

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**KOMUNIKASI ORGANISASI BADAN PENDAPATAN DAERAH PROVINSI  
RIAU DALAM MENSOSIALISASIKAN PEMBAYARAN PAJAK  
KENDARAAN MELALUI MOBIL SAMSAT KELILING  
DI KOTA PEKANBARU**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
pada Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Riau

**AWANG MAULANA**

NPM : 169110064  
Konsentrasi : Humas  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU  
2021**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING**

Nama : Awang Maulana  
NPM : 169110064  
Bidang Konsentrasi : Humas  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S. 1)  
Judul Skripsi : Komunikasi Organisasi Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Pembayaran Pajak Kendaraan Melalui Mobil Samsat Keliling Di Kota Pekanbaru

Format sistematika dan pembahasan materi masing - masing bab dan sub-bab dalam Skripsi ini, telah dipelajari dan nilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk di sidangkan dalam ujian Komprehensif.

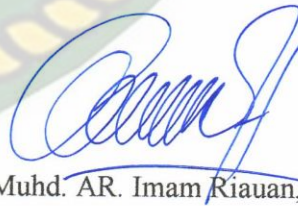
Pekanbaru, 20 Januari 2021

Turut Menyetujui :  
Ketua Program Studi



(Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom)

Pembimbing



(Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom)

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI**

Nama : Awang Maulana  
NPM : 169110064  
Bidang Konsentrasi : Humas  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S 1)  
Hari/Tanggal : Rabu / 23 Desember 2020  
Judul Skripsi : Komunikasi Organisasi Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau dalam Mensosialisasikan Pembayaran Pajak Kendaraan Melalui Mobil Samsat Keliling di Kota Pekanbaru

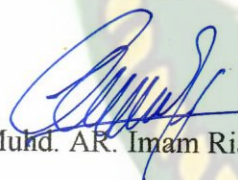
Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji ujian komprehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

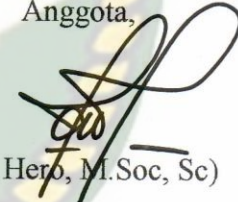
Pekanbaru, 20 Januari 2021

Tim Penguji

Ketua,

Anggota,

  
(Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom)

  
(Eko Hero, M.Soc, Sc)

Anggota,

  
(Al Sukri, M. I. Kom)

Mengetahui,

Wakil Dekan I

  
(Cutra Aslinda, M. I. Kom)




**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

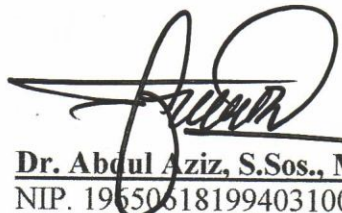
**BERITA ACARA UJIAN KOMPREHENSIF**

Berdasarkan Surat keputusan Dekan Fakultas Humas Universitas Islam Riau, Nomor : 0925/UIR-Fikom/Kpts/2020 Tanggal, 16 Desember 2020 maka di hadapan penguji pada hari ini, **Rabu**, tanggal, **23 Desember 2020 Jam : 13.00 – 14.00. WIB** bertempat di ruang **Rapat Dekan** Fakultas Ilmu komunikasi Universitas Islam Riau telah dilaksanakan ujian Skripsi mahasiswa atas :

Nama : **Awang Maulana**  
NPM : 169110064  
Bidang Konsentrasi : Humas  
Program Studi : Ilmu Komunisi  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Judul Penelitian : “Komunikasi Organisasi Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Pembayaran Pajak Kendaraan Melalui Mobil Samsat Keliling Di Kota Pekanbaru”  
Nilai Ujian : Angka : **”72,3”** ; Huruf : **”B”**  
Keputusan Hasil Ujian : **Lulus**  
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom	Ketua	1. 
2	Eko Hero, M.Soc, Sc	Penguji	2. 
3	Al Sukri, M. I. Kom	Penguji	3. 

Pekanbaru, 23 Desember 2020  
Dekan,

  
Dr. Abdul Aziz, S.Sos., M.Si  
NIP. 195506181994031004

**HALAMAN PENGESAHAN**

**KOMUNIKASI ORGANISASI BADAN PENDAPATAN DAERAH  
PROVINSI RIAU DALAM MENSOSIALISASIKAN PEMBAYARAN  
PAJAK KENDARAAN MELALUI MOBIL SAMSAT KELILING  
DI KOTA PEKANBARU**

Yang Diajukan Oleh :

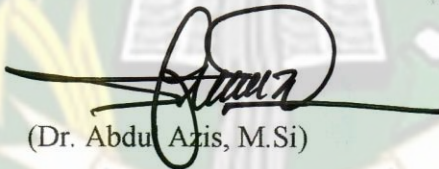
Awang Maulana  
NPM : 169110064

Pada Tanggal :

23 Desember 2020

Mengesahkan :

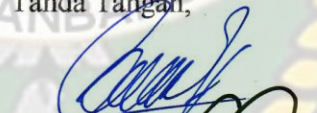
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

  
(Dr. Abdul Azis, M.Si)

Dewan Penguji

Tanda Tangan,

Dr. Muhd. AR. Imam Riau, M.I.Kom



Eko Hero, M.Soc, Sc



Al Sukri, M. I. Kom



## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirobbil'alamin*

Sujud syukurku ku sembahkan kepada Mu Tuhan yang Maha Agung, takdir-Mu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagi ku untuk meraih cita-cita besarku. Lantunan Al-Fatihah beriring Shalawat dalam silahku merintih, menadahkan doa dalam syukur yang tiada terkira, terima kasihku untuk Mu. Kupersembahkan sebuah karya kecil ini teruntuk dan terkhusus Ayahanda Jawaher dan Ibundaku Henneri serta abangku Agung Satria dan Yogi Saputra serta adikku Nadia Febiola, yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku. Ayah, ibu, terimalah bukti kecil ini sebagai kado keseriusanku untuk membalas semua pengorbananmu. Dalam silah di lima waktu mulai fajar terbit hingga terbenam seraya tanganku menadah "Yaa Allah Yaa Rahman Yaa Rahim, terima kasih telah kau tempatkan aku diantara kedua malaikat Mu yang setiap waktu ikhlas menjaga, mendidik, membimbingku dengan baik. Yaa Allah berikanlah balasan setimpal syurga firdaus untuk mereka dan jauhkanlah mereka nanti dari panasnya sengat hawa api nerakaMu.

## MOTTO

Belajar dari kemarin, hidup untuk hari ini, berharap untuk hari besok. Dan yang terpenting adalah jangan sampai berhenti bertanya.

Semua impian kita bisa terwujud jika kita memiliki keberanian untuk mengejanya.

Cobaah untuk tidak menjadi orang sukses, tapi lebih baik coba menjadi orang yang bernilai.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai prasyarat untuk menyelesaikan Studi Strata-1 atau S1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Universitas Islam Riau (UIR). Shalawat beriring salam penuh kerinduan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, manusia mulia sepanjang zaman, beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah membawa kita ke alam yang penuh ilmu pengetahuan dan peradaban.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak terdapat kekurangan, baik dari segi tata bahasa, teknik penulisan, segi bentuk ilmiahnya, dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan berbagai kritik dan saran perbaikan demi kesempurnaannya.

Dalam penyusunan skripsi yang berjudul **Komunikasi Organisasi Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Pembayaran Pajak Kendaraan Melalui Mobil Samsat Keliling di Kota Pekanbaru**, tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang memungkinkan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu, rasa terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada:



1. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom, selaku Pembimbing yang telah banyak membantu dan memberikan bimbingan serta mengorbankan waktu dalam penyelesaian Proposal ini.
2. Bapak-Bapak dan Ibu-Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
3. Bapak-bapak dan Ibu-Ibu Karyawan-Karyawati Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
4. Kepala Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau dan pegawai Samsat Mobil Keliling serta masyarakat yang membayar pajak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dengan data-data dan solusi yang penulis butuhkan.

Akhirnya kepada Allah SWT penulis memohon semoga bimbingan, bantuan, pengorbanan dan keikhlasan yang telah diberikan selama ini akan menjadi amal kebaikan dan mendapatkan balasan yang layak dari Allah SWT, Amin Yarabbal Alamin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, Desember 2020  
Penulis

**Awang Maulana**  
**169110064**

## DAFTAR ISI

Cover	
Persetujuan Tim Pembimbing	
Lembar Pernyataan	
Halaman Persembahan .....	ii
Halaman Motto.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi .....	vi
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Lampiran .....	ix
Abstrak .....	x
<i>Abstract</i> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar belakang Masalah penelitian .....	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian .....	7
C. Fokus Penelitian .....	7
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Kajian Literatur.....	9
1. Komunikasi .....	9
2. Komunikasi Interpersonal .....	11
3. Peran Komunikasi dan Perilaku Organisasi.....	13
4. Fungsi Komunikasi dalam Organisasi .....	15
5. Gaya Komunikasi dalam Organisasi.....	16
6. Tujuan Komunikasi Organisasi .....	17
7. Pendekatan Keefektifan Organisasi .....	18
8. Strategi Komunikasi .....	18
9. Konsep Sosialisasi .....	22
B. Defenisi Operasional .....	25
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
A. Pendekatan Penelitian.....	30
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	30
C. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	31
D. Sumber Data .....	32
E. Teknik pengumpulan data .....	33
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	34
G. Teknik Analisis Data .....	35

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN HASIL PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
B. Hasil Penelitian.....	44
C. Pembahasan .....	56
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>61</b>
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran .....	61

**Daftar Pustaka**  
**Lampiran**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah kendaraan roda 2 yang membayar pajak pada Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan.....	3
Tabel 1.2.	Target realisasi penerimaan PKB dan BBNKB kendaraan roda 2 pada Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan tahun 2017 – 2019.....	5
Tabel 2.2.	Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1.	Jadwal Kegiatan Penelitian.....	32

## Abstrak

### **Komunikasi Organisasi Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Pembayaran Pajak Kendaraan Melalui Mobil Samsat Keliling di Kota Pekanbaru**

**Awang Maulana  
NPM : 169110064**

Sosialisasi melalui mobil Samsat keliling ini bertujuan agar mempermudah masyarakat dalam membayar pajak dan mempermudah jangkauan masyarakat karena mobil keliling ini berada di beberapa tempat keramaian seperti pusat perbelanjaan. Sosialisasi ini berupa pemberian informasi mengenai pajak untuk masyarakat melalui mobil keliling yang sengaja ditempatkan di tempat yang telah ditetapkan. Namun sosialisasi pelayanan mobil pajak keliling masih belum menyeluruh dan sampai ke telinga masyarakat. Masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui sosialisasi pelayanan program pajak keliling. Adapun tujuan penelitian ini yaitu komunikasi organisasi Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau dalam mensosialisasikan pembayaran pajak kendaraan melalui Mobil Samsat Keliling di Kota Pekanbaru dan faktor penghambatnya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah Kepala Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau, Kepala bidang Pelayanan dan Masyarakat yang membayar pajak Kendaraan Melalui Mobil Samsat Keliling di Kota Pekanbaru di Mal SKA dan Giant Panam. Dari hasil penelitian diketahui komunikasi organisasi Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau dalam mensosialisasikan pembayaran pajak kendaraan melalui Mobil Samsat Keliling di Kota Pekanbaru disimpulkan bahwa belum berjalan secara optimal, hal ini ditandai dengan masih kurang efektifnya sosialisasi yang dilakukan pihak terkait dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat mengenai layanan pembayaran pajak melalui mobil Samsat Keliling.

