalam Rahmauli (2019:24) mengungkapkan bahwa komunikasi merupakan suatu transmisi pesan dan bagaimana transmitter menggunakan media dalam berkomunikasi. Dalam teori informatif, jika sinyal media yang dipakai baik, maka komunikasi berjalan efektif. Namun sebaliknya, jika sinyal media yang digunakan tidak baik, maka komunikasi tidak berjalan lancar. Adapun jenis-jenis komunikasi adalah sebagai berikut.

a. Komunikasi Lisan

Komunikasi lisan secara langsung adalah komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang saling bertatap muka secara langsung dan tidak ada jarak atau peralatan yang membatasi mereka. Lisan ini terjadi pada saat dua orang atau lebih saling berbicara/ berdialog, pada saat wawancara, rapat, berpidato. Komunikasi lisan yang tidak langsung adalah komunikasi yang dilakukan dengan perantara alat telepon, handphone, dan lain sebagainya karena adanya jarak dengan si pembicara dengan lawan bicara.

b. Komunikasi Tulisan

Komunikasi tulisan adalah komunikasi yang dilakukan dengan perantara tulisan tanpa adanya pembicaraan secara langsung dengan menggunakan bahasa yang singkat, jelas, dan dapat dimengerti oleh penerima. Komunikasi tulisan dapat berupa surat menyurat, sms, surat elektronik,



dan lain sebagainya. Komunikasi tulisan juga dapat melalui naskah-naskah yang menyampaikan informasi untuk masyarakat umum dengan isi naskah yang kompleks dan lengkap seperti surat kabar, majalah, buku-buku, serta foto. Demikian pula dengan spanduk, iklan dan lain sebagainya.

### **Hambatan Komunikasi**

Gangguan (Noise) merupakan segala sesuatu yang menghalangi kelancaran dalam proses berkomunikasi. Kata Noise dapat diartikan sebagai keadaan tertentu dalam sistem kelistrikan yang mengakibatkan tidak lancarnya atau berkurangnya ketepatan peraturan, Kata Noise sendiri diambil dari istilah kelistrikan. Salah satu bentuk gangguan dari komunikasi tertulis adalah pencetakan huruf yang saling bertindihan dalam suatu surat kabar atau majalah akan menjadi gangguan bagi pembacanya. Kata-kata yang diucapkan secara tidak tepat oleh seorang penyiar radio akan mengganggu komunikasi dengan pendengarnya. Jika kata-kata atau kalimat yang disampaikan bukan hal yang umum atau kata-kata yang tidak dipahami secara luas oleh pendengar akan mengakibatkan pendengar tidak memahami maksud dari kalimat tersebut. Penggunaan kata-kata asing yang sulit dimengerti tentu merupakan bagian dari noise atau gangguan yang harus dihindari oleh stasiun radio. Manusia sebagai komunikator memiliki kecenderungan untuk acuh tak acuh, meremehkan sesuatu, salah menafsirkan, atau tidak mampu mengingat dengan jelas apa yang diterimanya dari komunikator. Setidaknya-tidaknya ada tiga faktor psikologis yang mendasari hal itu (Suprpto, 2009 :14), yaitu:

1. *Selective attention*. Orang biasanya cenderung untuk memberi perhatian lebih kepada hal – hal (komunikasi) yang dikehendaknya. Misalnya

seseorang yang tidak berminat membeli sepeda motor jelas tidak berminat membaca iklan jual beli motor.

2. *Selective perception*. Suatu kali, seseorang berhadapan dengan suatu peristiwa komunikasi maka seseorang itu lebih cenderung menafsirkan isi komunikasi sesuai dengan prakonsepsi yang sudah dimilikki sebelumnya. Hal ini sangat erat kaitannya dengan kecenderungan berpikir *stereotype*.
3. *Selective retention*. Meskipun seseorang memahami suatu komunikasi, namun orang akancenderung hanya mengingat apa yang mereka ingin untuk diingat. Misalnya, setelah membaca suatu artikel berimbang mengenai komunisme, seorang mahasiswa yang anti komunis hanya akanmengingat hal – hal jelek mengenai komunisme. Sebaliknya mahasiswa yang prokomunis cenderung untuk mengingat kelebihan-kelebihan sistem komunisme yang diungkapkan oleh artikel tersebut.

Hambatan dari proses Komunikasi Menurut Marhaeni Fajar (2009) ada yaitu:

- a. Hambatan pengirim pesan.

Hambatan ini terjadi jika oesan yang disampaikan belum jelas bagi dirinya atau pengirim pesan. Hal ini dipengaruhi oleh perasaan atau situasi emosional sehingga mempengaruhi motivasi yang mendorong seseorang untuk bertindak sesuai keinginan atau kepentingan pengirim pesan.

- b. Hambatan dalam penyandian/symbol.

Hambatan ini dapat terjadi karena bahsa yang dipergunakan tidak jelas sehingga mempunyai arti lebih dari satu, symbol yang dipergunakan tidak jelas sehingga mempunyai arti yang lebih dari satu atau symbol

yang dipergunakan oleh pengirim kepada penerima tidak sama atau bahasa yang dipergunakan terlalu sulit.

c. Hambatan media.

Hambatan ini terjadi saat penggunaan media komunikasi seperti gangguan suara radio sehingga tidak dapat mendengarkan pesan dengan jelas.

d. Hambatan dalam bahasa sandi.

Hambatan dalam bahasa sandi terjadi saat menafsirkan sandi oleh penerima.

e. Hambatan dari penerima pesan.

Hambatan ini terjadi biasanya karena kurangnya perhatian pada saat menerima/mendengarkan pesan, sehingga pendengar memberikan sikap prasangka tanggapan yang keliru dan tidak mencari informasi lebih lanjut.

### Hambatan Psikologi

Saat proses berkomunikasi dalam kegiatan sosialisasi hambatan psikologis terkadang menjadi gangguan dalam berkomunikasi. Misalnya komunikan yang memiliki trauma karena tertimpa musibah dan bencana alam. Atau memiliki pengalaman buruk terkait pembayaran pajak sehingga perasaan negative muncul saat mereka menerima pesan sehingga pesan yang diterima tidak dapat dipahami secara maksimal.

Onong Uchjana Effendy (2009) berpendapat dalam bukunya yang berjudul *dinamika komunikasi* ada beberapa faktor lain yang menjadi penghambat dalam berkomunikasi yaitu:

1. Hambatan Sosio-antro psikologis, dimana dalam proses komunikasi berlangsung dalam konteks situasional. Hal ini membuat komunikator harus memperhatikan situasi ketika komunikasi berlangsung. Karena situasi saat berkomunikasi sangat berpengaruh terhadap kelancaran komunikasi terumata situasi yang berhubungan dengan faktor-faktor sosiologis-antropologi-psikologis.
2. Hambatan Semantik, terjadi pada diri komunikator. Faktor semantic menyangkut bahasa yang digunakan oleh komunikator sebagai “alat” untuk menyalurkan pikiran dan perasaannya kepada komunikan. Demi kelancaraan komunikasinya seorang komunikator harus benar-benar memperhatikan gangguan semantic ini, sebab jika terjadi salah ucap atau salah penulisan dapat menimbulkan salah pengertian (*misunderstanding*) atau salah tafsir (*misinterpretation*) yang pada gilirannya bisa menimbulkan salah komunikasi (*misscommunication*). Menurut Effendy (2009) salah ucap saat berkomunikasi biasanya disebabkan karena komunikator berbicara terlalu cepat sehingga ketika pikiran dan perasaan belum mantap terformulasikan. Gangguan semantic ini juga terjadi dari aspek antropologis dimana kata-kata yag sama bunyinya dan tulisannya tetapi memiliki makna yang berbeda.
3. Hambatan Mekanis, dapat ditemu pada media yang digunakan dalam proses komunikasi. Misalnya dalam kehidupan sehari-hari suara telepon yang tidak jelas, ketikan huruf buram pada surat dll.
4. Hambatan Ekologis, terjadi disebabkan oleh gangguan lingkungan terhadap proses berlangsungnya komunikasi yang datangnya dari lingkungan. Contoh hambatan ekologi salah satunya adalah saat ada suara riuh dari orang –orang sekitar atau suara bising lalu lintas dan suara hujan dan petir saat cuaca buruk. Situasi komunikasi yang tidak menyenangkan seperti hal tersebut dapat diatasi oleh komunikator dengan menghindari potensi menghadapi situasi tersebut dengan mengusahakan tempat komunikasi yang bebas dari gangguan-gangguan tersebut.



## 2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk menjadi bahan perbandingan dan referensi. Selain itu juga untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini.

No.	Nama	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Debora Yunita Simbolon (2017)	Strategi Komunikasi Samsat Besanjo	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh Samsat Ogan Komering Ilir dalam program Samsat Besanjo untuk meningkatkan kepatuhan membayar PKB di Wilayah Kota Kayuagung dan apa saja kendala dan hambatan yang dihadapi dalam menjalankan strategi komunikasi tersebut.	Berdasarkan hasil penelitian, Samsat Ogan Komering Ilir belum mengimplementasikan semua langkah dalam menentukan strategi komunikasi yang diungkapkan oleh Cangara. Strategi komunikasi Samsat Ogan Komering Ilir melalui Program Samsat Besanjo terdiri dari: memilih dan menetapkan komunikator, menetapkan target tujuan, menyusun pesan, memilih media/saluran komunikasi, penggunaan telepon seluler dan SMS, produksi media, penyebaran media komunikasi, memobilisasi kelompok berpengaruh, persiapan jadwal, penetapan kerja tim, dan evaluasi. Kendala yang dihadapi Samsat Ogan Komering Ilir dalam menjalankan strategi komunikasinya terdiri dari eksternal (pembayar pajak tidak jelas) alamat dan persepsi publik) dan kendala internal (kurangnya personel, tidak ada anggaran khusus belum, dan jangkauannya	Persamaan penelitiannya dengan sebelumnya: metode deskriptif kualitatif, teknik pengambilan sampel purposive sampling, teknik pengumpulan data wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi  Perbedaannya terletak di tujuan penelitian dan tempat penelitian.

				<b>masih terbatas).</b>	
2.	Agung Bahroni, dkk (2021)	Strategi Komunikasi Humas PT. Jasa Raharja Dalam meningkatkan Pelayanan Terhadap Korban Kecelakaan Lalu Lintas	Untuk mengetahui tentang strategi komunikasi humas PT. Jasa Raharja dalam meningkatkan pelayanan terhadap korban kecelakaan lalu lintas di kelurahan wirolegi kecamatan sumbersari	Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) strategi komunikasi humas PT. Jasa Raharja dalam meningkatkan pelayanan, adapun beberapa elemen tersebut adalah sosialisasi dilembaga kemasyarakatan, bertatap muka langsung, menggunakan media online, (2) adanya keterlibatan korban untuk memberikan respon, guna untuk membantu kinerja Jasa Raharja,(3) adanya keterlibatan instansi terkait,struktur organisasi, kecepatan dan ketepatan guna untuk mempermudah Jasa Raharja dalam memberikan pelayanan	Persamaan penelitiannya dengan sebelumnya: metode deskriptif kualitatif, teknik pengambilan sampel purposive sampling, teknik pengumpulan data wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi  Perbedaannya terletak di tujuan penelitian dan tempat penelitian.
3.	Aprilia Lianjani (2018)	Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Tangerang selatan dalam mensosialisasikan program smart city	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemerintah kota tangerang selatan dalam sosialisasi smart city dan apa faktor pendukung dan faktor penghambat dalam sosialisasi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) strategi komunikasi humas PT. Jasa Raharja dalam meningkatkan pelayanan, adapun beberapa elemen tersebut adalah sosialisasi dilembaga kemasyarakatan, bertatap muka langsung, menggunakan media online, (2) adanya keterlibatan korban untuk memberikan respon, guna untuk membantu kinerja Jasa Raharja,(3) adanya keterlibatan instansi terkait,struktur organisasi, kecepatan dan ketepatan guna untuk mempermudah Jasa Raharja dalam memberikan pelayanan	Persamaan penelitiannya dengan sebelumnya: metode deskriptif kualitatif, teknik pengambilan sampel purposive sampling, teknik pengumpulan data wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi  Perbedaannya terletak di tujuan penelitian dan tempat penelitian.

4.	Aan Widodo, dkk (2020)	Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Bekasi dalam Program Bekasi Smart city	Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi komunikasi pemerintah kota Bekasi dalam upaya menyelesaikan Program Bekasi Smart City di Kota Bekasi.	Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi komunikasi pemerintah kota Bekasi menyelesaikan program ialah melalui sosialisasi. Secara umum sosialisasi dilakukan (1) Pihak pemerintah kepada tim pelaksana, (2) Tim pelaksana kepada dinas terkait, (3) Dinas terkait kepada masyarakat. Meski upaya melalui strategi komunikasi sudah dilakukan, namun implementasi Program dinilai belum optimal. Hal ini disebabkan kurangnya pemahaman pihak terkait mengenai program Bekasi Smart City.	Persamaan penelitiannya dengan sebelumnya: metode deskriptif kualitatif, teknik pengambilan sampel purposive sampling, teknik pengumpulan data wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi  Perbedaannya terletak di tujuan penelitian dan tempat penelitian.
5.	Okky Cahya Akbar (2019)	Pengaruh Sosialisasi Pajak, Pengetahuan, Kualitas Pelayanan Sanksi Pajak dan Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Kendaraan Bermotor.	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh sosialisasi pajak, pengetahuan pajak, kualitas pelayanan, sanksi pajak dan kesadaran pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Sleman.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi pajak, kualitas pelayanan pengetahuan pajak, sanksi pajak dan kesadaran pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Sleman.	Persamaan penelitiannya dengan sebelumnya: metode deskriptif kualitatif, teknik pengambilan sampel purposive sampling, teknik pengumpulan data wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi  Perbedaannya terletak di tujuan penelitian dan tempat penelitian.
6.	Gesang	Strategi	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor pendukung dan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa	Persamaan penelitiannya

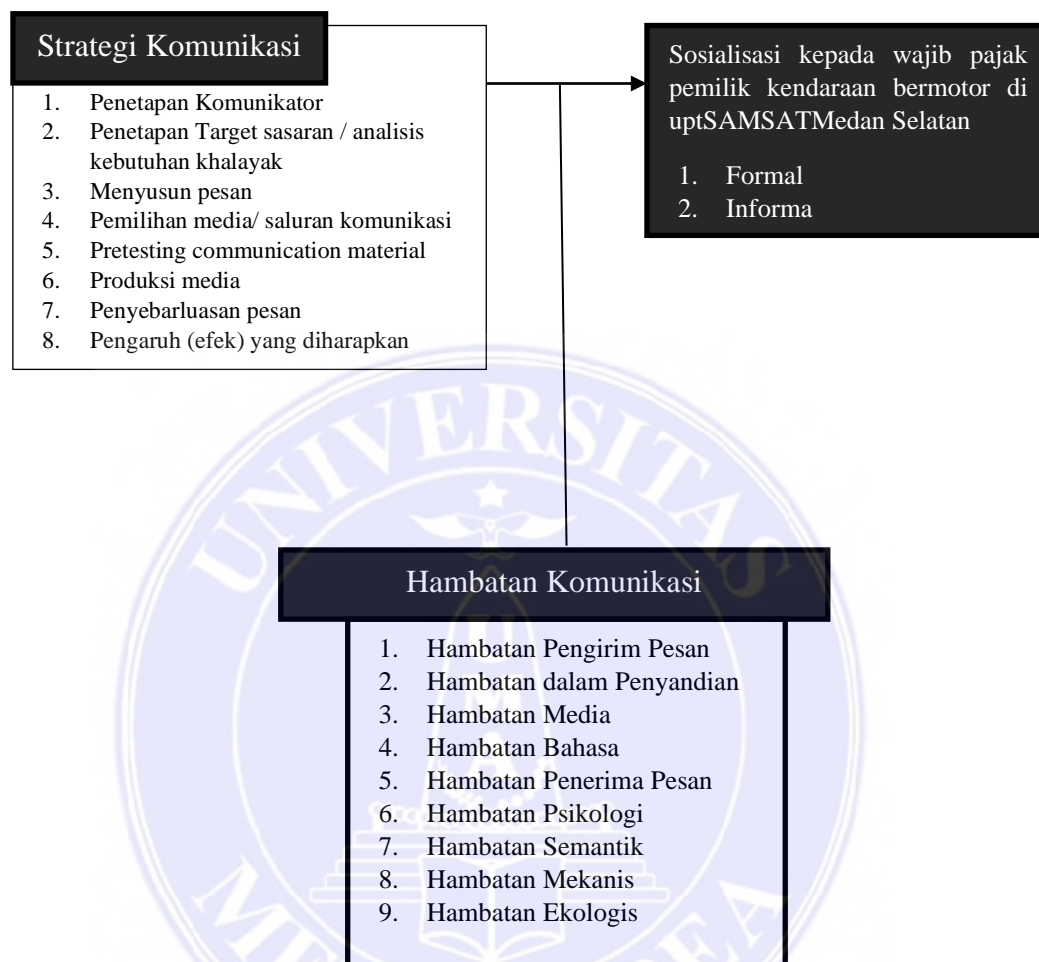
	Kurnia Betasoni (2018)	Peningkatan Pendapatan Pajak Kendaraan Bermotor Sebagai Upaya Meningkatkan Pajak Daerah di Kab. Ponorogo	penghambat penerimaan pajak kendaraan bermotor serta untuk mengetahui dan menganalisis strategi peningkatan pendapatan pajak kendaraan bermotor sebagai upaya meningkatkan penerimaan pajak daerah di Kabupaten Ponorogo.	sosialisasi pajak, kualitas pelayanan pengetahuan pajak, sanksi pajak dan kesadaran pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Sleman.	dengan sebelumnya: metode deskriptif kualitatif, teknik pengambilan sampel purposive sampling, teknik pengumpulan data wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi  Perbedaannya terletak di teori yang digunakan menggunakan teori SWOT
7.	Dwi Ardiani, dkk (2019)	Strategi Sosialisasi Politik oleh KPU Kab. Ngawi untuk membentuk pemilih pemula yang cerdas dalam pemilihan gubernur dan wakil gubernur jawa timur tahun 2018 di kab. Ngawi	Untuk mengetahui strategi sosialisasi politik oleh KPU Kab. Ngawi untuk membentuk Pemilih Pemula	Hasil dari penelitian ini adalah strategi sosialisasi politik yang dilakukan oleh KPU Kabupaten Ngawi untuk membentuk pemilih pemula yang cerdas dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Timur termasuk perumusan strategi dan perencanaan jangka panjang, tahapan pemilihan tindakan menggunakan strategi serangan dan strategi persuasi dan tahap alokasi sumber daya organisasi menggunakan strategi penguatan	Persamaan penelitiannya dengan sebelumnya: metode deskriptif kualitatif, teknik pengambilan sampel purposive sampling, teknik pengumpulan data wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi  Perbedaannya terletak di teori yang digunakan.
8.	Vania Utamie	Strategi Sosialisasi	Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap strategi sosialisasi kebijakan penderekan melalui media sosial oleh Suku Dinas	Hasil yang diketahui dari penelitian ini tentang empat hal sebagai berikut: 1).	Persamaan penelitiannya dengan sebelumnya:



	Subiako (2019)	Kebijakan Penderekan oleh Suku Dinas Perhubungan Jakarta Barat	Perhubungan Jakarta Barat, melalui perspektif studi kasus. Hal ini sebagai cara untuk mensosialisasikan PERDA DKI Jakarta Nomor 5 Tahun 2014.	Perencanaan strategi sosialisasi kebijakan penderekan oleh Suku Dinas Perhubungan Jakarta Barat.; 2). Sumber strategi sosialisasi kebijakan penderekan oleh Suku Dinas Perhubungan Jakarta Barat.; 3). Hambatan strategi sosialisasi kebijakan penderekan oleh Suku Dinas Perhubungan Jakarta Barat.; dan 4) Gambaran audiens sosialisasi kebijakan penderekan oleh Suku Dinas Perhubungan Jakarta Barat.	metode deskriptif kualitatif, teknik pengambilan sampel purposive sampling, teknik pengumpulan data wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi  Perbedaannya terletak di jenis penelitian studi kasus
9.	Ade Della Oktapia,dkk (2019)	Analisi Strategi Sosialisasi Pasar Modal dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Masyarakat Berinvestasi di Era Industri 4.0	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan stimultan beberapa variabel yang ada terhadap strategi sosialisasi pasar modal dan keputusan masyarakat terutama mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi berinvestasi di pasar modal di era Revolusi Industri (4.0).	Hasil penelitian ini yaitu: (a) ada hubungan signifikan secara parsial antara sosialisasi pasar modal melalui seminar pasar modal berpengaruh terhadap keputusan responden untuk berinvestasi di pasar modal (b) Tidak ada hubungan signifikan secara parsial antara sosialisasi dan pasar modal melalui kampanye “yuk nabung saham” berpengaruh terhadap keputusan responden untuk berinvestasi.(c) Tidak ada hubungan signifikan secara parsial antara sosialisasi pasar modal melalui aplikasi investasi (Invissee) tidak berpengaruh terhadap keputusan responden untuk berinvestasi (d) ada hubungan cukup signifikan secara simultan antara variable strategi sosialisasi pasar modal terhadap keputusan masyarakat berinvestasi di pasar	Persamaan penelitiannya dengan sebelumnya: metode deskriptif kualitatif, teknik pengambilan sampel purposive sampling, teknik pengumpulan data wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi

				modal pada Era Revolusi Industri(4.0).	
10.	Achmad Barlian (2021)	Analisis Strategi Sosialisasi Pajak atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik (Pmse) sebagai upaya Optimalisasi Penerimaan Pajak	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kampanye pajak terkait dengan transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) sebagai upaya optimalisasi penerimaan pajak, serta entitas penghambat dan penggerak dalam strategi kampanye.	Hasilnya menunjukkan bahwa PMSE masih perlu dikembangkan dengan baik. Sarana dan prasarana harus memadai dan up to date dengan perkembangan zaman sehingga pajak dari transaksi PMSE memberikan kontribusi yang optimal bagi penerimaan negara.	Persamaan penelitian dengan sebelumnya: metode deskriptif kualitatif, teknik pengambilan sampel purposive sampling, teknik pengumpulan data wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi

## 2.6. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

### Konseptual:

1. Bagaimana Strategi Komunikasi sosialisasi kepada wajib pajak pemilik kendaraan bermotor di SAMSAT Medan Selatan?
2. Bagaimana sosialisasi yang dilakukan SAMSAT Medan Selatan kepada Wajib Pajak Pemilik Kendaraan bermotor?
3. Bagaimana Hambatan Komunikasi yang terjadi dalam proses sosialisai kepada pemilik kendaraan bermotor di SAMSAT Medan Selatan?

### BAB III METODE PENELITIAN

#### 3.1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan sebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Metode kualitatif juga merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post-positivisme, yang juga digunakan untuk meneliti kondisi objek alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen utama. Metode kualitatif merupakan jenis metode penelitian yang diangkat dari realitas tertentu yang diinterpretasikan dengan tidak melewati prosedur statistika dan kuantifikasi lainnya, (Sugiyono, 2018:15).

Penelitian ini menggunakan desain deskriptif kualitatif, yaitu suatu penelitian yang terbatas pada usaha-usaha mengungkapkan suatu masalah atau keadaan atau peristiwa sebagaimana adanya sehingga bersifat sekedar mengungkapkan fakta (*fact finding*). Hasil penelitian ini ditekankan untuk membentuk gambaran secara objektif tentang keadaan yang sebenarnya dari objek yang diteliti (Sugiyono, 2018: 31).

Desain deskriptif dapat diartikan juga sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dan dilakukan dengan menggambarkan keadaan atau objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) berdasarkan fakta yang tampak atau sebagaimana adanya (Sugiyono, 2018:63). Tahap awal metode



deskriptif tidak lebih dari penemuan fakta-fakta seadanya. Selanjutnya pemikiran dikembangkan dengan memberi penafsiran yang memadai terhadap fakta-fakta yang ditemukan. Jadi metode deskriptif tidak terbatas sampai pada pengumpulan dan menyusun data, tetapi juga meliputi analisis dan interpretasi tentang arti data itu sendiri.

Penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk mendapatkan gambaran yang lebih dalam dan spesifik mengenai implementasi pajak daerah. Penelitian ini bersifat kausistik dan menarik untuk dilakukan telaah lebih mendalam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dan dapat diterapkan secara optimal di lembaga tersebut (Moloeng, 2019:3).

### **3.2. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2018: 224). Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa teknik yaitu :

#### **1. Wawancara Mendalam**

Secara umum wawancara mendalam merupakan sebuah proses tanya jawab untuk memperoleh keterangan dan bertujuan memperoleh data penelitian. Wawancara dilakukan tatap muka antara pewawancara dengan informan atau yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Dengan demikian, kekhasan wawancara mendalam adalah

keterlibatannya dalam kehidupan informan atau membangun hubungan interaksi yang baik dengan informan.

Pewawancara adalah orang yang menggunakan metode wawancara sekaligus berhak menentukan materi yang akan diwawancarai serta kapan dimulai dan diakhiri. Pewawancara disini adalah peneliti. Meskipun demikian, informan juga berhak menentukan perannya dalam hal kesepakatan mengenai kapan waktu wawancara mulai dilaksanakan dan diakhiri. Informan adalah orang yang diwawancarai, diminta informasi oleh pewawancara. Informan adalah orang yang diperkirakan menguasai dan memahami data, informasi, ataupun fakta dari suatu objek penelitian (Bungin, 2016: 108).

Untuk melengkapi teknik wawancara mendalam pada penelitian ini, makamerujuk kepada implementasi Peraturan Walikota Nomor 8 Tahun 2017, Informan yang akan melengkapi proses wawancara pada penelitian ini terdiri dari:

- a. Informan kunci berjumlah 5 (lima) orang staff yang terdiri dari petugas pengutip Pajak Daerah; Perusahaan Wajib Pajak yang Terdaftar dan taat membayar pajak; Perusahaan Wajib Pajak yang Terdaftar dan belum taat membayar Pajak; Perusahaan Restoran/Rumah Makan yang potensial terdaftar sebagai wajib Pajak namun belum terdaftar sebagai Wajib Pajak.
- b. Informan Utama terdiri dari Kepala Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan; dan lain-lain yang berkaitan dengan Pajak Daerah.

## 2. Observasi (pengamatan)

Pengamatan terlibat (*participant observation*) merupakan sebuah proses penelitian yang dilakukan secara sistematis, terencana, dan terarah pada suatu

tujuan. Pengamat atau peneliti terlibat langsung dalam kehidupan sehari-hari dari subjek atau kelompok yang diteliti. Dengan keterlibatan langsung dalam kehidupan sehari-hari tersebut menyebabkan terjadinya hubungan sosial dan emosional antara peneliti dengan subjek yang diteliti, Dampaknya si peneliti mampu menghayati perasaan, sikap, pola pikir yang mendasari perilaku subjek yang diteliti terhadap masalah yang dihadapi.

### 3.3. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh melalui bahan bacaan (*Literature*), pengamatan dan wawancara dicatat secara sistematis, kemudian dipilah-pilah berdasarkan kategori-kategori yang telah ditetapkan sesuai dengan masalah penelitian. Selanjutnya data yang telah terpilah dalam kategorisasi ini diolah dan dilihat hubungan masing-masing kategori, serta selanjutnya diinterpretasikan dengan menggunakan konsep dan teori, lalu dipaparkan pada bab sebelumnya sehingga dapat ditarik kesimpulan.

Menurut miles dan Huberman, kegiatan analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Penggabungan secara bersamaan antara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi sebagai sesuatu yang saling jalin menjalin merupakan proses siklus dan interaksi pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk sejajar yang membangun wawasan umum disebut “analisis” (Silalahi, 2019:339).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif mencakup transkrip hasil wawancara, reduksi data, analisis, interpretasi data dan triangulasi.

Analisis data menghasilkan penarikan kesimpulan. Berikut ini adalah teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti:

a. Reduksi Data

Reduksi data bukanlah suatu hal yang terpisah dari analisis. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Kegiatan reduksi data berlangsung terus-menerus atau selama pengumpulan data. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadi tahapan reduksi, yaitu membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, dan menulis memo.

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis untuk menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Reduksi data atau proses transformasi ini berlanjut terus sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun. Jadi penelitian kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan dalam aneka macam cara: melalui seleksi ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkan dalam suatu pola yang lebih luas, dan sebagainya

b. Triangulasi

Teknik triangulasi sebagai teknik untuk mengecek keabsahan data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian (Moloeng, 2019:330).



Triangulasi dapat dilakukan dengan menggunakan teknik yang berbeda, yaitu wawancara, observasi dan dokumen. Triangulasi ini selain digunakan untuk mengecek kebenaran data juga dilakukan untuk memperkaya data. Selain itu triangulasi juga berguna untuk menyelidiki validitas tafsiran peneliti terhadap data, karena itu triangulasi bersifat reflektif.

Denzin (dalam Moloeng, 2019), membedakan empat macam triangulasi, diantaranya dengan memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori. Pada penelitian ini, dari keempat macam triangulasi tersebut, peneliti hanya menggunakan teknik pemeriksaan dengan memanfaatkan sumber. Triangulasi dengan sumber artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Adapun langkah untuk mencapai kepercayaan itu adalah sebagai berikut:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat dari berbagai kelas.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang berkaitan.

### c. Penyajian Data

Penyajian data yang sering digunakan untuk data kualitatif pada masa yang lalu adalah dalam bentuk teks naratif dalam puluhan, ratusan, atau bahkan ribuan halaman. Akan tetapi, teks naratif dalam jumlah yang besar melebihi beban kemampuan manusia dalam memproses informasi. Manusia tidak cukup mampu memproses informasi yang besar jumlahnya; kecenderungan kognitifnya adalah menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam kesatuan bentuk yang disederhanakan dan selektif atau konfigurasi yang mudah dipahami.

Penyajian data dalam kualitatif sekarang ini juga dapat dilakukan dalam berbagai jenis matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Semuanya dirancang untuk menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu padan dan mudah diraih. Jadi, penyajian data merupakan bagian dari analisis.

### d. Menarik Kesimpulan

Kegiatan analisis ketiga adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Ketika kegiatan pengumpulan data dilakukan, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan awal yang belum jelas akan meningkat menjadi lebih terperinci. Kesimpulan-kesimpulan “final” akan muncul bergantung pada besarnya kumpulan-kumpulan catatan lapangan, pengkodeannya, penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang digunakan, kecakapan peneliti, dan tuntutan pemberi dana, tetapi sering kali kesimpulan itu telah dirumuskan sejak awal.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

1. Strategi sosialisasi yang dilakukan oleh Kantor SAMSAT Medan Selatan diantaranya adalah: (1) Menentukan Komunikator, (2) Menentukan target sasaran (3) Teknik Menyusun Pesan (4) Menentukan Media dan saluran Komunikasi (5) Melakukan Uji awal Komunikasi (6) Penyebarluasan Media Komunikasi (7) Menganalisis efek komunikasi (8) Memobilisasi Kelompok Berpengaruh (8) Penetapan Tim Kerja (9) Menganalisis efek komunikasi (10) Memobilisasi kelompok berpengaruh (11) Penetapan rencana anggaran (12) Penyusunan jadwal kegiatan (13) Evaluasi dan Audit Komunikasi
- Berikut beberapa bentuk sosialisasi yang dilakukan oleh SAMSAT Medan Selatan:
- a. Pembentukan SAMSAT Gerai, tempat pelayanan yang membantu SAMSAT Induk
  - b. Pembentukan SAMSAT Corner, pelayanan yang berada di pusat perbelanjaan
  - c. Penyediaan Bus SAMSAT keliling, fasilitas layanan pembantu yang berpindah pindah ke setiap daerah
  - d. Payment Point System (Pembayaran Titipan), sistem kerja sama dengan Bank SUMUT
  - e. E-SAMSAT Paten, layanan informasi melalui sms dan aplikasi

2. Sosialisasi yang dilakukan oleh Kantor SAMSAT Medan Selatan sudah efektif, namun masih mengalami beberapa kendala seperti kurangnya partisipasi masyarakat, adanya calo dan keadaan ekonomi masyarakat wajib pajak. Hambatan komunikasi yang dialami oleh adalah hambatan proses, hambatan fisik, hambatan semantic dan hambatan psikologis.

## 5.2. Saran

1. Membentuk suatu tim yang bertugas untuk mempublikasikan (sebagai penyuluh) tentang kegunaan, peranan, dan fungsi dari membayar pajak kendaraan bermotor
2. Pihak kepolisian harus lebih sering melakukan razia agar dapat diketahui wajib pajak kendaraan bermotor yang belum melunasi PKB nya, sehingga ada rasa takut/cemas apabila tidak membayar PKB dan tentu hal ini akan meningkatkan pendapatan daerah.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. 2018. *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armico
- Badan Pusat Statistik Sumatera Utara. 2020. *Jumlah Pendapatan Daerah Provinsi Sumatera Utara*. <https://sumut.bp.go.id/>
- Bungin, B. 2016. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Damsar. 2020. *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, O.U. 2017. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Horton, P.B. 2018. *Sosiologi Jilid II*. Jakarta: Erlangga
- Ihromi. 2019. *Bunga Rampai Sosiologi Keluarga*. Jakarta : Obor.
- Kartono, K. 2016. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Mandar Maju
- Khairuddin, H. 2017. *Sosiologi Keluarga*. Yogyakarta: Nurcahaya
- LittleJohn, F. 2018. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika
- Moloeng, L.J. 2019. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Morissan, A.M. 2015. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Penerbit Kencana.
- Kautsar Riza Salman dan Heru Tjaraka. 2019. *Pengantar Perpajak : cara meningkatkan kepatuhan wajib pajak*. Jakarta : Indeks.
- Darmayanti, Eka. 2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Kasus Samsat Kabupaten Kepulauan Selayar)*. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makasar.

- Nugroho, Agus. 2017. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pajak Pratama Yogyakarta. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Juliantari, N.K.A., I Made Sudiartana dan Ni Luh Gde Mahayu Dieriyani. 2021. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Kewajiban Moral, Sanksi Pajak, Dan Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor di Kantor SAMSAT Gianyar. *Jurnal Kharisma*. Vol.3, No.1 Hal:128-139
- Akbar, O.K. 2019. Pengaruh Sosialisasi Pajak, Pengetahuan Pajak, Kualitas Pelayanan Sanksi Pajak dan Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Kendaraan Bermotor. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Effendy, O.U. 2007. *Dinamika komunikasi*. Bandung: Remadja Karya CV
- Cangara, H. 2014. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (edisi revisi) cet.2 Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Simbolon, D.Y. 2019. Strategi Komunikasi Samsat Besanjo. *Jurnal Universitas Sebelas Maret*. Vol.1, No.1 hal: 1-10
- Susanti, H. A. (2015). Strategi komunikasi badan kependudukan dan keluarga berencana nasional (bkkbn). *Jurnal aspikom*, 2(4), 243-254.
- Liliweri, Alo. (2011) *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: MedPress (anggota IKAPI).
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mardiasmo. 2011. *Perpajakan Edisi Revisi 2011*. Edisi Kelima. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Marihot, P. S. (2013). *Pajak Daerah & Retribusi Daerah*. & B. Ali, Producer) Retrieved Mei, 6, 2018.
- Supriyanto, E. (2011). *Akuntansi Perpajakan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Subiakto, V. U. (2019). *Strategi Sosialisasi Kebijakan Penderekan oleh Suku Dinas*

Perhubungan Jakarta Barat. CoverAge: Journal of Strategic Communication, 9(2), 31-42.

- Della Oktapia, A. (2019). Analisis Strategi Sosialisasi Pasar Modal dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Masyarakat Berinvestasi di Era Industri 4.0. JURNAL MAKRO MANAJEMEN, 4(2), 117-132.
- Lestari, Y. (2016). Strategi Komunikasi Sosialisasi Pengetahuan Dasar Komprehensif HIV/AIDS. Jurnal Komunikasi, 10(1), 13-28.
- Nurdianti, S. R. (2014). Analisis faktor-faktor hambatan komunikasi dalam sosialisasi program Keluarga Berencana pada masyarakat kebon agung-Samarinda. Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(2), 145-159.
- Cangara, Hafied. 2016. Pengantar Ilmu Komunikasi. Edisi 2, Cetakan Ke-17. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suryanto. 2015. Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Mivadila, M., Chatra, E., & Ariany, R. (2019). Proses Komunikasi Dalam Sosialisasi Pilgub Sumatera Barat Tahun 2015. Profetik: Jurnal Komunikasi, 11(2), 05-16.
- Peraturan Daerah (Perda) Nomor 3 tanggal 31 Juli 2001 tentang Dinas-Dinas sebagai Institusi teknis
- Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Utara No 1 tahun 2015 perubahan atas Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Utara No 1 tahun 2011 tentang Pajak Daerah Provinsi Sumatera Utara.
- Peraturan Gubernur Sumatera Utara No. 22 Tahun 2017 tentang Tugas, Fungsi Uraian Tugas dan Tata kerja Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Provinsi Sumatera Utara.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia (PP R.I) Nomor 84 Tahun 2000 tentang Pedoman Organisasi Perangkat Daerah
- Rahmauli, M. 2019. Analisis Sistem Pengendalian Intern Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Provinsi Sumatera Utara (Studi Kasus Pada badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Provinsi Sumatera Utara). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Rakhmat, J. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Ritzer, G. 2017. *Teori Sosiologi Modern Edisi Ketujuh (Terjemahan)*. Jakarta: Prenada Media Group

- Sendjaja, S. Djuarsa. 2017. *Teori Komunikasi*. Jakarta : Pusat Penerbit Universitas Terbuka.
- Silalahi, M.P. 2019. *Pajak Daerah & Retribusi Daerah*. Jakarta: Rajawali Pers
- Singarimbun, M. 2017. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3S.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunarto, K. 2018. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: UI Press
- Suyatno. 2019. *Pengantar Sosiologi: Pemahaman, Fakta dan Gejala*. Jakarta: Bumi Aksara
- Undang-undang No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan
- Undang-Undang No. 32 Tahun 2014 tentang Pemerintahan daerah
- Undang-Undang No. 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah
- Undang-undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah
- UU RI Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah
- Wiryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.

**Lampiran :**

1. Apa saja faktor-faktor yang mendukung pelayanan pajak kendaraan bermotor di samsat?
  - Pelatihan/Bimbingan teknis
  - Anggaran
  - Komunikasi
  - Sikap petugas pelayanan
2. Bagaimana proses sosialisasi wajib pajak yang dilakukan pihak samsat?

Proses sosialisasi wajib pajak yang dilakukan pihak samsat adalah

- Melaksanakan Himbauan kepada masyarakat
  - Razia Gabungan
  - Koordinasi dengan kecamatan sekitar
  - Bus samsat keliling
  - Samsat Gerai
  - Payment point system (pembayaran titipan)
  - Sensus/Penelusuran Kendaraan Bermotor Yang Tidak Memerlukan Daftar Ulang (KB-TMDU).
  - E- Samsat Paten
  - Loker Informasi dan Pengaduan
3. Apa saja yang menghambat proses sosialisasi wajib pajak di samsat?

Dalam sebuah kegiatan pasti terdapat kekurangan yaitu perlu sosialisasi ke masyarakat agar wajib pajak dapat mengetahui dimana titik layanan itu beroperasi dan sosialisasinya telah dilakukan setiap 2 bulan SAMSAT Medan Selatan mengundang 100 orang masyarakat untuk mensosialisasikan layanan unggulan yang ada di Kecamatan Medan Selatan dan bekerja sama dengan sejumlah media cetak maupun elektronik untuk menyampaikan informasi tentang layanan-layanan unggulan SAMSAT Medan Selatan.
  4. adakah pihak lain yang terlibat di dalam kegiatan sosialisasi wajib pajak?



Ada beberapa pihak yang dilibatkan dalam proses sosialisasi salah satunya pihak pihak terkait yang memiliki power di lingkungan setempat seperti lurah, atau orang kecamatan.

5. adakah pihak samsat menjalin relasi/hubungan kerja sama dengan masyarakat terkait sosialisasi wajib pajak?

Untuk pelaksanaan sosialisasi kami pasti menjalin dulu hubungan kerjasama dengan masyarakat setempat yang menjadi target sosialisasi agar dapat mempermudah berjalannya proses sosialisasi

6. Bagaimana strategi yang kalian SAMSAT lakukan dalam melakukan sosialisasi kepada wajib pajak?

Hal pertama pastinya kami menentukan siapa yang menjadi target sosialisasi, kemudian kami menentukan pesan apa yang mau disampaikan dalam sosialisasi kepada wajib pajak, selanjutnya menentukan dalam acara apa atau melalui media apa sosialisasi ini kami laksanakan. Misalnya seperti sebelumnya sosialisasi kami lakukan saat acara ulang tahun Kodam Bukit barisan. Kemudian sosialisasi di acara *car free day* setiap minggu. Baru setelah itu kami membagi tim untuk sosialisasi.

7. Apakah ada evaluasi yang dilakukan setelah sosialisasi selesai?

Tentu ada, soalnya dalam melakukan sosialisasi kami kan ada anggarannya juga jadi kami harus ada evaluasi acara dan anggaran. Apakah sosialisasinya berjalan dengan baik, jika tidak apakah ada kendala, apa yang menjadi kendalanya agar di sosialisasi selanjutnya dapat terhindarkan atau dapat dicegah.

8. Menurut anda apa yang menjadi penghambat dalam sosialisasi samsat kepada wajib pajak?

Biasanya mereka yang datang sudah punya mindset sendiri bahwa pembayaran pajak itu sulit, padahal tujuan sosialisasi ini untuk memberikan informasi kepada mereka bahwa bayar pajak kendaraan itu mudah dan dapat dengan berbagai cara. Selain itu situasi lapangan yang menghambat terlalu bising dijalanan karena diacara *car free day*. Jadi membuat masyarakat terkadang kehilangan focus untuk mendengarkan sosialisasi.

### Dokumentasi:





