

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PENDAPATAN DAERAH DALAM MENSOSIALISASIKAN PERATURAN DAERAH NOMOR 4 TAHUN 2011 TENTANG PAJAK DAERAH KOTA SAMARINDA (Studi Kasus Sosialisasi Pajak Rumah Kost Di Samarinda)

Muhammad Rizky Novaldi¹

Abstrak

Muhammad Rizky Novaldi,2017“*Analisis Strategi Komunikasi Dinas Pendapatan Daerah Dalam Mensosialisasikan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah Kota Samarinda (Studi Kasus Sosialisasi Pajak Rumah Kost Di Samarinda)*”,di bawah bimbinganIbu Drs. Santi Rande, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I dan BapakSabiruddin, S.SosI, M.A selaku Dosen Pembimbing II, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda dalam mensosialisasikan pajak rumah kost di dalam PERDA Nomor 4 Tahun 2011 tentang pajak daerah dan mendiskripsikan serta menganalisis Strategi Komunikasi Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda dalam mensosialisasikan Pajak Rumah Kost PERDA Nomor 04 Tahun 2011.Pengumpulan data dilakukan melalui penelitian lapangan yang meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi.Narasumber dari penelitian ini adalah Staf dan Kepala seksi pembinaan dan penyuluhan, dan pemilik rumah kost.Data-data yang dikumpulkan kemudian dideskripsikan dan dianalisis menggunakan analisis data interaktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan strategi yang digunakan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda Strategi komunikasi dalam mensosialisasi pajak rumah kost yaitudengan penyampaian pesan langsung, dan melalui perantara media cetak maupun elektronik.Komunikasi tersebut dinilai kurang efisien dalam penyebaran pesan, pemilihan media, dan tindak lanjut informasi yang diberikan.

Kata Kunci : *Analisis Strategi Komunikasi, Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda, Pajak Rumah Kost.*

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.Noval21n@gmail.com

Pendahuluan

Produk hukum daerah meliputi berbagai produk pengaturan atau penetapan (keputusan). Yang termasuk bentuk pengaturan adalah Peraturan Daerah atau dengan nama lain disebut Peraturan Kepala Daerah, Peraturan Bersama Kepala Daerah, dan Peraturan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Sedangkan yang berbentuk keputusan meliputi Keputusan Kepala Daerah, Keputusan DPRD, Keputusan Pimpinan DPRD, dan Keputusan Badan Kehormatan Badan DPRD.

Pemerintah Daerah (Pemda) mempunyai kewenangan membentuk produk hukum daerah untuk menjalankan otonomi daerah, tugas pembantuan atau untuk menyelesaikan masalah khusus di daerahnya. Salah satu kewenangan yang ada pada Pemda adalah yang terkait dengan pemungutan pajak. Sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, Pemda dapat membentuk produk hukum daerah terkait dengan cara mensosialisasikan Perda ini.

Pasal 18 ayat (6) UUD 1945 telah memberikan kewenangan kepada Pemerintahan Daerah (Pemda) untuk membentuk Peraturan Daerah (Perda) dan peraturan-peraturan lain di dalam kerangka pelaksanaan otonomi dan tugas pembantuan. Peraturan-peraturan lain itulah yang diatur lebih lanjut dalam Pasal 8 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan berupa Peraturan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi/Kabupaten/Kota, Peraturan Gubernur/Bupati/Walikota, Peraturan Kepala Desa atau yang setingkat. Pasal 18 ayat (6) UUD 1945 telah memberikan kewenangan kepada Pemerintahan Daerah (Pemda) untuk membentuk Peraturan Daerah (Perda) dan peraturan-peraturan lain di dalam kerangka pelaksanaan otonomi dan tugas pembantuan.

Membayar pajak merupakan kegiatan menabung untuk hari kedepan. Tetapi, bagaimana dengan masalah yang ada sekarang? Kemiskinan, sehingga menyukarkan orang untuk membayar pajak. Akibatnya masyarakat akan menggunakan penghasilannya bukan untuk membayar pajak melainkan untuk hal-hal lain yang lebih penting bagi dirinya, tetapi sebagai pegawai pemerintah gimana cara nya untuk menyakinkan masyarakat dalam membayar pajak, dengan menyakinkan bahwa sanya membayar pajak ini sama dengan menabung, maksud dengan menabung di sini adalah untuk fasilitas pembangunan ekonomi dan pembangunan infastruktur di daerah masyarakat yang di gunakan.

Tim Penyuluhan Dispenda Kota Samarinda menjelaskan tentang Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 4 ayat (2) yang menyatakan bahwa penghasilan dari persewaan tanah dan bangunan yang bersifat final, PPN atas kegiatan membangun sendiri serta simulasi tata cara pengisian dan pelaporan surat pemberitahuan tahunan (SPT) PPh Orang Pribadi. Sosialisasi ini merupakan tahap awal dan akan terus dilanjutkan di kelurahan-kelurahan sentra kost lainnya sehingga diharapkan akan meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak sekaligus meningkatkan penerimaan pajak dari sektor usaha tersebut.