**Kata Kunci :** Komunikasi Organisasi, Sosialisasi

## *Abstract*

### ***Provincial Riau Regional Revenue Agency Organizational Communication In Socializing Tax Payments Vehicle Via Mobile Samsat Car in Pekanbaru City***

***Awang Maulana  
NPM: 169110064***

*The socialization through this mobile Samsat car aims to make it easier for the public to pay taxes and facilitate the reach of the community because this mobile car is located in several crowded places such as shopping centers. This socialization is in the form of providing information about taxes to the public through a mobile car which is deliberately placed in a predetermined place. However, the socialization of mobile tax car services is still not comprehensive and has reached the ears of the public. There are still many people who do not know the socialization of the mobile tax program services. The purpose of this research is the communication of the Riau Province Regional Revenue Agency in socializing vehicle tax payments through the Mobile Samsat Car in Pekanbaru City and its inhibiting factors. The research method used is a qualitative method. The subjects in this study were the Head of the Regional Revenue Agency of Riau Province, the Head of Services and Society who paid the Vehicle Tax via the Mobile Samsat Car in Pekanbaru City at the SKA Mall and Giant Panam. From the research results, it is known that the communication of the Riau Province Regional Revenue Agency in disseminating vehicle tax payments through the Mobile Samsat Car in Pekanbaru City concluded that it has not been running optimally, this is indicated by the ineffective socialization carried out by related parties in disseminating information to the public about payment services. tax via the Mobile Samsat car.*

***Keywords : Organizational Communication, Socialization***

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Awang Maulana  
Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru/ 06 Juli 1998  
NPM : 169110064  
Bidang Konsentrasi : Humas  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Alamat/No Tlp : Jl. Flamboyan Rumbai Umban Sari / 0823 8694  
6616  
Judul Skripsi : Komunikasi Organisasi Badan Pendapatan Daerah  
Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan  
Pembayaran Pajak Kendaraan Melalui Mobil  
Samsat Keliling di Kota Pekanbaru

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (skripsi) adalah dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni, gagasan, rumusan, dan penelitian saya diri tanpa bantuan pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya (skripsi) di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan di atas (poin 1-3), maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan nilai skripsi dan atau pencabutan gelar akademik kesarjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, Desember 2020  
Yang Menyatakan,



AWANG MAULANA

# BAB I

## PENDAHULUAN

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

Komunikasi merupakan pembagian dan pertukaran ide, informasi, pengetahuan, sikap atau perasaan di antara dua orang atau lebih yang mempunyai dan menggunakan tanda atau simbol-simbol yang ada (Liliweri, 2011:37). Salah satu bagian dari komunikasi adalah komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi. Komunikasi ini merupakan komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih yang kemudian akan bertukar informasi dan bertukar peran dalam satu episode komunikasi.

Berkomunikasi tidak selamanya selalu berjalan dengan baik, tetapi biasanya terdapat pertentangan di dalamnya. Untuk menghindari pertentangan tersebut, dibutuhkan suatu tatanan masyarakat yang mengatur interaksi antar individu yang dinamakan norma sosial. Norma sosial lahir dari konvensi sosial yang menawarkan harapan kepada masyarakat mengenai perilaku yang dapat diterima serta memberikan ruang bagi adanya interaksi dan hubungan di antara manusia. Dengan kata lain, norma sosial membantu orang berperilaku baik bagi dirinya sendiri maupun orang lain.

Pelaksanaan pembayaran pajak kendaraan bermotor itu sendiri dilaksanakan oleh Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan dimana dalam pelayanan pembayaran pajak kendaraan bermotor tersebut dilakukan dengan sistim terpadu bersama pengeluaran STNK,



pembayaran SWDKLLJ dan pembayaran BBNKB. Jadi dalam Samsat terdiri dari 3 (tiga) Instansi yaitu Dinas Pendapatan, Kepolisian dan Jasa Raharja.

Sistem pelayanan terpadu tersebut dituangkan dengan Instruksi Bersama Mendagri; Menhankam dan Menkeu, dimana maksud dan tujuan Keputusan Bersama tersebut diatas adalah sebagai berikut :

1. Maksud Petunjuk Lapangan tentang tata cara pemberian Surat Tanda Nomor Kendaraan ( STNK ) tersebut adalah untuk dijadikan pedoman praktis bagi setiap pelaksana fungsi teknis Registrasi Identifikasi dibidang pengeluaran STNK; pembayaran PKB / BBN.KB dan SDWKLLJ.
2. Sedangkan Tujuannya adalah untuk keseragaman persepsi dan tindakan petugas pelaksana dalam prosedur dan tata cara pemberian STNK, Pembayaran PKB/BBN.KB dan SWDKLLJ di setiap Kantor Samsat.

Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan yang merupakan unsur pelaksana Pemerintah Provinsi di Daerah, dimana salah satu tugas pokoknya adalah melaksanakan kewenangan desentralisasi dibidang pendapatan daerah, dituntut untuk terus mengupayakan pencapaian target dan peningkatan pendapatan secara berkelanjutan guna mendukung peningkatan Pendapatan Asli Daerah.

Guna mempermudah pembayaran pajak kendaraan bermotor milik warga masyarakat, Samsat Pekanbaru menyediakan satu unit Bus Samsat Keliling yang selalu berpindah-pindah se-Kota Pekanbaru. Bus layanan Samsat Keliling milik UP Pendapatan Samsat Keliling Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau, yang berdasarkan “Peraturan Kepala Dinas Pendapatan Provinsi Riau Nomor 07 Tahun

2014 tentang Pembentukan Unit Pelayanan Pendapatan Samsat Keliling yang diterbitkan pada tanggal 20 Januari 2014”.

Bus Samsat Keliling setiap hari memiliki jadwal yang berbeda untuk melayani pembayaran pajak kendaraan bermotor. Untuk diketahui bersama Pelayanan Samsat Keliling ini hanya diperuntukkan bagi pembayaran Pajak Kendaraan Tahunan. Sedangkan Perpanjangan STNK Lima Tahunan hams dilakukan di kantor Samsat terdekat. Maksud : Mengembangkan Teknologi Informasi Komunikasi sesuai dengan Visi dan Misi yang tertuang dalam Renstra Dinas Pendapatan Provinsi Riau 2006-2010. Tuiuan : Meningkatkan mutu pelayanan publik, khususnya pelayanan pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB). Manfaat Pelayanan Samsat Keliling :

1. Memberikan kemudahan kepada masyarakat (Wajib Pajak) dalam pengurusan pengesahan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) setiap tahun, pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) dan Santunan Wajib Dana Kecelakaan Lalu-lintas (SWDKLL).
2. Mendekatkan pelayanan kepada Masyarakat atau Wajib Pajak sehingga mengurangi biaya.

**Tabel 1.1. Jadwal Waktu Pelayanan**

NO	WAKTU PELAKSANAAN	LOKASI PELAYANAN
1	Senin, 09.00 - 14.00 wib	Mall Ciputra Seraya Jl. Riau
2	Selasa, 09.00 - 14.00 wib	Alam Mayang Jl. Imam Munandar
3	Rabu, 09.00 - 14.00 wib	Mall SKA Jl. Soekarno Hatta
4	Kamis, 08.30 - 13.00 wib	Pasar Tangor Jl. Hangtuh Ujung
5	Jum'at, 08.15 - 11.30 wib	Giant Panam / MTC Jl. H.R Soebrantas
6	Sabtu, 08.30 - 12.30 wib	Pasar Lima Puluh J. Sultan Syarif Kasim
7	Minggu, 06.30 - 09.30 wib	Car Free Day Jl. Diponegoro

- a. Khusus untuk Car Free Day dilaksanakan pada hari Minggu setiap bulan.
- b. Samsat Keliling menerima pembayaran PAJAK Kendaraan Bermotor Roda2 dan Roda4 di seluruh wilayah Kabupaten/Kota di Provinsi Riau (untuk pengesahan 1 Tahun).
- c. Pelayanan pembayaran pajak kendaraan Roda2 dan Roda4 ditutup 30 menit sebelum jadwal pelayanan selesai untuk Pembuatan Laporan.

Persyaratan :

1. Identitas /pemilik sah kendaraan (E - KTP).
2. STNK Asli Bukti Pelunasan PKB dan SWDKLL (SKPD) telah divalidasi tahun terakhir.
3. Identitas pada KTP dan STNK Harus sama.

Pada penelitian ini peneliti fokus melakukan penelitian pada pembayaran pajak kendaraan bermotor roda 2. Mobil Samsat keliling hanya khusus melayani pajak tahunan, tidak melayani pajak lima tahunan. Untuk perpanjangan pajak 5 tahun sekali tetap di kantor Samsat terdekat. Yang antara lain ditempuh melalui penyederhanaan prosedur administrasi pembayaran Pajak Daerah dan Retribusi Daerah khususnya Pajak Kendaraan Bermotor, serta peningkatan pengendalian dan pengawasan pemungutan Pendapatan Asli Daerah (PAD) untuk terciptanya efektifitas dan efisiensi yang diikuti dengan peningkatan kualitas, kemudahan, ketepatan dan kecepatan pelayanan. Adapun jumlah kendaraan khususnya yang roda 2 yang membayar pajak pada Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan maka dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1.2 Jumlah kendaraan roda 2 yang membayar pajak pada Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan**

No.	Tahun	Kendaraan Roda 2	
		PKB	BBNKB
1.	2017	21.173	22.625
2.	2018	20.688	22.440
3.	2019	29.150	26.250

Sumber : Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan, 2020

Kemudian untuk mengetahui target dan realisasi PAD Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (UPTD) Pekanbaru Selatan Tahun 2017 - 2019 dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 1.3. Target realisasi penerimaan PKB dan BBNKB kendaraan roda 2 pada Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan tahun 2017 - 2019**

Tahun	Kendaraan Roda 2 (dua)			
	Target PKB	Realisasi PKB	Target BBNKB	Realisasi BBNKB
2017	31.958.300.238	24.576.682.645	48.108.772.923.	34.417.556.581
2018	29.437.837.254	22.405.921.402	36.043.447.077	31.449.409.084
2019	38.215.266.278	30.365.255.691	40.235.657.120	33.024.269.050

Sumber : Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan, 2020

Dari data tabel 1 dan 2 diatas dapat diketahui bahwa jumlah kendaran bermotor roda 2 selama 3 tahun terakhir terjadi peningkatan yaitu pada tahun 2019 akan tetapi selama 3 tahun ini tidak pernah mencapai target karena masih banyaknya masyarakat yang tidak membayarkan pajak kendaraan atau mengurus perpanjangan pajak kendaraan khususnya roda 2 secara tepat waktu.

Mobil Samsat keliling hanya khusus melayani pajak tahunan, tidak melayani pajak lima tahunan. Untuk perpanjangan pajak 5 tahun sekali tetap di kantor Samsat terdekat. Yang antara lain ditempuh melalui penyederhanaan

prosedur administrasi pembayaran Pajak Daerah dan Retribusi Daerah khususnya Pajak Kendaraan Bermotor, serta peningkatan pengendalian dan pengawasan pemungutan Pendapatan Asli Daerah (PAD) untuk terciptanya efektifitas dan efisiensi yang diikuti dengan peningkatan kualitas, kemudahan, ketepatan dan kecepatan pelayanan.

Sosialisasi sebagai proses dimana seseorang memperoleh pengetahuan, kemampuan dan dasar yang membuat mereka mampu atau tidak mampu menjadi anggota dari suatu kelompok. Pengertian ini memandang sosialisasi sebagai suatu proses belajar dimana individu belajar dan mendapatkan nilai dari kelompok-kelompok yang dimasukinya.

Sosialisasi melalui mobil Samsat keliling ini bertujuan agar mempermudah masyarakat dalam membayar pajak dan mempermudah jangkauan masyarakat karena mobil keliling ini berada di beberapa tempat keramaian seperti pusat perbelanjaan. Sosialisasi ini berupa pemberian informasi mengenai pajak untuk masyarakat melalui mobil keliling yang sengaja ditempatkan di tempat yang telah ditetapkan. Namun sosialisasi pelayanan mobil pajak keliling masih belum menyeluruh dan sampai ke telinga masyarakat. Masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui sosialisasi pelayanan program pajak keliling. Demikian dapat diartikan bahwa dengan adanya Samsat Keliling pihak BPD melakukan sosialisasi untuk memberikan informasi pentingnya pembayaran pajak dengan tepat waktu tanpa harus pergi ke kantor Samsat dan bisa menikmati berbelanja sambil membayar pajak pada mobil Samsat yang disediakan.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terjadi maka peneliti melakukan penelitian dengan judul : **“Komunikasi Organisasi Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Pembayaran Pajak Kendaraan Melalui Mobil Samsat Keliling di Kota Pekanbaru”**.

### **B. Identifikasi Masalah Penelitian**

Identifikasi masalah yang ditemukan dari penelitian ini yaitu ;

1. Kurang optimalnya sosialisasi yang dilakukan pihak Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau sehingga tidak semua informasi diperoleh oleh masyarakat Kota Pekanbaru terkait pembayaran pajak kendaraan melalui mobil SAMSAT Keliling.
2. Program layanan pajak sudah diketahui oleh beberapa masyarakat namun masyarakat belum mengetahui kapan dan program apa saja yang ada pada layanan mobil pajak tersebut. Terutama dalam masa pandemi virus Corona ini untuk mobil SAMSAT keliling Pekanbaru ada diberhentikan operasionalnya karena mengurangi interaksi dengan masyarakat dan adanya pengalihan melalui program SAMSAT online. Akan tetapi pemberitahuan ini tidak semua masyarakat mengetahui karena informasi ini diberitahukan melalui layanan instagram SAMSAT yang mana tidak semua masyarakat bisa menggunakannya.

