

**ANALISIS EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PEMBELAJARAN  
ONLINE EDUKASI PERPAJAKAN TERHADAP PERUBAHAN  
PERILAKU WAJIB PAJAK PADA KANTOR PELAYANAN  
PAJAK PRATAMA MAKASSAR UTARA**

THE ANALYSIS OF COMMUNICATION EFFECTIVENESS OF  
TAX EDUCATION ONLINE LEARNING ON TAXPAYERS'  
BEHAVIOURAL CHANGE IN NORTH MAKASSAR TAX  
OFFICE

**RIFFAT KHAIRI  
E022201023**



**PROGRAM PASCASARJANA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2022**

**ANALISIS EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PEMBELAJARAN  
ONLINE EDUKASI PERPAJAKAN TERHADAP PERUBAHAN  
PERILAKU WAJIB PAJAK PADA KANTOR PELAYANAN  
PAJAK PRATAMA MAKASSAR UTARA**

**TESIS**

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Disusun dan Diajukan Oleh:

RIFFAT KHAIRI  
E022201023

Kepada

**PROGRAM PASCASARJANA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2022**

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

**ANALISIS EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PEMBELAJARAN  
ONLINE EDUKASI PERPAJAKAN TERHADAP PERUBAHAN  
PERILAKU WAJIB PAJAK PADA KANTOR PELAYANAN  
PAJAK PRATAMA MAKASSAR UTARA**

Disusun dan diajukan oleh

**RIFFAT KHAIRI**

E022201023

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka  
Penyelesaian Studi Program Magister Program Ilmu Komunikasi Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin  
pada tanggal **07 Juni 2022**  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui

Pembimbing Utama,



**Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si.**  
Nip. 19620111 198702 1 001

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi,



**Dr. H. Muhammad Farid, M.Si.**  
Nip. 19610716 198702 1 001

Pembimbing Pendamping,



**Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos., M.Si.**  
Nip. 19730617 200604 2 001

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,



**Prof. Dr. Armin, M.Si.**  
Nip. 196511091991031008

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Riffat Khairi

NIM : E022201023

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pemikiran orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, Mei 2022

Yang Menyatakan



Riffat Khairi

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Analisis Efektivitas Komunikasi Pembelajaran Online Edukasi Perpajakan terhadap Perubahan Perilaku Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara”.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si. selaku dosen pembimbing I dan Ibu Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan waktu, arahan, bantuan dan dukungan kepada penulis selama proses bimbingan sehingga tesis ini dapat diselesaikan.

Penghargaan, rasa hormat dan terima kasih juga kepada Bapak Muh. Akbar, M.Si., Bapak Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos., M.Si., dan Bapak Dr. Muhammad Farid, M.Si selaku tim penguji yang senantiasa memberikan arahan, masukan, dan perbaikan dalam penyempurnaan tesis ini.

Pada kesempatan ini pula, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Ibunda tercinta (Alm) Desmawati Mudhar atas dukungan dan doanya sejak penulis memulai kuliah dan ayahanda Indra Mulya atas doanya selama ini.
2. Suami tercinta Muhammad Afif Yusuf, SE., M.Ak. yang telah sabar membantu dan memberikan dukungannya, serta anak-anakku tersayang

Mila dan Arra yang selalu mendukung mamanya.

3. Teman seperjuangan Badrul dan Wiwi yang selalu menemani penulis dalam berdiskusi dan berbagi ilmu serta pikirannya. Teman-teman Pascasarjana Kominfo Tahun 2020 dan Reguler Tahun 2020 yang selalu memberikan dukungan dan doanya.
4. Bapak Muhammad Sukri Subki, S.H., M.H. selaku Kepala KPP Pratama Makassar Utara, Ibu Rini Hari Umi S., S.E., M.M. selaku Kepala Seksi Pelayanan KPP Pratama Makassar Utara, serta teman-teman fungsional penyuluh KPP Pratama Makassar Utara Mini, Dhanar, Lia, Lea, dan Hengky yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama proses penelitian berlangsung.
5. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia atas bantuan Beasiswa Pendidikan selama program pendidikan berlangsung.

Penulis menyadari bahwa apa yang dibahas dalam tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu diperlukan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak demi penyempurnaan penelitian selanjutnya. Akhir kata, penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Makassar, Mei 2022

Riffat Khairi

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Kajian Konsep.....	9

1. Konsep Komunikasi Pembelajaran.....	9
2. Efektivitas Komunikasi Pembelajaran.....	12
3. Media Pembelajaran Online.....	15
4. Konsep Perubahan Perilaku.....	21
5. Konsep Edukasi Perpajakan.....	23
B. Kajian Teoritis.....	26
1. Teori Perbedaan Individual.....	26
2. Teori Operant Conditioning.....	27
3. Teori Stimulus Organism Respons.....	30
4. Teori Kemungkinan Elaborasi.....	33
5. Teori Mendapatkan Kepatuhan.....	36
C. Penelitian Terdahulu.....	40
D. Kerangka Konseptual.....	50
E. Hipotesis.....	52
F. Definisi Operasional.....	53
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>55</b>
A. Rancangan Penelitian.....	55
B. Lokasi dan Waktu.....	55
C. Populasi dan Teknik Sampel.....	56
D. Instrumen Pengumpulan Data.....	57
E. Teknik Analisis Data.....	58
F. Tahapan dan Jadwal Penelitian.....	63



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
A. Gambaran Umum.....	64
1. Sejarah Singkat Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara.....	64
2. Tugas Pokok dan Fungsi.....	65
3. Struktur Organisasi.....	66
4. Petugas Penyuluh KPP Pratama Makassar Utara.....	67
B. Hasil Penelitian.....	69
1. Karakteristik Responden.....	69
2. Intensitas Terpaan Informasi.....	71
3. Bentuk Media Komunikasi Pembelajaran Online Edukasi Perpajakan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara.....	73
4. Efektivitas Komunikasi Pembelajaran Online Edukasi Perpajakan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara.....	76
5. Perubahan Perilaku Wajib Pajak.....	83
6. Pengaruh Efektivitas Komunikasi Pembelajaran Online Edukasi Perpajakan terhadap Perubahan Perilaku Wajib Pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara.....	84
C. Pembahasan.....	88

1. Bentuk komunikasi pembelajaran online edukasi perpajakan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara.....	88
2. Efektivitas komunikasi pembelajaran online edukasi perpajakan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara.....	95
3. Perubahan perilaku wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara.....	99
4. Pengaruh Efektivitas Komunikasi Pembelajaran Online Edukasi Perpajakan terhadap Perubahan Perilaku Wajib Pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara.....	102
5. Keterbatasan Penelitian.....	105
BAB V PENUTUP.....	107
A. Kesimpulan.....	107
B. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	110

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Laporan Realisasi Edukasi dan Penyuluhan Kantor Wilayah DJP Sulawesi Selatan, Barat, dan Tenggara Tahun 2020.....	25
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 2.3 Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	47
Tabel 3.1 Kriteria Koefisien Korelasi.....	61
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	63
Tabel 4.1 Klasifikasi Jenis Kelamin Responden.....	69
Tabel 4.2 Klasifikasi Tingkat Usia Responden.....	70
Tabel 4.3 Klasifikasi Pendidikan Terakhir Responden.....	70
Tabel 4.4 Intensitas Mengakses Informasi Perpajakan secara Online.....	71
Tabel 4.5 Durasi Mengikuti Kegiatan Online Edukasi Perpajakan.....	72
Tabel 4.6 Alternatif Media dalam Mendapatkan Informasi.....	72
Tabel 4.7 Kemudahan Aplikasi Zoom Meeting.....	74
Tabel 4.8 Kemudahan Memahami Materi melalui Video pada Website dan Media Sosial.....	75
Tabel 4.9 Kemudahan Memahami Materi melalui Infografis pada Media Sosial.....	77

Tabel 4.10 Interaksi dalam Pelaksanaan Pembelajaran Online.....	78
Tabel 4.11 Deskripsi Jawaban Responden pada Indikator Attraction.....	79
Tabel 4.12 Deskripsi Jawaban Responden pada Indikator Comprehension.....	80
Tabel 4.13 Deskripsi Jawaban Responden pada Indikator Acceptability..	80
Tabel 4.14 Deskripsi Jawaban Responden pada Indikator Self-involvement.....	81
Tabel 4.15 Kriteria Interpretasi Skor.....	82
Tabel 4.16 Rekapitulasi Jawaban Responden Efektivitas Komunikasi Pembelajaran Online Edukasi Perpajakan.....	82
Tabel 4.17 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Perubahan Perilaku Wajib Pajak.....	83
Tabel 4.18 Realisasi Efektivitas Kegiatan Edukasi dan Penyuluhan Perpajakan Tema 3 Tahun 2021 di KPP Pratama Makassar Utara.....	84
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	86
Tabel 4.20 Hasil Uji t.....	87
Tabel 4.21 Hasil Uji Persamaan Regresi.....	88

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Model Komunikasi Schrame.....	10
Gambar 2.2 Model Komunikasi S-O-R.....	31
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual.....	52
Gambar 4.1 Struktur Organisasi KPP Pratama Makassar Utara.....	67
Gambar 4.2 Kegiatan Penyuluhan Langsung melalui Zoom Meeting....	75
Gambar 4.3 Video Edukasi melalui Website pajak.go.id.....	76
Gambar 4.4 Video Edukasi melalui Instagram.....	76
Gambar 4.5 Infografis melalui Website pajak.go.id.....	77
Gambar 4.6 Salah Satu Edukasi melalui infografis Instagram.....	78

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	116
Lampiran 2 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	121
Lampiran 3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	127
Lampiran 4 Hasil Olah Data SPSS.....	129
Lampiran 5 Tangkapan Layar Komentar Pada Postingan Instagram...	142
Lampiran 6 Data Hasil Penelitian.....	143

## ABSTRAK

**RIFFAT KHAIRI.** *Analisis Efektivitas Komunikasi Pembelajaran Online Edukasi Perpajakan terhadap Perubahan Perilaku Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara* (dibimbing oleh Andi Alimuddin Unde dan Tuti Bahfiarti).

Penelitian ini bertujuan: (1) menganalisis bentuk komunikasi pembelajaran *online* edukasi perpajakan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara; (2) menganalisis efektivitas komunikasi pembelajaran *online* edukasi perpajakan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara; (3) menganalisis perubahan perilaku wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara; dan (4) menganalisis pengaruh efektivitas komunikasi pembelajaran *online* edukasi perpajakan terhadap perubahan perilaku wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara.

Jenis penelitian ialah kuantitatif dengan pendekatan *action research*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner terhadap wajib pajak kriteria tertentu Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara yang mendapatkan edukasi perpajakan secara daring. Sampel sebanyak 105 responden. Data dianalisis menggunakan regresi linear sederhana yang diolah dengan bantuan IBM SPSS Versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pembelajaran *online* edukasi perpajakan yang digunakan oleh Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara yaitu: melalui aplikasi *zoom meeting*, *website*, dan media sosial. Selanjutnya, penyampaian materi melalui mode *online* edukasi perpajakan kepada wajib pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara dalam komunikasi pembelajaran dinilai sangat efektif. Efektivitas komunikasi pembelajaran *online* edukasi perpajakan ditandai dengan adanya perubahan perilaku wajib pajak, yaitu menjadi taat pajak. Selanjutnya, efektivitas komunikasi pembelajaran *online* edukasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap perubahan perilaku wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara.

Kata kunci: efektivitas komunikasi, pembelajaran *online*, perubahan perilaku



## ABSTRACT

**RIFFAT KHAIRI.** *The Analysis of Communication Effectiveness of Tax Education Online Learning of Taxpayers' Behavioural Change in North Makassar Primary Tax Service Office* (supervised by Andi Alimuddin Unde and Tuti Bahfiarti).

The research aims at analysing: (1) the communication forms of the tax education online learning; (2) the communication effectiveness of the tax education online learning; (3) the taxpayers' behavioural change; (4) the communication effectiveness influence of the tax education online learning on the taxpayers' behavioural change in the North Makassar Primary Tax Service Office.

This was the qualitative research with the action research approach. Data were collected using the questionnaire on the certain criteria taxpayers who obtained the offline tax education in the North Makassar Primary Tax Service Office. The samples were as many as 105 respondents. The data were analysed using the simple linear regression analysis processed with the help of IBM SPSS Version 24.

The research result indicates that the tax education online communications used by the North Makassar Primary Tax Service Office are the applications of *zoom meeting*, *website*, and social media. Moreover, the material delivery through the tax education online mode to the taxpayers in the learning communication is considered very effective. The learning communication effectiveness of the tax education online is marked by the taxpayers' behavioural change, to become the tax compliant. Finally, the communication effectiveness of the tax education online learning has the significant influence on the taxpayers' behavioural change in the North Makassar Primary Tax Service Office.

Key words: Communication effectiveness, online learning, behavioural change.





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Awal tahun 2020, Indonesia menghadapi pandemi Covid-19 yang telah mengubah cara masyarakat dalam berperilaku dan beraktivitas. Pandemi ini menyebabkan kegiatan secara tatap muka tidak bisa dilakukan. Wacana *new normal* di bidang pendidikan yaitu pembelajaran jarak jauh menjadikan satu-satunya cara yang dapat dilakukan agar pendidikan dan pengajaran bisa tetap berlangsung. Pembelajaran online menjadi solusi pembelajaran jarak jauh.

Sebagai respons atas hal tersebut, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah menerbitkan kebijakan dimana kegiatan penyuluhan langsung dapat dilaksanakan secara daring tanpa bertemu secara fisik. Kebijakan ini diterapkan sebagai upaya pencegahan penyebaran virus Covid-19. Pelaksanaan kegiatan edukasi perpajakan secara daring memudahkan penyuluh untuk menjangkau wajib pajak yang lebih luas dan beragam. Wajib pajak tidak lagi terhalang oleh jarak dan waktu untuk mengikuti kegiatan tersebut. Pandemi ini menjadi ruang dalam meningkatkan efisiensi dibidang anggaran, karena biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan edukasi secara daring jauh lebih kecil dibandingkan dengan tatap muka.

Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Utara merupakan salah satu unit vertikal dibawah koordinasi Kantor Wilayah DJP Sulawesi

Selatan, Barat dan Tenggara yang berada di wilayah Makassar. Berdasarkan data Laporan Kegiatan Penyuluhan tahun 2020, KPP Pratama Makassar Utara telah melaksanakan kegiatan edukasi perpajakan dengan tujuan meningkatkan kepatuhan yang berkontribusi terhadap perubahan perilaku wajib pajak sebanyak 11 kegiatan dengan total peserta sebanyak 360 wajib pajak. Dari jumlah tersebut, sebanyak 203 wajib pajak dilaporkan mengalami perubahan perilaku atau sebesar 56,38%. Bila dibandingkan dengan tahun 2021, realisasi wajib pajak yang berubah perilakunya mengalami peningkatan sebesar 73,41%. Hal ini menunjukkan komunikasi berjalan dengan baik.

Menurut Rakhmat (2007:15), komunikasi untuk menanamkan pemahaman adalah hal sulit tapi lebih sulit untuk mempengaruhi sikap. Komunikator akan mengalami kesulitan mendorong partisipan untuk mengambil tindakan. Efektivitas komunikasi diukur dari tindakan aktual dari partisipan dan merupakan indikator paling penting dari efektivitas komunikasi. Dalam hal menciptakan sebuah tindakan bagi partisipan, komunikator terlebih dahulu harus berhasil mengkomunikasikan pengertian, membentuk dan mengubah sikap atau membangun hubungan yang baik.

Berdasarkan hasil penelitian Basori (2014), komunikasi pembelajaran yang dilakukan secara daring terbukti efektif dalam menyampaikan materi kepada mahasiswa. Media pembelajaran diarahkan agar seseorang dapat menangkap pesan yang ingin disampaikan oleh

seorang komunikator secara benar yaitu sesuai dengan yang dimaksud komunikator. Media pembelajaran berfungsi untuk memfasilitasi penangkapan informasi yang disampaikan komunikator (Sanjaya, 2012: 73). Dengan perkembangan teknologi, saat ini perusahaan, lembaga pendidikan maupun lembaga pemerintah memanfaatkan teknologi terbaru dalam proses edukasi dan pembelajaran. Kegiatan edukasi melalui konferensi video tidak lagi menjadi teknologi yang mahal sehingga setiap lembaga dapat memanfaatkan teknologi tersebut dengan optimal.

Menurut hasil penelitian Ernawati dan Suldani (2020), perkembangan teknologi komunikasi berbasis internet telah membawa perubahan terhadap perilaku komunikasi masyarakat digital yang berdampak pada kehidupan sosial pengguna. Begitu juga di lembaga pemerintahan, perkembangan teknologi telah mengubah pola konvensional pertemuan tatap muka menjadi pertemuan melalui media konferensi video agar tetap bisa berkomunikasi di saat pandemi Covid-19. Setiap peralihan ke pembelajaran *online* memerlukan integrasi platform, teknologi, dan ilmu pengajaran *e-learning* yang efektif dan memungkinkan pengajar untuk memberikan pembelajaran yang lebih efektif (Evans dkk. dalam Noermalia dan Irwansyah, 2020). Penggunaan teknologi konferensi video akan menghemat biaya pelaksanaan dan memudahkan interaksi satu sama lain meskipun berada di lokasi yang berbeda.

Berdasarkan laporan kinerja Direktorat Jenderal Pajak tahun 2020, realisasi penerimaan pajak tahun 2020 sebesar Rp 1.069,98 triliun dari

target tahun 2020 sebesar Rp 1.198,82 triliun atau mencapai 89,25% (pajak.go.id). Bila dibandingkan dengan tahun 2019, realisasi penerimaan pajak mengalami kontraksi sebesar 19,71%. Hal ini disebabkan masih lemahnya perekonomian Indonesia akibat pandemi Covid-19. Menurut data laporan kinerja tahun 2020, Rasio Kepatuhan Penyampaian SPT Tahunan 77,63% lebih tinggi dibandingkan realisasi rasio kepatuhan tahun 2019 sebesar 73%. Hal ini menunjukkan meski di tengah pandemi, tingkat kepatuhan mengalami kenaikan dikarenakan upaya-upaya yang gencar dilakukan oleh DJP salah satunya kegiatan edukasi perpajakan.

Edukasi berperan penting dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak. Disebutkan oleh Adiatma dkk (2015), edukasi baik secara parsial maupun secara bersama-sama dengan variabel sosialisasi dan himbauan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Dalam pelaksanaan kegiatan edukasi perpajakan secara daring, terdapat keterbatasan yang dihadapi karena hilangnya beberapa variabel yang ada jika pertemuan dilakukan secara tatap muka. Salah satunya adalah keterbatasan petugas penyuluh dalam mengamati peserta kegiatan terutama pada saat peserta mematikan mode videonya. Petugas penyuluh mengalami kesulitan dalam melihat apakah peserta menyimak dan mengikuti dengan baik kegiatan tersebut.

Pemanfaatan teknologi konferensi video dalam kegiatan edukasi juga menimbulkan permasalahan. Wajib pajak belum terbiasa dengan kegiatan yang bersifat daring dan dukungan jaringan internet yang belum

maksimal. Tantangan bagi daerah yang literasi internetnya rendah menyebabkan kegiatan penyuluhan tidak berjalan maksimal. Petugas penyuluh dituntut untuk membuat materi edukasi semenarik mungkin agar pemahaman atas materi yang diberikan dapat tersampaikan dengan baik kepada wajib pajak. Petugas penyuluh juga melakukan berbagai upaya untuk membangun suasana kegiatan agar berlangsung aktif dan responsif.

Komunikasi yang efektif diperlukan untuk menjembatani antara informasi yang ingin disampaikan tenaga penyuluh dengan pemahaman wajib pajak. Tantangan yang besar bagi tenaga penyuluh untuk menyampaikan informasi yang dapat dipahami oleh wajib pajak, apalagi jika ingin sampai pada tahapan perubahan perilaku. Nurhadi dan Kurniawan (2017) menjelaskan bahwa komunikasi berhasil apabila pesan yang disampaikan komunikator dapat mengubah pengetahuan, sikap, maupun perilaku komunikan.

Dari studi literatur dan informasi yang diperoleh, belum ada yang melakukan penelitian terkhusus efektivitas komunikasi pembelajaran online dalam edukasi perpajakan karena DJP selama ini lebih banyak melakukan penyuluhan secara tatap muka langsung sehingga variabel-variabel lain bisa saja muncul dalam kegiatan edukasi secara daring.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Efektivitas Komunikasi Pembelajaran Online Edukasi Perpajakan terhadap Perubahan**

## **Perilaku Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara.”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk komunikasi pembelajaran online edukasi perpajakan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara?
2. Bagaimana efektivitas komunikasi pembelajaran online edukasi perpajakan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara?
3. Bagaimana perubahan perilaku wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara?
4. Bagaimana pengaruh efektivitas komunikasi pembelajaran online edukasi perpajakan terhadap perubahan perilaku wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis bentuk komunikasi pembelajaran online edukasi perpajakan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara.
2. Untuk menganalisis efektivitas komunikasi pembelajaran online edukasi perpajakan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara.

3. Untuk menganalisis perubahan perilaku wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara.
4. Untuk menganalisis pengaruh efektivitas komunikasi pembelajaran online edukasi perpajakan terhadap perubahan perilaku wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Teoritis  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam pengembangan studi komunikasi secara umum, khususnya mengenai kajian komunikasi individu, organisasi ataupun kajian psikologi komunikasi serta memberikan pemahaman dibidang perpajakan.
2. Kegunaan Praktis
  - a. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu Direktorat Jenderal Pajak dalam meningkatkan upaya-upaya edukasi wajib pajak.
  - b. Diharapkan dapat digunakan mahasiswa dan juga para anggota masyarakat lainnya yang berminat dibidang komunikasi individu, untuk dijadikan sebagai acuan atau referensi dalam praktik komunikasi untuk kegiatan-kegiatan edukasi.
3. Kegunaan Metodologis  
Peneliti dapat memudahkan proses penelitian sampai pada tahap pengambilan kesimpulan dan kesimpulan yang diambil dapat digunakan untuk pengembangan kegiatan edukasi.

### **E. Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada kegiatan edukasi perpajakan melalui pembelajaran online dimana diteliti efektivitasnya terhadap perubahan perilaku wajib pajak pada KPP Pratama Makassar Utara. Respondennya adalah wajib pajak yang mengikuti edukasi perpajakan secara online di KPP Pratama Makassar Utara Tahun 2021.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Konsep**

#### **1. Konsep Komunikasi Pembelajaran**

##### **1.1. Model Komunikasi**

Dua model komunikasi yang berpengaruh terhadap komunikasi pembelajaran yaitu sebagai berikut: (Sanjaya, 2012:83)

a. Model Komunikasi Lasswell

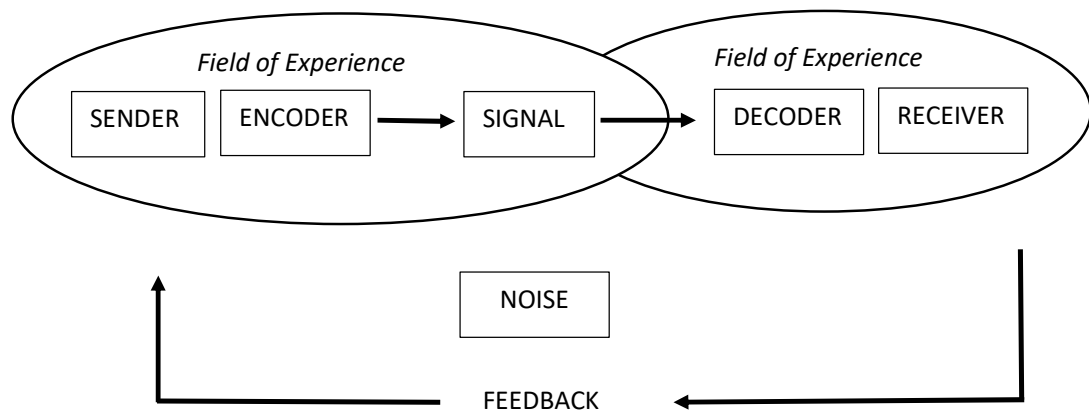
Model komunikasi lasswell menjelaskan komunikasi bisa berjalan dengan baik bila melalui lima tahap yaitu *who, say what, in which channel, to whom, and with what effect*. Model komunikasi ini bersifat linier yang menggambarkan bagaimana sumber pesan menyampaikan pesan.

Model komunikasi Lasswell masih kurang maksimal apabila diterapkan dalam komunikasi pendidikan. Karena tujuan dari komunikasi pendidikan adalah merubah perilaku murid bukan hanya sebatas murid bisa memahami dan menerima materi yang disampaikan (Kurniawan, 2018).

b. Model Komunikasi Schrame

Dalam model komunikasi Schrame, proses komunikasi bisa saja terdapat gangguan (*noise*) baik yang disadari maupun tidak disadari

yang menyebabkan kemungkinan terjadi kesalahan penerjemahan informasi oleh penerima pesan. Umpan balik menjadi penting untuk melihat apakah pesan yang disampaikan sudah sesuai dengan yang dimaksud oleh komunikator.



**Gambar 2.1 Model Komunikasi Schrame**  
Sumber: Sanjaya (2012: 85)

Berdasarkan gambar 2.1, komponen-komponen komunikasi dalam pembelajaran sebagai berikut:

- a. Pengirim atau komunikator, dalam konteks pembelajaran komunikator dapat diperankan oleh guru, dosen atau instruktur.
- b. Penyandian atau *encoding*, dalam pembelajaran guru harus menyajikan materi pembelajaran yang akan disampaikan ke dalam bentuk tulisan, ucapan atau gerakan.
- c. Saluran dan media, semua media dapat dipergunakan dalam proses pembelajaran.

- d. Penyandian ulang atau *decoding*, porses *decoding* merupakan pemahaman siswa tentang penjelasan guru atau interpretasi guru atas jawaban dari siswa.
- e. Penerima pesan atau komunikasi.
- f. Umpan balik atau *feedback*, dalam proses pembelajaran umpan balik sangat penting untuk mengetahui apakah materi yang disampaikan telah dipahami dan tidak ada kesalahan persepsi.

### **1.2. Pengertian Komunikasi Pembelajaran**

Komunikasi pembelajaran adalah proses mengirimkan ide atau gagasan dari seseorang kepada orang lain agar tercapai kesuksesan dalam mengirimkan pesan secara efektif dan efisien (Masdul, 2018).

### **1.3. Prinsip Komunikasi Pembelajaran**

Masdul (2018) mengemukakan lima prinsip dalam komunikasi pembelajaran yaitu:

#### **a. *Respect***

Sikap menghargai individu yang menjadi sasaran audiens. Rasa hormat dan menghargai merupakan prinsip utama dalam berhubungan dengan orang lain karena pada dasarnya manusia ingin dihargai dan dianggap penting. Pengajar yang memberikan penghargaan kepada murid akan dihargai pula oleh muridnya dan menjadikan proses pembelajaran lebih menyenangkan.

b. *Emphaty*

Empati merupakan keahlian manusia untuk memposisikan diri pada situasi yang dialami oleh orang lain. Komunikasi di dunia Pendidikan memerlukan saling memahami keberadaan, perilaku, dan keinginan dari peserta didiknya.

c. *Audible*

Prinsip *audible* yaitu pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens. Untuk itu pesan perlu disampaikan melalui media (*delivery channel*) agar dapat diterima dengan baik oleh audiens.

d. *Clarity*

Prinsip *clarity* adalah kejelasan dari isi pesan yang disampaikan sehingga tidak terjadi berbagai macam penafsiran.

e. *Humble*

Dalam membangun komunikasi yang efektif diperlukan sikap rendah hati. Kerendahan hati diperlukan dalam berkomunikasi agar orang lain merasa nyaman sehingga memudahkan komunikasi dua arah.

## 2. Efektivitas Komunikasi Pembelajaran

Deddy Mulyana (dalam Iswari, 2021) mengemukakan komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang sesuai dengan harapan mereka yang terlibat dalam komunikasi tersebut. Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (dalam Rakhmat, 2007:13), komunikasi yang efektif paling tidak menimbulkan lima hal yaitu:

a) Pengertian

Pengertian adalah penerimaan yang cermat dari isi stimulus seperti yang dimaksudkan oleh komunikator.

b) Kesenangan

Komunikasi dimaksudkan untuk menimbulkan kesenangan sehingga menjadikan hubungan hangat, akrab dan menyenangkan.

c) Mempengaruhi sikap

Komunikasi paling sering dilakukan untuk mempengaruhi orang lain. Hal ini adalah komunikasi persuasif.

d) Hubungan sosial yang baik

Komunikasi dilakukan untuk menciptakan hubungan sosial yang baik. Manusia sebagai makhluk sosial memiliki kebutuhan sosial dimana hal tersebut baru bisa didapatkan dengan komunikasi antarpribadi yang efektif.

e) Tindakan

Efektivitas komunikasi biasanya diukur dari tindakan nyata yang dilakukan oleh komunikan. Hal ini dikarenakan untuk menciptakan tindakan, komunikator terlebih dahulu harus menanamkan pengertian, membentuk dan mengubah sikap atau menumbuhkan hubungan yang baik.

Dengan demikian, komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap,

meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan.

Menurut Bertrand Jane T. (dalam Basori, 2014), keefektifan komunikasi terhadap media terdiri dari lima komponen yaitu:

- a. *Attraction* (daya tarik), apakah pesan yang disampaikan cukup menarik perhatian dari audiens.
- b. *Comprehension* (pemahaman), apakah pesan yang disampaikan dipahami oleh audiens dengan jelas.
- c. *Acceptability* (penerimaan), apakah ada informasi-informasi yang menurut audiens salah dan tidak sesuai standar. Apakah informasi tersebut mengandung unsur-unsur yang mengganggu bagi audiens setelah terjadi pengulangan informasi.
- d. *Self-involvement* (keterlibatan), apakah audiens merasa pesan tersebut untuk mereka atau orang lain.
- e. *Persuasion* (keyakinan), apakah pesan tersebut dapat meyakinkan audiens untuk melakukan perilaku yang diinginkan komunikator.

Komponen daya tarik, pemahaman, penerimaan, dan keterlibatan relatif lebih mudah untuk diukur, sedangkan komponen keyakinan lebih sulit untuk dilakukan pengukuran.

Efektivitas komunikasi dapat terlihat dari *feedback* yang diberikan oleh audiens misalnya dengan bertanya, menjawab ataupun melakukan pesan yang disampaikan oleh komunikator (Sanjaya, 2012:80). Adapun

faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi menurut Sanjaya (2012: 81) adalah sebagai berikut:

- a. Gangguan (noise).
- b. Kemampuan berkomunikasi penyampai pesan.
- c. Sikap dan pandangan penyampai pesan kepada penerima pesan atau sebaliknya.
- d. Tingkat pengetahuan dan penguasaan materi penyampai pesan dan penerima pesan.
- e. Latar belakang sosial ekonomi dan budaya penyampai serta penerima pesan.

Proses komunikasi pembelajaran akan berjalan efektif apabila penyampai pesan dapat menghilangkan gangguan atau *noise* yang bisa mempengaruhi proses komunikasi.

### **3. Media Pembelajaran Online**

#### **3.1 Pengertian Media Pembelajaran**

Menurut Molenda dan Russel (dalam Sanjaya, 2012: 57) *media is a channel of communication*. Sedangkan pengertian media pembelajaran menurut Rossi dan Breidle (dalam Sanjaya, 2012: 58) adalah seluruh alat dan bahan yang dapat dipakai untuk maksud pengajaran seperti radio, televisi, buku, koran, majalah dan sebagainya. Dari pengertian tersebut, maka beda media dan media pembelajaran terletak pada pesan atau isi yang ingin disampaikan. Dimana alat apapun berisi tentang pesan-pesan

pendidikan termasuk ke dalam media pembelajaran. Sedangkan media pembelajaran menurut Suryadi (2020:15) adalah alat yang secara khusus dipergunakan untuk menyampaikan isi dari materi pembelajaran.

Media pembelajaran berfungsi untuk mempermudah penyampaian pesan. Ada dua faktor yang menyebabkan kesalahan dalam proses komunikasi. Pertama, faktor lemahnya komunikator dalam memberikan sebuah informasi sehingga bisa jadi pesan yang disampaikan tidak jelas diterima oleh komunikan. Kedua, faktor lemahnya komunikan dalam menerima pesan dimana terdapat kesalahan interpretasi pesan yang dikirimkan oleh komunikator. Dengan adanya dua faktor ini maka dibutuhkan alat bantu untuk mempermudah penyampaian pesan (Sanjaya, 2012:92).

Menurut Ega Rima Wati (dalam Suryadi, 2020:16), media pembelajaran dapat meningkatkan proses belajar dengan alasan-alasan sebagai berikut:

- a. Dengan media pembelajaran, pembelajaran akan lebih menarik perhatian dari siswa yang mana dapat memunculkan dorongan untuk belajar;
- b. Bahan materi akan lebih jelas bagi siswa untuk dipahami;
- c. Metode mengajar akan lebih beragam;



d. Siswa banyak melakukan kegiatan belajar karena tidak hanya mendengarkan penjelasan tetapi juga mengamati, melakukan, dan mendemonstrasikan.

### **3.2 Video Teleconferencing**

Menurut Graetz dkk (dalam Harris dan Sherblom, 2008: 296) *Computer mediated communication* (CMC) menggambarkan sebuah komunikasi yang dilakukan melalui berbagai media dan memungkinkan anggotanya bertukar informasi melalui video, audio dan teks. Fasilitas ini termasuk komputer, audio, *video conferencing systems*, blog, pesan singkat, email dan *computer chat rooms*. Anggota dalam CMC cenderung fokus pada tugas dan aspek instrumental dari suatu proses dibandingkan hal pribadi dan aspek sosial. Hal ini memperlihatkan bahwa mereka cenderung berorientasi pada konten dan lebih sedikit sosial emosi dalam berkomunikasi.

*Video teleconferencing* adalah pertemuan berbasis elektronik dimana gambar video di kirimkan antar peserta yang dilakukan secara jarak jauh. Telekonferensi video mirip seperti pertemuan tatap muka, walaupun beberapa konteks visual hilang. Telekonferensi adalah relative lebih murah dibandingkan pertemuan tatap muka, disebabkan karena adanya pengurangan biaya akomodasi (Rogers, 1986:50).

Pada telekonferensi, komunikator mengalami kesulitan dalam melihat komunikasi non verbal. Komunikasi elektronik memiliki kelemahan

yaitu kurangnya isyarat non verbal. Telekonferensi tidak bisa di adaptasi secara luas pada pertemuan yang membutuhkan pengaruh kuat dari isu-isu interpersonal seperti sidang pengadilan (Hartley, 1999:224).

### **3.3. E-learning**

#### **3.3.1 Pengertian E-learning**

Rosenberg (dalam Elyas, 2018) menjelaskan *e-learning* merupakan pembelajaran menggunakan teknologi internet untuk mengirimkan serangkaian informasi yang dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan.

Munir (dalam Hanum, 2013) mengemukakan bahwa *e-learning* ditujukan sebagai usaha untuk membuat perubahan dalam proses pembelajaran baik di sekolah maupun perguruan tinggi kedalam bentuk digital melalui teknologi internet. Menurut Clark dan Mayer (dalam Hanum, 2013) *e-learning* memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Memiliki konten yang relevan atau sesuai dengan pembelajaran.
- b. Menggunakan metode instruksional misalnya menyajikan contoh dan latihan untuk meningkatkan pembelajaran.
- c. Menggunakan elemen-elemen media seperti kata-kata dan gambar-gambar untuk menyampaikan materi pembelajaran.
- d. Memungkinkan pembelajaran langsung berpusat pada pengajar (*synchronous e-learning*) atau di desain untuk pembelajaran mandiri (*asynchronous e-learning*).

- e. Membangun pemahaman dan keterampilan yang terkait dengan tujuan pembelajaran baik secara perseorangan atau meningkatkan kinerja pembelajaran kelompok.

Dengan adanya *e-learning*, keterbatasan pengajar dan murid dalam hal waktu, ruang, kondisi, dan keadaan dapat diatasi.

### 3.3.2 Tipe *E-learning*

*E-learning* memiliki dua tipe yaitu *synchronous* dan *asynchronous*. *Synchronous* berarti pada waktu yang sama. *Asynchronous* berarti pada waktu yang berbeda (Elyas, 2018).

*Synchronous e-learning* mengacu pada pembelajaran yang terjadi secara bersamaan melalui mode elektronik. Ruang obrolan teks atau suara yang sinkron memberikan kesempatan pada pengajar dan murid untuk berinteraksi. Disamping itu, konferensi video bisa memfasilitasi komunikasi tatap muka dalam *synchronous e-learning* (Perveen, 2016). *Synchronous e-learning* bersifat langsung, real time (terjadwal), pengajaran yang difasilitasi, dan interaksi yang berorientasi pada pembelajaran. Akar dari *Synchronous e-learning* berasal dari tiga pengaruh utama yaitu ruang kelas, media, dan konferensi (Shahabadi dan Uplane, 2015).

*Asynchronous e-learning* merupakan metode yang paling banyak diadopsi oleh pendidikan *online*, karena murid tidak terikat waktu dan dapat merespons materi pada waktu senggang mereka. *Asynchronous* berfokus pada pembelajaran mandiri dan berpusat pada murid (Perveen, 2016).

### 3.3.3 Manfaat *E-Learning*

Kamarga (dalam Darmawan, 2016:34) mengemukakan manfaat *e-learning* dalam pembelajaran yaitu sebagai berikut:

- a. Meningkatkan produktivitas.

Melalui *e-learning* waktu dapat dihemat karena hilangnya perjalanan yang harus ditempuh oleh pengajar dan murid dalam proses pembelajaran sehingga dapat meningkatkan produktivitas.

- b. Mempercepat proses inovasi.

Pembaruan kompetensi dapat dilaksanakan melalui *e-learning* sehingga kompetensi selalu memberi nilai melalui kreativitas dan inovasi dari sumber daya manusia.

- c. Efisiensi.

Pembangunan kompetensi dapat dilakukan dengan waktu yang relative lebih singkat dan jumlah yang lebih besar.

- d. Fleksibel dan interaktif.

Kegiatan *e-learning* tidak terpaku pada suatu tempat karena dapat dilakukan dimana saja selama terkoneksi dengan internet. Interaksi antara pengajar dan murid dimungkinkan secara langsung atau tidak langsung dengan visualisasi lengkap (*multimedia*) ataupun tidak.

## **4. Konsep Perubahan Perilaku**

### **4.1 Pengertian Perilaku**

Sikap mempunyai tiga komponen yaitu komponen kognisi yang berhubungan dengan pengetahuan, kepercayaan, ide dan konsep. Komponen kedua yaitu afeksi yang berkaitan emosional seseorang. Komponen ketiga adalah konasi yaitu kecenderungan bertindak laku (Mar'at, 1984:13). Mar'at (1984:17) mengemukakan bahwa sikap dilihat sebagai hasil belajar bukan sebagai hasil pengembangan atau sesuatu yang diturunkan. Sebagai hasil dari proses belajar, sikap dapat diubah, diabaikan, atau dikembalikan ke keadaan semula meskipun membutuhkan waktu yang lama. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa sikap merupakan hasil dari interaksi dengan objek sosial atau peristiwa sosial.

Perilaku menurut Soekidjo Notoatmodjo (dalam Irwan, 2017: 108) merupakan respons seseorang terhadap stimulus yang berasal dari luar dan dalam dirinya. Irwan (2017: 107) mengemukakan tiga asumsi yang saling berhubungan mengenai perilaku manusia yaitu pertama perilaku itu disebabkan, kedua perilaku itu digerakkan, dan ketiga perilaku itu ditujukan pada sasaran atau tujuan. Perubahan perilaku memiliki kesamaan untuk setiap orang, yaitu perilaku ada karena suatu sebab, terjadi tidak dengan spontan, dan mengarah pada suatu tujuan.

## 4.2 Tahap- Tahap Perubahan Perilaku

Seseorang menerima atau mengadopsi perilaku baru melalui tiga proses tahapan yaitu (Irwan, 2017: 188):

### a. Pengetahuan

Seseorang akan mengadopsi perilaku baru apabila mereka sudah mengetahui arti dan manfaat dari perilaku tersebut.

### b. Sikap

Setelah seseorang diberikan stimulus, maka mereka akan menilai atau bersikap terhadap stimulus tersebut.

### c. Tindakan

Tindakan dalam perilaku akan terjadi apabila seseorang telah melewati tahap pengetahuan dan sikap. Seseorang akan melaksanakan apa yang diketahui dan dinilai benar oleh mereka.

## 4.3 Strategi dalam Perubahan Perilaku

Irwan (2017: 192) mengemukakan dua strategi yang bisa diambil dalam merubah perilaku seseorang yaitu:

### a. *Inforcement*

Perubahan perilaku melalui paksaan dan atau menggunakan peraturan atau perundangan. Proses perubahan perilaku ini cepat tetapi bersifat sementara.

### b. *Education*

Perubahan perilaku melalui pembelajaran dengan memberikan informasi atau penyuluhan. Strategi ini akan menghasil perubahan perilaku yang langgeng tetapi memakan proses yang cukup lama.

## **5. Konsep Edukasi Perpajakan**

Kata edukasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah pendidikan.

Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2000 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, dalam Undang-undang ini dijelaskan bahwa administrasi perpajakan berperan aktif dalam melaksanakan tugas-tugas pembinaan, pelayanan, pengawasan, dan penerapan sanksi sesuai peraturan perundang-undangan perpajakan. Pembinaan masyarakat wajib pajak dapat dilakukan melalui berbagai upaya, antara lain pemberian penyuluhan pengetahuan perpajakan baik melalui media massa maupun penerangan langsung kepada masyarakat.

Peraturan Menteri Keuangan Nomor 206/PMK.01/2014 tentang Organisasi Dan Tata Kerja Kementerian Keuangan mengatur tugas dan fungsi Direktorat Jenderal Pajak. Pada pasal 537, Direktorat Penyuluhan, Pelayanan, dan Hubungan Masyarakat (P2Humas) mempunyai tugas merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis di bidang penyuluhan, pelayanan, dan hubungan masyarakat. Tugas penyuluhan dilaksanakan oleh Subdirektorat Penyuluhan Perpajakan.

Berdasar pasal 540, Subdirektorat Penyuluhan Perpajakan mempunyai tugas melaksanakan penyiapan, penelaahan, dan penyusunan kebijakan, serta pemantauan, pengendalian, dan evaluasi pelaksanaan kebijakan teknis penyuluhan, serta pelaksanaan pengelolaan perpustakaan, dokumentasi peraturan perpajakan dan non perpajakan.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2000 dan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 206/PMK.01/2014 diketahui bahwa bahwa DJP mempunyai tugas untuk melaksanakan edukasi perpajakan berupa penyuluhan perpajakan yang menjadi tugas Direktorat P2Humas yang didelegasikan kepada Subdirektorat Penyuluhan Perpajakan.

Berdasarkan Laporan Kinerja Tahun 2020 DJP, realisasi efektivitas kegiatan edukasi dan penyuluhan sebesar 80,4% dari target tahun 2020 sebesar 67% sehingga capaian targetnya diatas 120%. Adapun realisasi kegiatan edukasi untuk Kantor Wilayah DJP Sulawesi Selatan, Barat dan Tenggara sebagai berikut:



**Tabel 2.1 Laporan Realisasi Edukasi dan Penyuluhan Kantor Wilayah DJP Sulawesi Selatan, Barat, dan Tenggara Tahun 2020**

Unit Kerja	Rencana Kegiatan Tema 3	Realisasi Kegiatan Tema 3	Jumlah Peserta Tema 3	Jumlah Peserta Berubah	Capaian IKU
KPP Pratama Makassar Utara	10	11	360	203	116,71%
KPP Pratama Parepare	48	62	1.043	614	118,56%
KPP Pratama Palopo	45	131	2.790	1.967	120%
KPP Pratama Makassar Barat	9	36	1.587	1.215	107,56%
KPP Pratama Makassar Selatan	19	28	1.153	440	103,11%
KPP Pratama Bulukumba	26	35	473	362	119,04%
KPP Pratama Bantaeng	50	71	1.685	851	112,32%
KPP Pratama Watampone	36	56	1.351	755	116,33%
KPP Pratama Maros	17	27	692	490	120%
KPP Pratama Kendari	26	28	785	359	108,76%
KPP Madya Makassar	0	0	0	0	100%
KPP Pratama Majene	31	60	895	748	120%
KPP Pratama Mamuju	17	39	612	444	118,62%
KPP Pratama Kolaka	28	32	728	504	120%
KPP Pratama Baubau	26	53	564	512	120%

Sumber: Data primer 2021

Dari data diatas menunjukkan realisasi IKU edukasi dan penyuluhan KPP Pratama Makassar Utara mencapai 116,71%, urutan tertinggi diantara seluruh kantor di lingkungan Kantor Wilayah DJP Sulawesi Selatan, Barat dan Tenggara.

## B. Kajian Teoritis

### 1. Teori Perbedaan Individual (*Individual Difference Theory*)

Teori yang dikemukakan oleh Melvin D. Defleur ini lengkapnya adalah *Individual Difference Theory of Mass Communication Effect*. Teori perbedaan individu berfokus pada anggota khalayak dan menyatakan bahwa kebutuhan, nilai-nilai, kepercayaan, dan sikap individu memainkan peran yang penting dalam bagaimana individu tersebut merespons media.

Teori ini menelaah perbedaan-perbedaan di antara individu sebagai sasaran media massa ketika mereka diterpa sehingga memungkinkan memiliki efek tertentu. Menurut teori perbedaan individu, individu-individu sebagai anggota sasaran media massa secara selektif, menaruh perhatian kepada pesan-pesan ketika pesan tersebut menyangkut kepentingannya, konsisten dengan sikap-sikapnya, dan sesuai dengan kepercayaan serta nilai-nilainya. Tanggapan terhadap pesan tersebut akan berbeda untuk masing-masing orang. Tanggapan khalayak terhadap pesan tergantung pada kerangka psikologisnya. Karena struktur psikologis setiap individu berbeda, maka efek media massa terhadap khalayak akan beragam (Effendy, 2003:275).

Anggapan dasar dari teori perbedaan individu yaitu manusia beragam dalam organisasi psikologisnya secara pribadi. Keberagaman ini sebagian dimulai dari perbedaan secara biologis, sebagian besar lagi dikarenakan pengetahuan yang berbeda tiap individu. Dengan belajar dari lingkungan yang berbeda, setiap individu memiliki motivasi dan

pengalaman yang berbeda. Individu yang tumbuh dalam lingkungan berpikir secara kritis, akan menghadapi perspektif yang berbeda dari individu yang tumbuh dalam lingkungan yang pasif.

Teori perbedaan individual mengemukakan pesan-pesan media yang berisi stimulus menimbulkan efek yang berbeda dari anggota khalayak. Dengan adanya perbedaan individual pada setiap anggota khalayak, maka secara alamiah akan timbul efek yang beragam dengan perbedaan individual tersebut. Teori ini tetap akan memprediksi keseragaman respons terhadap pesan tertentu dengan berpegang pada pengaruh variabel-variabel kepribadian yaitu menganggap khalayak memiliki ciri-ciri kepribadian yang serupa (Effendy, 2003:276).

## **2. Teori *Operant Conditioning***

Teori *operant conditioning* dikemukakan oleh Burrhus Frederic Skinner (B.F. Skinner). Teori *operant conditioning* merupakan pengembangan dari teori belajar behavioristik yang mempelajari perilaku sebagai akibat dari interaksi antara stimulus dan respons. Teori ini memiliki tiga komponen yaitu rangsangan atau stimulus, respons, dan konsekuensi. Konsekuensi-konsekuensi ini yang akan menghasilkan perilaku. Stimulus bertindak sebagai pemicu respons, sedangkan konsekuensi bisa positif atau negatif, tetapi keduanya bersifat saling memperkuat/ *reinforcement* (Herpratiwi, 2016:6).

Menurut Skinner (dalam Rachmawati dan Daryanto, 2015: 58), setiap stimulus yang dimunculkan akan berinteraksi satu dengan lainnya, dan pada akhirnya mempengaruhi respons yang dihasilkan. Respons yang dihasilkan tersebut juga memiliki sejumlah konsekuensi yang pada akhirnya mempengaruhi perilaku individu. Untuk memahami sepenuhnya perilaku seseorang, perlu memahami hubungan antara satu stimulus dengan lainnya, serta memahami respons dan berbagai konsekuensi yang mungkin timbul sebagai akibat dari respon tersebut.

Skinner mengemukakan dua hukum belajar dalam teori ini yaitu:

- a. *Law of operant conditioning*, yaitu jika munculnya perilaku disertai dengan stimulus penguat, maka kekuatan perilaku meningkat.
- b. *Law of operant extinction*, yaitu jika munculnya perilaku telah diperkuat melalui pengkondisian dengan tidak disertai stimulus penguat, maka kekuatan perilaku tersebut akan menurun atau bahkan menghilang.

Manajemen kelas menurut Skinner (dalam Herpratiwi, 2016:6), berupa upaya untuk memodifikasi perilaku melalui proses penguatan dengan menghargai perilaku yang diinginkan atau tidak memberikan imbalan pada perilaku yang tidak tepat. *Operant conditioning* merupakan proses penguatan positif atau negatif yang dapat menyebabkan pengulangan perilaku atau menghilang.

Unsur terpenting dalam belajar menurut Skinner (dalam Herpratiwi, 2016:6) adalah faktor penguatan (*reinforcement*). Pengetahuan yang

dibentuk oleh hubungan antara stimulus dan respons menjadi lebih kuat apabila diberi penguatan. Skinner membagi dua penguatan yaitu:

c. Penguatan positif (*positive reinforcement*)

Penguatan positif adalah stimulus yang diberikan untuk meningkatkan kemungkinan munculnya perilaku yang baik sehingga respons meningkat karena diikuti dengan stimulus yang mendukung. Penguatan positif sebagai stimulus dapat meningkatkan terjadinya pengulangan tingkah laku. Bentuk penguatan positif yaitu hadiah (kado, permen, makanan dan lain-lain), perilaku (senyum, menganggukan kepala tanda setuju, mengacungkan jempol), atau penghargaan.

d. Penguatan negatif (*negative reinforcement*)

Penguatan negatif adalah peningkatan frekuensi suatu perilaku yang baik karena hilangnya stimulus yang merugikan atau tidak menyenangkan. Penguatan negatif dapat mengakibatkan perilaku berkurang atau menghilang. Bentuk penguatan negatif yaitu menunda/tidak memberi penghargaan, memberikan tugas tambahan atau memperlihatkan perilaku tidak senang.

Perbedaan antara penguatan positif dan negatif adalah menambah atau mengurangi stimulus yang sama-sama bertujuan untuk meningkatkan perilaku yang baik. Apabila *positive reinforcement* ditambah maka respons akan menjadi lebih kuat dan bila *negative reinforcement* dikurangi, respons juga akan semakin kuat (Rachmawati dan Daryanto, 2015: 55).

Skinner (dalam Suyono dan Hariyanto, 2017: 65) tidak setuju dengan konsep hukuman sebagai alat pembelajaran, antara lain karena:

- a. Pengaruh hukuman terhadap perubahan tingkah laku sementara,
- b. Dampak psikologis yang buruk akan terkondisi menjadi bagian jiwa seseorang bila hukuman berlangsung lama,
- c. Hukuman mendorong seseorang untuk mencari cara lain agar ia terbebas dari hukuman tersebut.

Skinner lebih percaya kepada penguatan negatif (*negative inforcement*) sebagai alat pembelajaran. Penguat negatif berbeda dengan hukuman. Hukuman diberikan sebagai stimulus agar respons yang muncul berbeda dengan respons yang sudah ada, sedangkan penguat negatif sebagai stimulus harus dikurangi agar respons yang sama meningkat.

### **3. Teori Stimulus Organism Respons**

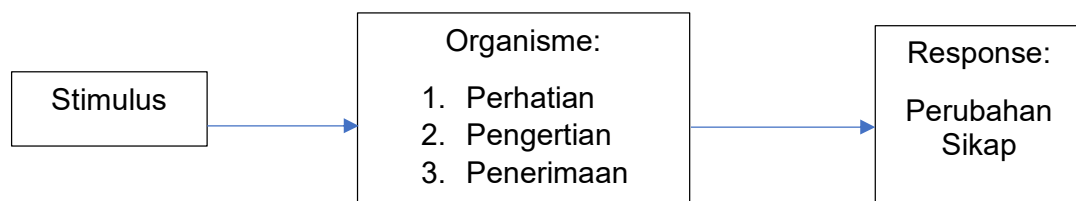
Teori stimulus respons berfokus pada penyebab sikap yang mengubahnya dan tergantung pada kadar ransangan yang berkomunikasi dengan organisme. Keberhasilan perubahan sikap ditentukan oleh karakteristik komunikator seperti kredibilitas, kepemimpinan, dan gaya komunikasi (Mar'at, 1984:26). Menurut McQuil (dalam Bungin, 2009: 281), elemen-elemen utama dalam teori *stimulus organism respons* yaitu:

- a. pesan (*stimulus*)
- b. penerima/*receiver* (*organisme*)
- c. efek (*respons*)

Dalam teori *stimulus respons*, aspek yang paling penting dalam proses komunikasi adalah “*how*” bukan “*what*” dan “*why*” (Kurniawan, 2018). Hal tersebut menerangkan bagaimana berkomunikasi untuk mengubah sikap komunikan.

Dalam proses perubahan sikap, sikap dapat berubah apabila stimulus yang diberikan benar-benar melebihi stimulus semula (Effendy, 2003: 255). Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme. Dalam mempelajari sikap yang baru, ada tiga variabel yang penting yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan.

Effendy (2003: 254) menerangkan ada tiga unsur penting dalam teori *stimulus organism respons* yaitu pesan (stimulus, S), komunikan (organism, O) dan efek (response, R). Model komunikasi S-O-R dapat digambarkan dengan skema sebagai berikut:



**Gambar 2.2 Model Komunikasi S-O-R**

Sumber: Effendy (2003: 255)

Gambar diatas memperlihatkan bagaimana perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu, adapun proses yang terjadi pada model komunikasi S-O-R sebagai berikut:

- a. Stimulus yang diberikan kepada organisme dapat diterima atau ditolak. Stimulus merupakan rangsangan dari isi pesan komunikator yang ditujukan pada komunikan. Apabila stimulus tersebut tidak diterima berarti stimulus tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi perhatian (*attention*) dari individu dan proses berhenti disini. Jika stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari organisme. Ini berarti stimulus efektif dalam menimbulkan reaksi.
- b. Jika stimulus telah mendapat perhatian dari organisme, maka proses selanjutnya adalah mengerti terhadap stimulus yang diberikan (*correctly comprehended*). Kemampuan dari organisme inilah yang bisa melanjutkan ke proses berikutnya.
- c. Pada langkah selanjutnya yaitu organisme dapat menerima dengan baik sehingga terjadi kesediaan untuk merubah sikap.
- d. Pada tahap akhir, dengan dukungan fasilitas dan dorongan lingkungan maka stimulus tersebut memiliki efek tindakan dari individu dalam bentuk perubahan perilaku.

Perubahan berarti stimulus yang diberikan dapat meyakinkan organisme dan dapat secara efektif mengubah sikap. Faktor *reinforcement* menjadi penting dalam peranan meyakinkan organisme, sebagai dorongan yang menggertak stimulus awal untuk terjadinya perubahan. Faktor komunikasi menentukan dalam meyakinkan dan memberi reinforcement terhadap organisme, dan komunikasi yang meyakinkan ini tergantung dari aspek-aspek sebagai berikut (Mar'at, 1984: 28):



- a) Stimulus yang disampaikan tergantung pada makna argumentasi dan imbauan;
- b) Sumber terkait yang terpercaya;
- c) Teknik penyajian dalam komunikasi.

Adapun faktor-faktor yang menunjang dan menghambat perubahan sikap dalam teori S-O-R adalah sebagai berikut:

- a. Faktor-faktor yang menunjang:
  - Dasar utama terjadinya perubahan sikap yaitu terdapat penghargaan dan hukuman, dimana individu merespon atas penghargaan dan hukuman;
  - Stimulus berisi harapan bagi individu untuk mengubah sikapnya;
  - Stimulus berisi prasangka bagi individu untuk mengubah sikap aslinya.
- b. Faktor-faktor yang menghambat:
  - Faktor atensi kurang berperan dalam stimulus yang diberikan;
  - Tidak ada harapan untuk masa depan;
  - Adanya penolakan terhadap stimulus, sehingga tidak ada pengertian terhadap stimulus.

#### **4. Teori Kemungkinan Elaborasi (Elaboration Likelihood Theory)**

Teori kemungkinan elaborasi (*elaboration likelihood theory*) pertama kali dikembangkan oleh Richard Petty dan John Cacioppo. Teori kemungkinan elaborasi merupakan sebuah teori persuasi karena mencoba

memprediksikan kapan dan bagaimana seseorang bisa atau tidak bisa terbujuk oleh pesan yang diterimanya. Teori ini menjelaskan berbagai cara yang dilakukan seseorang dalam mengevaluasi informasi yang diterimanya. Kemungkinan elaborasi merupakan kemungkinan individu akan mengevaluasi pesan dengan pemikiran kritis (Morissan, 2018:84). Kemungkinan elaborasi sangat bergantung pada cara seseorang mengolah pesan.

Menurut teori ini, cara seseorang memproses pesan terdiri atas dua jalur yang berbeda yaitu jalur sentral (*central route*) dan jalur periferal (*peripheral route*). Ketika seseorang memproses informasi melalui jalur sentral, maka mereka secara aktif memikirkan isi pesan tersebut dengan membandingkan pengetahuan dan informasi yang telah dimiliki. Seseorang akan berpikir kritis dalam mempertimbangkan isi informasi untuk dianalisis secara hati-hati. Perubahan yang terjadi akan bersifat permanen dan diikuti dengan perubahan tingkah laku.

Ketika seseorang memproses informasi melalui jalur periferal, mereka akan cenderung kurang kritis dalam mempertimbangkan informasi yang diterima. Perubahan yang terjadi bersifat sementara dan pengaruhnya terhadap perubahan tingkah laku sangat minimal.

Berdasarkan teori kemungkinan elaborasi, seseorang menggunakan pemikiran kritis dipengaruhi oleh dua faktor yaitu: (Morissan, 2018: 85)

a. Motivasi

Motivasi yang tinggi akan mengarahkan seseorang untuk menggunakan pemikiran kritis, sedangkan jika seseorang memiliki motivasi rendah maka mereka akan lebih memilih menggunakan jalur periferal.

Motivasi memiliki tiga faktor yaitu: pertama, keterlibatan terhadap suatu topik dimana semakin penting suatu isu atau informasi dengan kepentingan seseorang maka mereka akan menggunakan pemikiran kritis. Kedua, keberagaman argumen, seseorang akan cenderung berpikir kritis jika terdapat berbagai pendapat berbeda terhadap suatu isu. Ketiga, kecenderungan pribadi untuk memiliki pemikiran kritis. Seseorang yang suka mempertimbangan pendapat, akan lebih cenderung menggunakan pengelolaan informasi dengan jalur sentral.

b. Kemampuan

Seberapa besar pun seseorang memiliki motivasi, mereka tidak akan bisa menggunakan pemikiran kritisnya apabila tidak memiliki pengetahuan terhadap isu yang dihadapi.

Jalur sentral melibatkan elaborasi pesan. Elaborasi adalah sejauh mana seseorang dengan hati-hati berpikir tentang argument yang relevan dengan isu yang terkandung dalam suatu komunikasi persuasif. Menurut Petty dan Cacioppo (dalam Griffin dkk, 2019: 186) terdapat tiga tipe argument dalam teori kemungkinan elaborasi yaitu:

a. *Strong arguments*

Argumen yang menciptakan respons kognisi positif pada penerima pesan dan secara positif mempengaruhi keyakinan mereka dengan pandangan dari yang mengajak. Argumen yang kuat dapat menciptakan perubahan besar dalam perilaku kearah yang diinginkan oleh pembujuk.

b. *Neutral arguments*

Tidak ada perubahan perilaku yang terjadi dan penerima pesan menjadi beralih ke jalur periferal.

c. *Weak arguments*

Argumen yang menghasilkan respons kognisi negatif terhadap pesan. Respons negatif ini tidak hanya mencegah perubahan perilaku tetapi juga bisa memperkuat perlawanan pandangan.

Ketika seseorang mengolah informasi menggunakan jalur periferal, mereka akan kurang menggunakan pemikiran kritisnya. Seseorang dipengaruhi oleh hal-hal seperti pengulangan, juru bicara yang kredibel, atau dengan *reward*. Jalur periferal menekankan pada respons yang emosional untuk menerima atau menolak pesan tanpa berpikir kritis dalam mempertimbangkan suatu isu.

## **5. Teori Mendapatkan Kepatuhan**

Pada pertengahan 1960-an, Gerald Marwell dan David Schmitt termasuk orang pertama yang membuat batasan jelas mengenai kajian mendapatkan kepatuhan (*Compliance Gaining*). Menurut Marwell dan

Schmitt (dalam Morissan, 2018:161), kepatuhan merupakan pertukaran sesuatu hal dengan sesuatu hal lain yang diberikan oleh pencari kepatuhan. Morissan (2018:161) mengemukakan bahwa mendapatkan kepatuhan (*gaining compliance*) adalah usaha yang dilakukan oleh komunikator agar komunikan melaksanakan apa yang komunikator ingin mereka lakukan.

Marwell dan Schmitt (dalam Morisaan, 2018:162) mengemukakan 16 strategi mendapat kepatuhan yaitu:

- a. Janji  
Menjanjikan hadiah apabila seseorang patuh.
- b. Ancaman  
Memperlihatkan bagi yang tidak patuh akan dikenakan hukuman.
- c. Menunjukkan keahlian atas hasil positif  
Memperlihatkan bahwa seseorang akan memperoleh hal-hal baik apabila patuh.
- d. Menunjukkan keahlian atas hasil negatif  
Memperlihatkan bahwa seseorang akan memperoleh hal-hal buruk apabila mereka tidak patuh.
- e. Menyukai  
Memperlihatkan sikap ramah dan menyenangkan.
- f. Memberi duluan  
Memberikan penghargaan sebelum meminta seseorang patuh.
- g. Mengenakan stimulasi aversif  
Memberlakukan hukuman hingga diperoleh kepatuhan dari seseorang.

h. Meminta “utang”

Mengingatkan seseorang akan bantuan dan pertolongan yang telah diberikan pada masa lalu untuk memperoleh kepatuhan.

i. Membuat daya tarik moral

Menggambarkan bahwa kepatuhan adalah hal yang baik dilakukan secara moral.

j. Menyatakan perasaan positif

Menjelaskan kepada seseorang betapa senangnya dia jika orang tersebut patuh.

k. Menyatakan perasaan negatif

Menjelaskan kepada seseorang betapa tidak senangnya dia jika orang tersebut tidak patuh.

l. Perubahan peran secara positif

Jika seseorang itu baik maka dia akan patuh.

m. Perubahan peran secara negatif

Jika seseorang tidak patuh karena dia buruk.

n. Patuh karena peduli

Mengemukakan bahwa kepatuhan seseorang tersebut merupakan sebuah bantuan atau pertolongan.

o. Menunjukkan penghormatan positif

Menjelaskan bahwa seseorang tersebut akan disukai karena dia sudah patuh.

p. Menunjukkan penghormatan negatif

Menjelaskan bahwa seseorang tersebut akan kurang disukai oleh orang lain karena dia tidak patuh.

Berko dkk (2010:337) mengemukakan tujuh strategi mendapat kepatuhan yang terbukti efektif yaitu:

a) *Pregiving*

Sebelum meminta seseorang untuk melakukan suatu tindakan, kita memberikan sesuatu yang mungkin dibutuhkan orang tersebut sehingga diperoleh kepatuhan.

b) *Liking*

Untuk mendapatkan kepatuhan, tempatkan orang tersebut pada suasana menyenangkan dengan bersikap ramah kepada mereka.

c) *Promising*

Untuk mendapatkan kepatuhan, kita bisa menjanjikan sesuatu kepada seseorang. Janji diberikan sebagai penghargaan atas kepatuhan yang diberikan.

d) *Influencing*

Mempengaruhi dibutuhkan ketika kita perlu menggunakan pengaruh atau kuasa atas seseorang karena tidak melakukan sesuai dengan yang kita inginkan.

e) *Self-feeling*

Untuk memperoleh kepatuhan, kita bisa menggunakan pernyataan bersalah karena orang tersebut tidak patuh.

f) *Esteem*

Karena salah satu kebutuhan manusia adalah kesenangan dimana orang butuh dihargai, kita memberikan pengakuan atas kepatuhan yang diberikan sebagai pemenuhan kebutuhan tersebut.

g) *Debt*

Untuk memperoleh kepatuhan, kita menagih jasa/utang yang telah kita berikan dimasa lampau.

### **C. Penelitian Terdahulu**

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang diperoleh peneliti, peneliti menemukan bahwa telah banyak dilakukan penelitian mengenai efektivitas edukasi terhadap peningkatan pengetahuan khususnya di bidang ilmu kesehatan. Hasil penelitian Sabarudin dkk (2020), Ajeng dkk (2018), dan Lorensia dan Sari (2017) menunjukkan bahwa edukasi terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan mengubah perilaku. Sedangkan hasil penelitian Basori (2014) memperlihatkan komunikasi pembelajaran online melalui *e-learning* cukup efektif pada proses perkuliahan. Peneliti belum mendapatkan penelitian serupa yang diteliti yaitu efektivitas komunikasi pembelajaran online edukasi perpajakan terhadap perubahan perilaku wajib pajak. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang diperoleh peneliti dengan kesamaan tema yang akan diteliti:



Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Agus Suharsono dan Selly Galvani (2020)	Optimalisasi Edukasi Perpajakan bagi Generasi Milenial Melalui Video	-	Jenis penelitian adalah penelitian tindakan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data menggunakan lembar evaluasi, lembar kuesioner, catatan observasi, wawancara, dokumentasi dan polingulasi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa edukasi perpajakan yang sesuai untuk generasi milenial adalah menggunakan media sosial sebagai sarana penyebaran video, dan penggunaan video pembelajaran sebagai salah satu cara memudahkan mahasiswa dalam belajar terbukti membantu mahasiswa dalam memahami materi kuliah.

2	Adetya Erlan Adiatma, Siti Ragil Handayani dan Kadarisman Hidayat (2015)	Pengaruh Edukasi, Sosialisasi, dan Himbauan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Melaporkan SPT Tahunan Pajak Penghasilan (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara)	Edukasi (X1), Sosialisasi (X2), Himbauan (X3) dan Kepatuhan Melaporkan SPT (Y)	Jenis penelitian menggunakan <i>explanatory research</i> dengan pendekatan kuantitatif. Pengujian menggunakan analisis linear berganda.	Penelitian ini membuktikan hipotesa bahwa edukasi, sosialisasi dan himbauan secara bersama-sama mempengaruhi kepatuhan wajib pajak, Secara parsial, edukasi dan himbauan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak sedangkan sosialisasi tidak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak.
---	--	---	---	---	--

No	Nama	Judul	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
3	Basori (2014)	Efektifitas Komunikasi Pembelajaran Online dengan Menggunakan Media E-learning pada Perkuliahan Body Otomotif	-	Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode Ex Post Facto. Data diambil dari angket atau kuesioner dengan analisis deskriptif kualitatif.	Hasil penilaian memperlihatkan penyampaian materi melalui <i>e-learning</i> dalam komunikasi pembelajaran dinilai cukup efektif.
4	Sabarudin, Rifa'atul Mahmudah, Ruslin dkk (2020)	Efektivitas Pemberian Edukasi secara <i>Online</i> melalui Media Video dan <i>Leaflet</i> terhadap Tingkat Pengetahuan Pencegahan Covid-19 di Kota Baubau	Edukasi (X) dan Pengetahuan Masyarakat (Y)	Jenis penelitian adalah Quasi-Experimental Design dengan pendekatan nonequivalent control group pretest-posttest. Sampel diambil menggunakan <i>purposive sampling</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa edukasi secara online didapatkan efektif dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait pencegahan Covid-19.

No	Nama	Judul	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
5	Ajeng, Atnesia, Zuhrotunida, dan Rini Yunita (2018)	Efektivitas Media Video dan Media Leaflet tentang SADARI (Pemeriksaan Payudara Sendiri) terhadap Perubahan Perilaku Remaja	Media Video (X1), Media Leaflet (X2) dan Perubahan Perilaku (Y)	Jenis penelitian merupakan Quasi Experiment menggunakan pretest-posttest. Uji normalitas data menggunakan Kolmogorov-Smirnov test dan uji t dan data diolah menggunakan program SPSS.	Dari hasil penelitian didapatkan bahwa media video lebih efektif dibandingkan media leaflet dalam mengubah perilaku remaja.
6	Ernawati dan Muh. Resa Yudianto Suldani (2020)	Perubahan Perilaku Komunikasi Kaum Perempuan Pengguna Instagram Stories di Kota Makassar	-	Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, studi pustaka dan analisis dokumen.	Hasil penelitian memperlihatkan perubahan teknologi yaitu melalui penggunaan Instagram stories merubah perilaku konsumen khususnya kaum perempuan.

No	Nama	Judul	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
7	Lorensia, Amelia, Nina Purnama Sari (2017)	Efektivitas Edukasi untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat dalam Penanganan Rinitis Alergi	Edukasi (X) dan Pengetahuan (Y)	Penelitian ini adalah penelitian eksperimen dengan pendekatan kuantitatif. Uji penelitian adalah uji distribusi normal dengan menggunakan tes Kolmogorov-Smirnov dan uji-t.	Hasil penelitian memperlihatkan edukasi efektif dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam penanganan rinitis alergi.
8	Kurniawan (2018)	Komunikasi Model Laswell dan <i>Stimulus-Organism-Response</i> dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan	-	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.	Model komunikasi Laswell memberikan petunjuk alur tahapan komunikasi yang tepat, model SOR memberikan petunjuk merancang pesan komunikasi agar mampu merubah sikap komunikan.

No	Nama	Judul	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
9	Rahmadani dan Nurdin (2021)	Efektivitas Komunikasi Pembelajaran Daring terhadap Pemahaman Materi Kuliah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya	Variabel komunikasi pembelajaran daring (X) dan Variabel pemahaman materi (Y)	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan <i>correlational research</i>	Dengan pendekatan teori S-O-R, komunikasi pembelajaran daring yang dilaksanakan di UIN Sunan Ampel Surabaya memiliki efektivitas terhadap pemahaman materi kuliah mahasiswa.
10	Monica dan Fitriawati (2020)	Efektivitas Penggunaan Aplikasi <i>Zoom</i> Sebagai Media Pembelajaran Online pada Mahasiswa saat Pandemi Covid-19	-	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara	Hasil penelitian menunjukkan Pembelajaran <i>online</i> melalui <i>Zoom</i> membuat pembelajaran lebih efektif karena banyak fitur pendukung.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.3 Perbandingan Penelitian Terdahulu**

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1	Agus Suharsono dan Selly Galvani (2020)	Menganalisa pemanfaat edukasi perpajakan pada Direktorat Jenderal Pajak (DJP).	Menggunakan pendekatan kualitatif dan hanya sebatas analisis manfaat edukasi perpajakan terhadap peningkatan pengetahuan mahasiswa. Sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menganalisis manfaat komunikasi edukasi perpajakan terhadap perubahan perilaku.
2	Adetya Erlan Adiatma, Siti Ragil Handayani dan Kadarisman Hidayat (2015)	Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan salah satu variabel bebas nya adalah edukasi.	Penelitian Adetya dkk menggunakan tiga variabel bebas yaitu edukasi, sosialisasi dan himbauan. Penelitian tersebut dilaksanakan untuk melihat tingkat kepatuhan wajib pajak. Sedangkan penelitian ini berfokus pada satu variabel bebas yaitu pembelajaran online edukasi perpajakan. Penelitian ini juga ingin melihat bagaimana perubahan perilaku wajib pajak sebagai hasil dari pembelajaran online edukasi perpajakan.
3	Basori (2014)	Menganalisis bagaimana efektivitas dari pembelajaran <i>online</i> .	Penelitian Basori hanya mengukur efektivitas menggunakan indikator efektivitas dari Bertrand. Sedangkan penelitian ini tidak hanya mengukur efektivitas dari komunikasi pembelajaran online, juga menganalisis perubahan perilaku.

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
4	Sabarudin, Rifa'atul Mahmudah, Ruslin dkk (2020)	Menganalisis efektivitas edukasi secara <i>online</i> .	Penelitian Sabarudin dkk. menggunakan <i>pretest</i> dan <i>posttest</i> sebagai alat analisis untuk melihat peningkatan pengetahuan masyarakat. Sedangkan penelitian ini menggunakan angket kuesioner untuk mengukur efektivitas komunikasi pembelajaran <i>online</i> dan tidak hanya sekedar melihat bagaimana peningkatan pengetahuan akan tetapi lebih kepada tindakan nyata dari wajib pajak.
5	Ajeng, Atnesia, Zuhrotunida, dan Rini Yunita (2018)	Menganalisis efektivitas media dan juga melihat bagaimana perubahan perilaku yang terjadi.	Penelitian Ajeng dkk. hanya berfokus pada media video dan leaflet dan menggunakan <i>pretest</i> dan <i>posttest</i> sebagai alat bantu analisis, serta tidak dijelaskan secara rinci apa yang dimaksud dengan perubahan perilaku pada penelitian tersebut. Sedangkan penelitian ini menganalisis efektivitas penggunaan media <i>zoom meeting</i> , <i>website</i> dan media sosial dan perubahan perilaku.
6	Ernawati dan Muh. Resa Yudianto Suldani (2020)	Meneliti perubahan perilaku karena adanya perubahan teknologi	Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian mengkaji bagaimana perilaku terbentuk karena adanya kebiasaan baru dan penelitian hanya sebatas Instagram. Sedangkan penelitian ini mengkaji bagaimana proses perubahan perilaku terjadi dimana perubahan perilaku terealisasi dalam bentuk tindakan nyata. Media yang digunakan <i>zoom meeting</i> , <i>website</i> , dan media sosial.



No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
7	Lorensia, Amelia, Nina Purnama Sari (2017)	Meneliti manfaat edukasi	Penelitian hanya mengkaji manfaat edukasi sampai pada tahap peningkatan pengetahuan. Edukasi dalam penelitian Lorensi adalah edukasi secara tatap muka langsung. Sedangkan penelitian ini mengkaji manfaat edukasi ke tindakan nyata dimana edukasi yang diteliti adalah pemberian edukasi secara daring.
8	Kurniawan (2018)	Menggunakan teori S-O-R dalam mengkaji pembelajaran	Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian Kurniawan mengkaji komunikasi pada tahap merancang pembelajaran. Sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dan mengkaji bagaimana komunikasi yang efektif dapat berperan terhadap perubahan perilaku dalam komunikasi pembelajaran.
9	Rahmadani dan Nurdin (2021)	Mengkaji efektivitas dari komunikasi pembelajaran online dan menggunakan teori S-O-R dalam membantu analisis	Penelitian hanya berfokus pada tahap peningkatan pengetahuan mahasiswa terhadap materi yang diberikan. Dalam menilai efektivitas, peneliti menggunakan dua indikator yaitu indikator variabel komunikasi dan indikator variabel pemahaman. Sedangkan penelitian ini menganalisis perubahan perilaku dalam tindakan nyata sebagai hasil dari pembelajaran <i>online</i> . Dalam menilai efektivitas, penelitian ini menggunakan empat indikator dari Bertrand Jane T.

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
10	Monica dan Fitriawati (2020)	Mengkaji efektivitas penggunaan media pembelajaran <i>online</i>	Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian hanya berfokus pada satu media saja yaitu <i>zoom meeting</i> . Sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini tidak hanya mengkaji penggunaan media <i>zoom meeting</i> dalam pembelajaran <i>online</i> tetapi juga <i>website</i> , dan media sosial.

#### D. Kerangka Konseptual

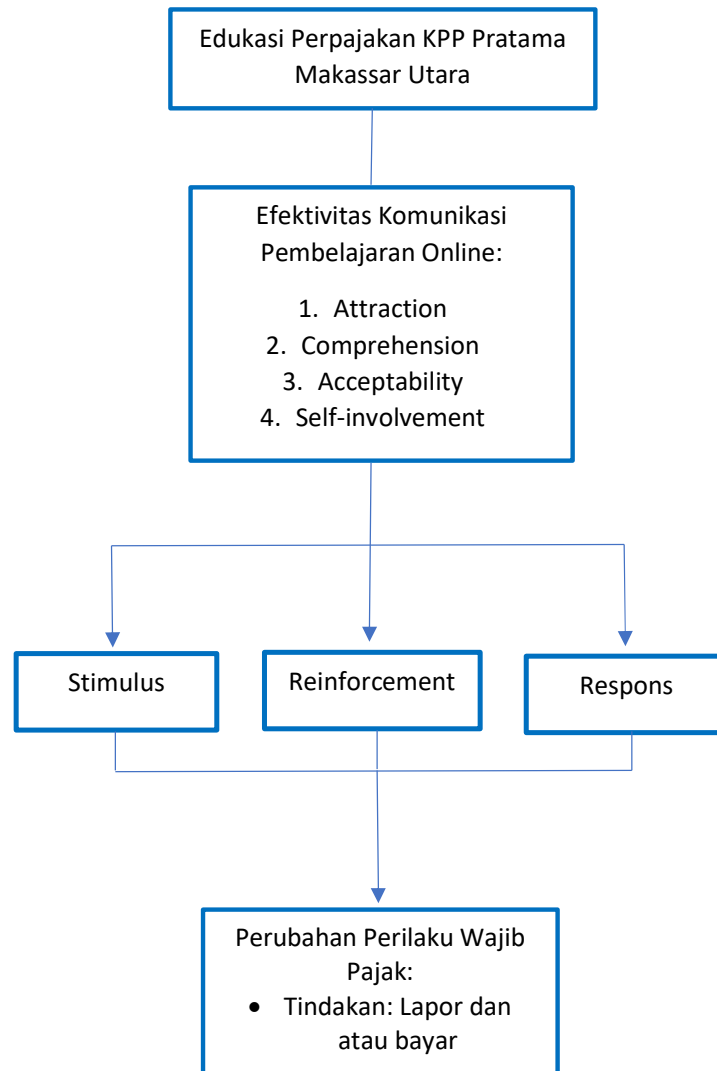
Kerangka konseptual diperlukan untuk memberikan gambaran penelitian yang dilakukan sehingga mendapatkan hasil yang baik. Dalam hal ini peneliti berfokus pada efektivitas komunikasi pembelajaran online edukasi perpajakan terhadap perubahan perilaku wajib pajak pada KPP Pratama Makassar Utara.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa variabel yang diteliti yaitu:

1. Variabel bebas (*independent variable*) yang diwakili oleh X yaitu efektivitas komunikasi pembelajaran online edukasi perpajakan yang dinilai oleh wajib pajak KPP Pratama Makassar Utara sebagai responden berdasarkan indikator penilaian efektivitas komunikasi. Indikator yang dipakai adalah indikator menurut Bertrand (1978: 4) dengan empat indikator dalam pengukuran efektivitas komunikasi yaitu: *Attraction* (daya tarik), *Comprehension* (pemahaman), *Acceptability* (penerimaan), dan *Self-involvement* (keterlibatan).

2. Variable terikat (*dependent variable*) yang diwakili oleh Y yaitu perubahan perilaku wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara. Untuk variabel terikat peneliti menggunakan indikator menurut Skinner (dalam Herpratiwi, 2016:6) dimana terdapat tiga indikator untuk menentukan perubahan perilaku yaitu stimulus, *reinforcement*, dan respons.

Berdasarkan landasan teori, latar belakang, dan rumusan masalah serta variabel-variabel yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dikemukakan alur pikir untuk menjelaskan masalah yang dijadikan kerangka konseptual dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Gambar 2.4 Kerangka Konseptual**

### **E. Hipotesis**

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan pada tinjauan pustaka di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga terdapat pengaruh

efektivitas komunikasi pembelajaran online edukasi perpajakan terhadap perubahan perilaku wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara.

### **F. Definisi Operasional**

Definisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur. Dengan adanya definisi operasional dalam suatu penelitian, dapat diketahui pengukuran suatu variabel. Dalam penelitian ini definisi operasionalnya adalah:

- a. Efektivitas komunikasi pembelajaran adalah suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan proses pembelajaran, dimana murid dapat memahami tujuan dari pesan yang diberikan oleh pengajar sehingga menambah pengetahuan dan perubahan tingkah laku lebih baik. Untuk menilai sejauh mana efektivitas komunikasi pembelajaran diukur dengan empat indikator efektivitas komunikasi yaitu: daya tarik, pemahaman, penerimaan, dan keterlibatan.
- b. *Attraction* (daya tarik) merupakan ketertarikan wajib pajak terhadap pesan yang disampaikan. *Comprehension* (pemahaman) merupakan proses penerjemahan pesan menjadi makna yang dapat dipahami atau dimengerti oleh wajib pajak. *Acceptability* (penerimaan) merupakan tingkat kejelasan penyampaian pesan melalui tulisan, gambar, dan

suara serta kesesuaiannya. *Self-involvement* (keterlibatan) merupakan keterikatan wajib pajak atas pesan yang disampaikan dengan kepentingan mereka.

- c. Stimulus adalah hal-hal yang diberikan oleh komunikator, sedangkan respons adalah umpan balik dari wajib pajak. *Reinforcement* adalah apa-apa saja yang bisa meningkatkan timbulnya respons.
- d. Edukasi perpajakan merupakan upaya yang dilakukan dalam rangka pembinaan terhadap masyarakat wajib pajak melalui pemberian penyuluhan pengetahuan secara langsung.
- e. Perubahan perilaku merupakan perubahan yang terjadi pada seseorang karena suatu sebab, terjadi tidak dengan spontan, dan memiliki maksud atau tujuan tertentu. Perubahan dalam bentuk tindakan adalah perubahan tingkah laku wajib pajak dari awalnya tidak lapor dan atau tidak bayar pajak menjadi lapor dan atau bayar pajak.