

**KOMUNIKASI PERSUASIF KANTOR PELAYANAN PAJAK
DALAM MENINGKATKAN KEPATUHAN
WAJIB BAYAR PAJAK DI SAMSAT OGAN ILIR**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata I (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Jurnalistik



Oleh

**MUHAMMAD ASMUNI NOVRIANSYAH
NIM 07031181722023**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
TAHUN 2024**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**“KOMUNIKASI PERSUASIF KANTOR PELAYANAN
PAJAK DALAM MENINGKATKAN KEPATUHAN WAJIB
BAYAR PAJAK DI SAMSAT OGAN ILIR”**

Skripsi

Oleh :

M. Asmuni Novriansyah

07031181722023

Telah dipertahankan di depan komisi penguji

Pada tanggal 11 Juli 2024

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

KOMISI PENGUJI

Dr. Ir. H. Abdul Nadjib, MM.

196002091986031004

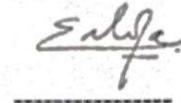
Ketua Penguji



Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc.

199209132019032015

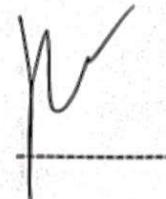
Sekretaris Penguji



Ryan Adam, M.I.Kom.

198709072022031003

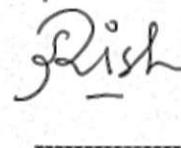
Penguji



Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si.

199309052019032019

Penguji



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **M. Asmuni Novriansyah**
NIM : **07031181722023**
Tempat dan Tanggal Lahir : Sukamaju, 17 November 1999
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Komunikasi Persuasif Kantor Pelayanan Pajak dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Bayar Pajak di Samsat Ogan Ilir

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,
Yang membuat pernyataan,



M. Asmuni Novriansyah
NIM. 07031181722023

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, karunia, dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “Komunikasi Persuasif Kantor Pelayanan Pajak Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Di Samsat Ogan Ilir”. Pembuatan skripsi ini sebagai salah satu syarat yang telah ditetapkan dalam menyelesaikan pendidikan Sarjana di Universitas Sriwijaya.

Penyusunan Skripsi ini penulis telah mendapat banyak bantuan serta pengarahan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si. Selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si. Selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Dr. Ir. H. Abdul Nadjib, M.Si. selaku Pembimbing I skripsi saya.
5. Ibu Erlisa Saraswati, S.Kpm., M.Sc. selaku Pembimbing II skripsi saya.
6. Ibu Dr. Retna Mahriani, M.Si. selaku Pembimbing Akademik saya.
7. Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (Samsat) Kabupaten Ogan Ilir.
8. Orang tua dan keluarga ku yang selalu memberikan Do'a, semangat dan motivasi dalam mengerjakan Skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat terbaik yang tidak ku sebutkan satu persatu.
10. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan selama pengerjaan Skripsi ini agar selesai tepat pada waktunya.

Penulis menyadari penulisan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna disebabkan oleh keterbatasan yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan oleh penulis sebagai masukan untuk perbaikan dimasa yang akan datang.

Akhir kata penulis menyampaikan maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kekurangan dalam Skripsi ini dan penulis sangat mengharapkan agar Skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, khususnya Mahasiswa/i Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.

Indralaya, Agustus 2024

M. Asmuni Novriansyah
NIM. 07031181722023

ABSTRAK

Wajib pajak menjadi sebuah keharusan yang dilakukan oleh masyarakat. Upaya dalam meningkatkan pembayaran wajib pajak dilakukan oleh kantor pelayanan pajak di Samsat Ogan Ilir, sehingga tentu tidak terlepas dari komunikasi persuasif yang dilakukan. Melalui metode kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk melihat komunikasi persuasif yang dijalankan Samsat Ogan Ilir dalam meningkatkan pembayaran wajib pajak. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi persuasif David G Myers (2012:309). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah penerapan komunikasi persuasif kantor pelayanan pajak dalam meningkatkan wajib pajak di Samsat Ogan Ilir dapat dikatakan optimal, hal ini dilihat berdasarkan beberapa dimensi yang dinyatakan mempunyai peran yang cukup besar dan dimensi penyampaian pesan belum diterapkan dengan maksimal.

Kata Kunci : Wajib Pajak, Pelayanan, Komunikasi Persuasif

Pembimbing I



Dr. Ir. H. Abdul Nadjib, M.M
NIP. 196002091986031004

Pembimbing II

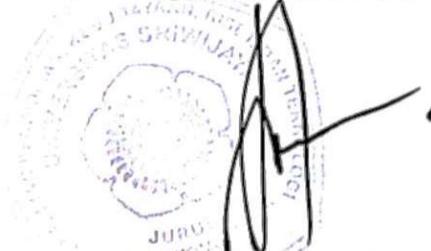


Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc.
NIP. 199209132019032015

Palembang, Agustus 2024

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

Universitas Sriwijaya



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

ABSTRACT

Taxpayers become a necessity done by the community. Efforts to increase taxpayer payments are made by the tax service office in Samsat Ogan Ilir, so that of course it is not separated from the persuasive communication carried out. Through qualitative methods, this research aims to see the persuasive communication strategy that carried out by Samsat Ogan Ilir in increasing taxpayer payment. This study uses the persuasive communication theory by David G Myers (2012:309). Data collection techniques in this study were carried out through in-depth interviews, observations, and documentation studies. The result of this research is that the implementation of persuasive communication tax service office in increasing taxpayers in Samsat Ogan Ilir can be said to be optimal, this is seen based on several dimensions that are stated to have a considerable role and the dimensions of message delivery have not been applied to the maximum.

Keywords: *Taxpayer, Service, Persuasive Communication*

Advisor I



Dr. Ir. H. Abdul Nadjib, M.M
NIP. 196002091986031004

Advisor II



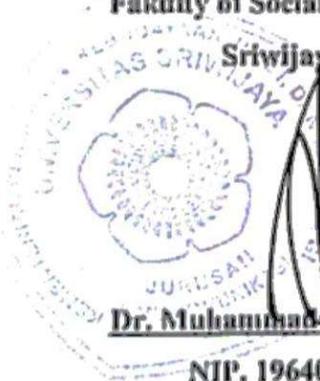
Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc.
NIP. 199209132019032015

Palembang, August 2024

Head of Department Communication Science

Fakulty of Social and Political Science

Sriwijaya University



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si

NIP. 196406061992031001

DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Kewajiban Ketentuan Membayar Pajak.....	2
1.1.2 Kelalaian Masyarakat Dalam Membayar Pajak.....	4
1.1.3 Menurunnya Wajib Pajak Kendaraan Samsat OI	5
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.2 Penelitian Terdahulu	9
2.3 Definisi Komunikasi Persuasif.....	12
2.4 Elemen Komunikasi Persuasif	13
2.5 Tahapan Komunikasi Persuasif.....	14
2.6 Model Komunikasi Persuasif	15
2.7 Komponen Komunikasi Persuasif.....	16
2.8 Definisi Kepatuhan Pajak.....	16
2.9 Kriteria Kepatuhan Wajib Pajak	17
2.10 Beberapa Teori Komunikasi Persuasif.....	18
2.10.1 Teori Pemerosesan Informasi Komunikasi Persuasif McGuire	18
2.10.2 Teori Konsistensi Afektif Kognitif dari Rosenberg.....	18
2.11 Komunikasi Persuasif Menurut David G. Myers.....	18
2.12 Kerangka Pemikiran	19
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Rancangan Penelitian	22
3.2 Definisi Konsep.....	22
3.3 Fokus Penelitian	23
3.4 Unit Analisis.....	24

3.5 Informan Penelitian	24
3.6 Data dan Sumber Data	25
3.6.1 Data	25
3.6.2 Sumber Data	25
3.7 Teknik Pengumpulan Data	26
3.8 Teknik Keabsahan Data	27
3.9 Teknik Analisis Data	27
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	30
4.1 Kantor Samsat Ogan Ilir	30
4.2 Struktur Organisasi	31
4.3 Visi dan Misi	32
4.4 Makna Logo	33
4.5 Tugas Pokok dan Fungsi	35
BAB V HASIL DAN ANALISIS.....	38
5.1 Komunikator	38
5.1.1 Keahlian	39
5.1.2 Otoritas	43
5.1.3 Daya Tarik	48
5.2 Pesan	53
5.2.1 Kualitas Pesan	54
5.3 Bagaimana Pesan Disampaikan	58
5.3.1 Komunikasi Langsung	60
5.3.2 Melalui Media	67
5.4 Khalayak	73
5.4.1 Latar Belakang Umur	74
5.5 Analisis Komunikasi Persuasif Kantor Pelayanan Pajak dalam Meningkatkan Wajib Bayar Pajak di Samsat Ogan Ilir	80
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
6.1 Kesimpulan	84
6.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) Samsat OI.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Fokus Penelitian	23

DAFTAR BAGAN

Diagram 1.1 Rasio Kepatuhan SPT	4
Bagan 2.1 Alur Pemikiran	21
Bagan 4.2 Struktur Organisasi.....	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Kantor Samsat OI	30
Gambar 4.4 Logo Pemeritahan Sum-Sel	33
Gambar 5.1.1 Rapat Koordinasi	41
Gambar 5.1.2 Keluhan Masyarakat	46
Gambar 5.1.3 Daya Tarik Penampilan	51
Gambar 5.2 Sertifikat Kualitas Kepuasan Masyarakat.....	58
Gambar 5.2.1 Pembayaran Pajak Keliling.....	62
Gambar 5.2.2 Sosialisasi Perusahaan	65
Gambar 5.2.3 Penagihan dan Pendataan.....	66
Gambar 5.3.2 Akun Media Sosial Resmi Samsat.....	69
Gambar 5.3.3 Pembayaran Online.....	72
Gambar 5.4.1 Jemput Bola Lansia.....	76
Gambar 5.4.2 Area Bermain Anak	78

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai negara berkembang yang berusaha melakukan pembangunan nasional untuk menjadi negara maju. Pengupayaan untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan meningkatkan kesejahteraan rakyat, tetapi dalam melaksanakan pembangunan nasional, masalah pembiayaan menjadi sangat vital. Pembiayaan ini direalisasikan ke dalam Anggaran Pendapatan Belanja Nasional (APBN). Pemerintah mengandalkan dua sumber pokok, yaitu sumber dana luar negeri dan sumber dana dalam negeri. Sumber dana luar negeri bergantung kepada pihak luar negeri yang berada diluar kemampuan pemerintah untuk dapat mengontrolnya. Sumber dana dalam negeri seperti migas, nonmigas serta dengan pajak.

Pendapatan negara yang paling besar adalah berasal dari sektor pajak. Fungsi pajak adalah sebagai fungsi *budgetair*, maka pajak merupakan sumber utama pendapatan negara yang potensial untuk membiayai kegiatan pemerintahan dan pembangunan (Satya dan Dewi, 2010:80). Jumlah wajib pajak di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat, tetapi belum diikuti dengan besarnya tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melaporkan kewajiban pajaknya. Masyarakat masih enggan untuk melaporkan kewajiban pajak masih tinggi.

Kelalaian wajib pajak oleh masyarakat disebabkan oleh tingkat pengetahuan akan peraturan perpajakan yang masih sangat kurang. Fenomena ini membuat pemerintah untuk mencari solusinya, karena tingkat kepatuhan wajib pajak memegang peran penting dalam realisasi penerimaan pajak.

Dorongan kepada masyarakat penting dilakukan oleh pemerintahan yang bersangkutan untuk melakukan wajib pajak. Tanggapan terhadap terjalannya komunikasi persuasi yang dilakukan dapat berupa sikap mau atau tidak mau pada sesuatu hal. Persuasi merupakan perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain menurut Olzon dan Zanna dalam (Syamsurizal, 2016: 129-130).

Informasi yang dipaparkan komunikator kepada komunikan akan menimbulkan kesadaran seseorang dalam melakukan sesuatu hal.

Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (Samsat) Kabupaten Ogan Ilir di bawah naungan Badan Pendapatan Daerah Provinsi Sumatera Selatan pemerintahan yang merealisasikan wajib pajak. Situasinya saat ini kendala yang dialami dalam bidang perpajakan adalah tingkat kepatuhan dan kesadaran masyarakat sebagai wajib pajak masih sangat rendah. Kewajiban membayar pajak bersifat memaksa atau wajib untuk dilaksanakan oleh warga negara atau masyarakat yang tergolong sebagai wajib pajak karena telah diatur oleh undang-undang. Pemerintahan terkait harus pandai mempersuasi masyarakat untuk membayar pajak dan mengikuti arahan untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan melakukan komunikasi persuasif.

Peneliti memiliki alasan dalam memilih judul “Komunikasi Persuasif Kantor Pelayanan Pajak Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Di Samsat Ogan Ilir” dan akan dilakukan penelitian ini. Adapun ketiga alasan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Kewajiban Membayar Pajak
2. Kelalaian Masyarakat dalam Pembayaran Wajib Pajak
3. Menurunnya Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) Samsat Ogan Ilir

Adapun dari ketiga alasan tersebut akan dijabarkan peneliti :

1.1.1 Kewajiban Membayar Pajak

Masyarakat dalam membayar pajak ialah sebuah keharusan yang dilakukan. Pada praktiknya terdapat masyarakat yang belum memahami peran dan tujuan hakiki dari pajak sebagai tulang punggung kesinambungan pembangunan atau belum memiliki kesadaran dalam melaksanakan kewajiban membayar pajak, dan melakukan berbagai upaya untuk mengurangi, menghindari, bahkan melakukan penggelapan pembayaran pajak.

Terdapat Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 menerangkan bahwa iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, hal ini guna membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah.

Wajib pajak memang sifatnya memaksa dan harus dilaksanakan oleh orang yang memiliki wajib pajak kepada negara. Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang sehingga dapat dipaksakan dengan tiada mendapat balas jasa secara langsung (Widyaningsih, 2011:2). Peralihan sebagian dari penghasilan rakyat yang diberikan kepada kas negara yang dikeluarkan secara rutin.

Keluarnya Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Kontribusi wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan sifatnya memaksa berdasarkan undang-undang untuk digunakan sebagai keparluan daerah dan kemakmuran rakyat. Hal ini menjelaskan tentang pemberian kewenangan dalam pengenaan pajak dan retribusi daerah diharapkan dapat lebih mendorong pemerintah daerah terus berupaya untuk mengoptimalkan pendapatan asli daerah (PAD), khususnya berasal dari pajak daerah yaitu pajak kendaraan bermotor (PKB).

Apabila wajib pajak tidak dipatuhi maka akan menimbulkan keinginan untuk melakukan tindakan penghindaran, pengelakan dan pelalaian pajak (Sari & Susanti, 2013:64). Mewujudkan dan mengembangkan reformasi perpajakan diperlukan upaya agar masyarakat sadar dan patuh pajak tentunya juga harus menyesuaikan pola pikir dan penilaian mengenai pajak.

Pemerintah mengupayakan untuk mewujudkan wajib pajak yaitu dengan pendekatan kepada masyarakat, memberikan informasi melalui penyuluhan, penataran, komunikasi, seminar administrasi, peningkatan mutu pelayanan dan pengamatan (Masdika, 2010). Oleh sebab itu, pemerintah juga melakukan pendekatan terhadap masyarakat melalui sosialisasi sebagai bentuk komunikasi persuasif yang mengajak dan mempengaruhi masyarakat.

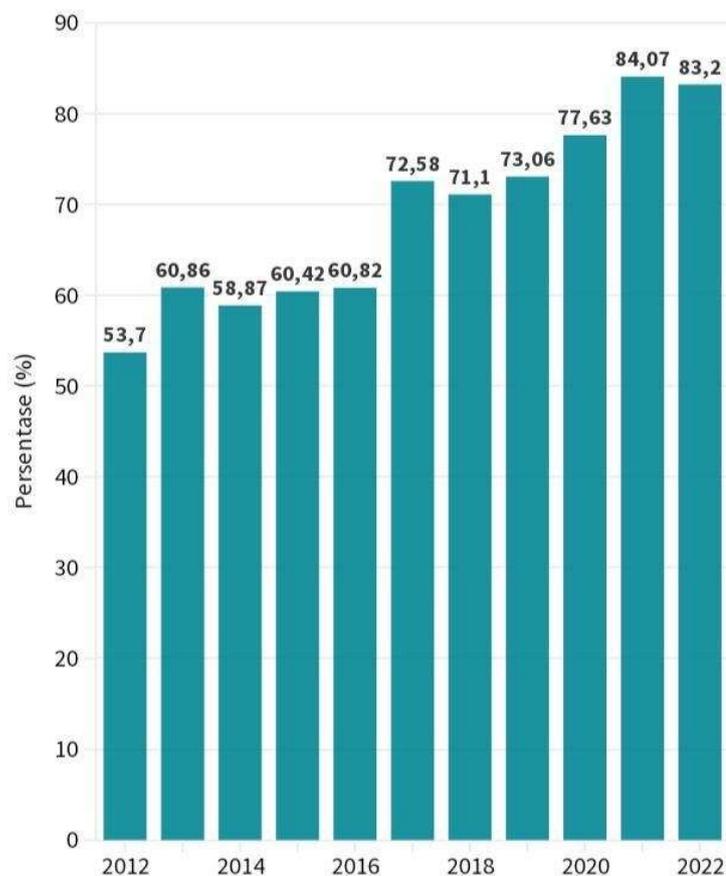
1.1.2 Kelalaian Masyarakat dalam Pembayaran Wajib Pajak

Ketentuan wajib pajak yang ada di Indonesia tentunya ada yang menaati dan adapula yang masih lalai. Peran pemerintah terkhusus samsat menjadi sangat penting untuk melakukan persuasi kepada masyarakat agar mematuhi peraturan perundang-undangan yang mewajibkan membayar pajak.

Masih kurangnya penegakan pembayaran wajib pajak, sehingga pentingnya masyarakat memiliki tingkat kesadaran diri. Menurut Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati mengungkapkan bahwa tingkat kesadaran membayar pajak dari Wajib Pajak (WP) Indonesia masih minim karena sebagai orang masih menganggap pajak identik dengan penajahan (cmnindonesia.com, diakses 20 Juni 2022).

1.1 Diagram Batang

Rasio Kepatuhan Penyampaian SPT Tahunan PPh (2012-2022)



Sumber: Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan

Dari data diagram batang 1.1 tersebut dapat dilihat bahwa setiap pertahunnya total wajib pajak yang ada di Indonesia mengalami pluktuatif atau naik turun. Total rasio kepatuhannya mengalami naik turun, namun untuk rasio pada tahun 2021 ke 2022 mengalami penurunan rasio yang mematuhi aturan pajak. Hal ini dapat memperlihatkan bahwa masih terdapat masyarakat yang lalai dalam menjalankan wajib pajak. Pemerintah yang bertanggung jawab untuk terus meningkatkan rasio wajib pajak salah satunya dengan melakukan komunikasi persuasif kepada masyarakat.

Kurangnya kesadaran wajib pajak tentunya memiliki dampak sumber pendanaan pemerintah yang terbatas dan pembangunan infrastruktur untuk meningkatkan perikonomian serta kesejahteraan menjadi terhambat. *Tax ratio* yang masih rendah dan bukan suatu yang membanggakan namun menggambarkan bahwa belum optimalnya pengumpulan pajak dan penerimaan (Mulyani dalam cnnindonesia.com, diakses 20 Juni 2022).

Komunikasi persuasif sebagai langkah daam meningkatkan kepatuhan wajib pajak seharusnya dilakukan oleh kantor pelayanan pajak yang berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat atau wajib pajak. Samsat Ogan Ilir, dalam pelayanan registrasi dan identifikasi kendaraan bermotor, pembayaran pajak atas kendaraan bermotor, sumbangan wajib dana kecelakaan lalu lintas dan angkutan jalan secara terintegrasi dan terkoordinasi dengan cepat, tepat, transparan, akuntabel, dan secara informatif.

1.1.3 Menurunnya Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) Samsat Ogan Ilir

Samsat Ogan Ilir memiliki peran penting dalam mengupayakan kepatuhan wajib pajak, salah satunya adalah melalui penerapan komunikasi persuasif kepada masyarakat atau wajib pajak. Namun, pada tahun terakhir samsat Ogan Ilir mengalami tingkat rasio menurun dari tahun sebelumnya. Tentunya kurangnya kepatuhan masyarakat harus diiringi dengan adanya persuasif kepada masyarakat dari samsat Ogan Ilir yang bertanggung jawab.

Tabel 1.2
Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) Pada Kantor Samsat
Kabupaten Ogan Ilir Dari Tahun 2016-2020

Tahun	Wajib Pajak	Total Patuh	Total Menunggak	Rasio (%)
2018	38.511	31.584	6.927	82,01 %
2019	36.615	32.870	3.745	89,77 %
2020	39.799	28.634	11.165	71,95 %
2021	40.224	28.521	11.703	70,56%
2022	41.132	28.871	12.261	70,43%

Sumber: Badan Pendapatan Daerah Provinsi Sumatera Selatan 2023

Pada tabel 1.2 di atas bahwa dari tahun 2018-2022 menunjukkan bahwa tahun 2019 jumlah kendaraan bermotor mengalami tingkat kepatuhan paling tinggi dengan rasio 89,77%. Namun, mengalami penunggakan dan tingkat kepatuhan yang merosot kebawah dimulai pada tahun 2020 71,95% dengan jumlah penunggakan 11.165 penunggakan.

Wajib pajak salah satunya dalam hal pembayaran pajak bermotor harus dilaksanakan oleh masyarakat maka dari itu pemerintah Samsat Oi harus mampu memberikan komunikasi persuasif kepada masyarakat. Namun, dari tabel di atas menunjukkan bahwa kelalaian dalam wajib pajak masih terdapat di Samsat Oi dan ini merupakan kurangnya kesadaran dan kepatuhan wajib pajak untuk membayar pajak di Samsat Ogan Ilir.

Dalam proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh komunikator yaitu dari Samsat Ogan Ilir tentunya mempunyai permasalahan tersendiri dalam mengkomunikasikan kepada masyarakat. Agar dapat mencapai tujuan wajib pajak tentunya diperlukan *feedback* dari komunikan atau peneriman agar dapat menjalankan apa yang diharapkan komunikator. Adapun hasil wawancara pra-penelitian yang dilakukan peneliti kepada salah satu pegawai yang bertanggung jawab bagian sosialisasi di Samsat Ogan Ilir adalah :

“Tentunya saat kami melakukan pengajakan kepada masyarakat Ogan Ilir terkhususnya mengalami kendala seperti masih kurangnya masyarakat yang responsif atau bertanya sehingga kami mengalami kesulitan mengetahui apa yang menjadi kendala mereka sehingga menunggak dalam pembayaran wajib pajak, padahal wajib pajak ini hukumnya wajib untuk dibayar dan tentunya gunanya untuk rakyat itu sendiri. Wajib pajak ini juga ada unsur paksaan dan keharusan kami dari Samsat Ogan Ilir juga mengupayakan untuk melakukan pengajakan dan pemberian informasi kepada masyarakat dengan melalui media maupun langsung”. (Sumber : wawancara pra-penelitian dengan Bapak Lopi Akmal selaku bagian yang bertanggung jawab terhadap sosialisasi di Samsat Ogan Ilir pada 10 Juni 2022).

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa terdapat kendala Samsat Ogan Ilir dalam melakukan komunikasi persuasif dalam memberikan informasi kepada masyarakat karena salah satunya ialah kurangnya responsif dari masyarakat itu sendiri. Maka pentingnya bagi komunikator terkhusus Samsat Ogan Ilir menentukan langkah kedepannya dalam menyampaikan komunikasi persuasif kepada komunikan agar mencapai tujuan wajib pajak dan meningkatkan rasio kepatuhan.

Berdasarkan uraian yang telah penulis memahami bahwa praktik komunikasi persuasif yang dilakukan akan memberikan dampak untuk mencapai tujuan dalam meningkatkan rasio kepatuhan wajib pajak khususnya Ogan Ilir. Hal inilah yang melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian tentang Komunikasi Persuasif Kantor Pelayanan Pajak Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Di Samsat Ogan Ilir.

1.2 Rumusan Masalah

Dari permasalahan yang telah dibahas pada bagian latar belakang, penulis menyimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Komunikasi Persuasif Kantor Pelayanan Pajak Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Bayar Pajak Di Samsat Ogan Ilir ?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Komunikasi Persuasif Kantor Pelayanan Pajak Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Bayar Pajak Di Samsat Ogan Ilir dan menambah wawasan bagi peneliti setelahnya serta menja referensi guna penelitian yang serupa agar menjadi penelitian yang lebih baik dan sempurna.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam perkembangan Ilmu komunikasi sebagai bahan rujukan maupun referensi khususnya dalam komunikasi persuasif yang dilakukan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak yang ada di Samsat Ogan Ilir.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui Komunikasi Persuasif Kantor Pelayanan Pajak Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Bayar Pajak Di Samsat Ogan Ilir sebagai bentuk upaya dalam peningkatan pajak Negara dan sebagai bahan evaluasi terhadap permasalahan yang berkaitan dengan komunikasi persuasif di kantor pelayanan pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilla, N., & dkk. (2020). *Teori-teori Komunikator*. Banten: Desanta Muliavisitama.
- Brata, A. A. 2003. *Dasar - Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- De Vito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antarmanusia*, Edisi Kelima. Jakarta: Karisma Publishing Group.
- Devito, Joseph A., 2011 *Komunikasi Antarmanusia*, Jakarta : Karisma Publishing grup.
- Efendy, Onong Uchjana, 2006 *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kartono, D. K. (2010). *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa.
- Liliweri, Alo. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Maarif, Bambang Saiful, 2010 *Komunikasi dakwah*, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Masdika, andam. 2010. *Peranan kantor Pelayanan Pajak Pratama Karanganyar dalam Mewujudkan Masyarakat Sadar dan peduli Pajak*. Sragen.
- Miles, Matthew B. & A. Michael Huberman, 1992 *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*, Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Moleong, L. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Myers, D. G. (2012). *Psikologi Sosial Edisi 10 buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Nasor, M., 2009 *Studi Ilmu Komunikasi*, Bandar Lampung: Fakultas Dakwah Iain Raden Intan Lampung.
- Nasor, M., 2011 *Komunikasi Persuasif Nabi Dalam Pembangunan Masyarakat Madani*, Pustakamas.
- Perloff, R. M. 2003. *The Dynamics of Persuasion; Communication and Attitudes in the 21st Century*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publisher.
- Rakhmat, J. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2011). *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode, & Terapan Di Dalam Media Massa*, Edisi Kelima. Jakarta: Kencana Prenada.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widyaningsih, A. (2011). *Hukum Pajak dan Perpajakan*. Bandung: Alfabeta.
- Yusuf, Pawit M., 2010 *Ilmu Informasi, Komunikasi, Dan Kepustakaan*, Jakarta: Bumi Aksara

Jurnal:

- Fahmi, Muhammad Hardinda. (2022). *Metode Komunikasi Dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Dakwah di Radio Panorama Desa Muara Lebak Banten*, 23.
- Sari, R. V., & Susanti, N. (2013). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) di Unit Pelayanan Pendapatan Provinsi (UPPP) Kabupaten Seluma*. *Ekombis Review*, 64.
- Satya, Venti Eka & Dewi, Galuh Prila. 2010. *Perubahan Undang-Undang Pajak Penghasilan dan Perannya Dalam Memperkuat Fungsi Budgetair Perpajakan*. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, (online), Vol. 1, No. 1,
- Syamsurizal. (2016). *Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Aktivitas Pemasaran*. *Jurnal Lentera Bisnis*, 129-130.
- Wahyuni, Sri. 2017. *Komunikasi Persuasif Program Pembinaan Muallaf Lembaga Dakwah Muhtadin Masjid Al-Falah Surabaya*. Tesis untuk Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Lainnya :

Badan Pendapatan Daerah Provinsi Sumatera Selatan 2023
(bapenda.sumselprov.go.id, diakses 20 Juni 2022).

Kualitas Pesan Terkait Layanan Yang Efektif (sbccimplementationkits.org,
diakses 29 Juni 2024)

Makna Logo Pemerintahan Sumatera Selatan (sumsel.go.id, diakses 20 Maret
2024).

Peraturan Pemerintah (PP) 55 Tahun 2022 yang wajib membayar pajak adalah
seseorang yang telah memenuhi syarat subjektif dan objektif sebagai
wajib pajak.

Tingkat kesadaran membayar pajak dari Wajib Pajak (WP) Indonesia masih
minim karena sebagai orang masih menganggap pajak identik dengan
penjajahan (cnnindonesia.com, diakses 20 Juni 2022).

Undang-Undang No 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan sebagaimana
dirubah dalam Undang-Undang No 7 Tahun 2002 Tentang Harmonisasi
Peraturan Perpajakan (HPP)

Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 menerangkan bahwa iuran wajib yang
dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan
langung yang seimbang

Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang perubahan atas Undang-Undang
Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah