

PERAN HUMAS KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA (KPPP) MANADO DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT MEMBAYAR PAJAK

Mochsen H. Alamri, Elfie Mingkid, Edmond R. Kalesaran
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sam Ratulangi Manado, Jln. Kampus Bahu, 95115, Indonesia
Email: *mochsenalamri@gmail.com*

ABSTRAK

Peran Humas memegang peranan penting sebagai jembatan penyampaian informasi kepada masyarakat dalam meningkatkan kesadaran membayar pajak. Hal tersebut menjadi tujuan untuk kemajuan instansi pemerintah, karena humas harus memiliki wawasan yang luas sebelum menyampaikan beritanya agar masyarakat dapat memahami setiap informasi yang ada. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Fokus penelitian ini difokuskan pada Peran Humas Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak, yang objek utamanya adalah PRO (petugas humas) dan staf Humas di KPPP Manado. Oleh karena itu peneliti mengaitkan fokus penelitian ini dengan teori humas dari F. Rachmadi (1992: 23) yang mengemukakan tugas pokok humas. Terkait dengan peningkatan kesadaran perpajakan, Humas di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado menjalankan perannya dengan melakukan beberapa tugas pokok, yaitu; 1) Berorganisasi dan bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi /pesan secara lisan, tertulis maupun melalui gambar (visual) kepada publik. 2) Memantau, mencatat, dan mengevaluasi tanggapan dan opini publik /publik. 3) Menjalin hubungan baik dengan publik dan media massa. Tugas tersebut dilaksanakan dengan tujuan agar informasi dapat tersampaikan dengan baik dan dapat dipahami oleh Wajib Pajak. Selain itu telah dilakukan upaya peningkatan kesadaran dalam membayar pajak, Humas KPPP Manado menggunakan beberapa media antara lain; a. Media Cetak (leaflet, brosur, koran, baliho dan spanduk), b. Media elektronik (radio, televisi, handphone) dan media sosial melalui laman resmi pajak Manado (Instagram dan Facebook), c. Media Gathering / Sosialisasi (target: PNS, Pegawai BUMN, Pegawai Swasta, Profesi, Perkumpulan Pengusaha, dan Perguruan Tinggi). Adapun upaya yang dilakukan oleh KPPP Manado Dalam menyelenggarakan hubungan baik dengan masyarakat dan media, seperti perayaan Hari Pajak, Hari *OEANG*, *SPECTAXCULAR* dan perayaan lainnya. Upaya dalam menjalankan tugas dan peran humas perlu ditingkatkan dalam hal informasi dan komunikasi. Di era digitalisasi yang semakin modern, sebagian masyarakat (wajib pajak) belum memahami dan mengikuti perkembangan informasi digital di media online terkait aplikasi perpajakan. Oleh karena itu perlu adanya sosialisasi secara berkala dalam mensosialisasikan penggunaan aplikasi digital online ini kepada masyarakat, hal ini untuk menghindari kesalahan dalam penggunaan media tersebut.

Kata Kunci: Peran Humas, Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado

ABSTRACT

The role of Public Relations plays an important role as a bridge to convey information to the public in increasing awareness of paying taxes. This is a goal for the progress of government agencies, because public relations must have a broad insight before delivering the news so that the public can understand any existing information. The research method used in this research is qualitative method. The focus of this research is focused on the Role of Public Relations of the Manado Primary Tax Service Office in increasing public awareness of paying taxes, whose main objects are the PRO (public relation officer) and Public Relations staff at KPPP Manado. Therefore, researchers link the focus of this study with the theory of public relations from F. Rachmadi (1992: 23) which suggests the main task of public relations. In relation to increasing tax awareness, public relations at the Manado Pratama Tax Office, carry out their roles by performing several main tasks, namely; 1) Organizing and responsible for delivering information/messages verbally, in writing or through pictures (visuals) to the public. 2) Monitor, record, and evaluate responses and public / public opinion. 3) Establishing good relations with the public and the mass media. These tasks are carried out with the aim that information can be conveyed properly and can be understood by taxpayers. Apart from that, efforts were made to increase awareness in paying taxes, Public Relations of KPPP Manado used several media, there are; a. Print Media (leaflets, brochures, newspapers, billboards and banners), b. Electronic media (radio, television, handphone) and social media through the Manado tax official page (Instagram and Facebook), c. Media Gathering / socialization (target: civil servants, BUMN employees, private employees, professions, employers' associations, and colleges). There are efforts made by KPPP Manado in maintaining good relations with the public and the media, such as the celebration of Tax Day, OEANG Day, SPECTAXULAR and other celebrations. Efforts in carrying out the duties and roles of public relations need to be increased in terms of information and communication. In an increasingly modern era of digitalization, some people (taxpayers) do not understand and follow the development of digital information on online media related to tax applications. Therefore, it is necessary to provide regular outreach in socializing the use of these online digital applications to the public, this is to avoid mistakes in the use of these media.

Keywords: The role of Public Relations, Manado Pratama Tax Office

PENDAHULUAN

Pembangunan Nasional merupakan pembangunan yang berlangsung secara terus-menerus dan berkesinambungan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat baik secara materiil maupun spiritual. Berbagai sumber potensi dapat dijadikan sebagai sumber dana demi mengembangkan pembangunan negara disegala bidang, antara lain adalah potensi sumber daya alam, dan juga sumber daya manusia serta juga sumber pendapatan pajak negara. Untuk dapat merealisasikan pembangunan tersebut, maka negara harus menggali sumber dana dari dalam negeri berupa pajak.

Pajak adalah kontribusi wajib rakyat kepada negara yang terutang, baik sebagai orang pribadi atau badan usaha yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pembayaran pajak merupakan perwujudan kewajiban dan peran serta wajib pajak untuk ikut secara langsung dan bersama-sama melaksanakan pembiayaan negara dan pembangunan nasional. Sesuai falsafah undang-undang perpajakan, membayar pajak bukan hanya merupakan kewajiban, tetapi merupakan hak dari setiap warga negara untuk ikut berpartisipasi dan berperan serta terhadap

pembiayaan negara dan pembangunan nasional. Salah satu tugas utama dalam kaitan dengan informasi dan sosialisai membayar pajak adalah mengoptimalkan peranan tugas dan fungsi humas instansi pajak tersebut, Keberadaan humas sangat dibutuhkan dan penting untuk membangun dan menjaga adanya saling pengertian antara organisasi dengan stekholder dan masyarakat umum, dengan tujuan menyangkut tiga hal yaitu reputasi, citra dan komunikasi mutual benefit relationship. Untuk berkomunikasi dengan public, humas juga mendekatkan diri melalui media, baik melalui iklan, media social ataupun dengan menyediakan informasi mengenai perkembangan organisasi tekini. Hal ini tentunya merupakan tanggung jawab pemerintah melalui kantor pelayanan pajak pratama Kota Manado, terlebih khusus peran humas kantor pelayanan pajak pratama (KPPP) Manado untuk lebih berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat kota Manado terhadap pajak tersebut. Adapun hal-hal yang berkaitan dengan kurangnya kinerja dari humas Kantor Pelayan Pajak Pratama (KPPP) Manado antara lain; 1. Jarang menyampaikan informasi/ pesan secara lisan (face to face), 2. Kurang mempelajari apalagi melakukan analisa reaksi publik wajib pajak, 3. Jarang memanfaatkan media yang ada, 4. Jarang melakukan kegiatan sosialisasi dengan wajib pajak. Faktor-faktor di atas ditemukan kurangnya kinerja dari humas Kantor Pelayan Pajak Pratama (KPPP) Manado, yang sebenarnya peran dari humas sangatlah penting dalam melaksanakan tugas. Mengingat bahwa tugas pokok dari humas adalah bertanggung jawab atas segala informasi yang diberikan kepada public. Hal inilah yang merupakan permasalahan yang dapat dikaitkan dengan minimnya peran Humas KPPP Manado dalam memberikan informasi dan sosialisasi terkait dengan membangkitkan kesadaran wajib pajak terhadap masyarakat di kota Manado. Maka dari itu peneliti sangat tertarik untuk mendalami permasalahan ini dengan melakukan penelitian ini secara mendalam.

Rumusan Masalah dalam penelitian ini yaitu; Bagaimana peran Humas Kantor Pelayanan Pajak Pratama (KPPP) Manado dalam meningkatkan kesadaran masyarakat membayar pajak. Adapun tujuan penelitian ini yakni: untuk mengetahui peran Humas Kantor Pelayanan Pajak Pratama (KPPP) Manado dalam meningkatkan kesadaran masyarakat membayar pajak.

(Cutlip, Center dan Broom, 2009:4) menyatakan bahwa, *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik. "*The Statement of Mexico*" mendefinisikan *Public Relations* sebagai seni dan ilmu pengetahuan sosial untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensi, menasihati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program-program yang berencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani baik kepentingan organisasi maupun kepentingan umum. Menurut F. Rachmadi (1992 : 23) tugas pokok humas adalah: 1) Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi/pesan secara lisan, tertulis atau melalui gambar (visual) kepada publik, sehingga public mempunyai pengertian yang hal ikhwal perusahaan atau lembaga, segenap tujuan serta kegiatan yang dilakukan. 2) Memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum /masyarakat. 3) Mempelajari dan melakukan analisis reaksi public terhadap kebijakan perusahaan / lembaga, maupun segala macam pendapat (*public acceptance dan non-acceptance*). 4) Penyelenggaraan

hubungan baik dengan masyarakat dan media massa untuk memperoleh penerimaan public (*public favour*), pendapat umum (*public opinion*) dan perubahan sikap. Sebelum masuk pada konsep humas pemerintahan tentunya perlu kita memahami fungsi dari humas pemerintahan tersebut sesuai dari konsep-konsep beberapa pakar humas dan public relations yang ada di Indonesia dan dunia. Berkaitan dengan tugas pokok humas pada internal dan eksternal public khususnya pada humas pemerintahan sangat berbeda dengan tugas pokok humas perusahaan sebagaimana biasanya dapat kita jelaskan bahwa pada Humas perusahaan lebih menitikberatkan tugas dan fungsinya pada keuntungan (*profit*), sedangkan untuk humas pemerintahan adalah lebih kepada untuk menciptakan harmonisasi, kerja sama, serta penciptaan citra yang baik pada masyarakat umum. Fungsi dan peranan hubungan masyarakat dapat terlihat pada aspek kegiatan-kegiatan yang dilakukan secara nyata oleh petugas hubungan masyarakat pada suatu instansi atau kantor tertentu. Keberhasilan petugas humas pada suatu instansi dapat terlihat pada kegiatan yang dilakukannya sehubungan dengan fungsi hubungan masyarakat adalah: 1) Mengamankan kebijakan pemerintah. 2) Memberikan bentuk pelayanan. Menyebarkan informasi, misalnya menerjemahkan. 3) Menerima dan menampung informasi dari masyarakat. 4) Menjadi jembatan/ komunikator aktif dalam rangka komunikasi dua arah. 5) Ikut menciptakan iklim untuk mengamankan pembangunan, (Wijaya 1986 : 127). Fungsi humas pemerintahan menurut Hamdan dan Hafiedcanra, (1996 : 32) adalah sebagai berikut; 1) Humas pemerintahan adalah fungsi manajemen pemerintahan yang dibentuk untuk mencapai tujuan organisasi pemerintahan. 2) Membantu pelaksanaan program organisasi pemerintahan. 3) Memberi nasehat, pentunjuk dan konsultasi dalam pelaksanaan kegiatan organisasi pemerintahan. 4) Melaksanakan hal-hal yang berhubungan dengan keuangan dan kepegawaian. 5) Menumbuhkan kesadaran akan perlunya komunikasi dalam manajemen pemerintahan. 6) Memberi informasi secara terbuka dan akurat untuk menghilangkan keraguan terhadap sesuatu hal. 7) Menyampaikan informasi secara jujur, tanpa menambah atau mengurangi hakekatnya yang sesungguhnya. 8) Berusaha menarik perhatian public terhadap organisasi maupun terhadap luar. Kemudian pendapat yang dikemukakan Anshar Raoef sebagaimana yang dikutip Riyono Praktikno, (1982 : 35) sebagai berikut: “Suatu kegiatan untuk menggerakkan dan mempengaruhi opini terhadap individu/perusahaan atau mengubah sikap public terhadap kebijakan pemerintah/perusahaan/lembaga dalam rangka menciptakan *good will* yang memperoleh opini yang favorable bagi organisasi yang bersangkutan.”

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Menurut Bungin dalam Ibrahim (2015: 52) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif adalah proses kerja penelitian yang sarannya terbatas, namun kedalaman datanya tak terbatas. Semakin dalam dan berkualitas data yang diperoleh atau dikumpulkan maka semakin berkualitas hasil penelitian tersebut. Penelitian secara kualitatif ini, lebih diarahkan pada pada latar dan individu secara holistik dan menekankan pentingnya pemahaman tingkah laku menurut pola berpikir dan bertindak subjek kajian. Artinya subjek individu merupakan sumbu utama penelitian dan perlu diposisikan secara khusus sehingga

dapat melakukan proses pengumpulan data yang lebih optimal. Dalam hal ini tidak mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis tetapi memandang sebagai bagian dari suatu keutuhan. Menurut Mulyana (2001 : 148) menyebutkan bahwa, metode penelitian dilakukan dengan cara deskriptif (wawancara tak berstruktur / wawancara mendalam, pengamatan berperan serta), analisis dokumen, studi kasus, studi historis kritis; penafsiran sangat ditekankan alih-alih pengamatan objektif. Kemudian selanjutnya Menurut Ibrahim (2015: 52), kualitatif adalah suatu mekanisme kerja penelitian yang mengandalkan uraian deskriptif kata, atau kalimat, yang disusun secara cermat dan sistematis mulai dari menghimpun data hingga menafsirkan dan melaporkan hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan desain penelitian secara kualitatif dimana tujuannya adalah untuk mendapatkan data penelitian secara menyeluruh berkaitan dengan permasalahan yaitu bagaimana peran humas Kantor Pajak untuk meningkatkan kesadaran dalam membayar pajak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian dari data yang diperoleh di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado, dipaparkan pada bagian ini. Terkait dalam penelitian ini, peneliti mengacu pada teori F. Rachmadi (1992 : 23). 1) Penyampaian informasi secara lisan kepada wajib pajak. 2) Memonitor, mengevaluasi dan menganalisis tanggapan. 3) Publik terhadap kebijakan wajib pajak. 3) Membina hubungan baik dengan media. Berdasarkan dengan teori yang telah disebutkan di atas, peneliti mendapatkan informasi dalam proses wawancara kepada staf humas kantor pelayanan pajak pratama Manado, dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang merujuk pada peran humas dalam meningkatkan kesadaran pajak. oleh karena itu, peneliti akan membahas peran-peran tersebut dalam kinerja kehumasan di kantor wilayah pelayanan pajak pratama Manado.

Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado melakukan penyuluhan atau sosialisasi lisan sudah sangat sering dilakukan kepada wajib pajak, dengan memakai beberapa media sosial , yang di selenggarakan dari kantor KPT pelayanan pratama manado dalam berupa twiter, facebook, instagram dan sejumlah peraturan-peraturan baru yang telah di tetapkan. Selain itu juga ada sosialisasi secara langsung kepada wajib pajak melalui media online, atau situs yang telah di tetapkan. Bisa juga secara langsung ke kantor pelayanan pajak, di kantor pajak juga ada tersedia tempat pelayanan terpadu bagi yang belum mengerti tentang pembayaran pajak, di situ akan di jelaskan secara terperinci oleh pihak yang telah di tugaskan untuk menjelaskan tentang pembayaran pajak. Untuk penyuluhan wajib pajak, biasanya di lakukan dalam satu tahun itu sebanyak 30 – 40 kali penyuluhan. Penanggung jawab wajib pajak atau akun representatif. Akun representatif bertanggung jawab atas wajib pajak, ini adalah konsultan pajak yang resmi dari Negara. Jadi untuk wajib pajak, biasanya dari pihak konsultan sudah mengirimkan atau sering menyurat ke wajib pajak selaku pemberitahuan terlebih dahulu. Pesan (*Sms* dan *Whats Up*), untuk melaporkan tentang SPT, ini juga selaku media untuk mengingatkan pembayaran kepada setiap wajib pajak.

Evaluasi kehumasan dilakukan dengan menggunakan beberapa indikator: 1) Feedback masyarakat pada media sosial yg dimiliki, termasuk pertanyaan yg masuk melalui pesan/DM. Termasuk respon WP terhadap SMS blast. 2) Pengaduan wajib pajak, baik yg tersedia pd ruang pelayanan ataupun yg

disampaikan pada kring pajak atau melal ui social media. 3) Angka capaian kepatuhan yg setiap hari diawasi oleh KPP. Evaluasi dan memonitoring itu di lakukan setiap saat, terutama dari instansi kantor wilayah (Kanwil), mereka secara langsung memonitoring dan mengevaluasi kantor pelayanan pajak. Selain itu juga, untuk mengontrol dan mengevaluasi memonitoring penyuluhan yang di lakukan di KPP tentang aplikasi penyuluhan yang sekarang disebut sebagai aplikasi Sisuluh. Diaplikasi ini sudah terhubung dengan sistim yang lainnya, jadi nanti akan terlihat apakah ada perubahan perilaku, misalnya dari tidak bayar menjadi bayar, dari tidak lapor menjadi lapor, ada ikatan-ikatan pembayaran jadi dari dari aplikasi itu monitoring dan evaluasinya untuk secara umum, selain itu juga monitoring dan evaluasi itu misalkan yang di helpbase di tempat pelayanan terpadu, di *helpbase* itu ada aplikasi kepuasan pengunjung atau aplikasi kepuasan pelayanan, jadi mereka menuliskan kritik dan saran atau apapun. Jadi itu bisa di pantau dari kantor di KPP Manado, karena setiap pelayanan dilakukan secara gratis. Selain itu juga ada kuis, dimana mereka di suruh mengisi kepuasan pelayanan pajak. Ini semacam kuisisioner online jadi setiap wajib pajak mengisi kuisisioner online, dan juga ada di aplikasi kepuasan pengunjung. Selain itu para wajib pajak ini, misalnya tidak puas dengan pelayanan yang di berikan oleh kantor pelayanan pratama manado atau ada yang mau melakukan pengaduan bagaimana tentang pembayaran pajak, misalkan sistem pelayanan yang dilakukan mungkin tidak baik atau sosialisasinya tidak dimengerti, wajib pajak bisa mengadukan ke layanan di pusat namanya kring pajak di 1500200. Setiap kegiatan di masukkan di input di dalam aplikasi dan setiap tahun juga ada laporan yang di monitoring oleh Kanwil.

Kegiatan kehumasan sangat didukung dengan bantuan media lokal. Peran media lokal sangat besar bagi keberhasilan kegiatan kehumasan. Media membutuhkan informasi yg tepat untuk dapat disampaikan ke masyarakat luas. KPP pun membutuhkan agar informasi-informasi penting terkait perpajakan dapat disebarluaskan kepada masyarakat. Hubungan inilah yg kemudian memperat kerja sama dengan media. Salah satu cara untuk memperat hubungan ini adalah melalui kegiatan media *gathering*. Dalam kegiatan ini media akan dibekali dengan pengetahuan-pengetahuan yg akurat seputar perpajakan, sehingga pemberitaan terkait perpajakan disampaikan dengan tepat dan jelas kepada masyarakat luas. Berikut ini beberapa bentuk penyelenggaraan kegiatan dari KPPP Manado dalam membina hubungan baik dengan masyarakat dan media; 1) Hari Nasional (*Hari Oeang*). Dalam menyelenggarakan hubungan baik dengan masyarakat dan media, KPPP Manado dan kanwil DJP Manado juga mengadakan kegiatan seperti perayaan *Hari Oeang*, dimana perayaan ini diperingati tiap tanggal 30 Oktober, sebagai pengingat atas tonggak sejarah dimana Indonesia pertama kali menerbitkan mata uang resminya sendiri, yaitu Oeang Republik Indonesia (ORI) pada 30 Oktober 1946. Dalam perayaan ini KPPP Manado sering melibatkan masyarakat dan media untuk merayakan bersama dengan penuh antusias. Adapun jenis kegiatan dalam perayaan ini seperti Olah raga dan seni yang akan dilombakan adalah : Bola Voli , Bulu tangkis, tenis meja, Catur, Gaplek, menghias nasi tumpeng dan Karaoke dengan peserta dari Kanwil DJKN Suluttenggomalut, KPKNL Manado, Kanwil Perbendaharaan Propinsi Sulut, KPPN Manado, KPPN Bitung, Kanwil Pajak Suluttenggomalut, KPP Manado, KPP Bitung, BDK Manado, KPBC Manado, KPBC Bitung, dan Sekretariat GKN

Manado; *SPECTAXCULAR*, dalam kegiatan penyelenggaraan, hubungan baik dengan masyarakat dan media, KPPP Manado dan Kanwil DJP Manado juga mengadakan kegiatan yang bertajuk "*Spectaxcular*" kegiatan ini juga sangat sering dilakukan oleh KPPP Manado yang melibatkan masyarakat dan media. Adapun, acara ini dimeriahkan dengan *Zumba* bersama dan juga dimeriahkan dengan penampilan band-band ternama, selain itu juga kegiatan ini semakin lebih meriah dengan kegiatan color run. Acara *Spectaxcular* ini juga bertujuan mensosialisasikan kegiatan wajib pajak seperti lapor SPT Tahunan dan fasilitas administrasi wajib pajak. 3) Hari Pajak, penyelenggaraan hari Pajak dilakukan dalam rangka penghormatan terhadap sejarah perjuangan bangsa dan tanggal tersebut merupakan momentum penting dalam sejarah perjalanan organisasi perpajakan di Indonesia yang mengandung nilai luhur dan semangat perjuangan untuk menopang kehidupan bangsa Indonesia, maka tanggal 14 Juli ditetapkan sebagai Hari Pajak. Kegiatan ini biasanya mengundang dan melibatkan juga para awak media guna meningkatkan hubungan kerjasama yang baik antara KPPP Manado dan Kanwil DJP Manado.

KESIMPULAN.

Peran Humas sangat berperan penting sebagai jembatan penghubung untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dalam meningkatkan kesadaran membayar pajak. Hal ini merupakan tujuan untuk kemajuan dari instansi pemerintahan, karena humas harus memiliki wawasan yang luas sebelum menyampaikan berita tersebut agar masyarakat bisa memahami dan mengerti dari setiap informasi yang ada. Terkait dengan peningkatan kesadaran pajak, humas Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado melaksanakan peran mereka dengan melakukan beberapa tugas pokok yaitu; 1) Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi / pesan secara lisan, tertulis atau melalui gambar (visual) kepada publik. 2) Memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum /masyarakat. 3) Penyelenggaraan hubungan baik dengan masyarakat dan media massa. Tugas-tugas ini dilakukan dengan tujuan agar informasi dapat disampaikan dengan baik dan dapat dimengerti oleh wajib pajak. Selain itu, upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran dalam membayar pajak, Humas KPPP Manado menggunakan beberapa media, antara lain; Media Cetak (leaflet, brosur, Koran, baliho dan spanduk), Media Elektronik (radio, televisi, handphone) dan media sosial melalui laman resmi Pajak Manado (Instagram dan Facebook), dan Media Gathering/sosialisasi (sasaran: pegawai negeri, pegawai BUMN, karyawan swasta, profesi, asosiasi pengusaha, dan kampus-kampus). Adapun upaya yang dilakukan oleh KPPP Manado Dalam menyelenggarakan hubungan baik dengan masyarakat dan media, seperti perayaan Hari Pajak, Hari OEANG, *SPECTAXCULAR* dan perayaan lainnya. Upaya dalam melaksanakan tugas dan peran kehumasan perlu ditingkatkan dalam hal informasi dan komunikasi. Dalam era digitalisasi yang semakin modern, sebagian masyarakat (wajib pajak) kurang memahami dan mengikuti perkembangan informasi digital pada media online terkait dengan aplikasi perpajakan. Oleh karena itu, perlunya pengadaan sosialisasi secara rutin dalam mensosialisasikan penggunaan aplikasi digital online tersebut kepada masyarakat, hal ini untuk menghindari kekeliruan dalam penggunaan media-media tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro M. Linggar, 2001. *Teori dan profesi Kehumasan*. Bumi Aksara. Jakarta
- Bambang Herimanti dkk. (2007). *Public Relations Dalam Organisasi*. Yogyakarta: Santusa \
- Cutlip Scott M., et al. (2007). *Effective Public Relations* (terjemahan Tri Wibowo). Jakarta: Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Hamdan dan Hafiedcangra, 1986, *Prinsip-Prinsip Hubungan Masyarakat, Usaha Nasional*, Surabaya.
- Ibrahim. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Jefkins Frank, 2003. *Public Relation 2003*. Erlangga. Jakarta
- Lamb, W. Charles, dkk, 2001, *Pemasaran*, edisi pertama, Penerbit : Salemba empat, Jakarta
- Linggar Anggoro M. (2005). *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Moleong, Lexy. J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy. J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy Prof. 2001. *Imu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung
- Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nitisemito, Alex. 1982. *Manajemen Personalialia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Paul, Christopher. (2011). *Strategic Communication*. California: Greenwood Publishing Group, 4
- Pawito Ph.d, 2008, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* , LKis pelangi aksara, Yogyakarta
- Riyono Pratikno, 1982, *Lingkaran-lingkaran komunikasi*, Alumni Bandung

- Ruslan Rosady. 2000. *Kiat dan strategi Kampanye Public Relations*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Sparling, D. W. (2014). *The Need for a Good Relations Department. Natural Resource Administrations*, 4
- Widjaja. W. A., 1986, *Komunikasi: dan Hubungan Masyarakat*, Bina Aksara, Jakarta.