### **C. Perumusan Masalah**

Berpangkal dari latar belakang diatas serta fenomena/gejala yang telah diuraikan, maka masalah pokok yang ingin penulis teliti adalah “Bagaimana Komunikasi Organisasi Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau Dalam

Mensosialisasikan Pembayaran Pajak Kendaraan Melalui Mobil Samsat Keliling di Kota Pekanbaru?”

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui Komunikasi Organisasi Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Pembayaran Pajak Kendaraan Melalui Mobil Samsat Keliling di Kota Pekanbaru.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini diharapkan sebagai;

- a. Manfaat akademis, hasil penelitian ini memiliki manfaat sebagai bahan masukan bagi para pengkaji bagi umum dan diharapkan berguna sebagai acuan bagi para peneliti sejenis. Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan bagi mahasiswa maupun Universitas untuk penelitian lebih lanjut.
- b. Manfaat praktis, sebagai bahan masukan serta dapat bermanfaat bagi pihak organisasi terkait. Bagi peneliti agar dapat memberi pengalaman dalam menerapkan ilmu pengetahuan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Literatur

##### 1. Komunikasi

Manusia adalah makhluk sosial, dan tindakannya yang pertama dan yang paling penting adalah tindakan sosial. Suatu tindakan untuk saling mempertukarkan pengalaman, saling mengutarakan perasaan atau saling mengekspresikan serta menyetujui sesuatu pendirian atau keyakinan. Oleh karena itu, di dalam tindakan sosial haruslah terdapat elemen-elemen yang umum, yang sama-sama diBaiki dan dipahami oleh sejumlah orang yang merupakan kumpulan masyarakat. Untuk menghubungkan sesama anggota masyarakat maka diperlukan komunikasi (Tinambunan, 2010:21).

Komunikasi merupakan aktifitas manusia yang sangat penting, bukan hanya dalam kehidupan organisasi, namun dalam kehidupan manusia secara umum. Tiada hari tanpa komunikasi, sepanjang detak jantung masih ada. Bahkan orang yang melakukan meditasipun pada hakekatnya sedang melakukan komunikasi. termasuk orang yang sedang bertapa di suatu tempat yang dianggap keramat.

Komunikasi menurut Harahap (2016:2) adalah suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain melalui proses tertentu sehingga tercapai apa yang dimaksudkan atau diinginkan oleh kedua belah pihak. Di dalam komunikasi terkandung maksud atau tujuan yang jelas antara si penyampai atau pengirim pesan (komunikator) dengan si penerima pesan (komunikan). Maksud



dan tujuan yang jelas antara kedua belah pihak akan mengurangi gangguan atau ketidakjelasan, sehingga komunikasi yang terjadi akan berjalan secara efektif.

Komunikasi dapat didefinisikan sebagai penyampaian informasi antara dua orang atau lebih. Komunikasi merupakan suatu proses yang vital dalam organisasi karena komunikasi diperlukan bagi efektifitas kepemimpinan, perencanaan, pengendalian, koordinasi, latihan, manajemen konflik, serta proses-proses organisasi lainnya. Komunikasi interpersonal biasanya didefinisikan sebagai komunikasi utama dan menggambarkan peserta yang saling bergantung satu sama lain dan memiliki sejarah bersama. Hal ini dapat melibatkan suatu percakapan atau individu berinteraksi dengan banyak orang dalam masyarakat. Ini membantu kita memahami bagaimana dan mengapa orang berperilaku dan berkomunikasi dengan cara yang berbeda untuk membangun dan menegosiasikan realitas sosial. Sementara komunikasi interpersonal dapat didefinisikan sebagai area studi sendiri, itu juga terjadi dalam konteks lain seperti kelompok dan organisasi (Sarwono, 2009:12).

Ilmu komunikasi menurut kamus komunikasi adalah proses penyampaian pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap pandangan atau perilaku. (Berasal dari bahasa Latin "*communication*" yang berarti pergaulan, persatuan, peran serta kerjasama bersumber dari istilah "*communis*" yang berarti sama makna. (Effendy, 2008:9)

Komunikasi itu sendiri merupakan pembagian dan pertukaran ide, informasi, pengetahuan, sikap atau perasaan di antara dua orang atau lebih yang mempunyai dan menggunakan tanda atau simbol-simbol yang ada (Liliweri, 2011:37).

Jadi antara orang-orang yang terlibat dalam komunikasi harus terdapat kesamaan pengertian, jika tidak terjadi kesamaan makna, maka komunikasi tidak berlangsung dengan baik.

## **2. Komunikasi Organisasi**

Komunikasi adalah proses penyampaian atau pertukaran informasi kepada orang lain secara langsung atau menggunakan media agar orang tersebut dapat bertindak, sesuai dengan tujuan dari pemberi pesan. Komunikasi penting bagi organisasi dan informasi penting bagi komunikasi yang efektif. Organisasi merupakan suatu kesatuan atau perkumpulan yang terdiri atas orang-orang/bagian-bagian yang di dalamnya terdapat aktivitas kerja sama berdasarkan pola dan aturan-aturan untuk mencapai tujuan bersama sehingga diperlukan komunikasi yang baik di dalamnya. Komunikasi organisasi adalah suatu kegiatan organisasional yang menyangkut pertukaran informasi dalam lingkungan organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Mangkunegara (2011:145) komunikasi adalah proses pemindahan suatu informasi, ide, pengertian dari seseorang kepada orang lain tersebut dapat menginterpretasikannya sesuai dengan tujuan yang dimaksud. Sedangkan menurut Widjaya (2000:1), komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah

hubungan atau dapat diartikan sebagai saran tukar menukar pendapat atau sebagai kontak antara manusia secara individu ataupun kelompok.

Menurut Daft (2003:133) Komunikasi adalah proses dimana informasi dipertukarkan dan dimengerti oleh dua orang atau lebih, biasanya dengan maksud untuk memotivasi atau mempengaruhi perilaku. Dua elemen umum dalam setiap situasi komunikasi adalah pengirim dan penerima. Pengirim adalah seseorang yang bermaksud mengirim sebuah informasi atau untuk mengekspresikan suatu pemikiran atau emosi. Penerima adalah orang yang dikirimin pesan. Akhirnya umpan balik (*feedback*) terjadi ketika penerima menanggapi komunikasi pengirim dengan mengirimkan kembali pesan. Tanpa umpan balik, komunikasi hanya berjalan satu arah, dengan umpan balik akan menjadi dua arah.

Dalam kehidupan organisasi, komunikasi menjadi sesuatu yang sangat penting karena komunikasi dapat meningkatkan saling pengertian antara karyawan dan atasan, dan meningkatkan koordinasi dari berbagai macam kegiatan/tugas yang berbeda. Komunikasi merupakan inti dari proses kerja sama yang terjadi di perusahaan. Jalannya perusahaan dapat terhambat bila tidak terdapat komunikasi yang baik antara orang-orang di dalamnya.

Komunikasi dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan manusia akan informasi. Berbagai pihak dalam suatu perusahaan pasti membutuhkan informasi sehubungan dengan tugas dan kepentingan mereka. Informasi disampaikan oleh pimpinan perusahaan kepada bawahan secara bertahap sesuai dengan struktur organisasi dan jaringan wewenang yang ada. Karena banyaknya rangkaian wewenang yang ada dalam perusahaan, maka ada kemungkinan timbulnya salah

pengertian dalam menerima informasi yang diberikan. Salah pengertian dalam penerimaan informasi besar pengaruhnya bagi kelancaran aktivitas perusahaan.

Menurut Himstreet dan Baty dalam Purwanto (2011:4) komunikasi organisasi adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui suatu sistem yang biasa (lazim), baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan. Tujuan dari komunikasi adalah menciptakan dan saling memberi pengertian (*understanding*) antara sesama komunikator (pengirim) dan komunikan (penerima), mengandung kebenaran, lengkap, mencakup keseluruhan hal yang menarik dan nyata.

### 3. Peran Komunikasi dan Perilaku Organisasi

Komunikasi dalam proses mempunyai pesan atau informasi yang dilakukan oleh para pemimpin atau manajer. Sebagai komunikator, seorang manajer harus menyesuaikan peran yang sedang dia lakukan. Dalam kaitannya dengan hal ini Henry Mintzberg dalam Ruliana (2014 :27) menyatakan bahwa wewenang formal seorang manajer menyebabkan timbulnya tiga peranan yaitu :

#### a. Peranan Antar personal

##### 1. Peranan Tokoh

Kedudukan sebagai kepala suatu unit organisasi, membuat seorang manajer melakukan tugas yang bersifat memimpin.

##### 2. Peranan Pimpinan

Sebagai pemimpin, seorang manajer bertanggung jawab atas lacer-tidak lancarnya pekerjaan yang dilakukan bawahannya. Beberapa kegiatan bersangkutan langsung dengan kepemimpinannya pada semua

tahap manajemen: penentuan kebijakan, perencanaan, pengorganisasian dan lain-lain.

### 3. Peranan Penghubung

Dalam peranan sebagai penghubung, seorang manajer melakukan komunikasi dengan orang-orang di luar jalur komando vertikal, baik secara formal maupun non formal.

#### b. Peranan Informasi

##### 1. Peranan Monitor

Dalam melakukan peranan monitornya, manajer memandang lingkungan sebagai sumber informasi.

##### 2. Peranan Penyebar

Dalam peranan sebagai penyebar, seorang manajer menerima dan menghimpun informasi dari luar yang penting artinya dan bermanfaat bagi organisasi, untuk kemudian disebarkan kepada bawahan.

##### 3. Peranan Juru Bicara

Peranan ini memiliki kesamaan dengan peranan penghubung, yakni dalam hal mengkomunikasikan informasi kepada khalayak luar. Contohnya kalau dalam peranannya sebagai juru bicara tidak secara kontak pribadi, tetapi selalu resmi.

#### 4. Peranan Memutuskan

##### a. Peranan Wiraswasta

Seorang manajer berusaha memajukan organisasinya dan mengadakan penyesuaian atas perubahan kondisi lingkungannya. Ia

selalu berusaha memandang kedepan untuk mendapatkan gagasan baru.

b. Peranan Pengendalian Gangguan

Seorang manajer berusaha sebaik mungkin menanggapi setiap tekanan yang menimpa organisasi, seperti buruh mogok, para pelanggan hilang, dan lain-lain.

c. Peranan Penentu Sumber

Seorang manajer bertanggung jawab untuk memutuskan pekerjaan apa yang harus dilakukan, siapa yang akan melaksanakan, dan bagaimana pembagian pekerjaan dilangsungkan.

#### 4. Fungsi Komunikasi dalam Organisasi

a). Fungsi Informatif

Dalam Bungin (2006:272) organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem proses informasi, maksudnya seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik, dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti.

b). Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Pada semua lembaga atau organisasi, ada dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif yaitu :

- (1). Atasan atau orang-orang yang berada dalam tatanan manajemen, yaitu mereka yang berwenang untuk mengendalikan semua

informasi yang disampaikan.

(2). Berkaitan dengan pesan atau *message*. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya, bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh untuk dilaksanakan.

c). Fungsi Persuasif

Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mengawasi bawahan dari pada member perintah.

d). Fungsi Integratif

Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawannya dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik.

### 5. Gaya Komunikasi dalam Organisasi

Gaya komunikasi menurut Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss (1998) dalam Ruliana (2014:31) adalah sebagai seperangkat perilaku antar pribadi yang terspesialisasi yang digunakan dalam suatu situasi tertentu. Ada lima gaya komunikasi menurut Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss dalam organisasi yaitu :

**Tabel 2.1**  
**Gaya Komunikasi**

<b>GAYA KOMUNIKASI</b>	
<i>a. The controlling style</i>	Gaya komunikasi ini bersifat mengendalikan dan ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain.
<i>b. The equalitarian style</i>	Aspek penting gaya komunikasi ini ialah adanya landasan kesamaan dan ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis.
<i>c. The structuring style</i>	Gaya komunikasi ini memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi.
<i>d. The dynamic style</i>	Gaya komunikasi ini memiliki kecenderungan agresif, karena pengiriman pesan memahami bahwa lingkungan pekerjaan berorientasi pada tindakan.
<i>e. The relinquiushing style</i>	Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, dari pada keinginan untuk member perintah, meskipun pengirim pesan mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain.

