

**PENYEBARAN INFORMASI PERPAJAKAN OLEH KANTOR
PELAYANAN, PENYULUHAN, DAN KONSULTASI
PERPAJAKAN (KP2KP) SENGGKANG KABUPATEN WAJO**

OLEH

**FIDYAH AMALIA
E311 13 514**



*Skripsi Sebagai Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada Jurusan
Ilmu Komunikasi Konsentrasi Public Relation*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

**PENYEBARAN INFORMASI PERPAJAKAN OLEH KANTOR
PELAYANAN, PENYULUHAN, DAN KONSULTASI
PERPAJAKAN (KP2KP) SENGKANG KABUPATEN WAJO**

OLEH

**FIDYAH AMALIA
E311 13 514**

*Skripsi Sebagai Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada Jurusan
Ilmu Komunikasi Konsentrasi Public Relation*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Penyebaran Informasi Perpajakan Kantor Pelayanan, Penyuluhan, dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP) Sengkang Kabupaten Wajo

Nama Mahasiswa : Fidyah Amalia

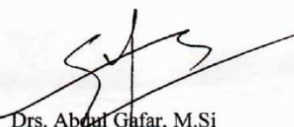
Nomor Pokok : E311 13 514


Makassar, 11 Agustus 2020

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II



Drs. Abdul Gafar, M.Si
NIP. 19570227 198503 1003


Drs. Saadiman K., M.Si
NIP. 19641002 199002 1001

Mengetahui

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin




Dr. H. Moch. Rifa'at Sultan, M.Si
NIP. 19631210 199103 1002



UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fidyah Amalia
Nomor Induk Mahasiswa : E31113514
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Penyebaran Informasi Perpajakan Oleh Kantor Pelayanan, Penyuluhan, Dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP) Sengkang Kabupaten Wajo**" adalah **BENAR** merupakan hasil karya sendiri dan seluruh sumber dikutip dan dirujuk telah saya nyatakan benar.

Makassar, 01 Desember 2020



Fidyah Amalia

E31113514

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercinta yang telah memberikan kasih sayang, nasehat, motivasi dan dukungan lahir maupun batin serta doa yang tiada henti kepada penulis. Terima kasih untuk Ayahanda Bakri, dan Ibunda Rita, kepada saudara-saudara tercinta Adik Muhammad Yaumil Faiz yang tiada henti-hentinya penulis mengucapkan banyak terima kasih atas doa tulus dan motivasi yang diberikan kepada penulis serta memberikan dorongan agar terselesaikannya skripsi ini. Ucapan terima kasih tentu tidak mampu membalas segala kebaikan yang diterima. Kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Abdul Gafar, M.Si. selaku pembimbing I juga selaku pembimbing akademik, beserta Bapak Drs. Sudirman Karnay, M.Si. selaku pembimbing II. Terima kasih atas segala bimbingan Bapak hingga selesainya skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa melindungi Bapak.
2. Ketua Departemen Ilmu Komunikasi, Bapak Dr. H. Moeh. Iqbal Sultan, M.Si atas segala dukungannya dan semua kebijakan yang telah diberikan.

3. Seluruh Staf Dosen Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin yang senantiasa tulus dan ikhlas memberikan ilmunya. Terima kasih yang sebesar-besarnya semoga selalu sehat dan dilindungi oleh Allah SWT.
4. Ibu Ima, Ibu Ida dan Pak Herman, dan seluruh staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Terima kasih atas bantuannya selama dalam menyelesaikan berkas-berkas ujian penulis.
5. Semua yang telah membantu penulis selama ini, yang tidak dapat penulis jabarkan satu persatu, terima kasih sebesar-besarnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena menyadari segala keterbatasan yang ada. Untuk itu demi sempurnanya skripsi ini, penulis sangat membutuhkan dukungan dan sumbangsih pikiran yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun. Dengan kerendahan hati, skripsi ini dipersembahkan kepada Universitas Hasanuddin, dan semua nama yang tertera ataupun tidak sempat disebutkan. Akhir kata semoga penelitian ini mampu memberikan kontribusi dan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya Ilmu Komunikasi.

Makassar, 24 Agustus 2020

Penulis

ABSTRAK

FIDYAH AMALIA. Penyebaran Informasi Perpajakan Kantor Pelayanan, Penyuluhan, dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP) Sengkang Kabupaten Wajo (Dibimbing oleh Abdul Gaffar dan Sudirman Karnay)

Tujuan dari penelitian ini adalah (1.) Untuk mengetahui proses penyebaran informasi perpajakan yang dilakukan oleh KP2KP SENGGANG Kabupaten Wajo .(2.) Untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh KP2KP SENGGANG Kabupaten Wajo dalam sosialisasi perpajakan.

Penelitian ini di laksanakan di Sengkang Kabupaten Wajo dan berlangsung selama dua bulan yaitu pada tanggal 22 Juli s.d 14 Agustus 2020 , informan penelitian ini di tentukan berdasarkan metode dan jenis penyebaran informasi perpajakan yang telah di tentukan. Penelitian yang dilakukan menggunakan tipe penelitian kualitatif melalui pengumpulan data dan fakta kualitatif dimana hasil pengumpulan data dan fakta kualitatif tersebut dibahas dan dikembangkan melalui metode deskriptif sesuai konsep rumusan masalah yang ditetapkan, tujuan , dan kerangka konseptual penelitian ini.

Untuk menghasilkan penelitian yang bagus maka dibutuhkan data dan fakta yang lengkap dan akurat baik yang bersumber dari sumber langsung (data primer) maupun dari sumber pendukung (data sekunder).

Hasil peneltian menunjukkan bahwa Untuk menjangkau masyarakat secara luas agar menggunakan penyebaran informasi perpajakan dan menyampaikan informasi perpajakan melalui aplikasi dengan menggunakan pengiriman pesan, fasilitas , telepon, dsbnya.

Kata kunci :

Penyebaran Informasi Perpajakan Kantor Pelayanan, Penyuluhan, dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP) Sengkang Kabupaten Wajo

ABSTRACT

FIDYAH AMALIA. Dissemination of Tax Information Service, Counseling, and Tax Consultation Office (KP2KP) Sengkang Wajo Regency (Sufervised by Abdul Gaffar and Sudirman karnay)

The objectives of this study are (1.) To determine the process of disseminating tax information carried out by KP2KP SENGGANG Wajo Regency. (2) To determine the obstacles faced by KP2KP SENGGANG Wajo Regency in tax socialization.

This research was carried out in Sengkang, Wajo Regency and lasted for two months, namely from July 22 to August 14, 2020, the informants of this study were determined based on the method and type of distribution of tax information that had been determined. Research conducted using qualitative research type through data collection and qualitative facts where the results of data collection and qualitative facts are discussed and developed through descriptive methods in accordance with the defined concept of problem formulation, objectives, and the conceptual framework of this study.

To produce good research, complete and accurate data and facts are needed, both from direct sources (primary data) and from supporting sources (secondary data).

The results of this research show that to reach the wider community, use the distribution of tax information and convey tax information through the application by using message delivery, facilities, telephone, etc.

Keywords :

Dissemination of Tax Information Service, Counseling, and Tax Consultation Office (KP2KP) in Sengkang, Wajo Regency

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------------|--------------------------------------|
| HALAMAN SAMBUTAN..... | i |
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI..... | iv |
| HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI..... | Error! Bookmark not defined. |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAK | viii |
| ABSTRACT | ixi |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR | Error! Bookmark not defined.i |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| BAB I PENDAHULUAN | 13 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 13 |
| B. Rumusan Masalah | 17 |
| C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 18 |
| D. Kerangka Konseptual Penelitian..... | 19 |
| E. Definisi Konseptual..... | 26 |
| F. Metode Penelitian..... | 28 |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA | 33 |

| | |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| A. Sosialisasi Informasi | 33 |
| B. Strategi Sosialisasi | 37 |
| BAB III GAMBARAN UMUM KP2KP SENGKANG KAB. WAJO..... | 51 |
| A. Letak dan Luas Wilayah kerja KP2KP Sengkang..... | 51 |
| B. Kondisi Perekonomian Wilayah | 53 |
| C. Instansi Vertikal Direktorat Jenderal Pajak..... | 54 |
| D. Visi, Misi, dan Kewajiban KP2KP | 55 |
| E. Sejarah Pembentukan dan Struktur Organisasi KP2KP..... | 56 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 64 |
| BAB V PENUTUP..... | Error! Bookmark not defined. |
| A. Kesimpulan | Error! Bookmark not defined. |
| B. Saran..... | Error! Bookmark not defined. |
| DAFTAR PUSTAKA | 73 |
| LAMPIRAN | 76 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembayaran pajak merupakan perwujudan dari kewajiban peran serta wajib pajak untuk secara langsung dan bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan sebagai sumber penerimaan atau pendapatan negara. Sumber penerimaan atau pendapatan keuangan negara Republik Indonesia terbesar masih bertumpu pada penerimaan pajak karena sekitar 70% sumber penerimaan negara berasal dari pajak. Pendapatan negara yang sebagian besar masih berasal dari pajak merupakan sumber daya untuk membiayai berbagai sektor terutama biaya infrastruktur, pendidikan, kesehatan, subsidi bahan bakar, pegawai negeri, dan fasilitas publik.

Pembayaran pajak sebagai kewajiban wajib pajak merupakan perintah undang-undang yang harus dilaksanakan oleh wajib pajak sesuai undang-undang nomor 16 tahun 2009 tentang ketentuan umum dan tatacara perpajakan. Pasal 1 undang-undang nomor 16 tahun 2009 berbunyi bahwa pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat. Penetapan pajak bagi wajib pajak di Republik Indonesia sebagai sumber penerimaan negara memiliki kekuatan hukum yang sangat kuat karena secara umum diatur dalam UUD 1945 Pasal 33 ayat (3) yang

berbunyi bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pasal tersebut menjelaskan bahwa negara dalam hal ini pemerintah diberikan kewenangan oleh UUD 1945 untuk menguasai bumi, air, dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya untuk kemakmuran rakyat sebesar-besarnya. Hal ini berarti bahwa negara harus dapat memanfaatkan bumi, air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya menjadi sumber penerimaan negara. Sedangkan pungutan pajak secara khusus tercantum dalam UUD 1945 pada pasal 23 ayat (2) yang berbunyi segala pajak untuk keperluan negara berdasarkan undang-undang. Peruntukan penerimaan pajak bagi kemakmuran rakyat melalui pembiayaan berbagai sektor pembangunan sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1 undang-undang nomor 16 tahun 2009 mengharuskan pemerintah berupaya optimal untuk selalu menjaga tingkat penerimaan pajak yang lebih besar setiap tahun karena kebutuhan pembiayaan pembangunan yang juga semakin meningkat setiap tahun. Penerimaan pajak yang lebih besar setiap tahun menyebabkan pemerintah dapat menyelenggarakan pembangunan sesuai rencana yang telah ditetapkan untuk kesejahteraan dan kemakmuran rakyat. Oleh sebab itu target penerimaan negara dari pajak harus selalu meningkat setiap tahun sejalan dengan kebutuhan belanja negara untuk pembangunan yang juga semakin meningkat.

Target penerimaan pajak yang selalu meningkat tentu memerlukan strategi dan kebijakan agar tidak merugikan berbagai pihak terutama bagi wajib pajak dan negara. Salah satu arah kebijakan umum perpajakan yang menjadi prioritas

pemerintah untuk memenuhi target penerimaan pajak yaitu peningkatan pelayanan dan kepatuhan wajib pajak. Kebijakan pemerintah untuk mendukung peningkatan pelayanan dan kepatuhan wajib pajak dapat dilihat pada usaha pemerintah yang selalu memperbaiki organisasi dan tata kerja yang efektif pada instansi perpajakan. Organisasi dan tata kerja mengenai perpajakan di Indonesia diatur dalam peraturan menteri keuangan nomor 206.2/PMK.01/2014 tentang organisasi dan tata kerja instansi vertikal direktorat jenderal pajak.

Organisasi dan tata kerja instansi vertikal direktorat jenderal pajak dalam peraturan menteri keuangan nomor 206.2/PMK.01/2014 tahun 2014 secara jelas merinci jenis, fungsi, dan susunan organisasi yang berada di instansi direktorat jenderal pajak. Sebagai instansi yang berhubungan erat dengan pelayanan publik atau masyarakat, direktorat jenderal pajak menempatkan bidang hubungan masyarakat atau *public relation* sebagai bidang yang penting dalam upaya peningkatan pelayanan dan kepatuhan wajib pajak pada setiap tingkat instansi vertikal direktorat jenderal pajak. Fungsi kehumasan dalam struktur organisasi vertikal Direktorat Jenderal Pajak pada tingkat Kantor Pelayanan Pajak Pratama (KPP Pratama) dilaksanakan oleh Kantor Pelayanan, Penyuluhan, dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP). Walaupun kedua kantor ini memiliki level organisasi, pimpinan dan letak yang berbeda, keduanya merupakan bagian tak terpisahkan karena kepala KP2KP bertanggung jawab langsung ke kepada kepala KPP Pratama. Perbedaan yang mendasar dari kedua kantor ini adalah adanya pemberian tugas dan fungsi khusus pada KP2KP untuk melaksanakan fungsi

kehumasan alam bentuk kegiatan pelayanan, penyuluhan, dan konsultasi perpajakan.

Tugas pokok KP2KP yaitu melakukan urusan pelayanan, penyuluhan, konsultasi perpajakan kepada masyarakat, pengamatan potensi perpajakan wilayah, dan pembuatan monografi pajak, serta membantu Kantor Pelayanan Pajak Pratama dalam melaksanakan pelayanan kepada masyarakat. Dengan melihat tugas pokok KP2KP tersebut, maka KP2KP sebagai instansi vertikal direktorat jenderal pajak .memiliki peran sebagai hubungan masyarakat (humas).

Aktivitas kegiatan pada KP2KP yang sama dengan aktivitas kehumasan karena KP2KP pada hakikatnya memiliki ruang lingkup tugas seperti seksi hubungan masyarakat pada berbagai instansi. Widjawa (1993:) menjelaskan bahwa ruang lingkup hubungan masyarakat mencakup pengumpulan dan pengolahan data, penerangan, dan publikasi. Salah satu tugas dan fungsi KP2KP adalah penyuluhan yang merupakan bagian dari ruang lingkup penerangan dan publikasi kehumasan. Tujuan utama dari penyuluhan yang dilakukan oleh KP2KP adalah untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak dan menjaring wajib pajak baru.

Oleh karena berbagai masalah yang dihadapi oleh KP2KP yang berada di wilayah kabupaten dalam melaksanakan fungsi dan tugas kehumasan untuk mencapai tujuan institusi maka penelitian mengenai bentuk penyuluhan yang dilakukan oleh KP2KP pada wilayah kabupaten perlu dilakukan. Penelitian ini akan dilaksanakan di KP2KP SENGGANG Kabupaten Wajo.

B. Rumusan Masalah

Tujuan akhir dari seluruh rangkaian tugas dan fungsi semua kegiatan pada kantor KP2KP termasuk KP2KP SENGGANG kabupaten Wajo adalah mencapai target penerimaan pajak tahunan yang telah ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Pajak. Ada dua usaha yang dapat dilakukan untuk mencapai target penerimaan pajak tahunan tersebut yaitu menjaring wajib pajak baru dan menjaga atau memelihara kepatuhan wajib pajak lama. Sebagai ujung tombak pelayanan pajak bagi masyarakat, tugas dan fungsi penyuluhan, pengumpulan data, dan publikasi yang dilakukan oleh KP2KP SENGGANG kabupaten Wajo harus mampu menyampaikan informasi yang jelas dan tepat kepada masyarakat sehingga calon wajib pajak yang potensial tertarik untuk melakukan registrasi wajib pajak. Demikian pula seksi ini harus mampu memberikan informasi mengenai pentingnya untuk menjaga kepatuhan wajib pajak lama agar mereka tidak lalai membayar pajak sesuai jenis dan besarnya pajak yang menjadi kewajibannya.

Agar wajib pajak baru dapat ditingkatkan dan kepatuhan wajib pajak lama dapat dipelihara maka penyampaian informasi dalam penyuluhan yang dilakukan KP2KP SENGGANG Kabupaten Wajo harus mampu meningkatkan kesadaran wajib pajak secara sukarela taat kepada aturan perpajakan. Karena berbagai masalah yang dihadapi oleh KP2KP di tingkat kabupaten seperti yang telah dijelaskan pada latar belakang masalah maka tugas dan fungsi KP2KP SENGGANG kabupaten Wajo dalam menyampaikan informasi melalui penyuluhan kepada wajib pajak dalam beberapa hal mungkin menerapkan bentuk

penyuluhan yang lebih sesuai dengan kondisi wilayah kerjanya. Oleh karena itu rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana proses penyebaran informasi perpajakan yang dilakukan oleh KP2KP SENGGANG Kabupaten Wajo.
2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh KP2KP SENGGANG Kabupaten Wajo dalam sosialisasi perpajakan tersebut

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui proses penyebaran informasi perpajakan yang dilakukan oleh KP2KP SENGGANG Kabupaten Wajo.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh KP2KP SENGGANG Kabupaten Wajo dalam sosialisasi perpajakan.

Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dipertimbangkan menjadi acuan bagi penelitian yang berhubungan dengan kehumasan dalam penyebarluasan informasi melalui proses sosialisasi perpajakan.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dapat dipertimbangkan menjadi sumber materi dan kajian jika diperlukan perubahan metode sosialisasi perpajakan dalam wilayah kerja KP2KP SENGGANG.

D. Kerangka Konseptual Penelitian

Sosialisasi atau penyuluhan dalam istilah umum adalah ilmu sosial yang mempelajari sistem dan proses perubahan pada individu serta masyarakat agar dapat terwujud perubahan yang lebih baik sesuai dengan yang diharapkan. Sosialisasi atau penyuluhan dapat diartikan pula sebagai suatu sistem pendidikan yang bersifat nonformal diluar sistem sekolah yang biasa. fungsi penyuluhan dapat dianggap sebagai penyampai dan penyesuaian program nasional dan regional agar dapat diikuti dan dilaksanakan oleh masyarakat. Sedangkan kegiatan penyuluhan diartikan dengan berbagai pemahaman, seperti: (1) Penyebarluasan (informasi); (2) Penerangan/penjelasan; (3) Pendidikan non-formal (luar-sekolah); (4) Perubahan perilaku; (5) Rekayasa sosial; (6) Pemasaran inovasi (teknis dan sosial); (7) Perubahan sosial (perilaku individu, nilai-nilai, hubungan antar individu, kelembagaan, dll); (8) Pemberdayaan masyarakat (9) Penguatan komunitas (Hidayati, 2014:79). Karena umumnya kegiatan penyuluhan berhubungan langsung dengan masyarakat, maka bidang penyuluhan pada suatu institusi biasanya dimasukkan sebagai kegiatan dari bidang pelayanan publik atau hubungan masyarakat atau merupakan organisasi independen yang dibentuk oleh pemerintah atau lembaga swadaya masyarakat.

Proses kegiatan sosialisasi atau penyuluhan merupakan suatu proses kegiatan komunikasi yang hanya dapat terjadi jika ada sumber (lembaga), komunikator (penyuluh), komunikan (publik), pesan (informasi), saluran (media), dan efek (hasil). Perbedaan antara sosialisasi suatu kegiatan dan komunikasi hanya

terletak pada keberhasilan menanggapi pesan atau informasi yang disampaikan. Proses komunikasi dinilai berhasil jika pesan atau informasi dapat dipahami oleh komunikan sedangkan proses sosialisasi dinilai berhasil tidak hanya pesan atau informasi dapat dipahami tetapi isi pesan atau informasi tersebut harus dapat dilaksanakan atau diaplikasikan. Pada umumnya isi pesan atau informasi pada kegiatan sosialisasi merupakan ide atau gagasan baru atau bersifat inovasi sedangkan isi pesan pada proses komunikasi bersifat bebas. Oleh karena itu pula seorang penyuluh tidak hanya memiliki daya tarik dalam menjelaskan pesan atau informasi atau memiliki retorika yang baik tetapi juga secara psikis mampu meyakinkan publik atau masyarakat untuk mengaplikasikan pesan atau informasi yang disampaikan.

Jenis materi pesan atau informasi yang disampaikan pada kegiatan sosialisasi umumnya merupakan gagasan baru dalam bentuk konsep. Oleh karena jenis informasi pada kegiatan sosialisasi merupakan sebuah konsep maka pemberian materi informasi adalah bersifat mendidik dan kegiatan sosialisasi dikategorikan sebagai pendidikan non formal. Sifat mendidik yang melekat pada kegiatan sosialisasi atau penyuluhan menyebabkan hakekat sosialisasi adalah mengubah perilaku dan kesadaran sasaran penyuluhan ke arah yang diinginkan sesuai tujuan sosialisasi tersebut. Perubahan perilaku bagi manusia dapat terjadi karena perubahan tiga ranah dalam diri manusia yaitu pengetahuan (kognitif), sikap (afektif), dan tindakan (psikomotorik). Widjaya (2000 : 32) mengemukakan

bahwa pesan mempunyai inti pesan (tema) yang sebenarnya menjadi pengarah dalam usaha mengubah sikap dan tingkah laku komunikan.

Keberhasilan kegiatan sosialisasi suatu kegiatan merupakan tanggung jawab utama bagi penyuluh. Everet M. Rogers yang dikutip oleh Rejeki dan Herawati (1999: 21) menjelaskan bahwa penyuluh adalah seorang yang atas nama pemerintah atau lembaga penyuluhan berkewajiban untuk mempengaruhi proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh sasaran penyuluhan untuk mengadopsi inovasi. Nurudin (2007: 132) mengemukakan bahwa penyuluh sangat penting artinya bagi pemerintah karena lewat penyuluh tersebut berbagai inovasi yang ada perlu disampaikan. Seorang penyuluh yang baik harus memahami aspek kehumasan dengan baik, memiliki kemampuan komunikasi yang baik, memahami keadaan sosial dan budaya masyarakat, memiliki pengetahuan yang cukup tentang materi penyuluhan yang ingin disampaikan, dan memiliki tingkah laku dan sikap yang baik.

Seorang penyuluh yang baik sebaiknya dibekali dengan pengetahuan teoritis tentang komunikasi dan hubungan masyarakat. Littlejohn dan Foss (2014:97) mengemukakan bahwa tradisi sosiopsikologis dalam teori komunikasi mempunyai pengaruh yang sangat kuat pada bagaimana cara berfikir dan bertindak bagi pelaku komunikasi ssebagai individu dalam proses komunikasi. Pengetahuan teoritis tentang komunikasi dan hubungan masyarakat dalam kegiatan penyuluhan sangat penting berkaitan dengan proses sosialisasi. Perubahan sikap dan tingkah laku sebagai tujuan dari penyuluhan adalah

dinamika pada masyarakat. Hasrullah (2013: 64) mengemukakan bahwa terbentuknya dinamika masyarakat sangat dipengaruhi oleh sosialisasi dan sosialisasi itu bisa terjadi karena salah satu faktornya adalah komunikasi. Bahkan karena pentingnya komunikasi dalam kegiatan penyuluhan, menurut Arifin (2008: 13) bahwa beberapa universitas di Indonesia dalam pengorganisasian dan pengembangan ilmu komunikasi menggolongkan komunikasi penyuluhan sebagai bagian dari tiga pembagian besar program studi ilmu komunikasi.

Tujuan utama dari kegiatan penyuluhan pada KP2KP SENKANG adalah agar jumlah wajib pajak meningkat dan kepatuhan wajib pajak terpelihara. Indikator dari jumlah wajib pajak yang meningkat dapat diketahui dari registrasi wajib pajak baru dan bertambahnya jumlah pemegang kartu nomor pokok wajib pajak (NPWP). Sedangkan indikator dari kepatuhan wajib pajak yaitu terhindar dari unsur pemaksaan, suka rela dalam urusan pajak, dan terhindar dari denda dan sanksi. Untuk mencapai tujuan tersebut materi penyuluhan perpajakan yang penting untuk diinformasikan kepada masyarakat diantaranya adalah hal-hal yang berhubungan dengan kebijakan, produk, metode, rekayasa, dan tata nilai perpajakan.

Wajib pajak baru dapat ditingkatkan jumlahnya melalui ekstensifikasi dan intensifikasi yaitu dengan cara perluasan subyek dan obyek pajak yang potensial pada wilayah kerja KPP pratama. Masyarakat atau subjek pajak yang telah memenuhi kriteria untuk ditetapkan sebagai wajib pajak namun belum terdaftar

secara administrasi di kantor pelayanan pajak akan menjadi sasaran dalam kegiatan ini. Sedangkan kebijakan pemerintah untuk memelihara kepatuhan wajib pajak diantaranya yaitu dengan mengubah sistem penilaian perpajakan dari penilaian kantor pajak ke penilaian yang dilakukan oleh wajib pajak sendiri. Perubahan sistem penilaian ini bertujuan untuk memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk mendaftar, menghitung, membayar dan melaporkan kewajiban perpajakannya sendiri. Proses pelaporan dan pembayaran pajak bagi wajib pajak juga dipermudah dengan menggunakan sistem *on-line* melalui internet. Kemudahan bagi wajib pajak dalam pengurusan pajak yang disediakan oleh pemerintah diharapkan dapat memelihara kepatuhan wajib pajak untuk membayar kewajiban pajaknya tepat waktu. Peranan penyuluh untuk selalu meyakinkan dan mengingatkan para wajib pajak tentang kemudahan pengurusan perpajakan tetap harus dilakukan agar tidak lalai terhadap kewajiban pajaknya.

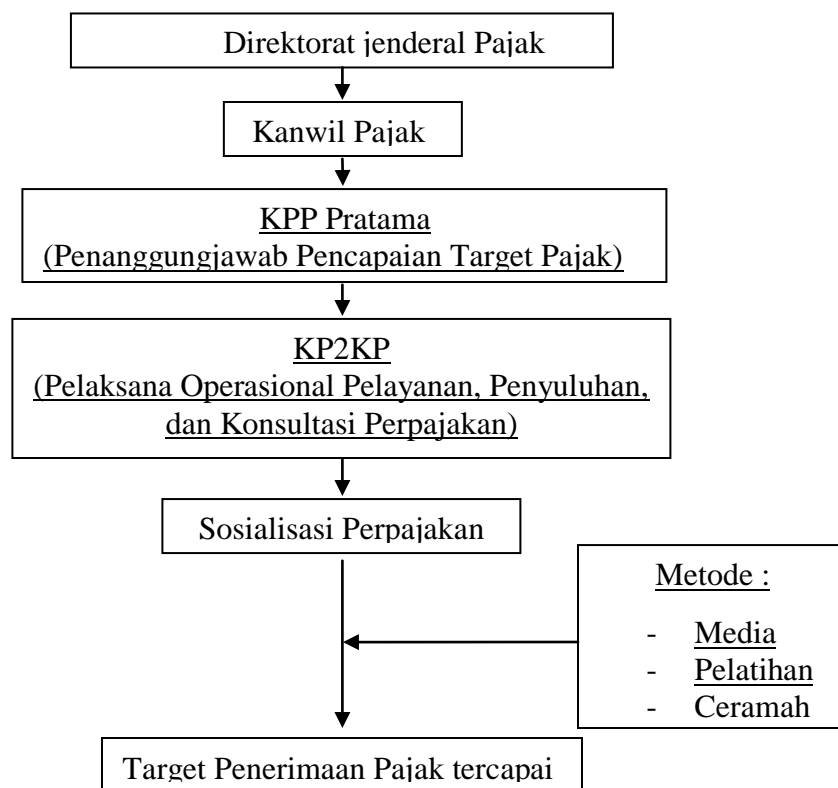
Tujuan sosialisasi atau kegiatan penyuluhan secara umum dapat dicapai jika dirumuskan dengan baik. Anonim (2009) dalam Hidayati (2014:77) mengemukakan bahwa secara konseptual tujuan sebaiknya disusun berdasarkan prinsip SMART yaitu :a. *Specific* (*khusus*), kegiatan penyuluhan harus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan khusus, b. *Measurable* (*dapat diukur*), bahwa kegiatan penyuluhan harus mempunyai tujuan akhir yang dapat diukur, c. *Actionary* (dapat dikerjakan/dilakukan) yaitu tujuan kegiatan penyuluhan itu harus mampu untuk dilakukan, d. *Realistic* (*realistis*), bahwa tujuan yang ingin dicapai harus masuk akal, dan tidak berlebihan e. *Time frame* (memiliki batasan

waktu untuk mencapai tujuan), ini berarti bahwa dalam waktu yang telah ditetapkan maka tujuan yang ingin dicapai dari penyelenggaraan penyuluhan ini harus dapat dipenuhi. Selanjutnya dikemukakan bahwa hal-hal yang harus diperhatikan dalam merumuskan tujuan adalah dengan prinsip ABCD: *Audience* (khalayak sasaran); *Behaviour* (perubahan perilaku yang dikehendaki); *Condition* (kondisi yang akan dicapai); dan *Degree* (derajat kondisi yang akan dicapai).

Namun demikian kegagalan untuk mencapai tujuan sosialisasi dalam pencapaian target penerimaan pajak bisa saja terjadi, tetapi kegagalan ini tentu bukan semata-mata disebabkan oleh kegagalan sosialisasi. Sosialisasi merupakan salah satu tugas dan fungsi dari banyak tugas dan fungsi dalam struktur organisasi KPP Pratama yang yang tidak bisa dipisahkan dalam pencapaian target penerimaan pajak. Data yang diungkapkan Mulyani (2018) menunjukkan bahwa dari 309 unit KPP Pratama di seluruh Indonesia, target penerimaan pajak pada tahun 2017 sebesar hampir 100 % hanya tercapai pada 61 KPP pratama, 18 KPP Pratama mencapai target di atas 95 %, 51 KPP Pratama mencapai target 90 % sampai 94,9 %, dan umumnya KPP Pratama hanya mencapai target di bawah 90 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar KPP Pratama di Indonesia tidak mampu mencapai target penerimaan pajak yang telah ditetapkan dan juga menunjukkan kepatuhan wajib pajak belum memenuhi keinginan pemerintah. Jika peranan penyuluhan yang dilakukan oleh seksi pelayanan belum optimal dan efektif maka perlu diketahui faktor-faktor penyebabnya.

Penyebab tidak optimalnya sosialisasi yang dilakukan mungkin bisa terjadi karena bentuk penyampaian informasi dalam sosialisasi yang tidak bervariasi, tidak mempertimbangkan kondisi wilayah (aspek geografis dan aksesibilitas teknologi informasi), dan kurang memahami aspek sosial dan budaya masyarakat. Bentuk sosialisasi yang tidak sesuai mungkin pula bisa terjadi karena tidak sinkron dengan materi penyuluhan, keterampilan pelaksana penyuluh, aspek teknis, dan lainnya.

Hal hal yang telah dijelaskan di atas merupakan kerangka konseptual penelitian ini dan Gambar kerangka konseptual penelitian dapat dilihat di bawah ini:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

E. Definisi Konseptual

Beberapa konsep dan landasan teoritis digunakan dalam menjelaskan hal-hal yang berhubungan dengan ruang lingkup penelitian ini. Konsep dan landasan teoritis ini sering menggunakan beberapa istilah yang harus dijelaskan dalam definisi konseptual untuk menghindari kesalahpahaman menafsirkan istilah tersebut. Beberapa istilah yang membutuhkan definisi konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Informasi perpajakan adalah pesan atau berita perpajakan yang berisi kebijakan, produk, metode dan prosedur, rekayasa, dan tata nilai perpajakan yang harus diketahui oleh masyarakat.
2. Sosialisasi perpajakan adalah proses penyampaian informasi perpajakan oleh penyuluh KP2KP kepada masyarakat terutama kepada wajib pajak dan calon wajib pajak untuk diketahui, difahami, dan dilaksanakan untuk mencapai target penerimaan pajak yang telah ditetapkan.
3. Humas adalah tugas dan fungsi kehumasan pada beberapa organisasi vertikal direktorat jenderal pajak yang berfungsi mendokumentasikan data, penyebarluasan informasi, dan publikasi agar tercipta saling memahami dan kerjasama untuk melaksanakan kewajiban wajib pajak.
4. Fungsi kehumasan adalah tugas, tanggung jawab, dan kewajiban bagi organisasi vertikal pada direktorat jenderal pajak yang secara keseluruhan aktivitasnya hanya berhubungan dengan ruang lingkup humas sebagai fungsi khusus sehingga organisasi vertikal tersebut tidak perlu memiliki unit

humas. Kantor Pelayanan, Penyuluhan, dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP) merupakan organisasi vertikal direktorat jenderal pajak tidak memiliki unit humas karena ruang lingkup kegiatan kantor ini secara keseluruhan adalah khusus mencakup kegiatan kehumasan.

5. Efektivitas sosialisasi perpajakan adalah nilai keberhasilan kegiatan penyuluhan perpajakan yang diukur dengan tercapainya tujuan utama penyuluhan yaitu meningkatnya jumlah wajib pajak potensil, kepatuhan wajib pajak terpelihara, dan tercapainya target penerimaan pajak yang telah ditetapkan.
6. Tujuan sosialisasi perpajakan adalah agar wajib pajak menjadi sadar untuk mematuhi kewajiban pajaknya dan calon wajib pajak secara sukarela bersedia menjadi wajib pajak.
7. Kantor Pelayanan, Penyuluhan, dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP) adalah unit organisasi vertikal direktorat jenderal pajak yang melaksanakan kegiatan dalam ruang lingkup kehumasan terutama untuk menyampaikan informasi perpajakan yang berada di bawah naungan langsung Kantor Pajak Pratama (KPP Pratama).
8. Penyuluh perpajakan adalah petugas atau pegawai pajak yang memiliki kompetensi untuk melaksanakan kegiatan penyuluhan perpajakan seperti kemampuan berkomunikasi yang baik, memahami metode penyuluhan, kemampuan beradaptasi dengan masyarakat, memiliki pengetahuan perpajakan yang cukup, dan memiliki sikap dan tingkah laku yang baik.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 2 bulan yaitu dimulai pada bulan Mei sampai dengan bulan Juni 2020 di Kantor Pelayanan, Penyuluhan, dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP) SENGKANG Kabupaten Wajo.

2. Tipe Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan tipe penelitian kualitatif melalui pengumpulan data dan fakta kualitatif dimana hasil pengumpulan data dan fakta kualitatif tersebut dibahas dan dikembangkan melalui metode deskriptif sesuai konsep rumusan masalah yang ditetapkan, tujuan, dan kerangka konseptual penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian yang bagus adalah penelitian yang mampu mencapai tujuan penelitian sehingga menghasilakan kesimpulan yang berisi hal-hal penting diungkapkan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan. Untuk menghasilkan penelitian yang bagus maka dibutuhkan data dan fakta yang lengkap dan akurat baik yang bersumber dari sumber langsung (data primer) maupun dari sumber pendukung (data sekunder). Data dan fakta primer dan sekunder yang lengkap dan akurat dalam penelitian ini dapat diperoleh melalui teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Teknik Pengumpulan Data Primer

- 1) Observasi nonpartisipan yaitu pengumpulan data dengan melakukan pengamatan tanpa mengikuti langsung pelaksanaan kegiatan yang diteliti. Observasi nonpartisipan dilakukan dengan cara namun mengamati jejak rekam kegiatan yang telah dilakukan, mendengarkan informasi yang diberikan oleh informan, dan mengkonfirmasi penjelasan informan kepada orang-orang lain yang mengetahui obyek kegiatan yang diteliti.
- 2) Wawancara langsung untuk mendapatkan informasi lebih mendalam. Metode wawancara dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan berdasarkan pedoman wawancara yang telah dibuat sebelumnya kepada sumber informasi atau informan. Informan dalam penelitian ini adalah pegawai Kantor Pelayanan, Penyuluhan, dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP) SENGKANG Kabupaten Wajo baik yang bertugas sebagai tenaga penyuluh maupun sebagai tenaga administrasi. Informan ini harus terlibat secara langsung dalam menjalankan tugas dan fungsi penyuluhan di kantor Kantor Pelayanan, Penyuluhan, dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP) SENGKANG Kabupaten Wajo. Penentuan sampel informan yaitu dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dilakukan dengan cara memilih informan yang mengetahui masalah yang diteliti. Jenis dan jumlah informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Kepala Kantor KP2KP SENGKANG (1 orang)
- b) Pelaksana administrasi dan tata usaha (1 orang)
- c) Pelaksana penyuluhan perpajakan (1 orang)
- d) Pelaksana pelayanan perpajakan (1 orang)
- e) Pelaksana konsultasi perpajakan (1 orang)

b. Teknik Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang digunakan sebagai materi pendukung dalam menganalisis, menjelaskan, dan membahas seluruh konsep dalam penelitian. Data sekunder dapat diperoleh dari hasil studi kepustakaan berupa bahan bacaan yang relevan dan berkaitan dengan konsep penelitian. Jenis-jenis bahan bacaan kepustakaan yang bisa digunakan sebagai sumber data sekunder diantaranya adalah buku, jurnal, skripsi, surat kabar, internet, dan bahan lain.

c. Analisis Data

Analisis data digunakan untuk membantu dalam membuat pernyataan, pembahasan, dan penjelasan terhadap setiap klasifikasi bidang atau parameter kajian yang diteliti. Analisis data yang menggunakan metode penelitian kualitatif dilakukan dengan cara mengklasifikasikan atau mengelompokkan data sesuai kategori kajian yang diteliti. Analisis data kualitatif dalam penelitian ini merupakan rangkaian dari proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Penyusunan data secara sistematis

dalam analisis kualitatif dalam penelitian ini dilakukan dengan dengan cara:

1) Memilih atau mereduksi data yang penting

Jumlah data yang dikumpulkan selama penelitian biasanya sangat banyak dan bervariasi. Untuk melakukan analisis data, maka data yang dipilih merupakan data yang erat kaitannya dengan tujuan penelitian. Data-data yang dianggap tidak valid (tidak sah) diverifikasi kebenarannya melalui penelusuran kembali data ke sumber data awal. Data yang terbukti tidak valid tidak akan digunakan dalam penelitian ini.

a) Mengorganisasikan data ke dalam kategori

Data-data yang diperoleh selama penelitian dikelompokkan atau dipilah sesuai dengan kategori kajian atau bahasan yang diteliti.

b) Menjabarkan data ke dalam unit-unit kajian atau bahasan

Kelompok-kelompok data yang memiliki hubungan erat dengan suatu kategori kajian dijabarkan ke dalam unit-unit pada satu kategori kajian atau bahasan.

c) Menyusun pola dan melakukan sintesis.

Penyusunan pola dan Sintesis kelompok data dilakukan dengan membangun kerangka pembahasan sesuai kategori kajian atau bahasan yang ingin dijelaskan. Hasil-hasil data dijelaskan sesuai dengan data yang diperoleh selama penelitian. Beberapa pustaka

yang meneliti atau memberikan konsep teoritis dengan tema atau topik yang sama dengan penelitian ini dijadikan sebagai rujukan. Rujukan pustaka tersebut digunakan untuk membandingkan hasil penelitian ini dengan konsep atau pendapat rujukan tersebut. Rujukan pustaka bisa memberikan hasil yang sama atau mendukung penelitian ini dan bisa pula memberikan hasil yang berbeda atau bertolak belakang dengan penelitian ini.

d. Membuat kesimpulan

Kesimpulan merupakan intisari penelitian yang menggunakan kalimat secara terbatas namun dapat difahami atau dimengerti oleh pihak lain. Kesimpulan akan menjawab tujuan penelitian yang didasari oleh rumusan masalah yang dijadikan sebagai pedoman untuk membangun konsep penelitian ini.

Hal-hal yang dipertimbangkan selama penelitian adalah efisiensi penggunaan waktu. Untuk menggunakan waktu seefisien mungkin, maka periode analisis data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dilakukan sebelum memasuki lapangan terutama pada data mengenai gambaran umum tempat penelitian. Data kegiatan obyek penelitian yang telah dilakukan oleh pelaksana tempat penelitian dapat dianalisis selama penelitian. Sedangkan data yang diperoleh dari informan dapat dianalisis setelah penelitian lapangan selesai dilakukan.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

A. Sosialisasi Informasi

Melalui proses menciptakan dan menafsirkan pesan yang membuat kita dapat berinteraksi satu dengan yang lain dan dengan lingkungan sekitar. Sebuah pesan adalah satu simbol atau kumpulan simbol yang memiliki arti atau kegunaan. Pesan mungkin melibatkan aturan bahasa verbal dalam bentuk ucapan atau lisan, atau aturan bahasa nonverbal seperti

William L Rivers-Jay W Jensen, Theodero Peterson, Media Massa & Masyarakat Modern, (Jakarta: Kencana, 2008) Ed.2 h.33 13 Brent D. Ruben, Lea P. Stewart, Komunikasi Dan Perilaku Manusia, (Jakarta: PT Rajagrafindi Persada, 2013) penampilan, gerak tubuh, sentuhan atau cara lainnya. Menanggapi pesan atau mengubahnya menjadi informasi yang melibatkan suatu aktivitas rutin agar pesan yang berbentuk informasi dapat diterima oleh khalayak yang sering disebut dengan sosialisasi.

Sosialisasi yaitu suatu proses dalam hidup seorang individu untuk mempelajari berbagai macam kebiasaan seperti cara hidup, nilai-nilai dan norma-norma sosial yang terdapat dalam masyarakat dengan maksud supaya dapat diterima oleh masyarakat. Dengan proses ini seorang individu akan

mengadopsi kebiasaan, sikap maupun ide orang lain sehingga dapat dipercaya dan diakui.

Ada banyak definisi tentang sosialisasi, Makionis misalnya menyebut penyebaran sebagai pengamatan sosial sepanjang hidup yang memungkinkan seseorang mengembangkan potensi kemanusiaannya dan mempelajari pola pola kebudayaan. Stewart menyatakan bahwa sosialisasi adalah proses orang memperoleh kepercayaan sikap nilai dan kebiasaan dalam kebudayaan. Melalui proses sosialisasi akan tumbuh satu pribadi yang hak karena sifat-sifat kelompok tidak pernah diserap secara sama oleh masing-masing anggota kelompok. Menurut Bruce J. Cohen, sosialisasi memiliki beberapa tujuan yaitu:

1. Sosialisasi bertujuan agar tiap individu mendapatkan bekal keterampilan yang kelak nantinya akan dia butuhkan untuk tetap hidup.
2. Sosialisasi bertujuan agar setiap individu dapat berkomunikasi yang tentu saja dengan efektif sehingga kemampuan membaca, menulis, dan berbicara dapat berkembang.
3. Sosialisasi bertujuan agar mengendalikan fungsi fungsi organik melalui latihan latihan mawas diri yang tepat
4. Sosialisasi bertujuan sehingga setiap individu dapat membiasakan dirinya dengan nilai nilai dan kepercayaan pokok yang ada pada masyarakat.

5. Membentuk sistem perilaku melalui pengalaman yang dipengaruhi oleh watak pribadinya, yaitu bagaimana ia memberikan reaksi terhadap suatu pengalaman menuju proses pendewasaan.

Menurut Kamus Besar Ilmu Pengetahuan, informasi adalah keterangan, pemberitahuan, kabar atau berita serta jumlah seluruh pengetahuan atau data tertentu mengenai sesuatu. Mc. Fadden, dkk mendefinisikan informasi sebagai data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut. Sedangkan menurut Davis, informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang.

Kata informasi berasal dari kata Perancis kuno, yaitu *informacion* yang diambil dari bahasa Latin, *informationem* yang artinya “garis besar, konsep, ide”. Informasi merupakan kata benda dari *informare* yang berarti aktivitas dalam “pengetahuan yang dikomunikasikan”. Informasi adalah pesan (ucapan atau ekspresi) atau kumpulan pesan yang terdiri atas urutan sekuens dari simbol, atau makna yang dapat ditafsirkan dari pesan atau kumpulan pesan. Informasi dapat direkan atau ditransmisikan. Informasi mempunyai manfaat dan peranan yang sangat dominan dalam suatu organisasi/perusahaan. Tanpa adanya informasi dalam suatu organisasi, para manajer tidak dapat bekerja dengan efisien dan efektif. Tanpa kesediannya informasi pun, para manajer tidak

dapat mengambil keputusan dengan cepat dan mencapai tujuan dengan efektif dan efisien. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa informasi merupakan sebuah keterangan yang bermanfaat untuk para pengambil keputusan untuk mencapai tujuan organisasi yang sudah ditetapkan. Peneliti menyimpulkan pengertian informasi adalah segala sesuatu yang bersifat kabar atau berita (pemberitahuan) mengenai sesuatu yang terdapat unsur pesan yang berarti bagi si penerimanya. Ini artinya tujuan dari penyebaran informasi adalah agar si penerima informasi menerima pesan tersebut dan menjadi tahu sehingga terdapat tindakan (action) terhadap informasi yang telah diterima. Fungsi informasi merupakan fungsi paling penting yang terdapat dalam komunikasi massa. Komponen paling penting untuk mengetahui fungsi informasi ini adalah berita-berita yang disajikan. Iklan pun dalam beberapa hal memiliki fungsi memberikan informasi di samping fungsi-fungsi yang lain. Sosialisasi dalam hal komunikasi diperlukan untuk menyampaikan pesan berupa informasi dapat diterima khalayak. Menanggapi pesan dan mengubahnya menjadi informasi yang bisa kita gunakan, melibatkan suatu aktivitas yang sering disebut dengan penerimaan informasi atau interpretasi.

Hal ini dilakukan dengan cara kita mengikuti, memberinya arti dan menggunakan informasi baik sebagai individu maupun sebagai bagian dari hubungan, kelompok organisasi atau masyarakat. Pengolahan informasi adalah kegiatan yang rumit (kompleks). Interpretasi kita terhadap informasi bukanlah

benda yang nyata yang bisa dipastikan terkirim dari seorang individu, organisasi atau masyarakat kepada khalayak. Sebaliknya, mereka dapat berubah dan diubah dalam berbagai cara sebagai pesan dan dibagi dari satu orang atau lokasi dengan orang atau lokasi berikutnya, melalui suatu proses yang akan kita jelaskan secara rinci yaitu sosialisasi.

B. Strategi Sosialisasi

Suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga terutama memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Itulah sebabnya langkah pertama yang perlu dilakukan adalah mengenal khalayak atau sasaran. Kemudian berdasarkan pengenalan serta komunikator dipilih sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada. Hal yang dimaksud agar kekuatan penangkal yang dimiliki khalayak dapat “dijijinkan”, juga untuk mengalahkan kekuatan pengaruh dari pesan-pesan yang lain berasal dari sumber (komunikator) lain.

Sosialisasi adalah proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat. Sejumlah sosiolog menyebut sosialisasi sebagai teori mengenai peranan (role theory). Karena dalam proses sosialisasi diajarkan peran-peran yang harus dijalankan oleh individu. Setiap kelompok masyarakat mempunyai standar dan nilai yang berbeda. Perbedaan standar dan nilai pun tidak terlepas

dari tipe sosialisasi yang ada. Ada dua tipe sosialisasi. Kedua tipe sosialisasi tersebut adalah sebagai berikut.

1. Formal

Sosialisasi tipe ini terjadi melalui lembaga-lembaga yang berwenang menurut ketentuan yang berlaku dalam negara, seperti pendidikan di sekolah dan pendidikan militer.

2. Informal

Sosialisasi tipe ini terdapat di masyarakat atau dalam pergaulan yang bersifat kekeluargaan, seperti antara teman, sahabat, sesama anggota klub, dan kelompok-kelompok sosial yang ada di dalam masyarakat. Baik sosialisasi formal maupun sosialisasi informal tetap mengarah kepada pertumbuhan pribadi anak agar sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di lingkungannya. Dalam lingkungan formal seperti di sekolah, seorang siswa bergaul dengan teman sekolahnya dan berinteraksi dengan guru dan karyawan sekolahnya. Dalam interaksi tersebut, ia mengalami proses sosialisasi. dengan adanya proses sosialisasi tersebut, siswa akan disadarkan tentang peranan apa yang harus ia lakukan. Siswa juga diharapkan mempunyai kesadaran dalam dirinya untuk menilai dirinya sendiri. Misalnya, apakah saya ini termasuk anak yang baik dan disukai teman atau tidak? Apakah perilaku saya sudah pantas atau tidak? Meskipun proses sosialisasi dipisahkan secara formal dan informal, namun hasilnya sangat sulit untuk dipisah-pisahkan karena

individu biasanya mendapat sosialisasi formal dan informal sekaligus. Sosialisasi yang terjadi di dalam masyarakat terjadi melalui media sosialisasi. Apakah yang dimaksud dengan media sosialisasi ? Media sosialisasi adalah pihak-pihak yang melakukan atau melaksanakan sosialisasi.

Ada beberapa media sosialisasi dalam kehidupan sosial ini, di antaranya adalah:

a. Keluarga

Keluarga adalah media sosialisasi yang paling dasar atau awal. Menurut Getrudengane Jaeger keluarga adalah media sosial yang sangat penting terutama pada anak-anak pada tahap awal perkembangannya karena pada tahap inilah anak mulai bersosialisasi di lingkungan orang tuanya sendiri. Media keluarga terbagi menjadi dua yaitu keluarga inti yang terdiri dari ayah, ibu, saudara kandung maupun angkat yang belum menikah, dan keluarga besar yang terdiri dari beberapa keluarga seperti kakek, nenek, paman, dan bibi.

b. Teman Pergaulan

Teman sepergaulan disebut juga dengan teman sepermainan. Teman didapat setelah seorang anak mampu bersosialisasi di luar lingkungan keluarga. Pada awalnya, lingkungan pergaulan hanya dianggap sebagai tempat yang bersifat rekreatif atau menghibur saja. Namun teman sepergaulan ternyata juga dapat memberikan dampak dalam sebuah proses sosialisasi setelah keluarga. Puncak pengaruh teman sepergaulan terhadap

seorang individu adalah ketika mereka dalam masa remaja, karena pada masa – masa inilah, individu mulai mencari jati dirinya sebelum beranjak dewasa. Teman sepergaulan memiliki peran yang sangat banyak dalam membentuk suatu kepribadian individu. Proses sosialisasi di lingkungan permainan lebih kompleks karena melibatkan hubungan atau status yang berbeda – beda antar individu yang terlibat. Hal ini berbeda dengan proses sosialisasi yang terjadi di dalam keluarga. Sosialisasi yang dilakukan di dalam lingkungan pergaulan dilakukan dengan cara mempelajari pola – pola interaksi dengan orang – orang di lingkungannya. Oleh karena itu, dalam lingkungan pergaulan, seorang individu dapat mempelajari aturan – aturan atau pola – pola interaksi orang – orang yang kedudukannya sama. Selain itu, mereka juga dapat mempelajari nilai keadilan.

1) Lembaga Pendidikan Formal (Sekolah)

Lembaga pendidikan formal, seperti sekolah merupakan salah satu media sosialisasi yang ampuh. Di sana seseorang akan belajar berbagai hal, seperti membaca, menulis, dan berhitung. Selain itu, mereka juga akan mempelajari kemandirian (independence), prestasi (achievement) universalisme dan juga kekhasan (specicity). Pada umumnya, seseorang anak meminta bantuan dari orang tua atau kakak ketika menemui kesulitan, tetapi ketika berada di sekolah, mereka dituntut untuk menyelesaikan semua kesulitan sendiri dengan penuh tanggung jawab.

2) Media Massa

Media massa juga disebut sebagai media sosial. Media massa seperti media cetak, seperti koran, surat kabar, majalah, tabloid, dan juga media elektronik, seperti radio, televisi, film, hp, telephone, internet memiliki pengaruh yang besar terhadap perkembangan seorang individu.

Dalam pelaksanaannya, sosialisasi memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat di simpulkan ada 4 tujuan yang ingin dicapai oleh individu-individu dalam melakukan sosialisasi. Adapun tujuan dari sosialisasi adalah sebagai berikut:

- 1) Sosialisasi dapat membantu individu dalam meraih identitas dirinya baik secara fisik maupun mental.
- 2) Sosialisasi membantu setiap individu atau kelompok dalam mengembangkan potensi humanistiknya, dan juga membantu individu atau kelompok untuk belajar bagaimana hidup dalam masyarakat sosial.
- 3) Sosialisasi memenuhi kebutuhan dasar manusia untuk bertahan dalam kehidupan sosial.
- 4) Sosialisasi membantu individu atau kelompok dalam mengimitasi kebudayaan.

Dalam hal strategi komunikasi juga merupakan suatu cara yang ditempuh dalam penyampaian pesan yang erat kaitannya dengan perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu sasaran tertentu. Strategi tidak hanya menunjukkan satu jalan saja, melainkan strategi harus mampu menunjukkan bagaimana teknik operasionalnya. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (management communication) untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Strategi komunikasi perlu disusun secara luwes, sehingga taktik operasional komunikasi dapat segera disesuaikan dengan faktor-faktor yang berpengaruh untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara kritis harus dilakukan dalam arti bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda tergantung pada situasi dan kondisi. Ada empat tujuan dalam strategi komunikasi menurut Anwar Arifin: To Secure Understanding yaitu memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi, To Establish Acceptance yaitu bagaimana cara penerimaan harus dibina dengan baik, To Motivate Action yaitu penggiatan untuk memotivasinya, To Goals Which Communicator Sought To Achieve yaitu bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses tersebut.

Dalam kaitan strategi komunikasi dengan sistem komunikasi secara makro vertikal, berbicara mengenai sistem komunikasi berarti mengenai sistem masyarakat dan berbicara tentang manusia. Oleh karena itu, pendekatannya

dilakukan secara makro dan mikro, baik proses secara vertikal maupun horizontal. Secara makro, sistem komunikasi menyangkut sistem penerima. Secara mikro menyangkut sistem nilai kelompok. Secara mikro menyangkut sistem nilai kelompok. Secara makro menyangkut strategi komunikasi, secara mikro menyangkut operasi komunikasi.

Secara garis besar, manfaat sosialisasi yang dimaksud ditujukan pada terciptanya tatanan sosial yang stabil. Stabilitas sosial dengan demikian menjadi tolok ukurnya. Berikut ini lima tujuan sosialisasi:

1. Memberikan pengetahuan kepada individu untuk dapat hidup bermasyarakat. Individu perlu dibekali pengetahuan tentang bagaimana hidup di masyarakat. Pengetahuan ini diberikan dengan disertai peningkatan kesadaran akan nilai dan norma yang berlaku. Setiap individu memiliki status sosial tertentu. Pengetahuan hidup bermasyarakat adalah menjalankan peran sosial sesuai status sosialnya dan tidak melanggar nilai dan norma sosial yang berlaku.
2. Memberikan keterampilan kepada individu untuk bertahan hidup. Keterampilan diberikan melalui pengalaman dan pendidikan. Individu mempelajari keterampilan untuk dapat bertahan hidup di masyarakat. Tanpa keterampilan, seseorang tidak bisa bekerja. Akibatnya, segala cara yang melanggar norma, atauran dan hukum diterobos.
3. Mengembangkan kemampuan individu untuk berinteraksi sosial. Interaksi adalah salah satu kebutuhan dasar manusia sebagai makhluk sosial. Individu

dibekali kemampuan berinteraksi melalui belajar dan pengalaman. Kedua proses tersebut merupakan bentuk sosialisasi. Tanpa interaksi, seseorang akan mengisolasi diri, hidup seorang diri, dan mati tak ada yang tau.

4. Menyadarkan individu akan hak dan kewajibannya yang pokok dalam masyarakat. Kesadaran akan hak dan kewajiban individu sangat penting sebagai satu paket dengan pengetahuan atas status sosialnya. Kesadaran ini menjadi pijakan peran sosial yang seharusnya dimainkannya. Individu bisa disadarkan melalui sosialisasi tentang tugas-tugas pokok akan statusnya di masyarakat.
5. Membuat individu untuk mampu introspeksi diri. Kemampuan introspeksi juga berkaitan erat dengan kesadaran individu akan dirinya, masyarakatnya dan posisi sosialnya di masyarakat. Ketika seseorang bertindak melampaui norma atau menyeleweng dari tugas tugas pokoknya, kemampuan introspeksi dapat membantu untuk mengarahkan dirinya kembali ke jalan yang benar.

Pada prinsipnya, sekali lagi, semua tujuan sosialisasi di atas ditujukan untuk melanggengkan stabilitas sosial dan terjaganya sistem sosial yang harmonis di masyarakat. Stabilitas sosial relatif terjaga apabila nilai dan norma yang berlaku, secara ajeg disosialisasikan ke generasi di bawahnya sehingga nilai dan norma bersifat tetap meski generasi berganti. Terjadinya pergeseran atau perubahan nilai dan norma sosial artinya terjadi perubahan sosial dimana struktur sosial juga ikut berubah. Proses sosialisasi tidak berfungsi sebagaimana mestinya apabila gejala dan konflik sosial lebih sering muncul ketimbang stabilitas sosial.

1. Pesan

Pesan pada dasarnya bersifat abstrak, untuk membuat konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa suara, mimik, gerak-gerik, bahasa lisan dan bahasa tulisan. Pesan dapat dimengerti dalam tiga unsur kode pesan, isi pesan dan wujud pesan.

2. Kode pesan adalah sederetan simbol yang disusun sedemikian rupa sehingga bermakna bagi orang lain. Contoh bahasa Indonesia adalah kode yang mencakup unsur bunyi, suara huruf dan kata yang disusun sedemikian rupa sehingga mempunyai arti.
3. Isi pesan adalah bahan untuk atau materi yang dipilih yang ditentukan oleh komunikator untuk mengkomunikasikan maksudnya.
4. Wujud pesan adalah sesuatu yang membungkus inti pesan itu sendiri, komunikator memberi wujud nyata agar komunikan tertarik akan isi pesan didalamnya.

Proses komunikasi efektif berlangsung melalui tahap-tahap komunikasi dan seringkali melibatkan komponen-komponen komunikasi seperti sumber, pesan, encoding, saluran, decoding, penerima pesan, umpan balik, dan konteks. Pesan secara umum merujuk pada informasi yang ingin disampaikan atau dikomunikasikan oleh sumber pesan kepada penerima pesan. Tanpa adanya pesan, maka komunikasi pun tidak akan terjadi. Agar pesan dapat diterima dengan baik

oleh komunikator atau penerima pesan, maka pesan komunikasi yang terdiri dari isi pesan dan lambang harus diproduksi yang sangat hati-hati. Bahasa atau kalimat yang kita sampaikan untuk mengungkapkan suatu maksud. Adanya bahasa itu terikat oleh struktur bahasa. Karena adanya struktur mempengaruhi pesan yang disampaikan. Aturan atau struktur bahasa dipengaruhi oleh kesepakatan. Curtis DKK menyatakan bahwa penyajian komunikasi (komunikator) harus mengetahui sebanyak-banyaknya tentang penyimak (khalayak) meskipun tidak mungkin menggambarkan seluruh variabel individual dari khalayak tersebut. Aktivitas proses pemeriksaan seluruh faktor objektif atau empiris (dapat diamati) yang berhubungan dengan khalayak, untuk memperoleh pemahaman tentang mereka sebagai penerima pesan. Strategi dalam pesan dibutuhkan, strategi pesan adalah mencari strategi kreatif terbaik ataupun pendekatan yang paling masuk akal untuk dipakai dengan mengingat situasi pemasaran terbaik dan kebutuhan serta minat audiensi. Hard-sell adalah pesan informasi yang dirancang untuk menyentuh pikiran dan menciptakan respons berdasarkan logika. Asumsinya adalah audiensi sasaran ingin informasi dan akan membuat keputusan rasional. Softsell menggunakan daya tarik emosional atau imaji untuk menciptakan respons berdasarkan sikap, mood, dan perasaan. Asumsinya adalah audiensi sasaran tidak tertarik dengan informasi dan akan lebih suka merespons pesan yang menyentuh perasaan mereka atau menghadirkan citra brand yang menarik. Menyesuaikan pesan dengan tujuan memiliki beberapa hal penting, yaitu: pesan yang menarik perhatian, pesan yang menciptakan minat, pesan yang beresonansi, pesan yang

menciptakan kepercayaan, pesan yang dikenang, pesan yang menyentuh emosi, pesan yang memberi informasi, pesan yang mengajarkan dan pesan yang membujuk.

Manfaat menggayakan pesan menurut Curtis: Pesan akan mendapatkan perhatian yang lebih besar, dapat meningkatkan pemahaman khalayak, membantu pengingatan, meningkatkan daya tarik persuasif. Model pemilihan strategi dianggap bahwa pelaku komunikasi memilih strategi untuk mencapai tujuan komunikasi mereka. Sebaliknya, teori-teori tentang penyusunan pesan menggambarkan sebuah skenario yang lebih kompleks, dimana pelaku komunikasi benar-benar menyusun yang sesuai dengan maksud-maksud mereka dalam situasi yang dihadapi. Sebuah teori terkemuka tentang perencanaan dalam bidang komunikasi dihasilkan oleh Charles Berger untuk menjelaskan proses yang dilalui individu dalam merencanakan perilaku komunikasi mereka. Kajian tentang perencanaan merupakan sebuah hiasan dari ilmu kognitif serta para psikolog telah melakukan banyak pemikiran dan penelitian pada subjek ini.

Diantara banyaknya tujuan tentu tujuan sosial (social goals) sangatlah penting. Karena kita makhluk sosial, orang lain penting dalam kehidupan kita, dan kita bertujuan untuk memengaruhi oranglain dalam berbagai cara. Mencapai banyak tujuan dalam berkomunikasi dengan cara tertentu. Teori Berger memperkirakan bahwa semakin banyak yang anda tahu (khusus atau umum), akan semakin kompleks rencana anda.

Dengan demikian, jika memiliki banyak motivasi dan pengetahuan, maka anda akan menciptakan rencana yang lebih kompleks serta jika motivasi dan pengetahuan anda rendah, maka rencana mungkin tidak akan berkembang. Selain hal tersebut diatas, pesan juga dapat dilihat dari segi bentuknya.

Menurut A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab terdapat tiga bentuk pesan, yaitu :

1. Informatif

Untuk memberikan keterangan fakta dan data kemudian komunikasi mengambil keputusan dan kesimpulan sendiri, dalam situasi tertentu pesan informatif tentu lebih berhasil dibandingkan persuasif.

2. Persuasif

Berisikan bujukan yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan sikap berubah. Tetapi berubahnya atas kehendak sendiri. Jadi perubahan seperti ini bukan terasa dipaksakan akan tetapi diterima dengan keterbukaan dari penerima.

3. Koersif

Menyampaikan pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi bentuk yang terkenal dari penyampaian secara inti adalah agitasi dengan penekanan yang menumbuhkan tekanan batin dan kekuatan di kalangan publik. Koersif berbentuk perintah-perintah, instruksi untuk penyampaian suatu target. Menafsirkan naskah atau wacana tertulis, cukup sulit, tetapi dalam perubahan

dan aliran komunikasi sehari-hari, kita dilindungi oleh sebuah kerumitan kode-kode bahasa dan perilaku. Kita menggabungkan symbol simbol, masing-masing dengan denotasi dan konotasi yang kaya ke dalam kalimat-kalimat dan paragraf-paragraf menurut aturan tata bahasa dan menyampaikannya secara simultan dalam sebuah penampilan, seringkali sejalan dengan penyajian simbol-simbol lainnya (seperti grafik, suara dan musik) serta fitur-fitur kontekstual lainnya. Dimana kita berdiri, bagaimana kita melihat, apa yang kita lakukan dengan mata kita dan sebuah campuran kode-kode sehingga semuanya membentuk suatu pesan.

4. Media

Media adalah sebuah perantara untuk menyampaikan informasi atau pesan. Secara bahasa media berasal dari kata “medium”. Menurut Schramm media adalah teknologi yang membawa informasi yang bermanfaat untuk pembelajaran, sedangkan menurut Syaiful Bakhri, media adalah alat bantu yang di jadikan pesan agar disalurkan untuk mencapai tujuan. Marshall McLuhan mungkin yang paling terkenal dalam menarik perhatian kita pada pentingnya media sebagai media.

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antarmanusia, maka media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah pancaindera manusia seperti mata dan telinga. Pesan-pesan yang diterima selanjutnya oleh pancaindera selanjutnya diproses

oleh pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan. Bagi McLuhan dan Innis, media merupakan perpanjangan pikiran manusia, jadi media yang menonjol dalam penggunaan membiaskan masa histori apapun.

Media berat yang kuno seperti gulungan naskah, tanah liat, atau batu sangat kuat karenanya mengikat waktu (time binding) karena dapat bertahan sangat lama. Sesuatu yang ditulis diatas batu, misalnya biasanya kuat, tidak berubah dan tahan lama, tetapi sulit untuk dipindahkan dan kurang mengikat bagi banyak orang dalam area yang luas. Karena memudahkan komunikasi dari generasi ke generasi dan tidak banyak berubah, media yang mengikat waktu dibiaskan oleh tradisi. Sebaliknya, media yang mengikat ruang (space binding) seperti kertas, biasanya ringan dan mudah dipindahkan, sehingga dapat memudahkan komunikasi dari satu tempat ke tempat lain, mendorong pembangunan kerajaan, birokrasi yang besar dan militer.