

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai preferensi wajibpajak KPP Pratama Wonocolo Surabaya dalam Mengakses Informasi Mengenai SPT Tahunan, dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 media informasi yang cenderung digunakan oleh seluruh wajib pajak. Kecenderungan pemilihan media tersebut adalah *Website*, Sosial Media dan Brosur. Hasil ini didapat karena menurut responden, tiga media tersebut memiliki informasi yang lengkap dalam memberitakan SPT Tahunan berbasis online. Alasan pemilihan Website adalah fitur informasi website lengkap (profile, peraturan, informasi pelayanan, aplikasi perpajakan, dll), alasan pemilihan sosial media sebagai media pencarian informasi adalah informasi yang singkat, dan alasan pemilihan brosur adalah dapat dibaca berulang kali. Jenis informasi yang dicari di website dan sosial media adalah berita terbaru mengenai SPT Tahunan, sedangkan jenis informasi yang dicari di brosur adalah pembayaran menggunakan e-billing.

Media informasi yang cenderung menjadi pilihan terakhir adalah radio dan youtube. Alasan terbanyak wajib pajak yang mengakses media Youtube dikarenakan adanya simulasi pengisian SPT Tahunan dalam bentuk video. Sedangkan alasan terbanyak wajib mengakses radio adalah dapat di akses saat mengendarai mobil.

V.2 Saran

V.2.1. Saran Akademis

Dalam penelitian ini, peneliti mencari kecenderungan wajib pajak dalam mengakses media informasi di KPP Pratama Wonocolo Surabaya, sehingga hasil yang didapat dari survei di KPP tersebut tidak dapat menggambarkan kecenderungan wajib pajak di seluruh Indonesia dalam mengakses media. Peneliti berharap agar penelitian ini akan disempurnakan dengan penyebaran kuisioner diberbagai KPP atau Kantor Wilayah Pajak untuk mencari kecenderungan pemilihan media secara keseluruhan.

V.2.2. Saran Praktis

Berdasarkan penelitian preferensi ini, maka peneliti ingin memberikan saran kepada Direktorat Jendral Pajak baik pusat hingga kantor pelayanan pajak yang terkecil selaku direktorat yang menangani pajak di Indonesia, yaitu:

- a. Saya berharap Direktorat Jendral Pajak dapat mempertahankan penyebaran informasi yang merata disetiap media yang ada.
- b. Saya berharap Direktorat Jendral Pajak dapat mengelola informasi pajak menjadi informasi yang menarik untuk dikonsumsi publik, sehingga dengan adanya informasi dengan media yang menarik dapat meningkatkan kesadaran akan pajak.
- c. Saya berharap Direktorat Jendral Pajak dapat menyebarkan informasi sesuai dengan fungsi media, sehingga penyebaran informasinya tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Severin, Werner J. & Tankard James W., Jr. (2014). *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Masa (Edisi ke-5)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Sari, Endang S. (1993). *Audience Research*. Yogyakarta: Andi Offset

Nasrullah, Rulli, M.Si.. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (CYBERMEDIA)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Suandy, Erly. (2014). *Hukum Pajak*. Jakarta: Salemba Empat

Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunika: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Nurudin. (2015). *Pengantar Komunikasi Massa*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada

Rakhmat, Jalaluddin. (2014). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Aan, Munawar Syamsudin. (2013). *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Mulyana, Deddy. (2011). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Supriyanto, Sugeng Aresta. (2008). *Meraih Untung dari Spanduk hingga Billboard*. Yogyakarta: Galangpress

Mardiasmo. (2011). *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi Publisher

Mukarom, H.Zainal & Laksana, Muhibudin Wijaya. (2015). *Manajemen Public Relations: Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*. Bandung: CV Pustaka Setia

Ruliana, Poppy. (2014). *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada

Website:

Herdiana, Auila Fitri. (2017). Penerimaan Pajak di Surabaya Peringkat 4 Nasional, Jumlahnya Sampai Segini. <http://jatim.tribunnews.com/2017/07/12/penerimaan-pajak-di-surabaya-peringkat-empat-nasional-jumlahnya-sampai-segini> (diakses tanggal 25 September 2018)

[instagram.com/ditjenpajak](https://www.instagram.com/ditjenpajak) ((diakses tanggal 24 September 2018)

<https://www.facebook.com/DitjenPajakRI/> (diakses tanggal 24 September 2018)

<https://twitter.com/ditjenpajakri?lang=en> (diakses tanggal 24 September 2018)

https://www.youtube.com/channel/UC_43SIyUJtVelGIPR5U3inQ(diakses tanggal 24 September 2018)

<http://www.pajak.go.id/content/kring-pajak-migrasi-dari-nomor-akses-500-200-ke-1-500-200> (diakses tanggal 21 November 2018)

https://www.instagram.com/p/Bf91NCYHLnA/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=1hcsc9eywagpv (diakses tanggal 21 November 2018)

<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20180326121349-532-285919/mulai-1-april-lapor-spt-pajak-wajib-online> (diakses tanggal 27 November 2018)

https://www.instagram.com/p/Bg5YrSdDIRk/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=1pvezfpjexng6 (diakses tanggal 27 November 2018)

<http://www.pajak.go.id/content/panduan-baru-hubungi-kring-pajak-1500200-ivr> (diakses tanggal 27 November 2018)

<https://www.youtube.com/watch?v=etIKFM257yg>

<https://www.youtube.com/user/DitjenPajakRI/search?query=SPT+Tahunan> (diakses tanggal 21 November 2018)

<http://www.pajak.go.id/tabs/pribadi/karyawan> (diakses 24 November 2018)

<http://www.pajak.go.id/electronic-filing> (diakses tanggal 24 September 2018)

Jurnal:

Kobayashi, Miciko. (2017). *Students' Media Preferences in Online Learning*. *Collage Education & Human Developmen*. Vol. 18 No. 3

Harahap, Haloman. (2017). *Preferensi Media Masyarakat Jabodetabek dan Faktor yang Mempengaruhinya*. Universitas Esa Unggul. Vol. No. 1

Putri, Dwi Revita dan Hariawan, Peggi (2015). *Analisis Kualitas Pelayanan Pada Layanan Call Center 108 Menggunakan Meode Importance Performance Analysis*. Universitas Telkom. Vol.2, No. 3

Artha, Dewi Juni. (2016). *Pengaruh Pemilihan Tayangan Televisi terhadap Perkembangan Sosialisasi Anak*. Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara. Vol. 2 No. 1

Ahmad, Nur. (2015). *Radio sebagai Sarana Media Massa Elektronik*. STAIN Kudus. Vol. 3 No. 2

Kurniati, Defatris Hari, dkk. (2016). *Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kesadaran Wajib Pajak Dalam Menyampaikan Surat Pemberitahuan (Spt) Tahunan (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Terdaftar Di Kpp Pratama Blitar)*. Universitas Brawijaya. Vol. 9 No. 1.

Hasugian, Penda Sudarto. (2018). *Perancangan Website sebagai Media Promosi dan Informasi*. STMIK Pelita Nusantara. Vol.3, No.1.

Silvana, Hana. (2010). *Komunikasi Antarbudaya Para Surfer di Lokasi Pariwisata Pantai Batukaras*. Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Langlangbuana. Edisi 20.

Bekti, Bagus Kharisma. (2018). *Motif dan Kepuasan Menggunakan Jejaring Sosial Instagram (Studi Kesenjangan Antara Motif dan Kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta terhadap Akun Instagram @umsurakarta)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Tresnati, Ratih. (2005). *Call Center sebagai Alat Komunikasi Pemasaran di Abad ke-2*. Mediator. Vol. 8 No. 1

Faiqah , Fatty. (2016). *Youtube sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Makassarvidgram*. Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin. Vol. 5 No.2.