Data yang saya terima dari Dispenda (Dinas Pendapatan Daerah), Sampai dengan bulan juni 2016, rumah kost yang terdaftar sekitar 34 kost yang terdaftar dalam laporan data pajak hotel/rumah kost, dari sekian ratus yang memiliki

investasi dalam bentuk rumah kost, kenapa yang terdaftar cuman beberapa puluh saja yang terdaftar dalam data wajib pajak, dan yang lain nya yang memiliki rumah kost diatas 11 kamar, kenapa mereka tak mendaftarkan diri kepada pemerintah sebagai warga negara yang baik, dan apakah sosialisasi selama betahun-tahun ini sudah tepat sasaran atau belum dan apakah sudah efektif penyampaian pesan oleh oleh pemerintah kepada pemilik rumah kost, karna yang kita tahu bahwa sanya rumah kost yang ada di Samarinda sekarang ada banyak sekali, lebih dari 80 rumah kost di daerah Samarinda.

Setengah dari keseluruhan rumah kost di Samarinda, ada di wilayah kecamatan sungai pinang, menurut survei yang di lakukan oleh pemerintah kota, karena di wilayah kecamatan sungai pinang strategis untuk melakukan bisnis rumah kost, karena banyak orang luar daerah yang kuliah dan juga bekerja di kota Samarinda, rumah kost di Kecamatan Sungai Pinang sebanyak 40 rumah kost kurang lebih nya data yang saya peroleh.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka perumusan masalah yang dapat diambil sebagai dasar penelitian nya yaitu :

1. Bagaimana Strategi komunikasi Dinas Pendapatan Daerah, dalam mensosialisasikan perda no. 4 thn. 2011 (pajak rumah kost) di Kecamatan Sungai Pinang Kota Samarinda?
2. Apa faktor penghambat dan pendukung penyampaian pesan sosialisasi Dinas Pendapatan Daerah dalam mensosialisasikan pajak rumah kost?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dari penelitian ini dalaha sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi apa saja yang digunakan oleh Dinas Pendapatan Daerah, dalam melakukan sosialisasi pajak rumah kost di Kecamatan Sungai Pinang Kota Samarinda.
2. Untuk mengidentifikasi faktor penghambat dan pendukung penyampaian pesan sosialisasi Dinas Pendapatan Daerah.

Manfaat Penelitian

Setiap penelitian disertai dengan suatu harapan dimana hasilnya mempunyai manfaat yang maksimal, baik untuk peneliti maupun pihak lain atau masyarakat. Maka hasil penelitian ini diharapkan agar dapat berguna untuk :

1. Sebagai bahan informasi untuk dipertimbangkan oleh Pemerintah Kota Samarinda untuk menyusun sebagai program guna meningkatkan upaya dalam pelaksanaan sosialisasi yang baik dan benar.
2. Sebagai bahan literatur bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Politik terutama Mahasiswa Universitas Mulawarman Samarinda yang ini melakukan penelitian di masa akan datang.

3. Sebagai bahan masukan bagi peneliti-peneliti lain yang ingin melakukan penelitian yang sejenis.
4. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis tentang Sosialisasi Pemerintah di bidang Perpajakan, Pendidikan, Ekonomi serta Distribusi Pendapatan sekarang ini yang dipengaruhi oleh berbagai variabel termasuk Indeks Pembangunan di Kota Samarinda.

Teori dan Konsep

Dalam penelitian yang bersifat ilmiah diperlukan teori dan konsep sebagai pedoman dan landasan bagi penulis. Oleh karena itu penulis mengemukakan beberapa pengertian dari teori-teori dan konsep yang berhubungan dengan penelitian ini yang berfungsi untuk memberikan batasan atau gambaran yang jelas penelitian. Adapun teori-teori dan konsep-konsep yang mendukung dalam penelitian ini dilampirkan sebagai berikut.

Komunikator

Komunikator menurut Marhaeni Fajar (2009) di kutip dari buku “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik”, Unsur yang paling dominan dalam keseluruhan proses komunikasi untuk mencapai efektivitas adalah komunikator, yaitu mereka yang menyusun dan melontarkan pesan atau pernyataan umum kepada khalayak. Kedudukan dan fungsi komunikator dalam upaya menciptakan efektivitas dalam proses komunikasi adalah penting sekali, karena dari padanya terletak efektif tidaknya pesan yang di sampaikan.

Tugas Komunikator

Dari satu sisi komunikator adalah mereka yang menyampaikan gagasan dan informasi kepada pihak lain. Tetapi di sisi lain sang komunikator wajib mendengar. Dengan kemampuan untuk mendengar aspirasi komunikan atau pihak yang lain ternyata komunikasi lebih bisa dimengerti. Membuat orang lain mengerti memang penting, sebab gagasan kita bisa masuk dan bisa terlaksana. Berusaha untuk berhenti bicara dan mendengarkan apa yang menjadi gagasan orang lain, sebaliknya membuat komunikasi berjalan timbal balik disusul adanya saling pengertian antara pihak-pihak komunikator dan komunikan yang terkait di dalam sebuah organisasi.

Fungsi Komunikator

Fungsi komunikator ialah pengutaraan pikiran dan perasaannya dalam bentuk pesan untuk membuat komunikan (penerima pesan) menjadi tahu atau berubah sikap, pendapat, atau perilakunya, dengan begini komunikator sebagai pengirim pesan harus bisa membuat komunikasi terpengaruh oleh informasi yang diberikan.

Strategi Komunikasi

Pesan sebagai satu-satunya kekuatan yang dimiliki oleh komunikator harus mampu mengungguli semua kekuatan yang ada untuk menciptakan efektivitas. Kekuatan pesan ini, dapat didukung oleh metode penyajian, media dan kekuatan kepribadian komunikator sendiri. Dalam hal ini maka perencanaan dan perumusan strategi dalam proses komunikasi, terutama dalam komunikasi inovasi. Berikut ini adalah strategi komunikasi yang harus dimiliki oleh komunikator.

KONSEP ANALISIS

Dalam ilmu sosial, analisis dalam upaya untuk memahami dan menjelaskan proses untuk masalah dan berbagai hal yang ada di dalamnya, Analisis isi (Content Analysis) adalah teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (replicable), dan sah data dengan memperhatikan konteksnya. Analisis isi berhubungan dengan komunikasi atau isi komunikasi. Logika dasar dalam komunikasi, bahwa setiap komunikasi selalu berisi pesan dalam sinyal komunikasinya itu, baik berupa verbal maupun nonverbal. Sejauh ini, makna komunikasi menjadi amat dominan dalam setiap peristiwa komunikasi.

Fungsi Analisis

Sebagai suatu komponen dalam menyelesaikan suatu permasalahan, analisis memiliki fungsi sebagai berikut :

1. untuk mengidentifikasi ciri-ciri permasalahan yang dihadapi, sehingga nantinya dapat diketahui langkah-langkah penyelesaiannya secara tepat dan sesuai.
2. untuk memberikan spesifikasi atau keterangan terperinci mengenai objek permasalahan. Hal ini tentu mendukung proses penemuan solusi permasalahan yang dianalisis
3. memberikan gambaran dasar mengenai simpulan dan strategi yang akan dilakukan. Secara umum, analisis berfungsi sebagai media menemukan alternatif atau gambaran dasar penyelesaian atas masalah yang diteliti.
4. Selain itu penguraian data atau keterangan di dalam tindakan analisis harus dilakukan secara teliti dan hati-hati karena hasil analisis akan mempengaruhi kesimpulan dan solusi atas masalah tersebut. Jadi ulasan teori analisis menurut para ahli-ahli tersebut dapat disimpulkan sebagai tahapan dasar atas perancangan suatu sistem yang dilakukan dengan cara sistematis, teliti dan objektif.

Konsep Pencapaian

Menurut Gage, belajar merupakan suatu proses dimana suatu organisme berubah perilakunya sebagai akibat pengalaman. Perubahan perilaku yang diharapkan sebagai hasil belajar dapat berbentuk pencapaian intelektual, pencapaian motorik dan sikap (Dahar, 1989:11).

Sosialisasi

Sosialisasi pada dasarnya menunjuk pada semua faktor dan proses yang membuat manusia menjadi selaras dalam hidupnya di tengah-tengah orang lain (Hartomo, 2004:130).

Menurut Vander Zande, sosialisasi adalah proses interaksi sosial melalui bagaimana kita mengenal cara berpikir, berperasaan dan berperilaku, sehingga dapat berperan serta secara efektif dalam masyarakat. Sedangkan menurut David A. Goslin, 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 (Ihromi, 2004: 30).

Sosialisasi primer

Peter L. Berger dan Luckmann mendefinisikan sosialisasi primer sebagai sosialisasi pertama yang dijalani individu semasa kecil dengan belajar menjadi anggota masyarakat (keluarga). Sosialisasi primer berlangsung saat anak berusia 1-5 tahun atau saat anak belum masuk ke sekolah. Anak mulai mengenal anggota keluarga dan lingkungan keluarga. Secara bertahap dia mulai mampu membedakan dirinya dengan orang lain di sekitar keluarga.

Sosialisasi Sekunder

Sosialisasi sekunder adalah suatu proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisasi primer yang memperkenalkan individu ke dalam kelompok tertentu dalam masyarakat. Salah satu bentuknya adalah *resosialisasi dan desosialisasi*. Dalam proses resosialisasi, seorang diberi suatu identitas diri yang baru. Sedangkan dalam proses desosialisasi, seseorang mengalami 'pencabutan' identitas diri yang lama.

