

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Penelitian ini berfokus pada Preferensi Wajib Pajak KPP Pratama Wonocolo Surabaya Dalam Mengakses Informasi SPT Tahunan. Dalam teori *Uses and Gratification* mempelajari apa yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sini timbul istilah *uses and gratification*, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan “Dalam asumsi ini tersirat pengertian bahwa komunikasi massa berguna (*utility*); bahwa komunikasi media diarahkan oleh motif (*intentionality*); bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*); dan bahwa khalayak sebenarnya kepala batu (*stubborn*) (Rakhmat, 2014: 65).

Teori *Uses and Gratification* menganggap bahwa setiap individu memiliki kehendak bebas untuk memilih media apa yang mereka pakai untuk mengakses informasi. Media massa seperti televisi, radio, koran masih digunakan masyarakat sebagai media informasi. Selain itu, perkembangan teknologi yang pesat menyebabkan media baru bermunculan, seperti website dan media sosial. Setiap media memiliki kriterianya tersendiri dan hal tersebutlah yang mencerminkan bahwa kepentingan dari setiap individu berbeda-beda. Contohnya seperti saat seseorang mencari informasi yang cepat dan singkat dapat melalui website, sedangkan saat seseorang mencari informasi yang lengkap dapat melalui berita di koran atau televisi.

Perkembangan media inilah yang menjadikan masyarakat dapat memilih media mana yang akan memenuhi kebutuhannya. Kecenderungan orang dalam memilih media atau yang disebut preferensi meminta masyarakat mengurutkan media yang paling digemari. Hal tersebut sesuai

dengan pernyataan Doris Grober dikutip Vivian (2008) preferensi media pada umumnya meminta pengguna media untuk mengurutkan media mana yang paling di sukai. (Harahap, 2017: 46). Selain itu, terdapat studi yang mengatakan bahwa masyarakat memiliki kecenderungan untuk memilih media karena adanya tingkat ketidak pastian ataupun ketidak cocokan informasi yang ada, sesuai dengan pernyataan berikut:

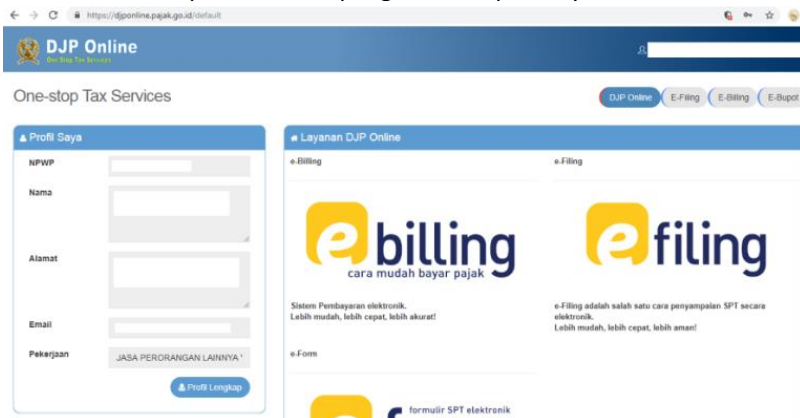
“Past studies have identified media-richness as one of the influential factors for people’s media preferences. These theory suggest that people choose specific media according to levels of uncertainty and equivocality of information. (Draft, Legel & Trevino, in Kobayashi, 2017: 4)”

Setiap instansi memiliki informasi yang disebarakan ke seluruh audiensnya, maka instansi perlu mengatur penggunaan media yang tepat. Salah satu instansi yang akan menjadi topik penelitian adalah Direktorat Jendral Pajak. Direktorat Jendral Pajak merupakan salah satu direktorat jendral dibawah Kementrian Keuangan Indonesia yang menangani kebijakan dan standarisasi perpajakan, maka dari itu Ditjen Pajak harus menyebarkan informasi secara merata keseluruh masyarakat Indonesia. Cara yang dilakukan untuk menyebarkan informasi secara *massive* yaitu menggunakan media baru (*website* dan media sosial) maupun media konvensional seperti media elektronik, media cetak, dan menyediakan fasilitas *call center* dan sebagainya.

Program utama Direktorat Pajak adalah pelaporan SPT Tahunan. Surat Pemberitahuan (SPT) menurut Mardiasmo (2011, 31) ialah surat Wajib Pajak digunakan untuk melaporkan perhitungan dan/atau pembayaran pajak, oleh pajak dan/atau bukan objek pajak, dan/atau harta dan kewajiban sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Pelaporan surat wajib pajak yang dilakukan secara manual dikantor pajak dianggap kurang efisien, dikarenakan wajib pajak harus datang ke kantor pajak dan

harus mengantri lebih dari 10 menit. Perubahan cara pelaporan SPT Tahunan yang saat ini dapat dilakukan secara online dirasa dapat menjadi cara terbaik untuk meminimalisir antrian ataupun kesalahan dalam merekap data. Selain itu SPT Tahunan online dapat mempermudah wajib pajak untuk melaporkan pajak mereka melalui *website* yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Namun apabila wajib pajak tidak mengetahui cara pendaftaran, alur pengisian hingga tempat pembayaran, maka Ditjen Pajak harus menyebarkan informasi lebih luas lagi dengan menggunakan berbagai media.

Gambar 1.1
Tampilan website pengisian dan pembayaran SPT



Sumber: Website DJP Online

Gambar 1.1 menunjukkan display dari website djp.online.pajak.go.id yang terdapat 3 fitur yaitu e-billing (untuk membuat kode billing pembayaran pajak), e-filing (untuk melaporkan SPT dengankeseluruhan proses pengisiannya menggunakan online) dan e-form (untuk melaporkan SPT dengan mengisi formulir SPT elektronik yang dapat diisi secara offline, lalu disampaikan online melalui e-form).

Proses penyebaran pesan yang ingin dikirimkan harus benar-benar diarahkan dengan tingkat ketepatan yang tinggi agar mencapai sasarannya.

Harus diingat bahwa komunikator (penyampai pesan) harus mampu menyampaikan pesan dalam bahasa yang mudah dipahami dan dimengerti oleh penerimanya, sesuai dengan kebutuhan dan ketertarikan penerima pesan. (Mukarom dan Laksana, 2015: 229) Maka penyebaran informasi pun harus menggunakan cara, media serta penggunaan bahasa yang mudah dimengerti, terutama mengenai SPT Tahunan. Informasi mengenai SPT Tahunan ini disebarluaskan melalui berbagai macam media, sehingga banyak masyarakat yang dapat mengakses dan mengetahui informasi tersebut. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti ingin melihat kecenderungan wajib pajak dalam menggunakan media dengan judul Preferensi Wajib Pajak KPP Pratama Jagir Wonocolo Surabaya Dalam Mengakses Informasi SPT Tahunan. Peneliti melakukan fokus penelitian di Jawa Timur karena memiliki andil yang besar dalam pertumbuhan penerimaan pajak. Menurut data Bidang Data dan Pengawasan Potensi Perpajakan Kanwil DJP Jatim 1, Jawa Timur menjadi provinsi terbesar kedua setelah DKI Jakarta untuk realisasi penerimaan pajak sebesar 80.487.171.711.328.

KPP Pratama Jagir Wonocolo ini merupakan KPP yang memiliki wajib pajak terbanyak di Surabaya dengan jumlah Wajib Pajak terdaftar per tahun 2017 sebanyak 100.321 wajib pajak dengan wajib SPT dan dapat dilihat pada tabel 1.1.

Hal tersebut dipengaruhi oleh besarnya wilayah kerja yang meliputi kecamatan Wonocolo, kecamatan Wonokromo, kecamatan Jambangan dan kecamatan Gayungan. Wajib pajak merupakan masyarakat Indonesia yang telah memiliki KTP dan sudah memiliki penghasilan, namun apabila belum memiliki KTP dapat ditanggungkan kepada orang tua.

Tabel 1.1
Wajib Pajak di masing-masing KPP di DJP Jatim 1

No.	NAMA KPP	WP TERDAFTAR 2017
1	PRATAMA SURABAYA SUKOMANUNGGAL	89,465
2	PRATAMA SURABAYA KREMBANGAN	25,189
3	PRATAMA SURABAYA GUBENG	78,964
4	PRATAMA SURABAYA TEGALSARI	24,719
5	PRATAMA SURABAYA WONOCOLO	100,321
6	PRATAMA SURABAYA GENTENG	20,652
7	PRATAMA SURABAYA PABEAN CANTIKAN	21,090
8	PRATAMA SURABAYA SAWAHAN	76,583
9	PRATAMA SURABAYA RUNGKUT	67,263
10	PRATAMA SURABAYA SIMOKERTO	37,726
11	PRATAMA SURABAYA KARANGPILANG	55,516
12	PRATAMA SURABAYA MULYOOREJO	98,674
13	MADYA SURABAYA	1,454
TOTAL		697,616

Sumber: Bidang Data dan Pengawasan Potensi Perpajakan Kanwil DJP Jatim 1

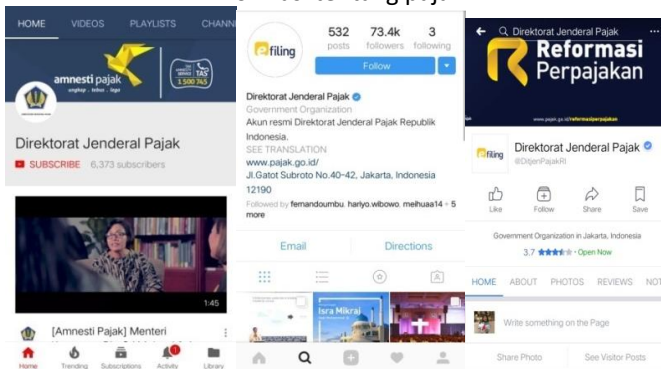
Direktorat Jendral Pajak menyebarkan informasi mengenai SPT Tahunan online melalui berbagai media, antara lain:

Gambar 1.2
Beberapa media sosial yang digunakan oleh Kanwil DJP Jatim 1



Pada gambar 1.2 merupakan contoh media sosial yang digunakan oleh Kanwil DJP Jatim 1 dalam menyebarkan informasi, antara lain Youtube, Twitter, Facebook dan Instagram.

Gambar 1.3
Media Sosial yang digunakan Ditjen Pajak untuk menyebarkan informasi tentang pajak.



Pada gambar 1.3 merupakan media sosial yang dikelola oleh Direktorat Jendral Pajak dalam menyebarkan informasi, antara lain Youtube, Instagram, Twitter.

Gambar 1.4
Media Elektronik yang digunakan Ditjen Pajak untuk menyebarkan informasi tentang pelaporan SPT Tahunan melalui online.



Pada gambar 1.4 merupakan media elektronik yang digunakan oleh Direktorat Jendral Pajak dalam menyebarkan informasi, antara lain televisi dan radio.

Gambar 1.5
Brosur mengenai SPT Tahunan.



Gambar 1.5 merupakan media cetak yang dikelola oleh Direktorat Jendral Pajak dalam menyebarkan informasi mengenai SPT Tahunan, yaitu brosur.

Gambar 1.6
Call Center Direktorat Jendral Pajak



Pada gambar 1.6 merupakan call center yang digunakan oleh Direktorat Jendral Pajak dalam menjalin komunikasi dan menyampaikan informasi, yaitu dengan Kring Pajak dengan nomer telepon 1500200.

Pemanfaatan atau implementasi teknologi dalam kegiatan operasional organisasi akan memberikan dampak yang cukup signifikan bukan hanya dari efisiensi kerja, namun juga terhadap budaya kerja baik

secara personal, antar unit, maupun keseluruhan institusi (Ruliana, 2014:170). Maka Direktorat Jendral Pajak harus memanfaatkan adanya teknologi sehingga dapat menerima dampak yang signifikan dari penerimaan pajak, pengetahuan masyarakat mengenai pajak ataupun keseluruhan dari institusi.

Penelitian mengenai preferensi telah beberapa kali dilakukan, salah satunya oleh Arie Julia Cristy mengenai “Preferensi Masyarakat Surabaya terhadap Media Publikasi Milik Humas Pemkot Surabaya”. Penelitian tersebut memiliki cakupan preferensi terhadap media yang dimiliki oleh suatu instansi, yang membedakan dengan penelitian ini ialah instansi yang akan diteliti dan subyek yang akan menjadi sasaran dalam penelitian. Selain itu, terdapat penelitian mengenai “Preferensi Perempuan di Surabaya dalam Pencarian Informasi KB” yang dirancang oleh Jason Sapulete. Penelitian tersebut memiliki cakupan preferensi terhadap pencarian informasi dan yang membedakan dengan penelitian ini ialah informasi yang akan menjadi bahan yang akan diteliti yaitu informasi mengenai SPT Tahunan.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti dapat menyimpulkan rumusan masalah, yaitu Bagaimana Preferensi Wajib Pajak KPP Pratama Jagir Wonocolo Surabaya Dalam Mengakses Informasi SPT Tahunan?

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur dan mengetahui Preferensi Wajib Pajak KPP Pratama Wonocolo Surabaya Dalam Mengakses Informasi SPT Tahunan.

I.4. Batasan Masalah

I.4.1 Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah Wajib Pajak KPP Pratama Jagir Wonocolo Surabaya yang mencari informasi

SPT Tahunan online melalui media yang digunakan humas Ditjen Pajak.

I.4.2 Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah Preferensi Wajib Pajak KPP Pratama Jagir Wonocolo Surabaya Dalam Mengakses Informasi SPT Tahunan.

I.4.3 Tempat Pelaksanaan

Tempat dari penelitian ini adalah KPP Pratama Jagir Wonocolo Surabaya.

I.4.4 Waktu Pelaksanaan

Waktu dari penelitian ini akan dilakukan selama 2 bulan, dari bulan Oktober hingga November.

I.5. Manfaat Penelitian

I.5.1 Manfaat Akademis: menambah literatur dalam penelitian pengembangan ilmu komunikasi

I.5.2 Manfaat Praktis: sebagai masukan bagi Direktorat Jendral Pajak terutama Hubungan Masyarakat (Humas) dalam mengetahui kecenderungan masyarakat menggunakan media, sehingga dapat memaksimalkan intensitas penyebaran informasi di masing-masing media yang dikelola oleh Direktorat Jendral Pajak.