Sumber: Ruliana (2014:31-32)

## 6. Tujuan Komunikasi Organisasi

Dalam Ruliana (2014:24) tujuan komunikasi organisasi adalah untuk memudahkan, melaksanakan, dan melancarkan jalannya organisasi. Menurut Koontz dalam arti yang lebih luas, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk memengaruhi tindakan kearah kesejahteraan perusahaan. Ada empat tujuan komunikasi organisasi yaitu:

- a. Meyatakan pikiran, pandangan dan pendapat.
- b. Membagi informasi
- c. Meyatakan perasaan dan emosi



d. Melakukan koordinasi.

## 7. Pendekatan Keefektifan Organisasi

Dalam Soetopo (2016:53-54) mengatakan dalam kaitannya dengan pembahasan keefektifan organisasi, ada dua pendekatan yang perlu dibahas yaitu :

- a. Organisasi dikatakan efektif jika organisasi telah mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.
- b. Organisasi dikatakan efektif jika organisasi itu mampu mengambil keuntungan dari situasi lingkungan dan mendayagunakan sumber-sumber yang bermanfaat.

Ada lagi pendekatan yang lain untuk memahami suatu organisasi, yaitu :

- a. Pendekatan individual menekankan pada individu-individu dalam organisasi.
- b. Sedangkan pendekatan organisatoris menekankan pada tercapainya tujuan organisasi dan individu hanyalah unsur organisasi.

## 8. Strategi Komunikasi

### a. Defenisi Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan Manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi

ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. (Effendy, 2008:32).

Keberhasilan kegiatan komunikasi banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Sedangkan untuk menilai proses komunikasi dapat di telaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya maka untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut terutama efek dari proses komunikasi tersebut digunakan telaah model komunikasi.

Namun dalam kajian ini strategi komunikasi akan dijadikan suatu pijakan dalam mengelola proses interaksi yang terjadi dalam suatu organisasi agar efektif dan efisien dalam mencapai tujuan didirikannya. Dengan perencanaan strategi komunikasi yang matang maka diharapkan kita bisa mendapatkan rasa saling pengertian sehingga hubungan baik antara perusahaan dan karyawannya dapat terjaga dengan baik. Rasa saling pengertian itu akan menimbulkan rasa saling mempercayai sehingga motivasi karyawan dalam melakukan pekerjaan akan menjadi lebih baik. Jadi dengan demikian strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan, taktik, cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

## b. Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi berfungsi sebagai pematangan rencana agar komunikasi yang dilakukan menjadi efektif. Sedangkan tujuannya adalah:

1. Memberitahu (*Announcing*)

Strategi bertujuan untuk memberitahukan informasi inti dari pesan yang ingin disampaikan guna menarik sasaran, yang nantinya akan memunculkan informasi-informasi pendukung lainnya ke permukaan.

2. Memotivasi (*Motivating*)

Sesorang melakukan tindakan dimulai dari motivasi yang ia ciptakan, maka dari itu strategi bertujuan untuk memotivasi seseorang agar melakukan hal berkaitan dengan tujuan atau isi pesan yang hendak disampaikan.

3. Mendidik (*Educating*)

Lebih dari sekedar memberitahu, strategi bertujuan untuk mendidik melalui pesan yang disampaikan sehingga masyarakat dapat menilai baik buruk atau perlu tidaknya menerima pesan yang kita sampaikan.

4. Menyebarkan informasi (*Informing*)

Untuk mengefektifkan komunikasi, strategi bertujuan untuk menyebarkan informasi secara spesifik sesuai dengan sasaran atau target komunikasi yang telah ditentukan.

5. Mendukung pembuatan keputusan (*Supporting decision making*)

Strategi disini bertujuan untuk membuat seseorang berani mengambil keputusan dari rangkaian penyampaian informasi yang didapatnya. Strategi

komunikasi dianggap berhasil apabila terlaksana sesuai dengan perencanaan dan tujuan yang diinginkan oleh komunikator telah tercapai. (Liliweli, 2011:251).

### **c. Perumusan Strategi Komunikasi**

Seorang perencana komunikasi untuk mencapai tujuan diperlukan perumusan strategi yang tepat sebelum melakukan segala sesuatunya. Namun kita perlu memahami apakah perumusan strategi menurut pendapat beberapa ahli. Menurut David Hunger & Thomas L. Wheelen “Perumusan Strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan.”(Effendy, 2008 : 34)

Menurut pendapat diatas artinya sebelum perumusan dilakukan diadakan penelitian apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan, juga apa saja yang mendatangkan ancaman atau bahkan kesempatan bagi perusahaan. Pendapat ini tidak jauh berbeda dengan apa yang disampaikan oleh Yosol Iriantara yang mengatakan bahwa “Perumusan strategi merupakan keputusan atas pilihan strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan setelah analisis lingkungan internal dan eksternal sudah dilakukan.”(Effendy, 2008 : 34)

Perumusan strategi komunikasi seperti yang diusulkan oleh Anwar Arifin (2010:29) terbagi atas beberapa tahapan, yakni :

#### 1. Mengenal khalayak

Mengenal khalayak perlu dilakukan guna memaksimalkan strategi agar dapat berjalan sesuai dengan harapan dan agar mampu menjadi tolak ukur

guna menentukan strategi apa yang akan digunakan. Khalayak merupakan komunikan yang akan menerima pesan dan menjadi fokus dalam program komunikasi, sehingga mengenal khalayak menjadi sangat penting.

#### 2. Menyusun pesan

Setelah mengenali khalayak, komunikator perlu untuk menyusun pesan apa yang akan disampaikan dan disebarakan kepada komunikan dalam hal ini adalah khalayak. Pesan perlu disesuaikan dengan latar belakang khalayak, baik secara ekonomi, pendidikan, sosial budaya ataupun agama.

#### 3. Menetapkan metode yang dipakai

Setelah pesan disusun sesuai dengan khalayak, maka metode penyebaran pesan kepada khalayak juga perlu dikaji. Dalam konteks komunikasi metode ini terkait dengan jenis komunikasi yang akan dipakai.

#### 4. Seleksi dan penggunaan media

Seleksi dan penggunaan media menjadi penentu sampainya pesan kepada target komunikan. Penggunaan media sangat di sesuaikan dengan karakteristik khalayak, jenis pesan dan metode komunikasi yang diterapkan, apakah menggunakan media cetak atau surat kabar, radio ataupun televisi dan media online.

### 9. Konsep Sosialisasi

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, sosialisasi adalah upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat atau permasyarakatkan (*nomine*). Hal ini berkaitan dengan bentuk sosialisasi yang dilakukan dalam memberikan informasi yang berdampak pada

perkembangan pengetahuan masyarakat tersebut sehingga dapat diterapkan demi kemajuan bersama.

Sosialisasi adalah proses seorang individu belajar berintegrasi dengan sesamanya dalam suatu masyarakat menurut sistem nilai, norma, dan adat istiadat yang mengatur masyarakat yang bersangkutan. Sosialisasi atau proses memasyarakat adalah proses orang-orang yang menyesuaikan diri terhadap norma-norma sosial yang berlaku, dengan tujuan supaya orang-orang yang bersangkutan dapat diterima menjadi anggota suatu masyarakat.

Sedangkan menurut Goslin dalam Ihrom (1999:30) sosialisasi adalah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakat. Jadi, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi adalah suatu proses belajar serta mengenal norma dan nilai-nilai sehingga terjadi pembentukan sikap untuk berperilaku sesuai dengan tuntunan atau perilaku masyarakatnya.

Berdasarkan pengertian sosialisasi di atas, dapat dikatakan bahwa sosialisasi merupakan proses dimana seseorang mempelajari pola-pola hidup dalam masyarakat sesuai dengan nilai-nilai, norma dan kebiasaan yang berlaku untuk berkembang sebagai anggota masyarakat dan sebagai individu. Berdasarkan pengertian sosialisasi atau batasan sosialisasi di atas dapat diambil beberapa poin penting yaitu:

1. Sosialisasi berjalan melalui proses belajar untuk memahami, menghayati, menyesuaikan dan melaksanakan tindakan sosial yang sesuai dengan pola perilaku masyarakatnya (*behavioral patterns of society*).
2. Sosialisasi berjalan bertahap dan berkesinambungan (*kontinu*), mulai dari sejak individu dilahirkan hingga dia mati.
3. Sosialisasi berhubungan erat dengan *enkulturasi* atau proses pembudayaan, yaitu proses belajar dari seorang individu untuk belajar, mengenal, menghayati, dan menyesuaikan alam pikiran serta cara dia bersikap terhadap sistem adat, bahasa, seni, norma, agama dan seluruh peraturan dan pendirian yang ada dalam lingkungan kebudayaan masyarakat.

Ada dua tipe sosialisasi, kedua tipe sosialisasi tersebut adalah sebagai berikut:

a. Formal

Sosialisasi yang dilakukan melalui lembaga-lembaga berwenang menurut ketentuan negara atau melalui lembaga-lembaga yang dibentuk menurut undang-undang dan peraturan pemerintah yang berlaku.

b. 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.

Sedangkan proses sosialisasi menurut Soekanto (1993:347) adalah proses dimana seseorang mempelajari atau dididik untuk mengetahui dan memahami

norma norma serta nilai nilai yang berlaku. Dalam pengertian tersebut kita dapat melihat bahwa seseorang (individu) mempelajari atau mengalami proses belajar. Individu tersebut mengalami proses penyesuaian diri individu ke dalam kehidupan sosial.

### B. Definisi Operasional

1. Komunikasi organisasi adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui suatu sistem yang biasa (lazim), baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan.
2. Sosialisasi adalah upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat atau permasyarakatan (*nomine*).

### C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti (tahun)	Judul	Hasil Penelitian
1	Resti Wahidah (2018)	Strategi Komunikasi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi Dan Ukm Dalam Melakukan Pembinaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Kabupaten Kepulauan Meranti	Strategi komunikasi Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM menetapkan khalayak dalam melakukan pembinaan UMKM di Kabupaten Kepulauan Meranti adalah dengan melakukan pendataan atau peninjauan ke tempat-tempat pelaku usaha dan menyeleksi usaha-usaha yang layak untuk ikut dalam program pembinaan. Usaha tersebut merupakan usaha yang sudah berkembang, kelancaran dalam memproduksi barang, pelaku usaha yang tidak terlambat dalam pengembalian angsuran pinjaman untuk



			tambahan modal ke bank, koperasi, atau LKM.
2	Windha Widya Lestari (2014)	Komunikasi Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Pembinaan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Pagi Kota Samarinda	Hasil penelitian ini yaitu bahwa beberapa cara komunikasi Satpol PP Kota Samarinda baik itu melalui <i>face to face</i> , penyuluhan dan pemberian sanksi dalam pembinaan telah dilaksanakan dengan baik. Dalam penyampaian informasi dengan melakukan cara komunikasi secara langsung penyampaian pesannya lebih efektif dibandingkan hanya dengan pemberian surat edaran, brosur ataupun plang kepada para PKL.
3	Krisna Mulawarman (2014)	Komunikasi Organisasi Pada Dinas Perijinan Kota Yogyakarta Untuk Meningkatkan Pelayanan	Dinas Perijinan Kota Jogjakarta mengoptimalkan komunikasi ke bawah ( <i>down ward communication</i> ) dan komunikasi ke atas ( <i>upward communication</i> ) serta komunikasi horizontal dan vertikal. Upaya yang dilakukan secara rutin misalnya: melakukan <i>meeting/pertemuan</i> rutin untuk pertukaran informasi, koordinasi dan <i>controlling</i> . Mulai dari informasi bagaimana melakukan pekerjaan, dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan hingga mengembangkan rasa memiliki tugas, penyampaian informasi yang memerlukan tindakan seluruh pegawai, penyampaian informasi yang bersifat umum, penyampaian arahan atau perintah perusahaan, pemberian pujian kepada pegawai atas prestasi kerjanya serta pemberian teguran kepada pegawai atas

			kelalaian kerjanya. Komunikasi ke atas berfungsi sebagai feedback communication, penyampaian kemajuan kerja pada penyelia.
4	Jhon Carlos Purba (2017)	Peran Dinas Komunikasi Dan Informatika Dalam Mewujudkan Informasi Yang Beretika Dan Bertanggung Jawab Di Provinsi Riau	Peran Dinas komunikasi dan Informatika provinsi riau dalam mewujudkan informasi yang beretika dan bertanggung jawab di provinsi Riau sudah berjalan cukup baik namun dalam pelaksanaannya belum merata dengan dimana Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Riau telah melakukan beberapa program dalam mewujudkan informasi yang beretika dan bertanggung jawab seperti Edukasi Internet sehat dan cakap, Stop bullying, Pelatihan kepada pegawai hingga melakukan teguran dan pemblokiran terhadap pihak yang melakukan pelanggaran.
5	Shinta Kristanty (2018)	Pola Komunikasi Organisasi Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Menjaga Ketentraman Dan Ketertiban Pedagang Kaki Lima Di Dki Jakarta (Studi Deskriptif pada Satuan Polisi Pamong Praja Pemerintah Provinsi DKI Jakarta di Jakarta Pusat)	Pola komunikasi organisasi antara Pimpinan Satpol PP dengan petugas atau anggota Satpol PP ditinjau dari empat sudut pandang di antaranya gaya komunikasi, arus pesan, jaringan komunikasi dan tipe kepemimpinan.