Tipe Sosialisasi

Setiap kelompok masyarakat mempunyai standar dan nilai yang berbeda. Contoh, standar 'apakah seorang itu baik apa tidak' di sekolah dengan di kelompok sepermainan tentu berbeda. Di sekolah, misalnya, seseorang disebut baik apabila nilai ulangnya di atas tujuh atau tidak pernah terlambat masuk sekolah. Sementara di kelompok permainan, seseorang disebut baik apabila solider denganteman atau saling membantu. Perbedaan standar dan nilai pun tidak terlepas dari tipe-tipe sosialisasi yang ada.

Peraturan Daerah No. 4 Thn. 2011

Bahwa Pajak Daerah merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah yang dipungut guna membiayai penyelenggaraan Pemerintah Daerah dan Pembangunan Daerah serta meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, dalam rangka mewujudkan Otonomi Daerah yang nyata dan dapat dinikmati seluruh lapisan masyarakat serta dapat dipertanggung jawabkan.

Bahwa dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, maka Peraturan Daerah yang mengatur Pajak Daerah yang telah ada sebelum Undang-Undang tersebut diberlakukan, perlu dilakukan penyesuaian. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud huruf a dan huruf b perlu membentuk Peraturan Daerah yang mengatur tentang Pajak Daerah.

Definisi Pajak Rumah Kost

Subjek pajak rumah kost, orang pribadi atau badan yang melakukan pembayaran kepada orang pribadi atau badan yang mengusahakan rumah kost. Wajib pajak rumah kost orang pribadi atau badan yang mengusahakan rumah kost. Dasar pengenaan pajak rumah kost, jumlah pembayaran atau yang seharusnya dibayar ialah kamar yang digunakan, oleh pengguna jasa rumah kost. Tarif pajak rumah kost, ditetapkan sebesar 10 (sepuluh) persen, dan dibayar setiap bulannya. Cara pelaporan dan pembayaran melalui sistem Self Assesment. Untuk pelaporan disampaikan sebelum tanggal 10 bulan berikutnya ke Dispenda Kota Samarinda.

Teori Atribusi (Attribution Theory)

Atribusi adalah teori yang membahas tentang upaya-upaya yang dilakukan untuk memahami penyebab-penyebab perilaku kita dan orang lain. Definisi formalnya, atribusi berarti upaya untuk memahami penyebab di balik perilaku orang lain, dan dalam beberapa kasus juga penyebab di balik perilaku kita sendiri.

Sebenarnya istilah atribusi mengacu kepada penyebab suatu kejadian atau hasil menurut persepsi individu. Dan yang menjadi pusat perhatian atau penekanan pada penelitian di bidang ini adalah cara-cara bagaimana orang memberikan penjelasan sebab-sebab kejadian dan implikasi dari penjelasan-penjelasan tersebut. Dengan kata lain. Teori itu berfokus pada bagaimana orang memberikan penjelasan sebab-sebab kejadian dan implikasi dari penjelasan sebab-sebab kejadian dan implikasi dari penjelasan-penjelasan tersebut.

Definisi Konseptual

Bedasarkan pendekatan teori yang berkenaan dengan variabel penelitian ini maka dapat di rumuskan sebagai berikut :

Sosialisasi pajak rumah kost yang dimaksud peneliti memfokuskan pada strategi komunikasi Dispenda terhadap kesuksesan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat atau khalayak banyak, serta bagaimana mereka akan meningkatkan pendapatan Daerah dari sektor pajak rumah kost. Sosialisasi pajak rumah kost merupakan kegiatan rutin yang dilakukan Dispenda dari Tahun 2012 hingga Tahun 2016, sehingga membuat peneliti ingin menggali hal-hal yang melibatkan terjadinya strategi komunikasi Dispenda tersebut Seperti Pesan, dan media yang di gunakan Dispenda. Sehingga dapat tergambarkan bagaimana cara mereka menyampaikan pesan, mengolah pesan, dan menggunakan media untuk menyebarkan informasi secara luas yang terdapat pada sosialisasi tersebut, serta

faktor penghambat dan pendukung apa saja dalam penyampaian pesan sosialisasi Dispenda.

Jenis Penelitian

Dari segi Tipe Dasar penelitian tipe yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif dengan tipe deskriptif. yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena. Widodo dan Mukhtar (2000), menyebutkan bahwa penelitian deskriptif itu sendiri adalah suatu metode yang digunakan untuk menemukan pengetahuan yang seluas-luasnya terhadap objek penelitian pada saat tertentu. Jenis penelitian ini menjelaskan gambaran keadaan obyek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang nampak sebagaimana adanya, dalam hal ini menggambarkan Analisis Strategi Komunikasi Dinas Pendapatan Daerah Dalam Mensosialisasikan Pajak Rumah Kost Di kecamatan Sungai Pinang Kota Samarinda.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini diarahkan pada pengkajian strategi komunikasi yang digunakan Dinas Pendatan Daerah, melalui teori dari Marhaeni Fajar tentang strategi komunikasi, jadi strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan, tujuan yang ingin dicapai memberikan pemahaman dan menanamkan kepatuhan untuk membayar pajak, sesuai peraturan daerah yang ada. Strategi tersebut sangat penting dalam penyampaian gagasan atau informasi, dan ini adalah strategi komunikasi yang dimiliki oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda. (Marhaeni, 2009 : 184-212).

1. Menganalisis strategi komunikasi Meliputi :
 - 1) Pesan
 - 2) Media
2. Faktor penghambat dan pendukung sosialisasi pajak rumah kost.

Sumber Data

- a) Data Primer, yaitu data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan melakukan sesi Tanya-jawab secara langsung dan dipandu dengan pertanyaan yang telah di siapkan dan di sesuaikan sebelumnya dengan focus penelitian oleh penulis.
- b) Data Sekunder, data yang diperoleh melalui beberapa sumber informasi lain, yaitu :
 1. Dokumen-dokumen, laporan, dan lain-lain.
 2. Buku-buku ilmiah, hasil penulisan yang relevan dengan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan sesuai dengan fokus penelitiannya. Menurut Bungin (2005) teknik pengumpulan data yang tepat untuk penelitian kualitatif

antara lain adalah teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan observasi partisipasi (*participant observer*). Khususnya pada wawancara mendalam, teknik ini memang merupakan teknik pengumpulan data yang khas bagi peneliti kualitatif. Hal ini sejalan dengan Paton bahwa cara utama yang dilakukan oleh para ahli metodologi kualitatif untuk memahami persepsi, perasaan, dan pengetahuan seseorang adalah wawancara mendalam dan intensif .

Dalam penelitian, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

A. Data primer

1. Observasi.

Dengan Observasi, peneliti dapat memperoleh gambaran tentang gejala-gejala (tindakan, benda, dan peristiwa) serta kaitan antara satu gejala dengan gejala lain yang bermakna bagi masyarakat yang diteliti. Dalam hal ini, observasi dilakukan oleh peneliti dengan secara langsung mengamati berbagai aspek kehidupan masyarakat dan lingkungannya di antaranya kondisi lokasi penelitian secara umum, kondisi tempat tinggal, kegiatan dan tindakan mereka baik dalam kegiatan kesehariannya maupun yang lainnya, serta berbagai peristiwa yang terjadi yang berkait dengan permasalahan (Burhan, 2005:45).

2. Wawancara mendalam (*indept interview*)

Wawancara dilakukan dengan beberapa informan yang khalayak dan mengerti permasalahan penelitian antara lain wawancara dengan beberapa tokoh masyarakat, pemilik rumah kost, dan para penyewa. Wawancara dilakukan secara mendalam (*indepth interview*) yang dipandu dengan pedoman wawancara yang telah disiapkan agar wawancara lebih terarah. Di samping itu juga dilakukan wawancara tidak berencana atau wawancara sambil lalu yang dilakukan di jalan, di daerah kampus, dan tempat-tempat di mana sering anak kost nongkrong. Dengan wawancara tidak berencana ini diharapkan dapat menjaring data yang seluas-luasnya (Burhan, 2005:52).

B. Data sekunder

1. Dokumentasi melalui pengambilan gambar yang di peroleh saat melakukan penelitian serta mewawancarai para responden yang penulis temui.

Teknik Analisis Data

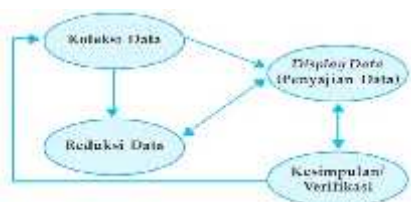
Teknik pengumpulan data adalah merupakan usaha untuk mengumpulkan bahan-bahan yang berhubungan dengan peneliian yang dapat berupa data, fakta, gejala, maupun informasi yang sifatnya valid (sebenarnya), realible (dapat dipercaya), dan obyektif (sesuai dengan kenyataan) (Lexy, 2002:23).

a. Studi lapang, Studi lapang ini dimaksudkan yaitu penulis langsung melakukan penelitian pada lokasi atau obyek yang telah dtentukan. Teknik pengumpulan data Studi lapang di tempuh dengan cara sebagai berikut :

- 1) Observasi.
- 2) Wawancara.
- 3) Dokumentasi.

- b. Studi Pustaka yaitu dengan membaca buku, undang-undang, dan media informasi lain yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.
- c. Penelusuran data online, data yang dikumpulkan menggunakan teknik ini seperti studi pustaka di atas. Namun yang akan membedakan hanya media tempat pengambilan data atau informasi. Teknik ini memanfaatkan data online, yakni menggunakan fasilitas internet.

Data yang telah dikumpulkan setiap hari selama penelitian akan dibuatkan laporan lapangan, untuk mengungkapkan data apa yang masih perlu dicari, pertanyaan apa yang belum dijawab, metode apa yang harus digunakan untuk mendapatkan informasi baru, dan kesalahan apa yang perlu diperbaiki, serta data yang mana yang tidak diperlukan.



Gambar 3.5 Miles dan Huberman analisis interaktif data kualitatif
Sumber : Prof. Dr. Sugiyono, 2012

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dilapangan langsung diketik dengan rapi, terinci secara sistematis setiap selesai mengumpulkan data. Laporan lapangan direduksi, yaitu dengan memilih hal-hal pokok yang sesuai dengan masalah penelitian, selanjutnya diberi tema dan kode pada aspek tertentu.

2. Display Data (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kuantitatif, penyajian data dapat dilakukan dengan menggunakan tabel, grafik, pictogram, dan sebagainya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan dan tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami. Beda halnya dalam penelitian kualitatif, di mana penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antarkategori, dan sejenisnya.

3. Pengambilan Kesimpulan

Sejak dimulainya penelitian, peneliti berusaha mencari makna dari data yang diperolehnya, sesuai dengan tujuan penelitian kualitatif yang dikatakan oleh Sugiyono (2005) yakni untuk mencari ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, dan hal-hal yang sering muncul. Maka ditarik kesimpulan, kemudian dilakukan verifikasi secara terus-menerus setiap kali memperoleh data baru, hingga kesimpulan yang diambil menjadi semakin jelas.

Lokasi Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian maka pengumpulan data lapangan dalam penelitian ini dilakukan di Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda dan di

wilayah kecamatan sungai pinang, menurut survei yang di lakukan oleh pemerintah kota, karena di wilayah kecamatan sungai pinang strategis untuk melakukan bisnis rumah kost.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Menganalisis Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Pendapatan Daerah pada pelayanan yang diberikan oleh petugas akan memberikan tingkat kepatuhan dan kesadarannya masyarakat dalam membayarkan pajak dan untuk kepuasan bagi masyarakat. Dalam pelaksanaan proses sosialisasi pada masyarakat agar benar-benar diterima pesan yang ingin disampaikan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda diterima dengan baik oleh masyarakat, apakah sudah berjalan dengan baik.

Jumlah sosialisasi yang dilakukan tidak seperti tahun 2015 yaitu sebanyak lima kali, dan tahun 2016 sosialisasi yang dilakukan hanya tiga kali, disebabkan karena kurangnya anggaran pada tahun 2016, ucap ibu retno. Dan jumlah yang hadir turun drastis sebanyak 96 pemilik rumah kost yang hadir, turun dibandingkan tahun 2015 lalu 191 pemilik rumah kost, disebabkan banyak pemilik rumah kost masih tidak setuju mengenai pajak rumah kost.

Pesan

Bahwadalam hal inimenurut pihak Dispenda yang dilakukan sudah sangat baik dalam penyampaian informasi kepada masyarakat yang memiliki rumah kost, bahwa pengoptimalan dalam mengolah pesan sudah sangat baik, dan juga dalam penyebaran informasi kepada masyarakat sudah optimal, dan juga strategi untuk penyampaian pesan juga tetata rapi, akan tetapi dilihat dari beberapa pemilik rumah kost, belum semua mendapatkan informasi yang mengenai pajak rumah kost, maupun informasi nya kurang dan juga menurut beberapa masyarakat, sangat kurang optimal informasi yang diterima mereka, dan juga kurangnya tindak lanjut pihak Dispenda sehabis mendata pemilik rumah kost, jadi informasi yang mereka terima terbilang kurang ataupun informasi yang mereka terima tidak ada.

Media

penggunaan media sudah sangat optimal, akan tetapi belum semua media digunakan dikarenakan biaya yang cukup besar dan tidak sesuai dengan anggaran yang diterima, penggunaan media oleh pihak Dispenda hampir keseluruhan media lokal daerah yang digunakan dan dioptimalkan, tetapi ada beberapa media yang tidak dioptimalkan oleh pihak Dispenda sendiri dimana media ini hampir seluruh masyarakat menggunakan media ini, tetapi pihak dispenda belum bisa mengoptimalkan media sosial maupun media internet yang sangatlah berkembang pada saat ini.

Tetapi dampaknya sendiri kepada masyarakat belum kelihatan di karenakan banyaknya masyarakat tidak menonton siaran lokal daerah, mendengarkan radio,

maupun membaca koran, dikarenakan tidak adanya ketertarikan masyarakat terhadap media yang digunakan Dispenda.

