

**STRATEGI KOMUNIKASI KANTOR PELAYANAN
PAJAK (KPP) PRATAMA JAKARTA PALMERAH
DALAM PENYULUHAN KESADARAN
MEMBAYAR PAJAK**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Strata
1 (S1) Ilmu Komunikasi Konsentrasi : Hubungan Masyarakat (Humas)



Disusun oleh :

**ALMIRA ZAHRA LARASATI
07031382025213**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA 2025**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**STRATEGI KOMUNIKASI KANTOR PELAYANAN PAJAK (KPP) PRATAMA
JAKARTA PALMERAH DALAM PENYULUHAN KESADARAN MEMBAYAR
PAJAK**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Ilmu Komunikasi**

Oleh :

Almira Zahra Larasati

07031382025213

Pembimbing I

Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si
NIP .196012091989122001



Pembimbing II

Rindang Senja Andarini, S.I.KOM., M.I.KOM.,
NIP. 198802112019032011



**Mengetahui,
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

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



HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI KPP PRATAMA
JAKARTA PALMERAH DALAM PENYULUHAN
KESADARAN MEMBAYAR PAJAK

SKRIPSI

Oleh :

ALMIRA ZAHRA LARASATI
07031382025213

Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada tanggal 25 Juli 2025
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

KOMISI PENGUJI

Harry Yogsunandar, S.IP., M.I.Kom
NIP. 19790531203211004
Ketua Penguji

Safitri Elfandari, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198806162022032005
Anggota

Dr. Retna Mahriani, M.Si
NIP. 196012091989122001
Anggota

Rindang Senja Andriani, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 198802112019032011
Anggota

Harry

Safitri

Retna

Rindang

Mengetahui,



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Almira Zahra Larasati
NIM : 07031382025213
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 05 April 2001
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Kantor Pelayanan Pajak (KPP)
Pratama Jakarta Palmerah dalam Penyuluhan
Kesadaran Membayar Pajak

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 pengarahannya 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-bukti ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 01 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Almira Zahra Larasati
NIM. 07031382025213

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah : 5-6)

“Percaya, serahkan sisanya kepada semesta. Semua akan indah pada waktunya.”

(Ghea Indrawari)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya tercinta, Papa dan Mama yang sudah senantiasa mendoakan dengan tulus untuk kelancaran saya berkuliah, dan kepada almameter kuning kebanggaan, serta kepada diri saya sendiri, keluarga besar saya, teman-teman saya, dan setiap orang yang sudah kebersamaian saya selama proses perkuliahan ini.

ABSTRAK

Pajak merupakan sumber pendapatan utama bagi pemerintah, namun kesadaran masyarakat dalam membayar pajak masih rendah, termasuk di wilayah kerja KPP Pratama Jakarta Palmerah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh KPP Pratama Jakarta Palmerah dalam penyuluhan kesadaran membayar pajak. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Teori yang digunakan adalah Teori Strategi Komunikasi oleh Onong Uchjana Effendy, yang mencakup empat komponen: mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi, dan peran komunikator. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KPP Pratama Jakarta Palmerah telah menerapkan strategi komunikasi yang efektif melalui program seperti *Tax Goes to School/Campus* dan *Business Development System*, dengan pendekatan adaptif sesuai karakteristik sasaran. Namun, masih diperlukan pengembangan teknologi seperti chatbot dan penyederhanaan panduan pajak untuk meningkatkan efektivitas penyuluhan. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah mengukur dampak jangka panjang program penyuluhan dan mempertimbangkan faktor psikologis serta budaya masyarakat.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Kesadaran Pajak, KPP Pratama Jakarta Palmerah.

Pembimbing I

Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si
NIP. 196012091989122001

Pembimbing II

Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom.,
NIP. 198802112019032011



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

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

ABSTRACT

Taxes are a major source of government revenue, yet public awareness of paying taxes remains low, including in the Jakarta Palmerah Tax Office (KPP Pratama) working area. This study aims to analyze the communication strategies implemented by the Jakarta Palmerah Tax Office (KPP Pratama) in raising tax awareness. The research method used was qualitative, with data collection techniques through in-depth interviews, observation, and documentation studies. The theory used is the Communication Strategy Theory by Onong Uchjana Effendy, which includes four components: identifying the communication target, selecting communication media, assessing the objectives of the communication message, and the role of the communicator. The results indicate that the Jakarta Palmerah Tax Office (KPP Pratama) has implemented effective communication strategies through programs such as Tax Goes to School/Campus and the Business Development System, with an adaptive approach tailored to the characteristics of the target audience. However, technological developments such as chatbots and simplification of tax guidelines are still needed to improve the effectiveness of outreach programs. Recommendations for further research include measuring the long-term impact of outreach programs and considering psychological and cultural factors in the community.

Keywords: *Communication Strategy, Tax Awareness, Jakarta Palmerah Tax Office.*

Advisor I



Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si
NIP. 196012091989122001

Advisor II



Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom.,
NIP. 198802112019032011

Head Communication Science Department



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

KATA PENGANTAR

Puji 8anjan saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan 8anjan, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Jakarta Palmerah dalam Penyuluhan Kesadaran Membayar Pajak”. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan tulus ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Sriwijaya atas kesempatan yang telah diberikan kepada penulis untuk berkuliah di Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajaran yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk berkuliah di fakultas ini.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk berkuliah di jurusan ini.
4. Ibu Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah banyak membimbing, membantu, dan memberikan arahan, waktu, tenaga serta dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
5. Ibu Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah banyak membimbing, membantu, dan memberikan arahan, waktu, tenaga serta dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
6. Ibu Miftha Pratiwi, M.I.Kom., AMIPR selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak membimbing, membantu, dan memberikan arahan, waktu, tenaga serta dukungan kepada penulis sedari awal proses perkuliahan hingga selesai.
7. Seluruh jajaran dosen dan staf program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Mbak Mareta dan Mbak Vira selaku Admin Jurusan Ilmu Komunikasi yang selalu membantu penulis dalam segala urusan yang berkaitan dengan administrasi jurusan.

9. Kepala Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Jakarta Palmerah beserta jajaran yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan bersedia meluangkan waktu untuk di wawancarai serta memberi banyak informasi yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
10. Para informan utama dan pendukung pada skripsi ini yang telah memberikan waktu dan informasi secara detail untuk keperluan penulis dalam skripsi ini.
11. Kedua orang tua tersayang, Papa dan Mama. Terima kasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan. Senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal 9anja mendoakan, mengusahakan, memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial, serta memprioritaskan 9anjang9an dan kebahagiaan anak-anaknya. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat membuat papa dan mama lebih bangga karena telah berhasil menjadikan anak perempuan pertama ini menyandang gelar sarjana seperti yang di harapkan. Besar harapan penulis semoga papa dan mama selalu sehat, 9anjang umur, dan bisa menjadi saksi keberhasilan lainnya yang akan penulis raih di masa yang akan datang.
12. Adik perempuan saya satu-satunya, yang selalu membuat penulis termotivasi untuk bisa terus belajar menjadi sosok kakak yang dapat memberikan pengaruh positif, baik dalam bidang akademik maupun non-akademik, serta berusaha menjadi panutan di masa yang akan datang.
13. Keluarga Besar (Alm.) H. Sainusi Tjik Amat, yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis dan senantiasa mendoakan tanpa henti untuk penulis.
14. Aish, Ica, Adin, Fiddie, Nazla, dan Nisa selaku teman dekat penulis yang telah menemani dan mendukung perjalanan penulis selama perkuliahan termasuk masa penulisan skripsi ini.
15. Mia, selaku teman dekat penulis yang telah menemani dan mendukung penulis sejak bangku SMP.

16. Diva, Amel dan Abang selaku teman dekat penulis yang telah menemani dan mendukung penulis sejak bangku SMA.
17. Rekan-rekan Himpunan Mahasiswa FISIP Palembang yang telah mengisi kehidupan perkuliahan penulis dan menjadi tempat untuk menambah pengalaman di luar akademik.
18. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 khususnya kelas A Ikom Palembang dan kelas Humas Palembang yang telah membantu dan mewarnai perjalanan kuliah penulis.
19. *Last but not least*, terimakasih kepada diri sendiri penulis ucapkan yang sudah berjuang melewati berbagai hal selama perkuliahan ini dan akhirnya bisa menyelesaikan skripsi dan masa kuliah ini.

Palembang, 14 Juli 2025

Peneliti

Almira Zahra Larasati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	15
1.1 Latar Belakang.....	15
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	23
1.3 Tujuan Penelitian.....	23
1.4 Manfaat Penelitian.....	23
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	23
1.4.2 Manfaat Praktis.....	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	25
2.1 Landasan Teori.....	25
2.2 Strategi Komunikasi.....	25
2.2.1 Definisi Strategi Komunikasi.....	25
2.3 Sarana.....	28
2.3.1 Pengertian Sarana.....	28
2.3.2 Tujuan Sarana.....	28
2.4 Meningkatkan Penerimaan Pajak.....	29
2.5 Teori Strategi Komunikasi.....	29
2.6 Teori yang Digunakan.....	31
2.7 Kerangka Teori.....	31
2.8 Kerangka Pemikiran.....	33
2.9 Penelitian Terdahulu.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Desain Penelitian.....	39
3.2 Definisi Konsep.....	39
3.2.1 Strategi Komunikasi.....	39
3.2.2 KPP Pratama Jakarta Palmerah.....	40
3.2.3 Penerimaan Pajak.....	40
3.3 Fokus Penelitian.....	40
3.4 Unit Analisis & Unit Observasi.....	42

3.4.1 Unit Analisis	42
3.5 Informan Penelitian	42
3.5.1 Kriteria Informan	42
3.5.2 Informan Kunci	43
3.5.3 Informan Pendukung	44
3.6 Sumber Data	46
3.7 Teknik Pengumpulan Data	48
3.8 Teknik Keabsahan Data	49
3.9 Teknik Analisis Data	51
BAB IV GAMBARAN UMUM KPP PRATAMA JAKARTA	
PALMERAH	54
4.1 KPP Pratama Jakarta Palmerah	54
4.2 Visi dan Misi KPP Pratama Jakarta Palmerah	55
4.2.1 Visi KPP Pratama Jakarta Palmerah	55
4.2.2 Misi KPP Pratama Jakarta Palmerah	55
4.3 Struktur Organisasi KPP Pratama Jakarta Palmerah	57
4.4 Wilayah kerja	58
4.5 Jumlah Sumber Daya Manusia KPP Pratama Jakarta Palmerah	59
4.6 Jumlah Wajib Pajak Terdaftar	59
4.7 Kriteria dan Prosedur Pengajuan Wajib Pajak Patuh	59
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	67
5.1 Mengenal Sasaran Komunikasi	69
5.2 Pemilihan Media Komunikasi	77
5.3 Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi	84
5.4 Peranan Komunikator Dalam Komunikasi	90
5.4.1 Daya Tarik Sumber	90
5.4.2 Kredibilitas Sumber	92
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	97
6.1 Kesimpulan	97
6.2 Saran	99
6.2.1 Saran Akademis	99
6.2.2 Saran Aplikatif	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Target dan Realisasi Pajak dari Tahun 2020 hingga 2024.....	16
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3. 1	Fokus Penelitian	41
Tabel 4. 1	Wajib Pajak yang Terdaftar di KPP Pratama Jakarta Palmerah	59
Tabel 5. 1	Tabel Pencapaian Target KPP Pratama Jakarta Palmerah	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Alur Pemikiran	34
Gambar 4. 1	Susunan Pegawai	57
Gambar 5. 1	Kegiatan Tax Goes to School.....	70
Gambar 5. 2	Kegiatan Business Development System.....	73
Gambar 5. 3	Template Untuk Kegiatan Kelas Pajak	75
Gambar 5. 4	Kegiatan TAX GOES TO SCHOOL.....	79
Gambar 5. 5	Famflet Undangan workshop Untuk UMKM	81
Gambar 5. 6	Capaian penerimaan pajak KPP Pratama Palmerah Jakarta.....	87

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pajak berfungsi sebagai pendapatan utama pemerintah untuk membiayai operasional pemerintahan dan pembangunan suatu negara (Sihombing & Alestriaana, 2020). Peran pajak sangat vital dalam penyelenggaraan negara, khususnya dalam mendukung perekonomian nasional. Pendapatan dari pajak menjadi andalan pemerintah untuk membiayai program-program pembangunan di berbagai bidang, seperti pendidikan, kesehatan, infrastruktur, serta sektor-sektor penting lain yang berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat (Didi Handono Syahputra, 2024).

Secara prinsip, pajak adalah iuran wajib yang harus dibayar oleh masyarakat dan perusahaan berdasarkan ketentuan perundang-undangan, dengan tujuan untuk mendanai kepentingan umum. Namun, pada praktiknya, kepatuhan wajib pajak di Indonesia masih mengalami berbagai kendala, khususnya dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat akan pentingnya memenuhi kewajiban perpajakan (Daud, 2022). Setiap tahunnya, pemerintah menetapkan target penerimaan pajak yang harus dicapai untuk memastikan keberlanjutan ekonomi dan pemerintahan yang stabil. Data penerimaan pajak dari tahun 2020 hingga 2024 menunjukkan adanya tren peningkatan, meskipun pada tahun 2020 realisasi penerimaan pajak mengalami penurunan akibat dampak pandemi COVID-19 yang melemahkan perekonomian.

Seiring berjalannya waktu, pemerintah berhasil meningkatkan capaian

penerimaan pajak dengan berbagai strategi, termasuk reformasi administrasi perpajakan dan peningkatan kesadaran wajib pajak melalui komunikasi yang lebih efektif. Pada tahun 2021, penerimaan pajak berhasil melampaui target dengan capaian 103,9%, yang menunjukkan adanya pemulihan ekonomi pasca pandemi. Tren ini terus berlanjut hingga tahun 2023, di mana realisasi penerimaan pajak mencapai 110,6% dari target yang ditetapkan. Untuk tahun 2024, pemerintah menargetkan penerimaan pajak sebesar Rp1.924 triliun, dengan harapan bahwa kebijakan perpajakan yang lebih optimal dan penggunaan strategi komunikasi yang lebih baik akan membantu mencapai target tersebut (Syadat, 2022).

Tabel berikut menggambarkan target dan realisasi penerimaan pajak di Indonesia dari tahun 2019 hingga 2023.

Tabel 1. 1 Target dan Realisasi Pajak dari Tahun 2020 hingga 2024

Tahun	Target	Realisasi
2019	100%	81.28%
2020	100%	88.06%
2021	100%	88.77%
2022	100%	147.12%
2023	100%	106.81%

Kepatuhan masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakan merupakan faktor kunci yang mendukung suksesnya pembangunan nasional (Angellia, 2021). Di Indonesia, kerangka hukum perpajakan dibangun melalui sistem berjenjang yang jelas, meliputi UUD 1945 sebagai landasan konstitusional, dilengkapi dengan Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Keputusan Presiden, serta berbagai peraturan pendukung. Sistem hierarkis

hukum ini berfungsi sebagai pondasi dalam membangun tata kelola perpajakan yang efektif dan implementatif. Kepatuhan terhadap hierarki yang ketat merupakan aspek mendasar dari banyak sistem organisasi (Alfaruqi, 2019).

Sistem hukum perpajakan Indonesia menganut prinsip hierarki normatif di mana peraturan pada level lebih tinggi memiliki kedudukan lebih kuat dibanding peraturan di bawahnya (R & Agusti, 2019). Mekanisme ini menjamin tidak adanya kontradiksi antara regulasi tingkat rendah dengan ketentuan di atasnya, sekaligus memelihara koherensi dalam tata hukum nasional.

Dalam konteks fiskal, Pasal 23A UUD 1945 menjadi landasan konstitusional yang mengatur penerimaan negara melalui pajak dan pungutan wajib lainnya. Ketentuan ini membentuk dasar hukum bagi pengelolaan keuangan negara yang bertujuan untuk memajukan kesejahteraan rakyat. Sebagai instrumen fiskal, pajak tidak hanya menjadi pilar utama pembiayaan pembangunan, tetapi juga berfungsi sebagai pengatur dinamika ekonomi nasional (Nurizzaman, 2020).

Meskipun aktivitas ekonomi dominan beroperasi dalam sistem pasar bebas, peran pemerintah tetap krusial dalam menciptakan ekosistem pasar yang sehat (Mangoting, 2019). Penelitian ini mengungkapkan bahwa pemungutan pajak merupakan prasyarat bagi negara untuk menjaga stabilitas mekanisme pasar, menyediakan kerangka regulasi yang mendukung persaingan usaha, memfasilitasi pertumbuhan ekonomi berkelanjutan (Bruno, 2019).

Pemenuhan kebutuhan pembiayaan pemerintah untuk infrastruktur, layanan publik, dan program sosial memerlukan ketersediaan dana yang mencukupi (Ghimire, 2019). Dalam hal ini, pemungutan pajak berfungsi sebagai mekanisme vital guna memperoleh pendapatan negara yang akan dialokasikan bagi peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Pelayanan negara pada hakikatnya bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan bersama dan kepentingan publik (Ezejiofor, 2015). Melalui skema ini, masyarakat sebenarnya menikmati manfaat pajak secara beranting, meskipun tidak secara langsung terlihat. Konsep ini memiliki korelasi kuat dengan pendekatan ekonomi yang bertujuan meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui kebijakan redistribusi pendapatan. Adapun capaian pertumbuhan ekonomi sangat ditentukan oleh besaran investasi pemerintah dalam pembangunan berbagai sarana prasarana (Deng & Xie, 2021).

Sebagai institusi yang memiliki tugas untuk mengelola, mengawasi, dan meningkatkan penerimaan pajak, Kantor Pelayanan Pajak (KPP) memegang peranan yang penting dalam mendukung visi dan misi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) untuk mencapai target penerimaan pajak (Prabowo & Indarto, 2018). KPP Pratama Jakarta Palmerah adalah salah satu kantor pelayanan pajak yang berada di lingkungan Direktorat Jenderal Pajak yang secara khusus bertugas melayani, membina, dan mengawasi wajib pajak yang berada di wilayah Jakarta Palmerah. Sebagai institusi yang berinteraksi langsung dengan wajib pajak, KPP Pratama Jakarta Palmerah diharapkan mampu menjalankan perannya secara efektif dan efisien, termasuk dalam meningkatkan penerimaan pajak melalui berbagai strategi komunikasi yang

memadai.

Kesadaran dalam membayar pajak harus ditingkatkan, hal menjadi penting dalam meningkat penerimaan pajak. KPP Pratama Jakarta Palmerah dapat melakukan strategi komunikasi dalam meningkatkan kesadaran dalam membayar pajak. Dalam hal ini, KPP Pratama Jakarta Palmerah dapat berperan aktif dengan menerapkan berbagai strategi komunikasi yang efektif untuk mendorong partisipasi wajib pajak. Melalui pendekatan yang edukatif, transparan, dan bersifat persuasif, KPP Pratama Jakarta Palmerah dapat membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, sehingga kesadaran dan kepatuhan dalam membayar pajak dapat meningkat secara berkelanjutan (Kirana, 2020).

KPP Pratama Jakarta Palmerah menghadapi sejumlah tantangan dalam melakukan komunikasi dengan wajib pajak, mulai dari rendahnya pemahaman masyarakat tentang pajak hingga kompleksitas peraturan pajak yang sering kali membingungkan bagi sebagian besar wajib pajak. Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi yang pesat memberikan peluang bagi KPP Pratama Jakarta Palmerah untuk memperbaiki strategi komunikasi melalui berbagai media digital yang lebih efektif dan efisien dalam menjangkau masyarakat luas. Penggunaan media sosial, website, aplikasi mobile, hingga layanan *e-mail blast* menjadi pilihan untuk memberikan informasi yang cepat dan mudah diakses oleh masyarakat (Pratama & Hartono, 2022).

Dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia, penerimaan pajak menjadi indikator yang sangat penting bagi keberlangsungan berbagai program pembangunan. Sebagai negara dengan jumlah penduduk yang besar, Indonesia membutuhkan alokasi dana yang signifikan untuk mendukung

berbagai sektor publik seperti pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur. Sumber daya ini sebagian besar bersumber dari pajak yang dibayarkan oleh masyarakat, baik individu maupun badan usaha (Said, 2016). Dengan demikian, upaya untuk meningkatkan penerimaan pajak tidak hanya penting bagi kelangsungan program pemerintah tetapi juga untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan.

Namun, Indonesia masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan penerimaan pajak. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya tax ratio, atau rasio penerimaan pajak terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang menunjukkan seberapa besar kontribusi sektor perpajakan dalam perekonomian negara. Rasio pajak Indonesia masih berada di bawah rata-rata negara lain di kawasan ASEAN, yang menandakan bahwa potensi penerimaan pajak di Indonesia belum tergarap sepenuhnya (Tricahyono & Wijaya, 2023). Untuk mengatasi masalah ini, pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pajak telah melakukan berbagai upaya perbaikan, salah satunya adalah melalui perbaikan strategi komunikasi dengan wajib pajak untuk meningkatkan pemahaman, kepatuhan, dan kesadaran mereka terhadap kewajiban perpajakan (Suharsono & Galvani, 2020).

Membangun kesadaran membayar pajak di KPP Pratama Jakarta Palmerah membutuhkan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan, karena kesadaran perpajakan yang rendah sering kali disebabkan oleh kurangnya pemahaman masyarakat mengenai peran pajak dalam pembangunan negara. Masyarakat sering kali tidak merasa terhubung dengan tujuan pajak, atau merasa tidak ada dampak langsung dari kewajiban perpajakan yang mereka penuhi (Wicaksono, 2024).

Oleh karena itu, KPP Pratama Jakarta Palmerah perlu fokus pada edukasi yang lebih intensif dan menyeluruh, dengan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, seperti media sosial, aplikasi mobile, dan kampanye edukasi yang melibatkan tokoh masyarakat. Transparansi dalam pengelolaan pajak dan akuntabilitas penggunaan dana pajak juga harus diperkuat agar masyarakat dapat melihat secara jelas manfaat dari pajak yang mereka bayar.

Namun, tantangan utama dalam membangun kesadaran membayar pajak adalah menciptakan rasa percaya yang kuat antara institusi pajak dan masyarakat. KPP Pratama Jakarta Palmerah harus menunjukkan bahwa pengelolaan pajak dilakukan secara profesional dan bertanggung jawab, serta bahwa pembayaran pajak membawa dampak positif yang langsung dirasakan oleh masyarakat, seperti peningkatan kualitas layanan publik dan infrastruktur (Dharmawan, 2024). Selain itu, untuk meningkatkan partisipasi aktif masyarakat, KPP Pratama Jakarta Palmerah juga perlu memberikan ruang bagi masyarakat untuk memberikan masukan, feedback, atau bahkan kritik terhadap pelayanan perpajakan yang ada. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kesadaran, tetapi juga memperkuat hubungan timbal balik antara lembaga perpajakan dan wajib pajak, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepatuhan dan menurunkan potensi penghindaran pajak.

Pentingnya komunikasi dalam manajemen perpajakan mendorong KPP Pratama Jakarta Palmerah untuk menyusun strategi komunikasi yang mampu memberikan edukasi pajak kepada masyarakat. Salah satu tantangan utama dalam edukasi pajak adalah rendahnya literasi perpajakan di kalangan masyarakat (Herman, 2020). Banyak masyarakat yang masih belum memahami

seluk-beluk peraturan perpajakan dan merasa enggan untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai pajak. Untuk mengatasi masalah ini, KPP Pratama Jakarta Palmerah dapat menggunakan pendekatan komunikasi yang lebih inovatif, seperti penggunaan media sosial, aplikasi mobile, dan website yang interaktif. Melalui pemanfaatan teknologi informasi, KPP Pratama Jakarta Palmerah diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih mudah diakses dan dimengerti oleh masyarakat. Selain itu, penggunaan teknologi ini juga memungkinkan KPP Pratama Jakarta Palmerah untuk memberikan respons yang cepat terhadap pertanyaan atau keluhan yang diajukan oleh wajib pajak. Dengan adanya komunikasi yang efektif, diharapkan masyarakat akan semakin paham mengenai pentingnya pajak serta termotivasi untuk memenuhi kewajibannya dengan benar dan tepat waktu.

Strategi komunikasi yang efektif menjadi komponen utama dalam membangun kesadaran membayar pajak, terutama dalam konteks penyampaian informasi yang jelas, akurat, dan mudah dipahami oleh wajib pajak. Strategi komunikasi ini tidak hanya berfokus pada aspek penyampaian informasi mengenai kewajiban perpajakan, tetapi juga pada upaya untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran wajib pajak mengenai pentingnya peran pajak dalam pembangunan nasional. Dengan kata lain, komunikasi yang dilakukan oleh KPP Pratama Jakarta Palmerah harus mampu menjadi sarana edukasi bagi masyarakat mengenai manfaat pajak, risiko ketidakpatuhan, dan keuntungan dari kepatuhan terhadap aturan perpajakan. KPP Pratama Jakarta Palmerah sebagai institusi yang berperan dalam pengelolaan pajak di wilayah Jakarta Palmerah memiliki tanggung jawab untuk meningkatkan penerimaan pajak melalui berbagai strategi komunikasi yang efektif.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi komunikasi yang lebih baik di lingkungan KPP Pratama Jakarta Palmerah dan secara umum di Direktorat Jenderal Pajak.

Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini bermaksud mengkaji: "Bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan KPP Pratama Jakarta Palmerah dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui program penyuluhan?"

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, adapun rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi KPP Pratama Jakarta Palmerah dalam penyuluhan kesadaran membayar pajak?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, adapun tujuan yang akan dicapai untuk penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi KPP Pratama Jakarta Palmerah dalam penyuluhan kesadaran membayar pajak.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Pada hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pengembangan studi dan ilmu dalam mengimplementasikan pengetahuan khususnya dalam Strategi Komunikasi KPP Pratama Jakarta Palmerah dalam penyuluhan kesadaran membayar pajak.
2. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan tempat masukan terutama dalam kajian Ilmu Komunikasi pada bidang Strategi Komunikasi dan *Public Relations*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dalam penelitian ini bisa menjadikan sumber bahan referensi untuk mengkaji lebih dalam mengenai strategi komunikasi KPP Pratama Jakarta Palmerah dalam penyuluhan kesadaran membayar pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Arti, N. D. B., & Rizky, R. Y. (2023). Analisis Korupsi Dan Upaya Mewujudkan Good Governance Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Administrasi Pemerintahan Daerah*, 15(2), 135–149. <https://doi.org/10.33701/jiaped.v15i2.3798>
- Daud, D., & Mispa, S. (2022). Kebijakan Pajak Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara (PKN)*, 3(2), 375–380. <https://doi.org/10.31092/jpkn.v3i2.1389>
- Didi Handono Syahputra, Muhammad Rizky Putra, & Agung Anantha. (2024). Peran Perpajakan dalam Perekonomian Indonesia: Tinjauan Sistem Perpajakan di Indonesia dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2(3), 335–348. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v2i3.2072>
- Dondokambey, S. M. A. (2023). Penerapan Prinsip Partisipasi Masyarakat Bermakna (Meaningful Participation) Dalam Pembentukan Peraturan Daerah. *Lex Privatum*, 11(2).
- Herman. (2020). *Pengaruh Keahlian Komunikasi Fiskus Terhadap Peningkatan Kepatuhan Pelaporan Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Madya Makassar*. Universitas Hasanuddin.
- Hidayat, S., Rizkiah, P., & Erina, O. (2024). Strategi Pemerintah Dalam Meningkatkan Kesadaran Pajak Di Indonesia. *Al-Mizan : Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(I), 11–22. <https://doi.org/10.54459/almizan.v7i1.652>
- J. Moleong, L. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Prabowo, O. M., & Indarto, I. (2018). Efektivitas Pelaksanaan Reformasi Perpajakan. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 220. <https://doi.org/10.26623/jreb.v11i3.1144>
- Pratama, N. C. A., & Hartono, S. (2022). Tinjauan Prosedur Operasional Media Sosial Direktorat Jenderal Pajak Dalam Rangka Edukasi Perpajakan.

JURNAL PAJAK INDONESIA (Indonesian Tax Review), 6(2S), 472–487.

<https://doi.org/10.31092/jpi.v6i2S.1856>

Puspasari, A. (2019). Prinsip Prinsip Good Governance Transparansi dan Akuntabilitas pada Kpp Pratama Cikarang Utara. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 17(2).

<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.31294/jp.v17i2.6482> Rondonuwu,

A., Rompas, W. Y., & Pombengi, J. D. (2015). Implementasi Good Governance di Kecamatan Pasan Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal*

Administrasi Publik, 2(29).

Safitri, E., & Jaeni. (2023). Pengaruh Transparansi Pajak Oleh Fiskus Dan Trust Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) Dengan E-Filling Sebagai Variabel Moderasi. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 14(03), 678–690.

<https://doi.org/10.23887/jimat.v14i03.65182>

Said, A., Budiati, I., Reagan, H. A., Riyadi, Hastuti, A., Anam, C., Larasaty, P., Setiyawati, N., Hardika, B., Agusta, M. W., Arifin, M., Andriastuti, R. D., & Tama, D. (2016). *Potret Awal Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals) di Indonesia*. Badan Pusat Statistik.

Siti Nuridah, Joelianti Dwi Supraptiningsih, Rony Marthin Sitohang, Listya Ningrum, & Maulana Fahmi Muzaqi. (2023). Pengaruh Nasionalism (Nasionalisme) dan Trust (Kepercayaan Pada Pemerintah) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 1(6), 332–342.

<https://doi.org/10.61132/menawan.v1i6.189>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Suharsono, A., & Galvani, S. (2020). Optimalisasi Edukasi Perpajakan Bagi Generasi Milenial Melalui Video. *Scientax*, 2(1), 123–139. <https://doi.org/10.52869/st.v2i1.63>

Syadat, F. A., Kusyeni, R., & Fauziah, E. (2022). Analisis Efektivitas Edukasi

- Perpajakan bagi Generasi Milenial melalui Media Sosial Instagram dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak (Studi Kasus di Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jawa Barat II). *Jurnal Reformasi Administrasi : Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*,9(1).<https://doi.org/https://doi.org/10.31334/reformasi.v9i1.2998.g1432>
- Tricahyono, D., & Wijaya, S. (2023). Pengaruh Kontribusi Sektor Agrikultur Dan Sektor Industri Dalam PDB Terhadap Penerimaan Pajak Di ASEAN Dengan Variabel Populasi Penduduk Urban Sebagai Moderasi. *Akuntansiku*,2(3),120–132. [tps://doi.org/10.54957/akuntansiku.v2i3.470](https://doi.org/10.54957/akuntansiku.v2i3.470)
- AjiMaduseno, A. (2025, Juni 21). *analisis pemahaman dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan pelaporan pph 21 pada kpp pratama cileungsi*. Retrieved from Kompasiana: https://www.kompasiana.com/aryoaji/6856acf5ed641554845d7352/analisis-pemahaman-dan-kesadaran-wajib-pajak-terhadap-kepatuhan-pelaporan-pph-21-pada-kpp-pratama-cileungsi?page=all&page_images=1
- Annisagita Sungga Dirgantari, M. (n.d.). *DASAR-DASAR KOMUNIKASI PENGANTAR KOMPREHENSIF UNTUK PEMAHAMAN PROSES KOMUNIKASI*.
- Badriyah, S. (2024). *Media Komunikasi: Fungsi, Jenis, Pengertian Menurut Para Ahli*. Retrieved from Gramedia: <https://www.gramedia.com/literasi/media-komunikasi/>
- Daud, D. &. (2022). Kebijakan Pajak Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara (PKN)*. 375–380.
- Dharmawan, I. (2024, April 24). *Manfaat Pajak untuk Program Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat*. Retrieved Mei 15, 2025, from Direktorat Jenderal Pajak: <https://www.pajak.go.id/id/artikel/manfaat-pajak-untuk-program-pembangunan-dan-kesejahteraan-masyarakat>
- Didi Handono Syahputra, M. R. (2024). Peran Perpajakan dalam Perekonomian Indonesia: Tinjauan Sistem Perpajakan di Indonesia dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 335–

- Direktorat Jenderal Pajak. (2021). *Reformasi adalah Keniscayaan, Perubahan adalah Kebutuhan*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pajak, Kementerian Keuangan RI.
- Dwi, A. (2023, Agustus 07). *Komunikasi Adalah: Pengertian, Jenis, dan Tujuannya*. Retrieved from FISIP.UMSU: <https://fisip.umsu.ac.id/komunikasi-adalah-pengertian-jenis-dan-tujuannya/>
- Fauzi Putra Laksana, R. W. (2022). KREDIBILITAS PEMBIMBING: FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI MAHASISWA MENYELESAIKAN TUGAS AKHIR PERKULIAHAN. *Fauzi Putra Laksana1*, 274-290.
- Ferdian, T. (2025, Mei 27). *Kejujuran dan Upaya Membangun Citra*. Retrieved from Pajak: <https://www.pajak.go.id/id/artikel/kejujuran-dan-upaya-membangun-citra>
- Hariani, A. (2024, November). *KPP Pratama Jakarta Pasar Rebo Dorong Digitalisasi UMKM pada BDS 2024*. Retrieved from Pajak.com: <https://www.pajak.com/pajak/kpp-pratama-jakarta-pasar-rebo-dorong-digitalisasi-umkm-pada-bds-2024/>
- Hasanah, R. R. (2025). Strategi Listening Untuk Meningkatkan Keterlibatan Audiens Dalam Public Speaking Formal. *Referensi Media Komunikasi dan Dakwah*, 17-28.
- Herman. (2020). PENGARUH KEAHLIAN KOMUNIKASI FISKUS TERHADAP PENINGKATAN KEPATUHAN PELAPORAN PAJAK PADA KANTOR PELAYANAN PAJAK MADYA MAKASSAR . *Komunikasi*.
- Kementerian Keuangan RI. (2024). *Laporan APBN 2020-2023 (Data 2024 merupakan target yang ditetapkan oleh pemerintah dan masih dalam proses realisasi.)*. Jakarta: Kementerian Keuangan RI.
- Kirana, G. C. (2020). Pengaruh Efektifitas Sistem Perpajakan, Kesadaran Membayar Pajak, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kemampuan Membayar Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kpp Pratama Kebayoran Baru III.

Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Ekonomi, 65-82.

- KPP PRATAMA JAKARTA PALMERAH. (2024). *Buku Profil KPP Pratama Jakarta Merah*. Jakarta: KPP Pratama Jakarta Palmerah.
- Kusuma, A. (2022). *Laporan Tahunan Direktorat Jenderal Pajak*. Jakarta: Direktorat Jendral Pajak.
- Mardlo, Z. A. (2023, Agustus 28). *Apakah Kemudahan Pajak akan Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak?* Retrieved from Direktorat Jenderal Pajak: <https://www.pajak.go.id/index.php/id/artikel/apakah-kemudahan-pajak-akan-meningkatkan-kepatuhan-wajib-pajak>
- Nurudin, D. H. (2020). *Media, Komunikasi dan Informasi di Masa Pandemi Covid-19*. Jakarta.
- Romi, K. (2017). STRATEGI KOMUNIKASI KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA PEKANBARU TAMPAN DALAM MENINGKATKAN KESADARAN WAJIB PAJAK DI PEKANBARU MELALUI SISTEM LAYANAN PAJAK ONLINE E-BILLING. *Komunikasi*, 1-16.
- Susanto, H. (2012, Januari 09). *Membangun Kesadaran Dan Kepedulian Sukarela Wajib Pajak*. Retrieved Mei 15, 2025, from Pajak: <https://www.pajak.go.id/id/artikel/membangun-kesadaran-dan-kepedulian-sukarela-wajib-pajak>
- Syadat, F. A. (2022). Analisis Efektivitas Edukasi Perpajakan bagi Generasi Milenial melalui Media Sosial Instagram dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak (Studi Kasus di Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jawa Barat II. *Reformasi Administrasi*, 70-81.
- VERONIKA, R. S. (2022). PENGARUH KESADARAN MEMBAYAR PAJAK DAN FAKTOR LAINNYA TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK. *Management*.
- Wicaksono, A. (2024). Realita Kesadaran dan Tantangan Pajak Dikalangan Generasi Z Sidoarjo. *JURNAL Riset AKUNTANSI*, 174-183.