Perbandingan dengan penelitian terdahulu yaitu :

1. Penelitian Resti Wahidah (2018) yang menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu dilakukan pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi Dan UKM Di Kabupaten Kepulauan Meranti sedangkan pada

penelitian ini dilakukan pada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pekanbaru. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai komunikasi interpersonal.

2. Penelitian Windha Widya Lestari (2014) yang menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu dilakukan pada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Samarinda sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada nas Koperasi Dan UMKM Kota Pekanbaru. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai komunikasi interpersonal.
3. Penelitian Jhon Carlos Purba (2017) yang menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu dilakukan pada Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Riau sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pekanbaru. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai komunikasi interpersonal.
4. Penelitian Jhon Carlos Purba (2017) yang menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu dilakukan pada Dinas Komunikasi Dan Informatika sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pekanbaru. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai komunikasi interpersonal.
5. Penelitian Shinta Kristanty (2018) yang menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu dilakukan pada sampel penelitiannya. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai komunikasi interpersonal Satuan Polisi Pamong Praja.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang di gunakan penulis kepada penelitian ini adalah metode kualitatif. pertimbangan penulisan memilih pendekatan kualitatif karena pendekatan kualitatif membahas secara mendalam untuk lebih mengetahui fenomena-fenomena tentang aspek kewajiban, perilaku, opini, sikap tanggapan, keinginan dan kemauan seseorang atau kelompok. penulis berusaha mengganti informasi dari lapangan tanpa berusaha mempengaruhi informan. Metode ini juga bersifat subjektif dan tidak memenuhi perhitungan statistik.

Moleong (2010:58) mendefinisikan penelitian sebagai penelitian yang bermaksud untuk fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya motivasi, presepsi, perilaku, tindakan, dan lain-lain, secara holistic dan dengan cara deskripsi dengan kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus dan alamiah dengan memanfaatkan metode yang alamiah.

#### B. Subjek dan Objek penelitian

##### 1. Subjek

Moleong (2010: 132) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut peneliti mendeskripsikan subjek penelitian bahasa sebagai

pelaku bahasa yang merupakan sasaran pengamatan atau informan pada suatu penelitian yang diadakan oleh peneliti.

Subjek yang menjadi penelitian saya adalah :

1. Kepala Samsat Kota Pekanbaru Selatan
2. Kepala bidang Pelayanan
3. Masyarakat yang membayar pajak Kendaraan Melalui Mobil Samsat Keliling di Kota Pekanbaru di Mal SKA dan Giant Panam

Adapun alasan saya memilih informan tersebut diatas karena sebagai sumber untuk mencari informasi terkait dengan penelitian yang dilakukan dan terkait langsung dalam sosialisasi Pembayaran Pajak Kendaraan Melalui Mobil Samsat Keliling di Kota Pekanbaru sehingga dapat memperoleh informasi yang akurat.

## **2. Objek**

Menurut Chaer (2007: 17) Objek penelitian merupakan hal yang menjadi titik perhatian dari suatu penelitian. Titik perhatian tersebut berupa substansi atau materi yang diteliti atau di pecahkan permasalahannya menggunakan teori-teori yang bersangkutan. Objek penelitian ini yaitu Komunikasi organisasi Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Pembayaran Pajak Kendaraan Melalui Mobil Samsat Keliling di Kota Pekanbaru.

## **C. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan yang ada maka penelitian ini dilakukan di Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau.

Waktu penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 3.2. Jadwal Kegiatan Penelitian**

NO	JENIS KEGIATAN	Bulan Dan Minggu Ke																KET
		Januari				Februari				Maret				April				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Persiapan dan Penyusunan UP	X	X	X	X													
2	Seminar UP					X	X											
3	Revisi UP							X	X									
4	Peneliti Lapangan									X	X							
5	Pengolahan Dan Analisis Data											X						
6	Konsultasi Bimbingan Skripsi												X					
7	Ujian Skripsi													X				
8	Revisi Dan Pengesahan Skripsi														X	X		
9	Penggandaan Serta Penyerahan Skripsi																X	

#### D. Jenis Data

Adapun beberapa sumber data dalam penelitian terbagi menjadi :

##### 1. Data Primer

Yaitu data dan informasi yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh penulis yang bersumber dari subjek penelitian yaitu para karyawan yang di teliti berkaitan dengan yang diteliti, berupa kegiatan mengenai komunikasi organisasi Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau dalam mensosialisasikan pembayaran pajak kendaraan melalui Mobil Samsat Keliling di Kota Pekanbaru.

##### 2. Data Sekunder

Yaitu data yang digunakan untuk membantu menjelaskan data primer

berupa arsip dan dokumen-dokumen yang relevan dengan permasalahan penelitian, data yang diberikan pihak instansi berupa dokumen dari Lembaga Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain :

##### **1. Observasi**

Observasi yang digunakan yaitu observasi terus terang atau bersama dalam hal ini, penelitian melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas penelitian. tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak harus terang atau bersama dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang di cari merupakan data yang masih di rasahasiakan. kemungkinan kalau terus terang, maka penelitian tidak akan di ijinan untuk melakukan observasi, (Sugiyono, 2012:228)

Observasi dilakukan secara langsung dengan mendatangi Bus Samsat Keliling yang berada di pusat perbelanjaan khususnya di Mal SKA.

##### **2. Wawancara**

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada responden dan jawaban jawaban responden dicatat dan direkam. Dalam penelitian ini penelitian melakukan wawancara terbuka, maka para subjek atau diwawancarai tahu bahwa mereka sedang di wawancarai dan mengetahui pula pada maksud

dan tujuan wawancara itu, (Meleong, 2010:189)

Wawancara dilakukan kepada Kepala Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau yaitu Bapak Bapak Budi Yan Putra Ali.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumentasi bisa berbentuk dokumen *public* atau dokumen privat. (Kriyantono, 2006:11)

## F. Teknik Pengujian Keabsahan Data

Peneliti menggunakan *triangulation analysis* (analisis triangulasi) yaitu menganalisis jawaban subyek penelitian dengan meneliti autentisitasnya berdasarkan data empiris yang ada. Peneliti menjadi fasilitator untuk menguji keabsahan setiap jawaban berdasarkan dokumen atau data lain, serta alasan yang logis. (Kriyantono, 2006:38). Triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber. Menurut Sugiyono (2012: 330) triangulasi sumber berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama.

Dan pada penelitian ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan informan sesuai dengan kondisi lapangan yang menjadi objek penelitian. Bogdan dan Taylor (Moleong, 2010:3) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.



## F. Teknik Analisis Data

Dalam proses analisis data yang akan dilakukan yaitu menggunakan model interaktif. Inti yang dapat diambil dari analisis interaktif menurut Miles dan Huberman (dalam Bungin, 2008 : 69)

### 1. Reduksi Data

Diartikan sebagai proses pemilihan atau seleksi, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transportasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data

### 2. Penyajian Data

Adalah sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan penyajian data, peneliti dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan berdasarkan pemahaman tentang penyajian data

### 3. Menarik Kesimpulan/*verifikasi*

Kesimpulan yang diambil akan ditangani secara longgar dan tetap terbuka sebagai kesimpulan yang semula belum jelas kemudian akan meningkat menjadi lebih rinci, mengakar dan kokoh. Kesimpulan ini juga diverifikasi selama penelitian berlangsung dengan maksud untuk menguji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokkannya yang merupakan validitasnya.

Model analisis *interaktif* ini sengaja dipilih dan bukannya model analisa *linier* yang dipilih disebabkan oleh sifat dari model analisis interaktif ini yang memungkinkan pengulangan dalam menggali data di lapangan apabila terjadi kekurangan dalam reduksi dan penyajian data. Adapun tujuannya adalah untuk lebih memperdalam proses analisis suatu data. Hal ini berbeda dengan model linier yang menggali datanya hanya bersifat sekali dan tidak bersifat siklus seperti halnya model analisis interaktif.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) didirikan berdasarkan Instruksi Bersama Menteri Pertahanan Keamanan, Menteri Dalam Negeri dan Menteri Keuangan Nomor : INS/03/M/X/1999, Nomor : 29 Tahun 1999, Nomor : 6/IMK.014/1999, tentang pelaksanaan Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) dalam Penerbitan Surat Tanda Nomor Kendaraan Bermotor (STNK), Surat Tanda Coba Kendaraan Bermotor (STCK), Tanda Nomor Kendaraan Bermotor (TNKB), Tanda Coba Kendaraan Bermotor (TCKB) dan Pungutan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB) serta Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ). SAMSAT terdiri atas 3 (tiga) instansi yaitu Kepolisian, Pemerintah Daerah serta Jasa Raharja.

Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan berdiri sejak tahun 1997 dan merupakan pemekaran dari SAMSAT Kota Pekanbaru. Tujuan dibentuknya Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan adalah sebagai upaya peningkatan pajak daerah, mendekatkan dan memberikan pelayanan kepada masyarakat yang lebih berdaya guna dan berhasil guna dengan tidak mengenyampingkan faktor keamanan dalam setiap proses pendaftaran kendaraan bermotor. Adapun cakupan kewenangan kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan dalam bidang registrasi dan identifikasi kendaraan bermotor adalah meliputi :

a. Pendaftaran Bea Balik Nama Pertama/BBN I mencakup :

1. Pendaftaran kendaraan baru.
2. Pendaftaran kendaraan eks luar daerah.
3. Pendaftaran kendaraan eks Dump TNI / Polri.
4. Pendaftaran kendaraan eks lelang / putusan pengadilan

b. Pendaftaran Bea Balik Nama Kedua dan seterusnya/BBN II mencakup :

1. Pendaftaran kendaraan tukar nama, rubah bentuk, ganti warna, ganti nopol, pindah alamat.
2. Pendaftaran kendaraan mutasi keluar daerah.
3. Pelayanan cek fisik kendaraan bermotor.
4. Perpanjangan STNK setiap 5 tahun.
5. Pengesahan STNK setiap 1 tahun.

Adapun visi dari Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan yaitu :“Terwujudnya Layanan Prima Demi Kepuasan Masyarakat”. Sedangkan misinya yaitu :

1. Menyediakan pelayanan kepada masyarakat wajib pajak dalam pengurusan surat tanda nomor kendaraan (STNK) dan surat ketetapan pajak daerah (skpd) secara cepat, tepat dan benar serta berpedoman pada ketentuan yang berlaku.
2. Menyelenggarakan tertib administrasi dokumen secara baik dan benar dalam rangka menjamin kepemilikan dan identitas data kendaraan bermotor.

3. Menyajikan data sebagai bahan informasi tentang identitas kepemilikan, kendaraan bermotor yang diperlukan, untuk pengambilan keputusan.
4. Melakukan upaya peningkatan untuk layanan melalui perbaikan sarana dan prasarana, sistem komputerisasi serta pengembangan sumber daya manusia (SDM).

Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan juga memiliki motto yaitu: “Kepuasan Masyarakat Adalah Citra Pelayanan Kami”. Sedangkan **janji layanan** pada Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan “Pelayanan Yang Cepat, Aman, Benar, Tidak Diskriminatif Dan Akuntabel”.

### C. Struktur Organisasi

Setiap perusahaan atau instansi yang telah berdiri sudah tentu menginginkan bagaimana agar instansi tersebut dapat berjalan dengan baik, berkembang, dan mendapatkan laba yang diharapkan sesuai dengan apa yang telah dilaksanakan dan direncanakan oleh pimpinan sebelumnya.

Dalam rangka untuk pencapaian tujuan yang diharapkan tersebut pimpinan dapat mempergunakan bantuan orang-orang yang mau bekerja sama pada instansi yang di pimpinnya.

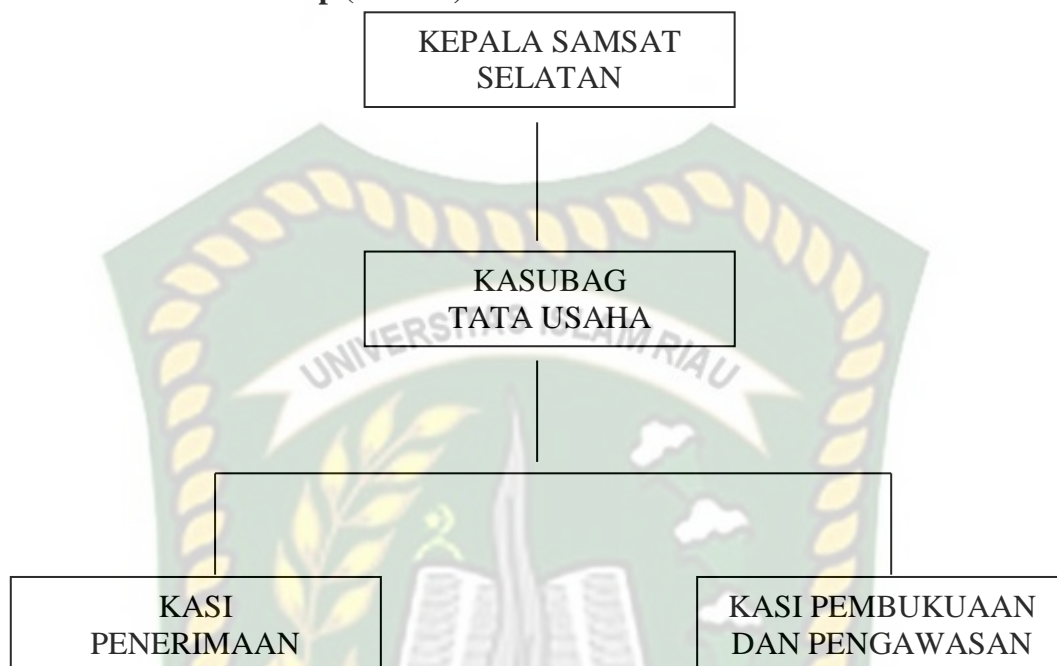
Dalam usaha untuk mengendalikan orang-orang atau para pegawai yang ada dalam instansi tersebut agar dapat bekerja dengan baik, maka pimpinan sebagai seorang manajer sudah tentu perlu mengkoordinir para pekerja sebaik mungkin, dan salah satu usaha yang bisa mengendalikan agar para pekerja mau bekerja dengan baik adalah dengan membentuk organisasi dan strukturnya.

Dengan adanya struktur organisasi tersebut para pekerja akan lebih mudah dan cepat untuk mengetahui siapa yang menjadi pimpinannya mulai dari tingkat terendah hingga sampai tingkat tertinggi. Disamping itu dengan adanya struktur organisasi tersebut para pekerja akan mengetahui bidang pekerjaan apa yang harus mereka kerjakan dan kepada siapa mereka bertanggung jawab atas pekerjaannya tersebut.

Sehubungan dengan hal diatas maka Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan merupakan suatu instansi yang bergerak untuk mencapai tujuan yang diharapkan, maka dalam hal ini pimpinan instansi telah membuat struktur organisasi sedemikian rupa sesuai dengan kegiatan instansi yang telah dilaksanakan. Susunan organisasi Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan terdiri dari : Kepala UPT Selatan, Kasubag Tata Usaha, Kasi Penerimaan, Kasi Pembukuan dan pengawasan serta pegawai.

Adapun struktur organisasi tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

**Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (Samsat) Pekanbaru Selatan**



**Sumber : Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan**

Ada susunan organisasi di Unit Pelaksana Teknis Pendapatan Pekanbaru Selatan Dinas Pendapatan Provinsi Riau terdiri dari :

a. Kepala Unit Pelaksana Teknis

Kepala Unit Pelaksana Teknis dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang berada dibawah dan bertanggungjawab kepada kepala Dinas, mempunyai tugas membantu Kepala Dinas. Dalam melaksanakan tugas, Kepala Unit Pelaksana Teknis memiliki fungsi sebagai berikut :

1. Memimpin, mengatur dan mengendalikan kegiatan Unit Pelaksana Teknis;
2. Menetapkan rencana kerja operasional tahunan;
3. Menyelenggarakan peraturan pelayanan umum bidang PKB dan BBNK;

4. Melaksanakan koordinasi dengan instansi terkait;
5. Menyelenggarakan evaluasi dan pelaporan kegiatan Unit Pelaksana Teknis.

b. Kepala Sub Bagian Tata Usaha

Bagian Tata Usaha dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang berada dibawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Unit Pelaksana Teknis, Mempunyai tugas membantu Kepala Unit Pelaksana Teknis, dalam melaksanakan tugas, bagian tata usaha memiliki fungsi sebagai berikut :

1. Melaksanakan kegiatan dalam bidang tatausaha;
2. Menyimpan dan menyusun rencana anggaran;
3. Melaksanakan pengelolaan dibidang kepegawaian, keuangan, perlengkapan dan umum dilingkungan Unit Pelaksana Teknis;
4. Memberikan saran dan pertimbangan kepada Kepala Unit Pelaksana Teknis mengenai hal-hal berkaitan dengan pelaksanaan tugas kedinasan;
5. Mengumpulkan dan mengelola bahan/laporan di bidang administrasi serta mengajukan pemecahan masalah dan pertimbangannya kepada Kepala Unit Pelaksana Teknis untuk dijadikan bahan pertimbangan lebih lanjut;
6. Melaksanakan Koordinasi dengan instansi terkait;
7. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

c. Kepala Sub Bagian Penerimaan Pendapatan Daerah

Bagian Penerimaan Pendapatan Daerah dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang berada dibawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Unit



Pelaksana Teknis, mempunyai tugas membantu Kepala Unit Pelaksana Teknis. Dalam melaksanakan tugas, bagian Bidang Penerimaan Pendapatan Daerah memiliki fungsi sebagai berikut :

1. Penyusunan dan pelaksanaan rencana program kerja dibidang penerimaan pendapatan daerah;
2. Penyelenggaraan pembukuan penerimaan pajak daerah;
3. Penyiapan pelaporan realisasi penerimaan dan tunggakan pajak daerah;
4. Pelaksanaan evaluasi dalam penyusunan laporan pelaksanaan program kerja bidang penerimaan;
5. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.
6. Kepala Sub Bidang Penagihan pengawasan Bidang penagihan dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang berada dibawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Unit Pelaksana Teknis, mempunyai tugas membantu Kepala Unit Pelaksana Teknis. Dalam melaksanakan tugas, bagian penagihan memiliki tugas dan fungsinya :
  - a) Penyusunan rencana program dan petunjuk teknis dibidang penagihan;
  - b) Pelaksanaan program dan petunjuk teknis dibidang penagihan;
  - c) Pengawasan, pembinaan dan pengendalian dibidang penagihan;
  - d) Pelaksanaan monitoring, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas;
  - e) Pelaksanaan koordinasi dan kerja sama dengan lembaga/instansi lain dibidang penagihan;

- f) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

## **B. Hasil Penelitian**

Dalam berkomunikasi, tentunya harus ada ilmu atau keahlian didalamnya, supaya pesan yang hendak disampaikan dapat tersampaikan dengan baik. Ilmu komunikasi adalah upaya atau suatu usaha yang sistematis untuk pembentukan asas-asas penyampaian informasi dan untuk membentuk pendapat dan juga sikap. Sehingga komunikasi dapat dikatakan sebagai upaya yang teratur untuk merumuskan sebuah pesan yang akan disampaikan dan diharapkan timbulnya *feedback* (Effendy, 2008).

Salah satu aktivitas yang berkaitan dengan strategi komunikasi adalah berkomunikasi, hal tersebut tidak dapat dihilangkan dan akan melekat selamanya pada kehidupan manusia didunia. Komunikasi dapat berlangsung dengan berbagai hal, bisa melalui tatap muka secara langsung atau juga bisa dilakukan melalui bantuan telepon rumah/telepon genggam, dan bahkan makin kesini makin canggih dengan menggunakan fasilitas internet. Dalam komunikasi, ada yang ingin dicapai yaitu keinginan komunikan untuk menyampaikan sebuah pesan yang ingin dibagikan pada lawan bicaranya, dengan harapan lawan bicara tersebut dapat menangkap isi pesan tersebut dengan baik.

Rencana apa yang akan disusun untuk strategi komunikasi dalam menangani kasus penanganan keterlambatan pajak. Strategi pada hakikatnya merupakan sebuah rangkain perencanaan (*planning*) dengan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan, namun agar tujuan tersebut tercapai,

strategi tidak hanya berfungsi sebagai panduan yang hanya menentukan arah jalannya saja, tetapi harus dapat menunjukkan bagaimana cara operasionalnya (Effendy, 2003). Strategi juga harus bisa menggambarkan apa yang harus dilakukan dan bagaimana cara melakukannya.

Melihat dari beberapa hal tersebut memang strategi komunikasi yang matang perlu adanya, agar pesan yang disampaikan pada masyarakat dapat diserap dengan maksimal atau sesuai dengan yang dimaksudkan. Strategi dalam komunikasi juga sangat dibutuhkan, karena keberhasilan suatu komunikasi yang efektif ditentukan oleh bagaimana matangnya strategi komunikasi yang telah ditentukan, dalam hal ini khususnya dalam kegiatan komunikasi massa, tanpa adanya strategi komunikasi yang matang bukan tidak mungkin berakibat timbulnya pengaruh negatif.

Strategi komunikasi terbentuk dengan adanya kombinasi dari perencanaan dan manajemen yang menjadi satu, sehingga dapat mencapai suatu tujuan yg di harapkan untuk kelancaran suatu komunikasi. Sehingga strategi komunikasi juga dapat dikatakan sebagai sebuah metode atau langkah yang diambil untuk mencapai suatu keberhasilan proses penyampaian pesan yang di berikan oleh salah satu orang kepada orang lain untuk memberitahukan atau mengubah sikap, perilaku dan pendapat, baik secara langsung dan tidak langsung (melalui media).

Sosialisasi melalui mobil Samsat keliling ini bertujuan agar mempermudah masyarakat dalam membayar pajak dan mempermudah jangkauan masyarakat karna mobil keliling ini berada di beberapa tempat keramaian seperti pusat perbelanjaan. Sosialisasi ini berupa pemberian informasi mengenai pajak untuk

masyarakat melalui mobil keliling yang sengaja di tempatkan ditempat yang telah ditetapkan. Namun sosialisasi pelayanan mobil mobil pajak keliling masih belum menyeluruh dan sampai ke telinga masyarakat. Masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui sosialisasi pelayanan program pajak keliling. Demikian dapat diartikan bahwa dengan adanya Samsat Keliling pihak BPD melakukan sosialisasi untuk memberikan informasi pentingnya pembayaran pajak dengan tepat waktu tanpa harus pergi ke kantor Samsat dan bisa menikmati berbelanja sambil membayar pajak pada mobil Samsat yang disediakan.

Penyampaian informasi yang baru pada masyarakat dilakukan dapat dilakukan dengan secara tatap muka dengan individu wajib pajak yang mengurus PKB maupun melalui media komunikasi yang tersedia. Hal ini sebagaimana pengamatan peneliti yang melihat secara langsung proses penyampaian informasi tersebut maupun pemberian selebaran atau brosur bagi masyarakat.

### **1. Menggunakan Media**

Penyampaian informasi pelayanan PKB menurut penjelasan dari informan Asdiana Mekuو bahwa informasi terbaru dapat disampaikan bahwa :

*“langsung, ataupun melalui brosur-brosur, terusa saya liat reklame-reklame yang ada disepanjang jalan umum dan jalan besar sehingga kami masyarakat ini bisa langsung membaca, apalagi sekarang ada berita tentang pembebasan denda pajak. Jadi dari reklame tersebut kami mengetahui infoemasi yang dikeluarkan oleh Samsat ini dan kami sangat berterimakasih dengan adanya informasi tersebut dan akan segera mengurus pajak kendaraan kami”*.(Wawancara, 20 September 2020).

Menurut Informan Asdiana Mekuo cara menyampaikan pesan dengan pola demikian kepada masyarakat melalui informasi langsung ataupun juga melalui brosur yang ada di Kantor Samsat agar masyarakat yang mengetahui informasi tersebut bias segera meresponnya.

Demikian pula dengan pernyataan dari informan Bapak Deddy Agus Susanto selaku Kepala kantor Bersama Samsat Kota Pekanbaru :

*“Penyampaian pesan terbaru ya melalui brosur, spanduk yang dipasang di Kantor Samsat Kota Pekanbaru, atau juga bisa Pamflet di jalan-jalan, media iklan ini sangat membantu kami yang banyak kekurangan informasi menegani pembayaran pajak. Saya saja kalau tidak jalan-jalan ke mal SKA kemaraen tidak tahu kalau pajak bisa dibayarkan di mobil Samsat keliling, nah ini karena kami tidak memproleh informasi terkait adanya mobil Samsat Keliling tersebut”.* (Wawancara, 20 September 2020).

Hasil wawancara yang dituturkan oleh Bapak Deddy Agus Susanto, bahwa proses penyampaian pesan dapat dilakukan melalui brosur bahkan spanduk yang terpasang di seluruh Kantor Samsat, ataupun melalui pamflet yang terpasang di sepanjang jalan. Hal ini untuk memberikan kesan yang menarik dan juga penting, sehingga bila wajib pajak yang sedang dalam perjalanan, otomatis mereka akan membaca info tersebut. Informan Andi juga memaparkan hal yang serupa :

*“Bahwa pesan yang di sampaikan dapat melalui informasi secara langsung, ataupun dengan melalui brosur dan spanduk, atau pamphlet yang tersebar di seluruh Kota Pekanbaru dan sekitarnya. Sebisa mungkin informasi yang kami berikan dapat memberikan bantuan informasi kepada*

*masyarakat luas yang terkendala untuk membayar pajak dan akan berusaha mengembangan media lainnya berupa media online agar masyarakat mudah untuk mencerna karena zaman sekarang banyak masyarakat yang lebih banyak menggunakan media online”. (Wawancara, 20 September 2020).*

Hasil wawancara yang dikemukakan dalam penyampaian informasi terbaru pada masyarakat dilaksanakan dengan berbagai cara yakni secara langsung, maupun melalui media komunikasi agar masyarakat lebih cepat merespon informasi tersebut. Media komunikasi yang terdiri atas brosur, pamflet maupun spanduk dapat dengan mudah diterima masyarakat.

Hasil pernyataan masyarakat yang telah merasakan pelayanan pembayaran pajak kendaraan Bapak Rahman pada tanggal 22 September 2020 menyatakan bahwa :

*“menurut saya ya perhatian yang diberikan pegawai kepada masyarakat yang dengan memberikan informasi terkait dengan pengurusan pajak kendaraan bermotor ini, misalnya pegawai memberikan brosur kepada masyarakat secara langsung tentang adanya layanan program mobil Samsat keliling ini. Dengan brosur yang dibagikan kemungkinan besar masyarakat akan selalu mengingat dengan adanya tata cara pembayaran pajak terbaru berikutnya yang bisa dilakukan tanpa harus datang ke kantor Samsat.”*

Selanjutnya hasil tanggapan masyarakat lainnya terkait pelayanan yang diberikan dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor yaitu Bapak Ruliansyah pada tanggal 22 September 2020 menyatakan bahwa :

*“disini kami sebagai masyarakat yang mengurus pembayaran pajak kendaraan bermotor khususnya roda 2 merasa telah mendapatkan informasi yang optimal dari para pegawai. Selain penyampaian informasi melalui pegawai langsung pihak Samasat juga telah menempelkan berbagai macam informasi di setiap dinding agar masyarakat dapat membaca. Saya menilai pegawai kurang memberikan informasi mengenai persyaratan dalam membayar pajak kendaraan bermotor pada Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan sehingga banyak masyarakat mengulang pengurusan karena syarat-syarat yang tidak diketahui. Pegawai dinilai kurang responsive dalam melayani masyarakat.”*

Sementara itu hasil wawancara dengan Kepala Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan yang bernama Bapak Budi Yan Putra Ali pada tanggal 15 September 2020, yang diperoleh informasi bahwa :

*“Informasi terkait pegawai kepada masyarakat yang membayar pajak kendaraan bermotor khususnya roda 2 sudah optimal. Untuk mendapatkan informasi yang jelas dan lengkap mengenai pembayaran pajak kendaraan bermotor khususnya roda 2 bukan hanya dari pegawai saja informasinya juga dapat dilihat dari informasi-informasi yang telah ditempel di dinding Samsat kemudian brosur-brosur yang disebarakan atau*

*disediakan terkait layanan pembayaran pajak tambahan yaitu pembyaran pajak tahunan melalui mobil Samsat keliling yang lebih mudah dijangkau masyarakat, karena bisa membayar pajak sambil berbelanja atau kegiatan lainnya.”*

Masyarakat menilai bahwa pegawai kurang cepat dalam melayani masyarakat yang akan membayar pajak kendaraan bermotor khususnya roda 2 baik dalam menyampaikan informasi mengenai waktu penyelesaian, syarat-syarat yang harus diberikan serta pelayanan yang berbelit-belit. Masyarakat merasa pelayanan yang diberikan pegawai belum seluruhnya secara optimal.

Kemudian hasil wawancara dengan Kepala Pelayanan Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan yang bernama Bapak Harisman pada tanggal 15 September 2020, yang diperoleh informasi bahwa :

*“informasi yang diberikan pegawai kepada masyarakat sudah optimal, pihak Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan juga telah menempel informasi disetiap sudut ruangan agar masyarakat mudah memperoleh informasi. Apabila terkendala waktu penyelesaian yang cukup lama maka hal itu dapat disebabkan karena banyaknya jumlah surat-surat yang harus dikerjakan setiap harinya sehingga pegawai merasa kewalahan dalam menyelesaikan surat-surat yang mau diselesaikan dan jumlah pegawai yang melayani pembayaran pajak kendaraan bermotor tidak sebanding dengan jumlah masyarakat yang selalu datang dalam jumlah yang banyak.”*



Dalam melakukan transaksi dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor khususnya roda 2 pada Kantor Samsat banyak mengalami kendala salah satunya kendalanya dari faktor harga. Harga yang harus dibayarkan masyarakat dalam membayar pajak kendaraan bermotor khususnya roda 2 telah disesuaikan dengan yang ada dalam STNK pemilik kendaraan bermotor setiap tahunnya, apabila masyarakat ingin mendapatkan pelayanan yang cepat dan baik maka dapat membayar lebih dari harga yang telah ditetapkan, tentu saja hal ini sangat memberatkan bagi masyarakat karena setiap masyarakat memiliki pendapatan perekonomian yang berbeda-beda pula.

Hasil wawancara yang dituturkan oleh masyarakat yang membayar pajak yaitu Bapak Deddy Agus Susanto pada tanggal 24 September 2020, menyatakan bahwa :

*“proses penyampaian pesan dapat dilakukan melalui brosur bahkan spanduk yang terpasang di seluruh Kantor Samsat, ataupun melalui pamflet yang terpasang di sepanjang jalan. Hal ini untuk memberikan kesan yang menarik dan juga penting, sehingga bila wajib pajak yang sedang dalam perjalanan, otomatis mereka akan membaca info tersebut. Pesan yang disampaikan dapat melalui informasi secara langsung, ataupun dengan melalui brosur dan spanduk, atau pamphlet yang tersebar di seluruh Kota Pekanbaru dan sekitarnya”.*

Hasil wawancara yang dikemukakan dalam penyampaian informasi terbaru pada masyarakat dilaksanakan dengan berbagai cara yakni secara langsung, maupun melalui media komunikasi agar masyarakat lebih cepat merespon

informasi tersebut. Media komunikasi yang terdiri atas brosur, pamflet maupun spanduk dapat dengan mudah diterima masyarakat.

## 2. Komunikasi Tatap Muka (Langsung)

Pola komunikasi organisasi adalah model penyampaian dan pengiriman informasi dari pengirim kepada penerima dan dapat dipahami. Data di lapangan menunjukkan adanya pola komunikasi pelayanan publik yang dilakukan kantor Bersama Samsat Kota Pekanbaru. Seperti yang diungkapkan oleh Asdiana Meku,

*“kami sebisa mungkin melakukan pelayanan dengan memberikan informasi dengan setulus hati dan optimal melalui sosialisasi dengan membnerikan brosur-brosur pelayanan dan jadwal operasional mobil samsat keliling ini kemudian juga memasang spanduk untuk pelayanan yang kami berikan. Penyampaian informasi yang kami lakukan tergantung pada proses pelayanan pajak. Karena setiap wajib pajak itu prosedurnya berbeda. Informasi yang disampaikan berkaitan dengan syarat-syarat yang harus ada. Misalnya untuk pengesahan STNK 1 tahun dengan persyaratan BPKB, STNK asli semua. Untuk STNK 5 tahun ganti plat, syaratnya sama STNK asli di fotocopy rangkap 3 dan check physic kendaraan, kwitansi, pembelian materai 6 ribu. Balik nama juga bisa lokal syaratnya BPKB, STNK, KTP pemilik baru rangkap 5. Balik nama keluar daerah disebut dengan mutasi”.* (Wawancara, 20 September 2020).

Pernyataan tersebut mengungkapkan bahwa prosedur pelayanan publik sangat berbeda satu sama lain. Semua tergantung dari setiap proses pajak, sesuai

dengan keperluan wajib pajak tersebut. Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Deddy Agus Susanto Selaku Kepala Samsat Kota Pekanbaru :

*“Prosedur penyampaian informasi ya disesuaikan dengan kebutuhan wajib pajak. Kalau wajib pajak ingin mengurus pengesahan STNK 1 tahun itu kami berikan informasi terkait persyaratannya misalnya, harus melengkapi persyaratan seperti BPKB dan STNK, semuanya harus asli. Untuk penul ganti STNK 5 tahun syaratnya STNK asli di fotocopy rangkap 3, check fisik kendaraan, kwitansi dan materai 6 ribu. Sedangkan untuk mutasi penerbitan fiskal untuk mutasi pemindahan, mutasi masuk / keluar. Pokoknya setiap prosedur pelayanan berbeda beda.”*

Prosedur pelayanan publik itu disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan wajib pajak. Dan setiap proses pajak durasi waktunya juga berbeda. Dari seluruh penjelasan informan diatas, menyebutkan tentang prosedur pelayanan yang dilakukan Kantor Bersama Samsat Kota Pekanbaru yang harus dipenuhi oleh wajib pajak. Setiap keperluan wajib pajak memiliki syarat tertentu yang harus dilengkapi untuk kejelasan prosedur pelayanan, ketepatan dan kecepatan layanan publik di kantor Bersama Samsat Kota Pekanbaru.

Setiap proses wajib pajak harus melengkapi semua persyaratan yang berlaku dan sudah ditetapkan oleh petugas Samsat. Informan Bapak Deddy Agus Susanto juga menuturkan tentang tatacara pembayaran wajib pajak, yaitu :

*“pegawai selalu memberikan informasi apapun yang masyarakat pertanyakan, sudah ada tatacaranya ya sesuai dengan keperluan wajib pajak. Jika wajib pajak akan melakukan pengesahan STNK 1 tahun ya*

*harus melengkapi syarat-syaratnya. Setelah itu di proses oleh pegawai Samsat, dan si wajib pajak menunggu jalannya proses pelayanan”.*

Pernyataan tersebut menjelaskan, setiap pembayaran pajak kendaraan bermotor memiliki persyaratan dan durasi waktu yang berbeda dari proses pajak yang lain. Semuanya tergantung dengan kebutuhan masing-masing wajib pajak. proses pelayanan Tatacara pembayaran PKB, Bapak Andi menuturkan yaitu,

*“informasi terkait prosedur pembayaran wajib pajak kita sampaikan secara rinci karena tidak semua masyarakat yang mengetahuinya, misalnya mengisi formulir lengkap dengan persyaratan-persyaratan untuk diserahkan ke bagian loket yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan atau wajib pajak, saat pemrosesan wajib pajak di haruskan untuk menunggu sampai di panggil kembali. Dan untuk wajib pajak yang tidak memiliki KTP, berkas tidak dapat diproses”.*

Sarana dan prasarana yang disediakan juga sudah ketentuan dari Pemerintah setempat dan tersedianya sarana dan prasarana tersebut sudah cukup memadai. Masalah kebersihan memang dilakukan saat buka dan tutup kantor karena terbatasnya jumlah pegawai juga. Tetapi kami pihak Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan berusaha optimal dalam melayani segala kepentingan masyarakat.

Kompetensi pegawai pada Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan dalam kategori cukup baik. Hal ini berdasarkan hasil tanggapan responden yang menyatakan bahwa dari pelayanan yang diberikan pegawai kepada masyarakat yang membayar pajak kendaraan bermotor khususnya

roda 2 serta kemampuan pegawai dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan masyarakat dinilai kurang terampil serta terkadang pegawai bersikap kurang sopan seperti terkadang berbicara agak keras dan kasar sehingga masyarakat merasa kurang nyaman dalam melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor khususnya roda 2. Pegawai berusaha seoptimal mungkin dalam melayani masyarakat, pegawai juga sudah dapat memberikan informasi yang dibutuhkan serta kesopanan pegawai yang diutamakan. Karena keadaan fisik pegawai yang melayani terlalu banyak masyarakat yang datang maka masyarakat merasa pegawai kurang sopan dalam memberikan pelayanan.

Prosedur penyampaian informasi baik langsung maupun tidak langsung sudah disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan wajib pajak. Dan setiap proses pajak durasi waktunya juga berbeda. Dari seluruh penjelasan informan diatas, menyebutkan tentang prosedur pelayanan yang dilakukan Kantor Bersama Samsat Kota Pekanbaru yang harus dipenuhi oleh wajib pajak. Setiap keperluan wajib pajak memiliki syarat tertentu yang harus dilengkapi untuk kejelasan prosedur pelayanan, ketepatan dan kecepatan layanan publik di kantor Bersama Samsat Kota Pekanbaru.

### **C. Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Pekanbaru Selatan mengenai Komunikasi Organisasi Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Pembayaran Pajak Kendaraan Melalui Mobil Samsat Keliling di Kota Pekanbaru memperoleh kesimpulan bahwa informasi melalui komunikasi

yang diberikan baik secara tatap muka maupun secara media dari pegawai kepada masyarakat yang membayar pajak kendaraan bermotor khususnya roda 2 dalam kategori cukup baik.

Hal ini dinilai masyarakat karena menilai pegawai masih ada yang kurang baik dalam memberikan informasi lengkap kepada masyarakat mengenai prosedur pembayaran pajak, pegawai terkesan lamban dalam melayani masyarakat, kemudian perlakuan masyarakat kemasayarakat lainnya cenderung tidak sama, berikutnya pegawai kadang bersikap kasar kepada masyarakat yang ingin bertanya terkait pembayaran pajak kendaraan bermotor roda dua tahunan.

Meskipun proses komunikasi sudah disusun dan dirancang secara sistematis dan matang belum tentu akan berjalan dengan lancar tanpa hambatan apapun (Habsari, 2013). Dalam komunikasi akan ditemukan adanya suatu hambatan-hambatan dalam komunikasi tersebut. hambatan-hambatan dalam komunikasi juga dihadapi oleh Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau. Hambatan yang ditemukan oleh Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau dalam pemungutan pajak kendaraan bermotor adalah dalam membayar pajak kendarannya banyak WP yang belum balik nama, artinya bahwa mereka para WP belum mempunyai yang atas nama sendiri, jadi WP harus mencari KTP atas nama yang tertera di STNK. Menurut UU di peraturan daerah seharusnya 30 hari kendaraan tersebut pindah tangan, STNK dan BPKB harus sudah balik nama dengan pemilik yang sekarang.

Kendala lain adalah masih berhubungan dengan belum balik nama kendaraan bermotor tersebut adalah karena terkadang masih kreditan, sehingga

BPKB masih ditahan oleh leasing, jadi untuk membayar pajak, pemilik kendaraan yang sekarang harus mencari KTP pemilik kendaraan sebelumnya. Masyarakat terkadang enggan balik nama kendaraan bermotor karena mereka tidak mengetahui biaya balik nama sebenarnya itu murah.

Strategi komunikasi ini dapat dilakukan melalui internal maupun eksternal. Hambatan-hambatan yang dihadapi oleh Kantor Samsat dalam sosialisasi adalah berupa hambatan yang berasal dari internal maupun berasal dari eksternal. Hambatan-hambatan yang berasal dari internal yang dihadapi oleh Kantor Samsat seperti masih terbatasnya sumber daya manusia yang kompeten di bidang komunikasi. Masih rendahnya kapasitas dan kompetensi SDM yang ada dalam hal ini adalah penyampaian pelaksanaan pengurusan pajak, termasuk dalam penyampaian mengenai sanksi denda atas keterlambatan pajak.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa sumber daya manusia mempunyai pengaruh yang besar terhadap keberhasilan suatu perusahaan atau organisasi. Rendahnya SDM dalam perusahaan tersebut, maka tujuan dari perusahaan tersebut sulit untuk tercapai. Oleh karena itu, komunikasi internal sangat penting dilakukan terutama apabila dalam suatu perusahaan atau organisasi mengalami suatu permasalahan.

Selain hambatan strategi komunikasi yang berasal dari internal, Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau juga mengalami hambatan yang berasal dari eksternal. Hambatan-hambatan eksternal yang sering dihadapi oleh Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau ini adalah misalkan masih adanya WP yang enggan melaporkan kendaraan yang masih menunggak pajaknya. Selain

permasalahan sumber daya manusia yang terkadang kurang komunikasi, permasalahan lainnya adalah terbatasnya media yang digunakan. Masih terbatasnya media komunikasi antara petugas pelayanan dengan WP, seperti contohnya sms center atau call center.

Hambatan-hambatan komunikasi eksternal yang dihadapi oleh Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau adalah kurangnya komunikasi antara petugas dan WP yang menjadi salah satu penyebab keterlambatan pajak kendaraan bermotor seperti sms center atau call center. Hambatan-hambatan eksternal Kantor Samsat yang lainnya adalah kurang maksimalnya pengelolaan media eksternal. Selain kurang maksimalnya penggunaan media komunikasi, hambatan lain adalah masih adanya WP yang enggan melaporkan kendaraan yang menunggak pajaknya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Habsari, 2013) yang menunjukkan bahwa hambatan dalam pelaksanaan komunikasi eksternal adalah adanya sumber daya manusia yang kurang maksimal dalam komunikasi dengan WP dan kurang maksimalnya dalam penggunaan media komunikasi yang dalam penelitian ini adalah bagian internal Kantor Samsat yang belum berfungsi secara maksimal.

Media komunikasi yang digunakan dalam komunikasi baik internal maupun eksternal memerlukan pengelolaan yang bertujuan untuk memperlancar aktivitas komunikasi. Selain untuk memperlancar komunikasi, hal ini juga bertujuan untuk menghindari atau meminimalisir terjadinya permasalahan-permasalahan baik yang bersifat teknis maupun non teknis yang dapat menyebabkan terkendalanya informasi yang bertujuan untuk disampaikan ke



sasaran komunikasi maupun informasi yang diterima atau masuk ke perusahaan atau lembaga dari luar dapat terhambat.

Didalam komunikasi interpersonal terdapat beberapa unsur-unsur atau komponen yang diterapkan dalam kegiatan komunikasi interpersonal terkait dengan penanganan keterlambatan pajak di Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau. Komunikasi interpersonal yang efektif adalah komunikasi yang diawali dengan hubungan antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara langsung yang baik. Contoh hubungan dua orang yang baik adalah komunikasi antara atasan dan bawahan, guru dengan siswa, mahasiswa dengan dosennya yang dapat dijadikan sebagai modal adanya sebuah komunikasi interpersonal yang baik dan efektif. Salah satu komponen komunikasi interpersonal adalah sumber/komunikator. Sumber/komunikator adalah orang yang mempunyai tujuan untuk berkomunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan keinginannya sendiri baik yang bersifat emosional maupun informasional dengan orang lain (Suranto, 2011).

Dalam melaksanakan strategi komunikasi interpersonal untuk menangani keterlambatan pajak kendaraan bermotor, Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau mengadakan program menyampaikan informasi kepada pengunjung pusat perbelanjaan atau tempat keramaian wajib pajak yang terlambat membayar pajak, hal tersebut dilakukan sebagai usaha untuk mengenal khalayak. Selain itu Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau juga melakukan diskusi terbuka, seperti melakukan sosialisasi langsung kepada wajib pajak di kecamatan dan di beberapa sekolah-sekolah. Sosialisasi tersebut menyampaikan beberapa himbauan secara

langsung kepada wajib pajak agar membayar pajak tepat waktu dan menjelaskan bahwa membayar pajak saat ini sangatlah mudah dan cepat. Sosialisasi tersebut dilaksanakan dengan melibatkan aparat Kecamatan dan sekolah.

Perlu disadari dalam proses komunikasi, bahwa baik sebagai pihak komunikator maupun wajib pajak sebagai penerima informasi dari komunikator mempunyai suatu kepentingan yang sama. Dalam hal ini kepentingan yang sama adalah sama-sama berkewajiban membayar pajak kendaraan bermotor. Kesamaan kepentingan di sini adalah sebagai contoh bahwa untuk pihak wajib pajak apabila membayar pajak dengan tepat waktu dapat merasa lebih nyaman dan karena tidak adanya denda keterlambatan sehingga dapat menghemat keuangan. Dan untuk pihak komunikator yang dalam hal ini adalah pihak Samsat, apabila wajib pajak tertib, maka hal ini akan memudahkan komunikator dalam meningkatkan jumlah PAD.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian hasil penelitian yang dilakukan mengenai komunikasi organisasi Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau dalam mensosialisasikan pembayaran pajak kendaraan melalui Mobil Samsat Keliling di Kota Pekanbaru disimpulkan bahwa belum berjalan secara optimal, hal ini ditandai dengan masih kurang efektifnya sosialisasi yang dilakukan pihak terkait dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat mengenai layanan pembayaran pajak melalui mobil Samsat Keliling.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Komunikasi merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap keberhasilan jalannya penyelenggaraan pelayanan publik. Begitu juga dengan penyelenggaraan pelayanan pajak kendaraan bermotor, komunikasi merupakan faktor yang sangat penting. Mengingat bahwa SAMSAT Kota Pekanbaru merupakan system kerjasama terpadu antar tiga instansi yaitu POLRI, DISPENDA dan PT. Jasa Raharja. Dengan komunikasi yang baik antara ketiga instansi tersebut maka pelayanan dapat berjalan lancar dan memuaskan bagi wajib pajak. Dengan selalu berkomunikasi dan bekerjasama, SAMSAT mencoba untuk meminimalisir kesalahan

pemberian pelayanan wajib pajak. Selain komunikasi antar instansi, komunikasi dengan masyarakat atau wajib pajak juga sangat penting.

2. Struktur organisasi SAMSAT Kota Pekanbaru menggambarkan jelas kedudukan tiga instansi yang bekerjasama. Masing-masing memiliki tugas dan kewenangannya sendiri.
3. Pentingnya meningkatkan koordinasi antar instansi secara berkala untuk melakukan koordinasi serta evaluasi terhadap penyelenggaraan pelayanan pajak kendaraan bermotor. Mengingat SAMSAT merupakan system kerjasama terpadu antar tiga instansi yang membutuhkan koordinasi untuk memperoleh hasil pelayanan yang sesuai harapan wajib pajak.
4. Dalam optimalisasi pelayanan pajak kendaraan bermotor dalam Sistem Administrasi Manunggal Di Bawah Satu Atap pihak-pihak terkait khususnya Tim Pembina SAMSAT Provinsi (PemerintahProvinsi) dan masyarakat (wajibpajak) harus bias bekerjasama dan mendukung aparat di Kantor SAMSAT Kota Pekanbaru untuk membuat pelayanan khususnya pelayanan pajak kendaraan bermotor menjadi optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alo, Liliweri. 2011. Komunikasi Antar Personal. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- A.W. Widjaja. 2000. Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. Jakarta : Bumi. Aksara.
- Abdul Chaer. 2007. Linguistik Umum. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariesto H. Sutopo. 2012. Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pendidikan. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- AW Suranto. 2011. Komunikasi Interpersonal. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bungin, Burhan. 2006. Sosiologi Komunikasi. Jakarta :Prenada Media Group.
- Daft L, Richard. 2003. Manajemen. Jakarta : Erlangga.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Remaja Rosda Karya: Bandung.
- \_\_\_\_\_.2003 Ilmu Teori dan Filsqfat Komunikasi. Citra Aditya Bakti : Bandung.
- Habsari, 2013. Teori Komunikasi. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Harahap, Edi dan Ahmad Syarwani. 2016. Komunikasi Antar Pribadi. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Ihromi. 1999. Bunga Rampai Sosiologi Keluarga. Jakarta: Obor.
- Kriyantono, Rahmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : PT. Kencana Perdana.
- Mangkunegara. 2011. Manajemen Sumber Daya Perusahaan. PT . Remaja. Rosdakarya. Bandung.
- Moleong, L. J. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: Remaja Rosda karya.
- Purwanto Djoko. 2011. Komunikasi Bisnis. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Ruliana, Poppy. 2014. Komunikasi Organisasi : Teori dan Studi Kasus. Jakarta : Rajawali Pers.

Sarwono, W. S. 2009. Pengantar Psikologi Umum. Rajawali Pers. Jakarta.

Soekanto, Soerjono, 1993. Memperkenalkan Sosiologi, Jakarta: Rajawali Press.

Sugiyono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif'.Bandung : ALFABETA.

Tinambunan,W.E. 2010. Teori — teori komunikasi. Swakarya, Jakarta.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau