

KOMUNIKASI PUBLIK TERHADAP UPAYA MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT DALAM MEMBAYAR PAJAK RESTORAN

Cleopatra Amanda Putri, Kadek Dristiana Dwivayani

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda

Email: cleopatramandaputri@gmail.com, kadekdristiana@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini melihat gambaran komunikasi publik yang digunakan Bapenda dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk membayar pajak restoran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis-jenis komunikasi publik yang digunakan Bapenda dalam melakukan sosialisasi guna meningkatkan kesadaran masyarakat untuk membayar pajak restoran serta mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dari kesadaran masyarakat untuk membayar pajak restoran di Kota Samarinda. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode fenomenologi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan studi literasi serta dokumentasi. Dalam menentukan subjek penelitian, peneliti menggunakan Teknik Purposive Sampling. Teknik analisis data yang digunakan yaitu mengumpulkan data, mereduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pihak Bapenda terus memperbaiki dan melakukan inovasi dengan melakukan komunikasi publik kepada masyarakat serta membuat website dan media sosial untuk menyebarkan informasi terkait wajib pajak restoran pada masyarakat pemilik restoran. Hal tersebut juga diperkuat oleh informasi sebagai salah satu masyarakat taat pajak bahwa strategi yang digunakan Bapenda cukup efektif untuk dilakukan guna meningkatkan kesadaran masyarakat untuk membayar pajak restoran. Faktor pendukung dari komunikasi publik yang dilakukan Bapenda terdiri dari pemilik restoran yang berada di tempat sosialisasi, edukasi setelah pendaftaran, keberadaan Web SIMPAD, pembayaran pajak secara daring dan optimalisasi dari media sosial. Sedangkan faktor penghambat dari komunikasi publik yaitu kurangnya edukasi masyarakat terkait Web SIMPAD, kurang aktif di media sosial dan ketidakhadiran pemilik toko pada saat sosialisasi berlangsung.

Kata Kunci: Komunikasi Publik; Kesadaran Masyarakat; Pajak Restoran.

Abstract

This study looks at the picture of public communication used by Bapenda in raising public awareness to pay restaurant tax. This study aims to determine the types of public communication used by Bapenda in conducting socialization to increase public awareness to pay restaurant tax and to find out the supporting and inhibiting factors of public awareness to pay restaurant tax in Samarinda City. This type of

How to cite:	Cleopatra Amanda Putri, Kadek Dristiana Dwivayani (2023) Komunikasi Publik terhadap Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Pajak Restoran, (8) 7, http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i6
---------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

E-ISSN:	2548-1398
----------------	-----------

Published by:	Ridwan Institute
----------------------	------------------

research is a type of qualitative research with phenomenological methods. The data collection methods used were interviews, observations and literacy studies and documentation. In determining the research subject, researchers use the Purposive Sampling Technique. The data analysis techniques used are collecting data, reducing data, presenting data and drawing conclusions. The results showed that Bapenda continues to improve and innovate by conducting public communication to the public and creating websites and social media to disseminate information related to restaurant taxpayers to the restaurant owner community. This is also reinforced by information as one of the tax-abiding communities that the strategy used by Bapenda is effective enough to be carried out to increase public awareness to pay restaurant tax. The supporting factors of public communication carried out by Bapenda consist of restaurant owners who are in the place of socialization, education after registration, the existence of the SIMPAD Web, online tax payments and optimization of social media. Meanwhile, the inhibiting factors of public communication are the lack of public education related to Web SIMPAD, lack of activity on social media and the absence of shop owners during socialization.

Keywords: *Public Communications; Public Awareness; Restaurant Tax.*

Pendahuluan

Penunggakan pembayaran pajak adalah salah satu masalah besar yang sering terjadi di Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Samarinda atau yang biasa sering disingkat dengan nama lain yaitu kantor BAPENDA. Bapenda adalah instansi yang berada dibawah pemerintah Kota Samarinda yang dibagi menjadi 5 UPTD yaitu UPTD 1, UPTD 2, UPTD 3, UPTD 4 dan UPTD 5. Instansi ini memiliki tanggung jawab dalam penerimaan pendapatan daerah melalui proses pemungutan pajak yang meliputi pajak restoran, pajak parkir, pajak hiburan, pajak hotel.

Dalam hal ini penulis memilih untuk meneliti lebih dalam tentang pajak restoran, salah satu alasan yang menjadikan penulis meneliti pajak restoran adalah karena pajak restoran bermanfaat sebagai salah satu bentuk bantuan masyarakat kepada pemerintah daerah untuk membangun keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Permasalahan yang terjadi pada penelitian ini adalah minimnya kesadaran Wajib Pajak dibagian restoran. Selain itu juga penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu serta pengetahuan mengenai perpajakan pemungutan pajak restoran, hasil yang didapatkan setelah penelitian ini bisa diberikan kepada kantor bapenda sebagai saran masukan, pertimbangan peningkatan pelayanan untuk mematuhi pembayaran pajak restoran.

Kesadaran masyarakat dalam membayar pajak masih terbilang minim atau dapat diartikan bahwa sebagian besar masyarakat kurang sadar dalam melakukan salah satu kewajibannya untuk membayar pajak. Masyarakat yang membayar pajak disebut dengan Wajib Pajak (WP). Melalui pembayaran pajak, maka bisa memaksimalkan pendapatan daerah ataupun negara (Pangesti & Yushita, 2019). Sebab itulah, kepatuhan wajib pajak ini sangatlah penting untuk dapat di jalankan dan diperhatikan dengan baik. Adapun dasar hukum tentang pajak yaitu: 1) Undang-Undang No.28 2009 mengenai Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. 2) Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 9 Tahun 2019 mengenai perubahan kedua atas Perda No. 4 Tahun 2011 mengenai Pajak Daerah. 3) Peraturan walikota Samarinda No. 2 tahun 2019 tentang sistem dalam prosedur pemungutan Pajak Daerah.

Landasan dalam memberikan pajak restoran, yaitu nominal yang sepatutnya didapatkan oleh restoran. Maksud dari nominal yang didapatkan meliputi nominal pembayaran sesudah pemotongan harga dan nominal pembelian mempergunakan voucher makanan dan minuman. Dimaksud dengan yang sepatutnya didapatkan oleh restoran, yaitu harga jual makanan-minuman berbentuk voucher maupun bentuk lainnya yang diserahkan tanpa ada pungutan biaya tambahan. Penetapan tarif pajak restoran sejumlah 10%, terkecuali kantin yang terletak di sekitar kantor pemerintah/pemerintah daerah, dan juga food car yang mendapatkan pajak sejumlah 5%. Wajib pajak restoran diharuskan memuat tarif pajak restoran ke bukti transaksi yang mereka berikan ke subjek pajak. Wajib pajak yang tidak memuat tarif pajak restoran ke bukti transaksi ke subjek pajak, tentu nominal pembayaran sudah termasuk pajak.

Berbagai usaha yang dipilih Kantor Bapenda, yakni penggunaan prosedur penagihan aktif agar bisa meningkatkan ketaatan dalam membayarkan pajak. Penagihan ini dapat terlaksana bila wajib pajak tidak mau membayar tagihan pajak terdahulu hingga waktu yang sudah ditentukan. Bila Kantor Pelayanan Pajak telah menerbitkan surat teguran, wajib pajak telah termasuk ke penagihan aktif, yang berupa penerbitan surat teguran (ST) yang dikeluarkan oleh kantor bapenda bagian official assessment (Alamri et al., 2021).

Dengan dilakukannya komunikasi publik ini diharapkan bisa sebagai penghubung informasi kemasyarakat perihal peningkatan kesadaran dalam membayarkan pajak, yang salah satunya ialah pajak restoran (Effendy, 2014). Sudah sepatutnya petugas pajak berwawasan luas sebelum menyampaikan informasi dan berita ke masyarakat supaya masyarakat dapat menelaah tiap pesan yang dipaparkan.

Metode kajian ini mempergunakan penelitian kualitatif. Kajian ini terfokus ke Komunikasi Publik Kantor Bapenda Samarinda dalam memaksimalkan kesadaran masyarakat dalam pembayaran pajak restoran. Bahwa pajak merupakan kontribusi atau keterlibatan wajib pajak ke negara yang terutang, baik secara personal ataupun sebagai badan usaha yang sifatnya memaksa sesuai perundang-undangan (Wulandari et al., 2019). Melalui pembayaran pajak ini, wajib pajak tidak memperoleh imbalan langsung karena negara akan menggunakan hasil pembayaran pajak untuk memakmurkan masyarakatnya.

Atas dasar itulah, komunikasi publik berperan vital dan sangat dibutuhkan demi merancang maupun menjaga satu pemahaman antara organisasi dan pemangku kepentingan maupun masyarakat (Ardial, 2014). Perihal itu mempunyai maksud terkait citra dan komunikasi mutual benefit relationship. Agar bisa berkomunikasi dengan masyarakat humas membutuhkan pendekatan dengan pemanfaatan media, seperti iklan ataupun media social (Mutiah et al., 2019). Hal ini dibutuhkan dan ditunjukkan sebagai salah satu cara dan upaya komunikasi publik Kantor Bapenda guna mengoptimalkan kesadaran masyarakat terkait pembayaran pajak restoran di Kota Samarinda.

Beracuan ke pemaparan di atas dengan judul “Komunikasi Publik Terhadap Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Membayar Pajak Restoran” rumusan masalah adalah sebagai berikut: 1) Bagaimana komunikasi publik yang dijalankan kantor Badan Pendapatan Daerah Samarinda untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak restoran? 2) Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan komunikasi publik guna upaya meningkatkan kesadaran dalam membayar pajak restoran?

Tujuan Penelitian ini adalah (a) untuk mengetahui upaya peningkatan kesadaran masyarakat yang dilakukan kantor Badan Pendapatan Daerah Samarinda dengan cara melakukan kegiatan komunikasi publik melalui aktivitas humas. (b) untuk mengetahui

dan menganalisis faktor pendukung dan penghambat serta kendala yang dihadapi kantor Badan Pendapatan Daerah Samarinda dalam proses pemungutan pajak restoran di Samarinda.

Manfaat Penelitian ini yaitu; a) Membangun pengetahuan ilmu komunikasi maupun memberi wawasan/keilmuan bidang humas pemerintah. b) Hasil kajian ini bisa memberikan saran bagi pihak terkait, terkhusus masyarakat bila warga negara berkewajiban melakukan pembayaran pajak.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Kajian ini menggambarkan objek kajian dengan wawancara mendalam terhadap keyinforman atau narasumber, maka bisa menemukan penjelasan terkait komunikasi publik terhadap upaya dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak restoran. Penelitian kualitatif bermaksud untuk memaparkan fenomena secara mendalam dengan mengumpulkan data sedalam-dalamnya. Penelitian kualitatif merupakan kajian yang memanfaatkan cara berpikir berdasarkan hal-hal yang khusus (fakta empiris) menuju hal-hal yang umum (tataran konsep) (Rachmat, 2008).

Peneliti menggunakan salah satu teori dalam ilmu komunikasi yakni Teori Situasional Publik yang akan digunakan sebagai cara pandang analisis untuk memecahkan suatu permasalahan. Penelitian berfokus dalam menyampaikan sebuah pesan. Instansi harus bisa mempelajari teknik komunikasi publik diperlukan untuk memaksimalkan efektivitas penyampaian pesan, teknik komunikasi publik yang dilakukan kantor Bapenda di antaranya Wiratama (2021): 1) Teknik Public Speaking. 2) Teknik Presentasi. 3) Teknik Menulis di Media Massa. 4) Teknik Menulis Di Media Sosial.

Fokus inilah yang nantinya akan membawa peneliti menyimpulkan bagaimana komunikasi publik terhadap upaya meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak restoran (studi pada kantor badan pendapatan daerah kota samarinda). Dalam penelitian ini, Sumber data yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan yaitu sumber data primer dan data sekunder.

Adapun teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data deskriptif kualitatif yaitu teknik yang digunakan untuk pengujian, pengukuran dan hipotesis. Metode pengumpulan datanya bisa menggunakan survei, observasi atau wawancara. Menurut Miles & Huberman ada beberapa jenis kegiatan dalam analisis data yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Berikut ini akan disajikan data mengenai Komunikasi Publik Terhadap Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Membayar Pajak Restoran (Studi Pada Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Samarinda) yang penulis peroleh dari hasil observasi, wawancara maupun dokumentasi guna memenuhi kebutuhan data yang telah penulis kemukakan dibab sebelumnya.

Komunikasi Publik Kantor Bapenda Terhadap Peningkatan Kesadaran Masyarakat Membayar Pajak Restoran

Ada beberapa teknik komunikasi publik yang digunakan kantor bapenda dalam menyampaikan sebuah pesan, instansi harus bisa mempelajari teknik komunikasi yang diperlukan untuk memaksimalkan efektivitas penyampaian pesan yang meliputi, teknik public speaking, teknik presentasi, teknik menulis di media massa, teknik menulis di media sosial.

Teknik Public Speaking dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat membayar pajak restoran.

Badan Pendapatan Daerah melakukan observasi langsung untuk turun ke lapangan yang bertujuan untuk melakukan pengamatan. Berdasarkan Teori Situasional Publik guna mengidentifikasi publik. Instansi harus melakukan penelitian sebelum merancang suatu program yang tujuannya dapat mempengaruhi perspektif dan sikap publik terhadap kesadaran wajib pajak.

Teknik Presentasi dalam melakukan sosialisasi untuk meningkatkan ketaatan dan kepatuhan pembayaran pajak restoran

Teknik presentasi sebagai bentuk kreativitas untuk memberikan informasi secara jelas efektif dan lebih efisien (Malichatin, 2019). Presentasi yang dilakukan bukan hanya menampilkan sebuah visualisasi saja tetapi juga dikombinasikan dengan komunikasi. Teknik presentasi sering digunakan dalam sosialisasi kegiatan yang berfungsi untuk mengedukasi dengan melakukan pembinaan dan memberikan pemahaman tentang pokok-pokok pembahasan yang telah dibuat dan disusun secara matang (Trimastuti et al., 2021).

Teknik Menulis di Media Massa untuk melakukan pendekatan terhadap restoran dan wajib pajak yang taat dan belum taat dalam membayar pajak

Dalam melakukan pemberian informasi. Media massa adalah salah satu media yang paling efektif agar pesan dapat langsung kepada masyarakat (Ukaliyah, 2019). Dalam hal ini, teknik menulis di media massa sangat berpengaruh untuk mendukung agar tercapainya suatu pesan yang ingin disampaikan.

Teknik Menulis di Media Sosial untuk melakukan pendekatan terhadap restoran dan wajib pajak yang taat dan belum taat dalam membayar pajak.

Media sosial merupakan salah satu alat bantuan untuk menyampaikan suatu informasi dengan cepat dan mudah. cukup bermodalkan ponsel berbasis internet informasi jadi lebih mudah dicari dan didapatkan. Maka tak heran, media sosial adalah salah satu wadah yang efektif untuk mencari informasi. Teknik penulisan di media sosial juga berperan penting dalam pembuatan konten. Karna biasanya masyarakat lebih memperhatikan jika promosi tersebut dibuat menjadi lebih simple dan elegan agar dapat menarik perhatian audience. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menunjukkan brand

personality instansi, membuat caption dengan singkat dan jelas, dan membuat design yang berwarna agar terlihat lebih menarik.

Faktor Pendukung dan Penghambat Upaya Komunikasi Publik Kantor Bapenda Untuk Meningkatkan Kesadaran Membayar Pajak Restoran

Dalam pelaksanaan komunikasi publik oleh Bapenda Kota Samarinda kepada masyarakat terkait pajak restoran, terdapat sejumlah faktor pendukung dan penghambat. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti, faktor-faktor tersebut diuraikan sebagai berikut:

Faktor Pendukung

Adapun faktor pendukung yang terjadi dalam memudahkan penyampaian informasi kepada wajib pajak restoran di kota samarinda. Faktor-faktor pendukung akan dijelaskan peneliti sebagai berikut; a) Pemilik restoran berada di tempat ketika petugas lapangan datang. b) Adanya Edukasi Setelah Pendataan Restoran. c) Keberadaan Web SIMPAD. Dengan adanya web SIMPAD lebih memudahkan pemilik restoran untuk memasukkan data dan omset perbulan mengenai restoran tersebut.

Faktor Penghambat

Selain adanya faktor pendukung, ada pula faktor yang dapat menghambat upaya komunikasi publik kantor bapenda untuk meningkatkan kesadaran membayar pajak restoran. Berikut adalah faktor penghambat yang akan dijabarkan dalam penelitian ini, sebagai berikut; a) Masyarakat masih kurang disosialisasi. b) Ketidakhadiran pemilik restoran saat petugas datang. c) Kurangnya Pemahaman Masyarakat.

Hasil Penelitian Informan Sebagai Sasaran Komunikasi Publik Kantor Bapenda Terhadap Peningkatan Kesadaran Masyarakat Membayar Pajak Restoran

Berdasarkan hasil wawancara kepada (informan) salah satu pemilik restoran yang menjadi sasaran sosialisasi Bapenda dan sebagai data pendukung. Informan mengetahui dan memahami informasi wajib pajak yang dijelaskan oleh kantor Bapenda. Informan menjelaskan bahwa sosialisasi yang dilakukan Bapenda kurang efektif dan pihak kantor Bapenda juga kurang membantu dalam penyiapan berkas-berkas yang diperlukan sebelum membayarkan pajak restoran setiap bulannya.

Komunikasi Publik Kantor Bapenda Terhadap Peningkatan Kesadaran Masyarakat Membayar Pajak Restoran

Komunikasi Publik merupakan aspek penting yang berperan untuk menghubungkan kepentingan masyarakat dengan pemerintah (Ramadani, 2019). Komunikasi perlu dikelola dengan baik meliputi perencanaan, penyiapan dan pelaksanaan terkait program pemerintah. Berdasarkan Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 371/KEP/M.KOMINFO/8/2007 tentang Kode Etik Hubungan Masyarakat Pemerintahan, dimana komunikasi publik sebagai aktivitas yang dilakukan untuk menyebarkan informasi dari pemerintah ke publik maupun sebaliknya (Priyatna et al., 2020).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan, dimana komunikasi publik diimplementasikan oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Samarinda sebagai penghubung informasi ke masyarakat guna mendorong peningkatan kesadaran dalam membayarkan pajak restoran sebagai tanggung jawab serta kewajiban dalam berbangsa dan bernegara.

Teknik Public Speaking Bapenda dalam dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat membayar pajak restoran.

Era digital menuntut adanya peningkatan kemampuan untuk menyeimbangkan era modern dengan kemampuan public speaking. Public speaking yang diimbangi dengan kemampuan presentasi yang baik merupakan tuntutan yang dalam semua profesi di era digital ini, karena seorang public speaker yang handal harus mampu mempresentasikan dirinya dalam segala kesempatan (Aisyah, 2018). Kemampuan public speaking juga harus dimiliki oleh petugas Bapenda Kota Samarinda guna menyampaikan pesan yang jelas dan persuasif tentang pentingnya membayar pajak restoran dalam mendukung pembangunan dan pelayanan publik sebagai seorang public speaker (Emelia et al., 2023).

Teknik Presentasi dalam melakukan sosialisasi untuk meningkatkan ketaatan dan kepatuhan pajak restoran.

Sosialisasi menggunakan teknik presentasi, digunakan sebagai metode komunikasi untuk mempengaruhi sikap dan perilaku publik terhadap suatu isu atau organisasi. Dalam konteks ini, Bapenda Kota Samarinda melakukan presentasi saat sosialisasi untuk meningkatkan ketaatan dan kepatuhan dalam pembayaran pajak restoran. Komunikasi publik dengan menggunakan teknik presentasi dirancang untuk menjelaskan presentasi yang digunakan Bapenda untuk menyampaikan informasi konkrit bertujuan untuk memberikan pemahaman dan memotivasi masyarakat untuk taat membayar pajak restoran setiap tahunnya (Trimastuti et al., 2021).

Teknik Menulis di Media Massa untuk melakukan pendekatan terhadap restoran dan wajib pajak yang belum taat dalam membayar pajak.

Pendekatan menulis di media massa sebagai salah satu upaya komunikasi publik kantor Bapenda dapat digunakan untuk mempengaruhi persepsi dan perilaku publik terhadap organisasi atau isu. Dalam hal ini, Bapenda Kota Samarinda menggunakan media massa sebagai sarana untuk menyampaikan pesan kepada restoran dan wajib pajak yang sudah taat maupun yang belum taat dalam membayar pajak. Melalui tulisan di media massa, Bapenda dapat mengkomunikasikan keberhasilan dan manfaat yang telah diperoleh dari restoran yang taat dalam membayar pajak, sehingga dapat mempengaruhi persepsi publik yang lain.

Teknik Menulis di Media Sosial untuk melakukan pendekatan terhadap restoran dan wajib pajak yang taat dan belum taat dalam membayar pajak.

Dalam upaya komunikasi publik media sosial digunakan sebagai alat komunikasi yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku publik. Dalam hal ini, Bapenda Kota

Samarinda menggunakan media sosial sebagai pendekatan kepada restoran dan wajib pajak yang taat maupun yang belum taat dalam membayar pajak. Melalui tulisan di media sosial, Bapenda dapat membangun interaksi langsung dengan publik, merespons pertanyaan atau masukan, serta memberikan informasi yang relevan tentang pentingnya pembayaran pajak restoran. Dengan memanfaatkan media sosial, Bapenda dapat mencapai publik yang lebih luas dan mempengaruhi perilaku mereka dalam membayar pajak restoran.

Faktor Pendukung dan Penghambat Upaya Komunikasi Publik Kantor Bapenda Untuk Meningkatkan Kesadaran Membayar Pajak Restoran

Penelitian ini juga ditujukan untuk mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat komunikasi publik dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak restoran di Kota Samarinda, khususnya melalui Kantor Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Samarinda. Berikut adalah pembahasan dan analisis terkait faktor pendukung dan penghambat dan penghambat tersebut.

Faktor Pendukung

Analisis faktor pendukung komunikasi publik Bapenda Kota Samarinda dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak restoran berdasarkan temuan penelitian dapat dilakukan sebagai berikut:

Pemilik restoran berada di tempat ketika petugas lapangan datang

Faktor pendukung pertama yang ditemukan adalah kehadiran pemilik restoran di tempat saat petugas lapangan datang. Dalam situasi ini, petugas lapangan dapat memberikan penjelasan langsung kepada pemilik restoran, yang dapat lebih efektif daripada memberikan penjelasan kepada karyawan restoran. Kehadiran pemilik restoran saat petugas lapangan melakukan sosialisasi pajak restoran memiliki manfaat penting. Dengan menjelaskan secara langsung kepada pemilik restoran, petugas lapangan dapat memastikan bahwa informasi tentang peraturan perpajakan diterima dengan baik.

Edukasi setelah pendataan

Edukasi setelah pendataan restoran memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pajak. Melalui edukasi ini, pihak Bapenda dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang peraturan perpajakan kepada pengelola restoran. Edukasi ini dapat mencakup penjelasan tentang jenis-jenis pajak yang harus dibayar, tata cara pembayaran, tenggat waktu pembayaran, dan konsekuensi dari ketidakpatuhan pajak. Dengan memberikan edukasi, diharapkan masyarakat, khususnya pengelola restoran, dapat memahami pajak dengan lebih baik.

Keberadaan Web SIMPAD

Keberadaan Web SIMPAD memiliki beberapa manfaat dalam meningkatkan kesadaran dan kemudahan dalam membayar pajak restoran. Pertama, pemilik restoran dapat dengan mudah mengakses semua data dan omset restoran mereka melalui Web SIMPAD. Hal ini memberi mereka akses langsung ke informasi tentang kewajiban pajak

mereka dan memudahkan pengisian formulir dan pelaporan. Kemudahan akses online juga dapat meningkatkan keterlibatan pemilik restoran dalam proses pembayaran pajak.

Faktor Penghambat

Analisis faktor penghambat komunikasi publik Bapenda Kota Samarinda dalam meningkatkan kesadaran pajak restoran terkait kurangnya sosialisasi kepada masyarakat adalah sebagai berikut:

Masyarakat masih kurang disosialisasi

Kurangnya sosialisasi dari petugas pajak kepada masyarakat dapat menjadi hambatan dalam proses komunikasi publik. Sosialisasi yang kurang memadai dapat mengakibatkan kurangnya pemahaman masyarakat tentang peraturan perpajakan yang berlaku, termasuk pajak restoran (Dwikora, 2013). Tanpa pemahaman yang memadai, masyarakat mungkin tidak menyadari kewajiban mereka dalam membayar pajak restoran atau tidak memahami prosedur yang harus diikuti. Kurangnya informasi dan sosialisasi juga dapat mempengaruhi tingkat kesadaran masyarakat terkait pentingnya membayar pajak restoran.

Ketidakhadiran pemilik restoran saat petugas datang

Faktor ketidakhadiran pemilik restoran saat petugas lapangan datang ke lokasi diidentifikasi sebagai faktor penghambat komunikasi publik dalam upaya meningkatkan kesadaran pajak restoran. Ketidakhadiran pemilik restoran saat petugas datang dapat menghambat komunikasi publik karena petugas Bapenda tidak dapat memberikan informasi secara langsung kepada pemilik restoran.

Kurangnya Pemahaman Masyarakat

Kurangnya pemahaman masyarakat dapat menjadi hambatan dalam komunikasi publik karena masyarakat yang tidak memahami pajak cenderung sulit untuk menerima informasi atau penjelasan terkait peraturan perpajakan. Mereka mungkin tidak menyadari pentingnya membayar pajak restoran dan konsekuensinya jika tidak mematuhi kewajiban tersebut. Faktor latar belakang pendidikan juga dapat mempengaruhi pemahaman masyarakat terkait pajak.

Sasaran Komunikasi Publik Kantor Bapenda Terhadap Peningkatan Kesadaran Masyarakat Membayar Pajak Restoran

Peningkatan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak adalah suatu hal yang penting untuk mendukung pembangunan negara dan kesejahteraan masyarakat. Efektivitas dari komunikasi publik yang dilakukan oleh Bapenda ditinjau dari manfaat yang diterima oleh masyarakat dan peningkatan kesadaran masyarakat berupa pembayaran pajak restoran tepat waktu. Pihak Bapenda dalam melakukan komunikasi publik perlu memperhatikan kontak mata, vokal, ketepatan dalam melakukan arahan dan intruksi serta perencanaan yang matang sehingga masyarakat akan lebih mudah

memahami maksud dan tujuan dari komunikasi yang dilakukan (Sagala & Kusumastuti, 2017).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bersama informan sebagai salah satu pemilik restoran, hal tersebut membuktikan bahwa komunikasi publik yang efektif harus ditingkatkan untuk sebagai mediasi penyebaran informasi terkait proses-proses dan syarat-syarat apa saja untuk membayar pajak restoran guna meningkatkan pendapatan daerah. Komunikasi publik yang disampaikan secara langsung akan lebih mudah dipahami daripada hanya melalui surat. Selain itu, untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk membayar pajak restoran perlu strategi komunikasi sehingga seluruh masyarakat baik dari yang tua hingga yang muda, bahkan mulai dari pendidikan yang rendah hingga pendidikan yang tinggi akan memahami informasi yang diberikan (Dewi, 2021).

Informasi mengenai peraturan dan prosedur perpajakan dapat disampaikan dengan cara yang sederhana serta menekankan informasi tentang konsekuensi hukum sosial yang mungkin timbul akibat menghindari kewajiban pajak. Sikap dari penyampaian informasi juga perlu diperhatikan agar masyarakat tidak tersinggung serta membentuk hubungan yang baik dan saling memahami sebagai sikap toleransi dalam kehidupan sehari-hari. Dengan membentuk komunikasi yang baik antara petugas Bapenda dengan masyarakat berperan dalam memengaruhi masyarakat agar taat membayar pajak.

Kesimpulan

Peneliti dapat menyampaikan simpulan, meliputi:

1. Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, komunikasi publik memiliki peran penting dalam membentuk persepsi, pengetahuan dan perilaku individu atau masyarakat terkait dengan kewajiban perpajakan. Berdasarkan pemaparan dan penjelasan yang telah dijelaskan pada hasil penelitian maka, dapat disimpulkan bahwa kesadaran masyarakat Samarinda dalam membayar pajak restoran masih dalam kategori rendah. Hal tersebut dikarenakan berbagai faktor internal.

2. Dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak restoran di Kota Samarinda melalui Bapenda, terdapat beberapa faktor pendukung yang dapat memperkuat komunikasi publik. Faktor ini meliputi kehadiran pemilik restoran saat petugas lapangan, edukasi setelah pendataan restoran, keberadaan Web SIMPAD juga mempermudah akses pemilik restoran terhadap informasi kewajiban pajak mereka dan memungkinkan Bapenda mengumpulkan dan mengelola data pajak restoran secara efisien, penerapan pembayaran pajak secara daring melalui Web SIMPAD memberikan kemudahan bagi wajib pajak dalam membayar pajak secara praktis dan fleksibel, serta optimalisasi pemanfaatan media sosial yang membantu Bapenda Kota Samarinda dalam melaksanakan komunikasi publik terkait pajak restoran.

3. Untuk meningkatkan efektivitas dari penggunaan komunikasi publik sebagai salah satu upaya dalam peningkatan kesadaran membayar pajak restoran bagi masyarakat dengan memperhatikan penjelasan yang terperinci mengenai manfaat pembayaran pajak bagi kesejahteraan masyarakat. Sikap yang ditunjukkan juga diperhatikan sebagai cara meyakinkan masyarakat. Komunikasi yang efektif memengaruhi pemikiran dan keyakinan masyarakat dengan unsur-unsur seperti kredibilitas, konteks, konten, kejelasan, kontinuitas, saluran komunikasi dan kapabilitas pendengar.

BIBLIOGRAPHY

- Aisyah, S. (2018). Public speaking dan kontribusinya terhadap kompetensi dai. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 37(2), 198–214.
- Alamri, M. H., Mingkid, E., & Kalesaran, E. R. (2021). Peran Humas Kantor Pelayanan Pajak Pratama (Kppp) Manado Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Pajak. *Acta Diurna Komunikasi*, 3(3).
- Ardial, H. (2014). Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi, Jakarta: PT Bumi Aksara Asri, Marwan, Marketing. *Penerbit Erlangga: Jakarta*.
- Dewi, S. A. E. (2021). Komunikasi Publik Terkait Vaksinasi Covid 19. *Health Care: Jurnal Kesehatan*, 10(1), 162–167.
- Dwikora, H. (2013). Perpajakan Indonesia. *Jakarta: Mitra Wacana Media*.
- Effendy, O. U. (2014). Komunikasi Teori dan Filsafat. *Bandung: Remaja Rosdakarya*.
- Emeilia, R. I., Muntazah, A., Novalia, N., & Latuperissa, A. A. A. (2023). Workshop Teknik Presentasi Sebagai Komunikasi Persuasif Bagi Kelompok Masyarakat Peduli Iklim Bumiku Satu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dharma Andalas*, 2(1), 34–39.
- Malichatin, H. (2019). Analisis Kemampuan Technological Pedagogical and Content Knowledge Mahasiswa Calon Guru Biologi Melalui Kegiatan Presentasi Di Kelas. *Journal Of Biology Education* Malichatin, Hanik. (2019). Analisis Kemampuan Technological Pedagogical and Content Knowledge Mahasiswa Calon Guru Biologi Melalui Kegiatan Presentasi Di Kelas. *Journal Of Biology Education*, 2(2), 162., 2(2), 162.
- Mutiah, T., Albar, I., Fitriyanto, A. R., & Rafiq, A. (2019). Etika Komunikasi dalam menggunakan Media Sosial. *Jurnal Global Komunika*, 1(1), 14–24.
- Pangesti, D. M., & Yushita, A. N. (2019). Pengaruh Kesadaran Membayar Pajak, Persepsi Atas Efektivitas Sistem Perpajakan, dan Pemahaman Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 Terhadap Kemauan Membayar Pajak (Pada UMKM Sektor Perdagangan di Kabupaten Klaten). *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 166–178.
- Priyatna, C. C., Prastowo, F. X. A. A., Syuderajat, F., & Sani, A. (2020). Optimalisasi teknologi informasi oleh lembaga pemerintah dalam aktivitas komunikasi publik. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 114–127.
- Rachmat, K. (2008). Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. *Jakarta: Kencana Prenada Media Group*.
- Ramadani, T. (2019). Pengelolaan Komunikasi Publik. *Jurnal Good Governance*, 15(1).

- Sagala, R. B., & Kusumastuti, Y. I. (2017). Efektivitas strategi komunikasi pemasaran sosial kampanye sustainable seafood, WWF-Indonesia. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 1(1), 55–64.
- Trimastuti, W., Christinawati, S., Setiatin, S., & Puspita, V. A. (2021). Public Speaking dan Teknik Presentasi dalam Menciptakan Pengajaran yang Menarik. *PADMA*, 1(2), 123–135.
- Ukalyah, E. (2019). Penerapan teknik menulis induktif untuk meningkatkan keterampilan menulis esai. *Pedagogi: Jurnal Penelitian Pendidikan*, 6(2).
- Wiratama, N. S. (2021). Kemampuan Public Speaking dalam Pembelajaran Sejarah. *ISTORIA Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sejarah*, 17(1).
- Wulandari, S., Mahyuzar, D., & Si, M. (2019). Strategi Komunikasi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Aceh dalam Mensosialisasikan Informasi Wajib Pajak Kepada Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 3(4), 1–15.

Copyright holder:

Cleopatra Amanda Putri, Kadek Dristiana Dwivayani (2023)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