Faktor Penghambat dan Pendukung Sosialisasi

Faktor pendukung dan penghambat ada, dimana disini terlihat jelas hasil wawancara diatas bahwa faktor pendukung paling besar disini masyarakat nya yang hadir dan sadar akan kewajiban dalam membayar pajak,tetapi disini pun ada faktor penghambat juga yang paling signifikan yaitu masyarakat yang pura-pura tidak tahu, maupun masyarakat yang sibuk yang tidak berkesempatan hadir dalam sosialisasi yang dilakukan oleh pihak Dispenda, dan juga dari pegawai Dispenda yang tidak optimal nya dalam menyebarkan undangan untuk menghadiri sosialisasi, dan juga dari pihak Dispenda yang kurang gencar dalam menginformasikan mengenai sosialisasi tersebut, maupun dalam menyebarkan informasi pajak rumah kost yang kurang maksimal.

Faktor pendukung lainnya ialah para pegawai nya saling berkoordinasi kepada pihak yang dekat kepada masyarakat, seperti berkoordinasi kepihak kecamatan, kelurahan, sampai kepada RT setempat.

Menganalisis Strategi Komunikasi

Dalam melakukan strategi komunikasi dalam sosialisasi menggunakan komunikasi tatap muka, Komunikasi tatap muka adalah suatu bentuk komunikasi yang mempertemukan secara tatap muka pihak komunikator dan komunikan.Pesan disampaikan secara langsung dari komunikator, dan secara langsung dapat langsung menerima umpan balik atau feedback dari komunikan.Keuntungan menggunakan komunikasi interpersonal tatap muka adalah kita dapat melihat respon balik atau umpan balik komunikan saat melakukan proses interaksi. Jika umpan balik yang diberikan bersifat positif, maka kita pesan kita dapat diterima dengan baik oleh komunikan. Sebaliknya bila respon bersifat negative, maka kita sebagai komunikator harus memperbaiki cara penyampaian pesan yang dimaksud.

Pengolahan Pesan

Unsur pesan disini harus dapat mencuri perhatian khalayak, dan dapat membuat khalayak mengerti, dimana pesan yang sudah disampaikan dinas pendapatan daerah, kurang begitu dipahami oleh sebagian masyarakat dan juga sebelum memberikan pengertian yang mendalam, maksudnya disini bila informasi yang diberikan sudah sangat optimal kenapa banyak masih masyarakat yang betul-betul tidak mengetahui masalah tentang pajak rumah kost, akan tetapi disini juga ada kerjaan rumah yang penting bagi Dispenda dalam membuat masyarakat yang banyak paham dan mengerti apa maksudnya, bukan di situ saja akan tetapi pihak dari Dispenda harus mengoptimalkan pesan tersebut yang sudah dirangcang sedemikian rupa untuk bisa meningkatkan penerimaan pajak dari pajak rumah kost.

Efektifitas Penggunaan Media

Pengoptimalan dalam penggunaan media pun lagi gencar yang dilakukan Dispenda agar menambah pemasukan ke daerah dalam hal pajak, tetapi halangan dalam penggunaan media ini adalah dana, dimana dana yang dibutuhkan dalam menggunakan media sangat, tidak sesuai dengan anggaran yang dimiliki Dispenda, tetapi dimana media yang belum dioptimalkan seharusnya bisa dioptimalkan dengan mempunyai sumber daya manusia yang bagus dan infrastruktur yang kurang menunjang.

Dilihat dari penggunaan media Dispenda menggunakan media lokal daerah dimana penontonnya sedikit, maupun peminatnya kurang, dan juga kurang untuk dilihat oleh warga daerah, dan juga kurangnya pengoptimalan dalam menggunakan new media atau media internet dan juga media sosial, seharusnya Dispenda melihat peluang besar dalam penggunaan new media ini karena akan menjangkau hampir seluruh kalangan masyarakat.

Pengaruh Faktor Penghambat dan Pendukung Sosialisasi Pajak Rumah Kost

Salah satu faktor penghambat adalah kurangnya petugas Dispenda dalam melakukan penjelasan kepada masyarakat langsung, dan kurangnya infrastruktur yang ada dalam membantu Dispenda menyebar luaskan informasi tersebut, berapa persen pajak yang harus dibayar dalam hal hitungan, penjelasan denda, penjelasan tidak bayar akan dihukum apa, disini lah seharusnya penyebaran informasi itu berlangsung, dan lain-lain. Petugas pajak jarang datang melakukan penjelasan langsung “door to door”, atau dari rumah ke rumah. Hal ini menjadikan pajak hanya dilakukan lewat kantor, dan melalui media, padahal banyak masyarakat yang malas atau enggan untuk datang dan melakukan pencarian informasi.

Penggunaan new media disini kurang dioptimalkan untuk menyebar luaskan informasi kepada masyarakat, dalam hal ini jangan dilihat sebelah mata karena kita tau bahwa penggunaan media paling mentok ialah media elektronik televisi, yang dimana saluran yang menyiarkan bukan saluran yang sering orang totot dan orang menyaksikan, seharusnya dengan adanya new media dari Dispenda mampu mengoptimalkannya dan membuat pendapatan dari pajak bisa meningkat.

Dan disini pendukung sosialisasi ialah dari masyarakat yang hadir dalam sosialisasi, dan juga dari yang dekat dengan masyarakat seperti kecamatan, kelurahan, dan rukun tetangga juga sangat membantu adanya sosialisasi yang berkelanjutan, sehingga informasi atau pesan yang diberikan oleh masyarakat dapat diterima dengan baik, dan juga penggunaan media yang sangat cepat menyebar luaskan informasi kepada khalayak.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pada uraian-uraian yang telah penulis kemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka berikut ini penulis akan menyimpulkan uraian-uraian tersebut dibawah ini.

1. Strategi komunikasi dalam mensosialisasi pajak rumah kost yaitudengan penyampaianpesan langsung, dan melalui perantara media cetak maupun elektronik. Komunikasi tersebut dinilai kurang efesien dalam penyebaran pesan, pemilihan media, dan tindak lanjut informasi yang diberikan.
2. Faktor penting keberhasilan komunikasi dalam sosialisasi rumah kost oleh Dispenda antara lain:
 - a. Faktor penghambatnya adalah kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya pajak, dirasa masih kurang terkait sosialisasi pajak rumah kost. Jumlah sosialisasi yang dilakukan tersebut antara lain; lima kali padatahun 2015 dan tiga kali pada tahun 2016.
 - b. Faktor pendukungnya adalah penyebaran informasi telah dibantu disebarakan oleh tokoh masyarakat sekitar, pesan yang disampaikan dilakukan langsung kepada wajib pajak, dan sudah terdapat penggunaan media cetak maupun elektronik yang dilakukan oleh Dispenda.

Saran

Berdasarkan pada uraian-uraian yang telah penulis kemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka berikut ini penulis akan memberikan Saran kepada pihak Dispenda sebagai berikut:

1. Diupayakan pesan yang sudah diolah sebaik mungkin dapat tersampaikan dengan sejelas mungkin dan dapat menghasilkan pemahaman yang baik bagi pemilik rumah kost. Serta adanya tindak lanjut setelahsosialisasi, dalam hal ini meliputi menjelaskan secara detail mengenai pajak rumah kost dan memberikan pemahaman tentang pentingnya membayar pajak untuk pembangunan.
2. Diharapkan agar dana penggunaan media untuk sosialisasi dimaksimalkan.
3. Diharapkan kepada Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda sebaiknya paling tidak satu bulan sekali melakukan kegiatan sosialisasi/penyuluhan.
4. Disarankan melakukan evaluasi kinerja karyawan Dispenda dalam pelayanan pajak, agar membuat peningkatan kinerja dan dapat meningkatkan pendapatan di sektor pajak rumah kost.

Daftar Pustaka

Buku

- Akbar, M. Nur. 2015. *“Analisis Peran Badan Pemberdayaan Masyarakat di Kabupaten Bukulumba”*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Makassar : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanuddin.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta. Prenada Media.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek*. Yogyakarta. Graha Ilmu.

- Hartomo & Aziz Arnican. 2004. Ilmu Sosial Dasar. Jakarta: Bumi Aksara
- Hanif Al Fatta. 1987. Analisis dan Perancangan Sistem Informasi. Yogyakarta, Andi.
- Ihromi, T.O. 2004. Bunga Rampai Sosiologi Keluarga. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Kasiram, Moh. 2006. Analisis Penelitian. Malang: UIN-Malang Pers.
- Komaruddin (1991). Analisis Manajemen Produksi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Moleong, Lexy. 2002. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2013. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Nurdianti, Siti Rahma. 2014. "Analisis Faktor-Faktor Hambatan Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Keluarga Berencana Pada Masyarakat Kebon Agung Kota Samarinda". Skripsi Tidak Diterbitkan. Samarinda : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Mulawarman.
- Santoso.Edi dan Mite Setiansah. 2010. Teori Komunikasi. Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2006. "memahami penelitian kualitatif". Bandung, Alfabeta.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 1987, Metode Penelitian Survei. Yogyakarta, LP3ES.
- Soekanto, Soerjono 1990. Sosiologi suatu pengantar. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sunarto, Kamanto 2004. Pengantar Sosiologi. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Umar, Husein. 1987. "Metodologi Penelitian". Gramedia Pustaka Umum, Jakarta
- Sumber Peraturan dan Undang-Undang :**
- Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 04 Tahun 2011, Tentang Pajak Daerah, Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda.
- Undang-undang Nomor.12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan berupa Peraturan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi/Kabupaten/Kota, Peraturan Gubernur/Bupati/Walikota, Peraturan Kepala Desa atau yang setingkat.
- Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Undang-undang Nomor.22 Tahun 1999 tentang Otonomi Daerah.
- Sumber Lainnya :**
- Rencana Strategis (RENSTRA) Tahun 2011-2016, Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda.
- Raporan Kegiatan Dinas Pendapatan Daerah Kota Samarinda Tahun 2015-2016