

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era modern yang serba digital komunikasi beralih ke babak yang lebih maju dengan adanya teknologi yang semakin canggih. Dimana memudahkan dalam mengakses internet dengan menggunakan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi melalui, *smartphones*, *laptop*, dan sebagainya. Dengan adanya kemajuan teknologi mengantarkan kita menuju era digital saat ini, dimana di era ini membentuk dunia yang lebih global yang memungkinkan beberapa saluran media yang saling bersaing satu sama lain digunakan sebagai sumber informasi.(Kharisma,2019:110)

Dengan adanya teknologi memberikan kemudahan bagi manusia untuk membantu menyelesaikan pekerjaan hingga dalam berkomunikasi hal tersebut juga melahirkan bentuk kehidupan baru sehingga tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat yang digunakan sebagai mediator komunikasi atau penghubung pesan. Revolusi komunikasi yang berbasis digital ini menjadikan peran seorang humas sangat penting untuk terus melakukan perkembangan dengan adanya kemunculan internet dan teknologi. Praktek digital humas merupakan salah satu dari kegiatan yang dilakukan oleh humas yang tentunya adaptasi dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang bagi instansi atau perusahaan. Banyak instansi ataupun perusahaan yang telah menggunakan digital humas, apalagi dalam bidang media penyebaran informasi kepada public sudah banyak menggunakan *web.site* serta media sosial. Karena dengan pentingnya penyembarana informasi digital bagi perusahaan, maka harus adanya kesadaran untuk memberikan informasi media kepada public dan manajemen yang tepat harus diterapkan guna mengimplementasikanya.

Kegiatan digital humas pada dasarnya ialah kegiatan media yang menggabungkan ataupun kombinasi dari banyak media seperti sound, teks, gambar, grafik, video maupun animasi yang disusun menjadi file digital dengan tujuan memberikan informasi ataupun pesan kepada publik.

Media sosial salah satu platform yang berfokus pada eksistensi pengguna untuk memfasilitasi beraktivitas maupun kolaborasi, dalam hal ini media sosial dapat menjadi fasilitator online yang dapat mempererat hubungan antara pengguna media sosial sehingga terjadinya ikatan sosial. Multimedia dalam media sosial seperti, *Instagram, Facebook, Twitter* merupakan media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Sedangkan humas menggunakan media sosial untuk membantu pekerjaan mereka dalam membangun relasi yang baik dengan public. Dilihat dari semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia dalam mengakses media sosial. (Azizah Des Derivanti, 2022: 2656)

Seperti data yang disampaikan oleh (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2024) terdapat 221. 563. 479 Juta pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 dari total keseluruhan penduduk di Indonesia sebesar 278. 696. 200 jiwa di tahun 2023. Menurut ketua umum APJII Muhamad Arif “Adanya peningkatan yang signifikan pengguna internet di Indonesia dengan kurun lima waktu terakhir ini.”

Dilihat dari tahun 2018, peningkatan konsisten grafik pengguna internet di Indonesia telah mencapai 64,8%. Di tahun 2020 meningkat menjadi 73,7%, tahun 2022, 77,01%, kemudian tahun 2023, 78,19% dan di tahun 2024 meningkat 1.4% menyentuh angka 79,5%. Jika dilihat berdasarkan umur penyumbang peningkatan pengguna internet di Indonesia ialah Gen Z dengan 34,40%, kemudian generasi milenial sebesar 30,62%, lalu Gen X 18, 98%, Post Gen Z 9, 17%, kemudian *baby boomers* 6,58% dan *pre boomer* sebanyak 0,24%. (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2024)

Gambar 1.1 Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari 2024



Dilansir dari *We Are Social* mengungkapkan bahwa pengguna aktif media sosial di Indonesia per Januari 2024 pengguna media sosial di Indonesia sebesar 139 juta. Jumlah tersebut menjadikan 49,9% dari total nasional. Dikutip dari hasil laporan *We Are Social* platform media sosial yang paling sering digunakan ialah *WhatsApp* dengan 90,9%, kemudian disusul media sosial *Instagram* dengan 85,3% dan *Facebook* 81,6. (Andi Dwi Riyanto, 2024)

Salah satu instansi yang bergerak dalam bidang perpajakan yaitu Direktorat Jendral Pajak memanfaatkan momentum perkembangan internet yang semakin meningkat, Direktorat Jendral Pajak memberikan kemudahan dalam melaksanakan adminitrasi perpajakan dengan fasilitas layanan berupa Pajak Online. Pajak online ialah pelayanan dalam hal perpajakan dengan menggunakan media internet, ada beberapa layanan yang diberikan dalam penggunaan pajak online, yaitu *E-Filling*, *E-Billing sytem*, *e-Faktur* dan *Tax Amnesty* yang sudah diatur secara resmi (DIREKTUR JENDERAL PAJAK, 2017) nomor SE-42/PJ/2017 tentang pelaksanaan serta pengamanan dalam melaksanakan segala transaksi layanan pajak berbasis elektronik.

Begitupula dengan peran dan fungsi digital humas Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Tulungagung dalam mengenalkan salah satu layanan *E-Filling* sebagai sistem yang membantu wajib pajak dalam pelaporan Surat Pemberi Tahunan Tahunan (SPT) Tahunan bagi pegawai ataupun karyawan.

Kepatuhan wajib pajak membutuhkan kesadaran yang tinggi dalam menjalankan kewajibannya sebagai wajib pajak terutama di Kabupaten Tulungagung, mengingat pelaporan pajak tahunan sekarang sudah bisa dilakukan dimanapun dengan menggunakan *E-Filling*. Untuk menyampaikan penggunaan sistem *E-Filling* KPP Pratama tulungagung mengadakan sosialisasi untuk memberikan informasi kepada wajib pajak.

Sosialisasi merupakan sebuah langkah memberikan informasi kepada public sehingga dapat mengubah pola pikir dan perilaku masyarakat.(Syahrial Syarbaini Rusdiyanta, 2009) Proses kegiatan sosialisasi dibutuhkan humas dan tim yang dapat menjalin hubungan antara public dan perusahaan, dengan perkembangan teknologi praktisi digital humas dapat menggunakan internet sebagai pilihan yang efektif dalam menyampaikan sosialisasi untuk memberikan informasi melalui media digital, begitupula yang dilakukan oleh Humas KPP Pratama Tulungagung dalam mensosialisasikan kepada wajib pajak terutama di Tulungagung terkait dengan sistem layanan *E-Filling*.

Peran media sosial bukan sebagai mengontrol khalayak umum namun media sosial lebih menjadi tempat sosialisasi dalam mempengaruhi khalayak umum. Pengguna media sosial menjadi peluang besar yang dapat mempengaruhi pengguna untuk terdorong untuk melakukannya sehingga media sosial bisa dikatakan dapat merubah baik itu pola pikir, perilaku, dan kebiasaan baik itu dalam memberikan informasi serta pemahaman kepada khalayak umum dengan memanfaatkan media digital terutama dalam mensosialisasikan layanan *E-Filling* yang membantu wajib pajak dalam melaporakan SPT Tahunan.

Berikut tabel peningkatan kepuasan pelayanan terhadap wajib pajak yang di peroleh di KPP Pratama Tulungagung:

Tabel. 1.1

No	Tahun Survei	Nilai Kepuasan Pelayanan	Kategori
1.	2022	92	Sangat Baik
2.	2023	95	Sangat Baik
3.	2024	92	Sangat Baik

Dilihat dari tabel diatas bisa di lihat bahwa adanya pola kurang optimal pada tahun 2022 hingga 2024 terkait dengan nilai kepuasan pelayanan yang telah diberikan oleh humas dan pegawai KPP Pratama Tulungagung dalam memeberikan informasi kepada wajib pajak melalui media digital dalam mengingatkan mengenai pelaporan SPT Tahunan dan pelayanan perpajakan lainnya. Ketua bidang humas KPP Pratama Tulungagung Andi mengatakan bahwa selaku humas KPP Pratama sudah melakukan secara maksimal dalam mensosialisasikan layanan *E-Filling* dan informasi terkait perpajakan secara maksimal dalam langkah meningkatkan pelayanan terhadap publik.

Dengan terus meningkatnya wajib pajak menurut Bapak Andi selaku ketua bidang humas mengatakan bahwa “Hal ini masih diluar target KPP Pratama Tulungagung dengan jumlah wajib pajak yang terus meningkat. Pada tahun 2021 jumlah wajib pajak 324,550, sedangkan pada tahun 2022 343,207 wajib pajak dan di tahun 2023 meningkat menjadi 360,569 wajib pajak yang terdaftar”, ujarnya. Menurut beliau dengan adanya proses digitalisasi penggunaan layanan *E-Filling* dalam pelaporan SPT Tahunan sangat membantu wajib pajak.

Pemahaman wajib pajak terkait dengan penggunaan layanan *E-Filling* yang digunakan dalam pelaporan SPT masih kurang. “Kami terus berusaha dengan memberikan segala informasi, pelatihan bagi wajib pajak tentang bagaimana cara pengoperasian layanan *E-Filling* baik secara sosialisasi secara langsung ke masing-masih OPD/ Oraganisasi Perangkat Daerah maupun dengan pemanfaatan media

sosial terutama *instagram* melalui *Live Instagram*, maupun *zoom meeting*” ujar Bapak Andi.

Sebelum adanya layanan *E-Filling* masih banyak mengalami kendala dalam melakukan adminitrasi perpajakan, dimana membutuhkan biaya yang tidak sedikit, pengelolaan, dan pengarsipan SPT yang membutuhkan waktu panjang. Akhirja DJP melakukan perubahan dari konvensional menuju ke digital dengan adanya perkembangan teknologi, pada akhirnya munculah sistem layanan *E-Filling* yang sangat membantu wajib pajak dalam melakukan segala adminitrasi perpajakan dengan lebih praktis dan efisien dan juga sebagai salah satu langkah untuk meningkatkan pelayanan publik.

Tentunya stategi yang tepat dalam mensosialisasikan *E-Filling* merupakan tugas utama yang dilakukan oleh Humas KPP Pratama Tulungagung atau dinamakan Seksi Penyuluh dan Pelayanan. Oleh karena itu, sebagai seorang humas akan selalu dituntut untuk dapat menjaga relasi yang baik dengan publik, namun terkadang publik belum paham terkait dengan kinerja humas dalam berkomunikasi dengan publik. Sebagai humas harus siap menciptakan informasi yang jelas dan berkomunikasi dengan public guna membantu kinerja humas. Untuk itu humas diharapkan dapat memanfaatkan media digital yang berkembang untuk mensosialisasikan *E-Filling* sebagai peningkatan pelayanan publik dalam pelaporan SPT. Terkait dengan permasalahan tersebut penulis merumuskan judul skripsi mengenai **“Strategi Digital Humas Dalam Mensosialisasikan Layanan *E-Filling* Untuk Meningkatkan Pelayanan Publik Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Tulungagung.**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi digital humas dalam mensosialisasikan layanan *E-Filling* untuk meningkatkan pelayanan publik pada kantor pelayanan pajak pratama Tulungagung?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi humas dalam mensosialisasikan layanan *E-Filling*

untuk meningkatkan pelayanan publik pada kantor pelayanan pajak pratama Tulungagung.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan peneliti terhadap strategi humas dalam mensosialisasikan layanan *E-Filling* untuk meningkatkan pelayanan publik pada kantor pelayanan pajak pratama Tulungagung.
- b. Dapat menjadi referensi penelitian di kemudian hari tentang strategi digital humas dalam mensosialisasikan layanan *E-Filling*.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Dengan dilakukan penelitian ini dapat berguna bagi kantor pajak pratama Tulungagung sebagai pertimbangan dan sumbangsi pemikiran dengan menciptakan hubungan yang harmonis antar lembaga maupun masyarakat dalam hal pelayanan dan penyediaan informasi dengan menggunakan media digital.
- b. Diharapkan dilakukannya penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi seorang *Publik Relation* dalam menjalankan perannya, terutama di era digital.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1. Jenis Penelitian

Pada jenis penelitian yang digunakan metodologi deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap terkait dengan gejala dari fenomena yang terjadi di lapangan.

Alasan penulis memilih untuk menggunakan penelitian deskripsi adalah karena penelitian ini mampu meberikan berupa gambaran secara detail terkait situasi yang sedang terjadi pada waktu tertentu, dapat menemukan pola-pola tertentu dan kemudian menghubungkan dengan

aspek tertentu, dan kemudian dapat menemukan hipotesis dan teori. Yaitu menggambarkan suatu proses yang terjadi pada strategi digital humas dalam mensosialisasikan layanan *E-Filling* untuk meningkatkan pelayanan publik pada KPP Pratama Tulungagung.

Pada penelitian deskriptif yang dipilih ini, metodologi yang dipilih oleh peneliti adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus (*case study*) ialah menurut Creswell (2008) suatu pendekatan dengan lebih menekankan untuk mengeksplorasi dan memahami pusat dari suatu gejala. Untuk mengetahui gejala tersebut peneliti mencari informasi dengan melakukan wawancara dengan mengajukan beberapa pertanyaan guna untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian. Data yang didapat dalam proses wawancara berupa kata atau teks yang kemudian di analisis. Pada penelitian kualitatif adalah berusaha untuk memahami apa yang tengah dirasakan oleh orang lain, memahami pola pikir dan fenomena yang sedang terjadi. Pendekatan ini menitik beratkan pada pemahaman pemikiran dan persepsi peneliti. (Haris Herdiansya, 2010:15)

Penelitian ini mengambil keterangan dari manusia sebagai sumber informasi yang di butuhkan dalam penelitian, kemudian disesuaikan dengan situasi dalam pengumpulan data, selanjutnya di presentasikan dengan bentuk deskripsi. Dalam penelitian ini data yang didapat di sajikan secara terperinci, runtut, dan dilengkapi dengan kata-kata, gambar, sehingga dapat mudah dipahami dan disimpulkan. Pemilihan dengan menggunakan kualitatif ini dipilih dikarenakan sejalan dengan tujuan dari pengumpulan data yang dilakukan saat observasi di tempat penelitian di KPP Pratama Tulungagung dengan melalui proses wawancara, secara langsung dengan humas KPP Pratama Tulungagung secara mendalam dan Wajib Pajak yang datang di KPP Pratama Tulungagung yang sedang melakukan pelaporan SPT Tahunan dengan menggunakan teknik *puposive sampling*, data dokumentasi secara langsung dilokasi penelitian terkait dengan strategi

digital humas KPP Pratama Tulungagung dalam mensosialisasikan layanan *E-Filling* untuk meningkatkan pelayanan publik.

1.5.2. Prosedur Penelitian

1. Tahapan Perencanaan dan persiapan

Tahapan awal yang dilakukan dalam melakukan penelitian, melakukan persiapan dengan membaca referensi jurnal, artikel, dan lainnya yang berkaitan dengan penelitian “Digital Humas dalam Membangun Kesadaran Pajak” kemudian sebelum terjun ke lapangan peneliti harus membuat kerangka terkait dengan desain penelitian, instrumen data, penyajian instrumen, menentukan partisipan dan persiapan lainnya. dengan catatan sebelumnya sudah melakukan perizinan dan konsultasi waktu kepada narasumber sesuai dengan waktu yang telah di sepakati, setelah mendapatkan izin peneliti mempersiapkan pertanyaan yang akan di tanyakan kepada narasumber guna memperoleh informasi yang dibutuhkan dan menyusun proposal penelitian.

2. Tahap pelaksanaan

Di tahapan ini peneliti dapat langsung terjun ke lapangan bertempat di KPP Pratama Tulungagung untuk melakukan penelitian. Selama penelitian berlangsung, peneliti hanya berfokus dengan memperoleh data sebanyak mungkin terkait data ataupun informasi yang dibutuhkan terutama dengan Humas KPP Pratama Tulungagung dan beberapa wajib pajak yang tengah melakukan kewajibannya dalam melaporkan SPT Tahunan di kantor, kemudian untuk mencegah terjadinya informasi yang kurang jelas peneliti menggunakan perekam audio sehingga dapat di putar ulang kembali.

3. Tahapan Terakhir

Setelah kegiatan penelitian sudah selesai selanjutnya peneliti dapat melakukan seleksi data-data yang di peroleh pada saat dilapangan penelitian, selanjutnya dipilih berdasarkan kelompok jenis data kemudian

dianalisis dan bisa ditarik kesimpulan kemudian dapat dibentuk hasil laporan penelitian. Dalam hal ini, peneliti dapat menyusun secara sistematis dari hasil data yang di dapat dari kegiatan penelitian mulai dari observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga dapat dipahami secara jelas.

Dalam tahapan analisis data, peneliti mengumpulkan data yang berupa verbal maupun nonverbal kemudian dianalisis dan peneliti harus memahami hubungan konsep-konsep kemudian bisa dikembangkan dan dapat di evaluasi lagi.

1.5.3. Partisipan Penelitian

Pada penelitian ini penggunaan teknik *purposive sampling* untuk mendapatkan sumber datanya. Teknik *purposive sampling* menurut (Sugiyono, 2019:133) menjelaskan bahwa teknik pengambilan sumber data dari responden sesuai dengan pertimbangan yang sudah ditentukan. Kriteria partisipan dalam penelitian harus paham dan pengetahuan sesuai dengan bidangnya. Partisipan dapat memberikan data yang dibutuhkan dalam penelitian, mampu menjelaskan terkait strategi digital humas dalam mensosialisasikan layanan E-Filling untuk meningkatkan pelayanan publik. Jumlah partisipan sebagai sumber informasi yaitu berjumlah 2 orang humas KPP Pratama Tulungagung,.

Berikut 2 responden sebagai sumber data dari penelitian ini:

1. Prisca Rahmadhani (Humas KPP Pratama Tulungagung)
2. Andi (Humas KPP Pratama Tulungagung)

1.5.4. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang diterapkan dalam menyusun penelitian ini menerapkan beberapa teknik, sebagai berikut:

a. Observasi

Adapun observasi ialah pengumpulan data penelitian dengan melakukan kunjungan langsung ke tempat penelitian guna melihat proses

yang terjadi terkait fenomologi yang sedang terjadi. Kegiatan observasi dibedakan menjadi 2 jenis yaitu partisipasi dan observasi non partisipasi.

Observasi partisipasi ialah penelitian yang dilakukan dimana, peneliti ikut langsung dalam suatu kegiatan anggota kelompok yang diteliti. Sedangkan observasi non partisipasi ialah peneliti tidak ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan oleh kelompok yang diteliti. Di penelitian ini teknik observasi *non partisipasi* dipilih karena peneliti tidak mengikuti kegiatan kelompok yang diteliti. (Burhan Bungin, 2006:52)

b. Wawancara

Wawancara ialah Teknik mendapatkan data melalui tanya jawab secara langsung dengan partisipan untuk mendapatkan data yang diinginkan oleh peneliti.

Teknik wawancara yang diterapkan untuk menyusun penelitian ini adalah wawancara, secara tatap muka secara mendalam, dan terus mendapatkan informasi secara mendalam dari responden untuk mendapatkan data yang lengkap, pada wawancara secara mendalam peneliti mempunyai hak yang tidak terbatas dalam menggali informasi dari partisipan dan informan bebas memberikan jawaban yang lengkap kepada peneliti dan mendalam.

Responden yang diambil untuk diwawancarai sebanyak orang 2 yaitu orang dari pegawai hunas Kantor Pelayanan Pajak Pratama Tulungagung, peneliti dapat memperoleh jawaban yang detail dari jawaban partisipan, opininya, motivasinya, nilai-nilai ataupun pengalaman-pengalamannya dan dengan menggunakan metode observasi setelah wawancara yang dilakukan dengan *face to face* akan mendapatkan data dan kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan data melalui proses pencatatan secara sistematis terhadap gejala ataupun fenomena yang ada pada objek penelitian. (Burhan Bungin, 2006:115)

c. Dokumentasi

Pada proses dokumentasi ini peneliti dapat memperoleh data dengan menggambil data baik dalam wawancara, kuisisioner dengan dokumentasi dengan maksud untuk mendapatkan informasi berupa gambar untuk membantu dalam analisis dan interpretasi data. Di penelitian ini jenis data dokumentasi yang di ambil ialah data terkait peningkatan kesadaran wajib pajak, struktur organisasi, hasil dari wawancara bersama humas KPP Pratama Tulungagung(Suwendra, 2018: 65)

1.5.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dimulai dengan pengumpulan data dengan menggunakan pendekatan studi kasus (*case study*) dengan melalui wawancara, studi literature, observasi dan dokumentasi. Peneliti melakukan analisis dengan data yang diperoleh dari informasi dalam proses wawancara bersama responden. Kemudian dilakukan reduksi data, dalam tahapan ini peneliti meringkas data yang diperoleh dan mefokuskan lagi terkait data yang diperoleh dan membuang data yang tidak penting. Selanjutnya data disajikan dalam bentuk teks deskripsi studi kasus sehingga informasi yang disampaikan lebih jelas. Dan yang terkahir melakukan verifikasi dan menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.(Rokhmat Subagiyo, 2017:92)

Peneliti menggunakan teknik analisis model telah di kembangakang oleh Michael Craswel , yang pada umumnya digunakan oleh penelitian yang menggunakan kualitatif. Metode ini sering disebut juga dengan metode analisis data kualitatif Creswell(J.W Creswell and J.D Creswell, 2014).

Ada beberapa langkah pada analisi data Creswell yaitu:

1. Pengorganisasian data, yaitu mengumpulkan data yang sesuai dengan topik pembahsan yang sedang diteliti dengan sumber yang berbeda, kemudian mengorganisir dalam format yang terstruktur.
2. Reduksi data, yaitu proses pemelihan, pengelompokan data yang diperoleh di lapangan, kemudian pada proses ini merangkum data di butuhkan untuk ditarik kesimpulan sehingga dapat mendapatkan data yang akan dipakai ataupun tidak.

3. Displaying data, yaitu menyusun data dalam bentuk tabelo, diagram, maupun grafik untuk mempermudah dalam proses analisis
4. Menarik kesimpulan, yaitu melakukan analisi yang sedang terjadi dengan mempertimbangkan tema, pola dan trend.
5. Verifikasi kesimpulan, yaitu melakukan validasi data yang didapat kemudian dilakukan penarikan kesimpulan dengan melakukan perbandingan teori yang ada atau melakukan diskusi dengan sesama peneliti.